



Bruxelles, den 29.11.2012
COM(2012) 698 final

GRØNBOG

Et integreret pakkeleveringsmarked for mere e-handel inden for EU

(EØS-relevant tekst)

1. Indledning

Der er bred enighed om, at e-handel udgør et vigtigt bidrag til økonomisk vækst og øget beskæftigelse i hele EU¹. Kommissionens meddelelse om e-handel og onlinetjenester² udpeger leveringen af varer købt online som en af de fem største prioriteter i styrkelsen af e-handelen inden 2015, og denne vigtighed er også slået fast af Rådet for Den Europæiske Union og Europa-Parlamentet³. Levering er af afgørende betydning, da den har en væsentlig indvirkning på fremme af e-handel og er et nøgleelement i opbygningen af tillid mellem sælgere og købere⁴.

De kommercielle og – i bredere forstand – økonomiske forbindelser mellem e-detailhandlerne og forbrugerne er kendetegnet ved en række komplekse logistikoperationer. Udtrykket "levering", som det anvendes i dette dokument, dækker over en forsendelse af fysiske varer, der er bestilt online, frem til den sidste levering, hvor de når slutbrugeren. Mange erhvervsdrivende spiller en rolle i denne leveringsproces. I dette dokument benævnes de "udbydere af kurer-tjenester", og de omfatter: transportvirksomheder, post- og kurerfirmaer og andre logistikudbydere. For så vidt angår denne grønbog, defineres en pakke her i bredeste forstand og omfatter alle forsendelser på op til 30 kg⁵.

Den måde, hvorpå varer købes og leveres i Europa, er i hurtig og gennemgribende udvikling. Eftersom EU-forbrugerne i stigende grad søger efter og anvender onlinekøb, især på tværs af grænserne, er der et voksende behov for et leveringssystem, der imødekommer deres forventninger og fungerer gnidningsløst for at lette deres dagligdag og dermed skabe større tillid til og øget anvendelse af e-handel⁶. Leveringssystemets ydeevne og tilgængelighed er også en vigtig drivkraft i holdbare forretningsmodeller for mange SMV'er og især for deres evne til at betjene deres kunder. Da SMV'erne er drivkraften for innovation og vækst i

¹ Internetøkonomien har skabt ca. 21 % af væksten i BNP i de sidste fem år. Den genererer også 2,6 jobs for hvert job, der nedlægges, og står til tider for 25 % af nettoforøgelsen af beskæftigelsen (KOM(2011) 942 endelig).

² "En sammenhængende ramme til styrkelse af tilliden til det digitale indre marked for e-handel og onlinetjenester" (KOM(2011) 942 endelig).

³ Rådet for Den Europæiske Union, "Konklusioner om det digitale indre marked og styringen af det indre marked" af 31. maj 2012. Europa-Parlamentets beslutning (P7_TA(2010)0320) af 21. september 2010 om endelig gennemførelse af det indre marked for e-handel.

⁴ 42 % af onlinevirksomhederne i Det Forenede Kongerige prioriterer bedre leveringsydelser mod 18 % for investering i hurtigere bredbåndsforbindelser.

⁵ Kort sagt enhver lille vare, der kan håndteres af én person.

⁶ 66 % af de situationer, hvor varer lægges i en onlineindkøbskurv, men ikke købes, skyldes leveringsforhold ifølge "2011 consumer trends in multi-channel retailing" af Royal Mail.

Europa⁷, kan en forbedring af den samlede levering af varer bestilt online i Europa forventes at give meget betydelige resultater i form af vækst og arbejdspladser⁸.

Mange undersøgelser og erhvervsindberetninger⁹ såvel som samtaler med de forskellige interessenter, der blev gennemført i forbindelse med udarbejdelsen af denne grøn bog, konvergerer og bekræfter den analyse af kurer tjenester, som blev præsenteret i meddelelsen fra Kommissionen om e-handel og onlinetjenester.

57 % af detailhandlerne¹⁰ anser grænseoverskridende levering for at være en hindring, mens 46,7 % af forbrugerne erklærer, at de er bekymrede over leveringen i forbindelse med grænseoverskridende transaktioner. Levering og tilbagelevering af varer er de to største bekymringer for forbrugerne med hensyn til e-handel¹¹. Manglende levering, beskadigede eller bortkomne pakker og høje leveringsomkostninger er også blandt de ti vigtigste bekymringer for forbrugerne, hvilket bidrager til lavere forbrugertillid til grænseoverskridende e-handel. Trykke forbrugere vil i stigende grad være tilbøjelige til at købe online, hvis de har tillid til, at deres varer vil komme frem i god stand inden for den planlagte tidsramme, og at det er let at tilbagelevere varerne¹². Den øgede tilgængelighed til og brug af nye teknologier giver en ny vifte af muligheder for at forbedre kvaliteten af kurer tjenesterne og kundetilfredsheden. Etableringen og udviklingen af sociale netværk har også haft betydelig indvirkning på den måde, hvorpå forbrugerne interagerer med varemærker og køber varer online. Innovative elektroniske kommunikationsmåder mellem e-detailhandlerne, udbydere af kurer tjenester og kunderne kan bidrage til en mere effektiv og

⁷ I henhold til skøn fra FTI Consulting tegner små detailhandlere sig for 22 % af mængden af grænseoverskridende e-handel. Eurostats beregninger viser, at mere end en fjerdedel af alle virksomheder sender e-handelsordrer til andre EU-lande: Af disse er 23 % små virksomheder, 41 % store virksomheder og 33 % mellemstore virksomheder.

⁸ En undersøgelse foretaget af Civic Consulting anslår, at EU går glip af muligheder for e-handel: De samlede velstandsgevinster for EU-forbrugerne i en hypotetisk situation, hvor andelen af e-handel i den samlede detailhandel vil være 15 % (i stedet for som i 2010 på 3,5 %), anslås til omkring 204,5 mia. EUR om året eller 1,7 % af EU's BNP.

⁹ "Focus on the Future" af BCG fra maj 2012, IMRG, ACSEL, "Intra-community cross-border parcel delivery" af FTI fra 2011, forskellig nationale onlinebarometre fra eBay, "The evolution of the European Postal market since 1997" af ITA/WIK fra 2009, "Cross-border E-commerce report 2010" af IPC, Eurobarometer og "Consumer market study on the functioning of e-commerce and Internet marketing and selling techniques in the retail of goods" af Civic fra 2011.

¹⁰ Eurobarometers analyserapport "Business attitude Towards cross-border sales and consumer protection" i Flash Eurobarometer 224 fra juli 2008, kapitel 2, afsnit 2.1, side 21.

¹¹ "Consumer market study on the functioning of e-commerce and Internet marketing and selling techniques in the retail of goods" af Civic Consulting fra september 2011, side 132-140.

¹² En nylig undersøgelse i Det Forenede Kongerige viser, at næsten 65 % af respondenterne nævnte, at risikoen for mislykkede leveringer (pga. at ingen er i hjemmet til at modtage pakken) vil forhindre dem i at handle online. For ubestemte modtagelsestidspunkter og risikoen for, at pakken ikke ankommer til tiden, er også et bekymring for ca. 43 % af respondenterne ("A study of online fulfilment requirements" i IMRGs "UK Consumer Home Delivery Review" fra 2012).

bekvemmelig levering og tilbagelevering og en større kvalitetsopfattelse. Et bedre fungerende e-handelsmarked vil give håndgribelige fordele for forbrugerne og SMV'erne samt alle andre aktører og erhvervssektorer, der er involveret i e-handelsaktiviteter.

Vigtigheden af forsendelse og levering forstærkes yderligere i international sammenhæng. Efterhånden som flere og flere forbrugere køber fra Asien, Stillehavsområdet og Nordamerika, og flere og flere europæiske e-detailhandlere søger at eksportere til disse regioner, er samhandelen mellem dem steget markant. I denne sammenhæng er forsendelses- og leveringsforhold blevet endnu mere komplicerede, fremkalder en række yderligere bekymringer og sikkerhedsmæssige spørgsmål og udgør en stor udfordring, men også en unik chance for udviklingen af den europæiske e-handel, navnlig for SMV'erne¹³.

En bedre udformning af forsyningskæden for e-handel ville også have en positiv betydning for en række politiske områder såsom:

- **Samhørighed:** at gøre fordelene ved e-handel tilgængelige for alle borgere og virksomheder, uanset deres størrelse, ved hjælp af velfungerende kurer-tjenester i hele Europa.
- **Beskæftigelse:** at sikre ansvarlige ansættelsesvilkår i leveringssektoren, der er under stærkt pres for at reducere omkostningerne og øge fleksibiliteten.
- **Innovation:** at fremme en udbredt anvendelse af nye informationsteknologier i leveringssystemerne, som har umiddelbar fordel for alle borgere og virksomheder, og som er tilpasset det nye miljø for sociale medier.
- **Miljø:** at fremme en bæredygtig udvikling og optimal leveringslogistik for at opnå større energibesparelser og en generel mindskelse af negative ydre forhold.
- **Det europæiske erhvervslivs konkurrenceevne:** at fremme investeringer i det europæiske leveringsnetværk, som er udsat for stærk konkurrence fra det internationale miljø, med udgangspunkt i det europæiske erhvervslivs styrker (e-detailhandlerne og udbyderne af kurer-tjenester).

Denne grønbog undersøger, hvorledes e-handels- og leveringsmarkeder i Europa er under udvikling, gransker, hvilke krav der er til skabelsen af et indre marked for levering, analyserer de største udfordringer for de forskellige aktører og understreger mulighederne for at forbedre leveringsprocessen til gavn for borgerne og virksomhederne, særligt SMV'erne. På grundlag af de oplysninger, der indsamles ved høringen, vil Kommissionen i foråret 2013 mere præcist udpege de spørgsmål, der skal tages op, og drage konklusioner om den række foranstaltninger, der skal indføres, for at gennemføre det indre marked for pakker.

¹³ Meddelelse fra Kommissionen "Små virksomheder i en stor verden – et nyt partnerskab for SMV'ernes udnyttelse af de globale muligheder" (KOM(2011) 702 endelig).

2. Den aktuelle markedssituation og perspektivering

2.1 Det europæiske e-handelsmarked og vigtigheden af levering

E-handelsmarkederne i EU er meget uensartede og befinder sig på forskellige udviklingstrin, hvilket skyldes forskellen i forbrugsvaner, skatteforhold, produkternes tilgængelighed, bredbåndsadgang og konkurrencebaserede leveringsmarkeder. De nationale markeders handelsprofiler¹⁴ har også vidtrækkende konsekvenser for levering¹⁵, mens grænseoverskridende levering i Europa fortsat er en udfordring for forbrugerne og e-detailhandlerne¹⁶. Desuden vil en effektiv grænseoverskridende levering understøtte vækstpotentialet i nye markedsnicher takket være den såkaldte "long tail"-effekt¹⁷.

E-handelsmarkedet er i hastig udvikling, og det er i stigende grad et krævende marked, hvad angår innovative forretningsløsninger og forbrugerforventninger. De leveringsrelaterede behov inden for sektoren bliver stadig mere forskelligartede på grund af det stigende antal produktsegmenter deri (f.eks. bøger, dvd'er, beklædning, små elektroniske apparater, hjemmeelektronik, møbler og husholdningsapparater) med forskellig værdi, vægt og størrelse af pakninger. De sociale netværk, "instant" informationsteknologi og den almindelige udbredelse af mobilt og håndholdt udstyr har også højnet forbrugernes forventninger til løsninger, der skal baseres på tidstro oplysninger og fleksible leveringsmuligheder.

E-detailhandlerne er underlagt et tidspres. Nye begreber og idéer skal gennemføres hurtigt. Deres forretningers levedygtighed og succes afhænger af logistiksektorens evne til at levere til lave omkostninger og på en passende måde¹⁸. Dette gælder især for mindre aktører på e-handelsmarkedet, som hverken har tilstrækkelig forhandlingsstyrke til at opnå betydelige rabatter fra kurervirksomhederne eller kapacitet til at investere i deres eget logistiknetværk. I et miljø præget af stordriftsfordele risikerer de at få begrænset deres konkurrenceevne over for

¹⁴ "E-commerce in the Nordics 2012" af Postnord.

¹⁵ Der findes forskellige modeller for grænseoverskridende forsendelser, navnlig gennem samarbejde mellem de nationale postvæsener, gennem direkte afsendelse i det nationale postsystem eller gennem andre aftaler med logistiskudbydere.

¹⁶ I de 27 EU-medlemsstater er der kun 9 % af forbrugerne og 18 % af detailhandlerne, som benytter sig af grænseoverskridende e-handel. 48 % af forbrugerne beretter, at de har mere tillid til at købe online på hjemmemarkedet end grænseoverskridende (Europa-Kommissionens resultattavle for forbrugervilkår "Consumers at Home in the Single Market" fra marts 2011).

¹⁷ Det samlede salg af produkter, for hvilke efterspørgslen er lav, eller hvis salgsmængde er lav, kan være lig med eller højere end markedsandelen for de mest solgte produkter, hvis sælgerne kan tilbyde et bredere udvalg.

¹⁸ 57 % af detailhandlerne betragter f.eks. grænseoverskridende levering som en hindring ("Flash Eurobarometer 224" fra juli 2008). 78 % af sælgerne på eBay angiver omkostninger som den største hindring for grænseoverskridende e-handel, og 42 % henviser til kurertjenesternes dårlige kvalitet ("Crossborder trade survey in the UK, Germany and France" af FreshMinds).

større e-detailhandlere, da forbrugerne i stigende grad forventer tilbud om "fri levering", når de køber varer online¹⁹.

2.2 Det europæiske leveringsmarked

Det europæiske pakkemarked blev anslået til at have en værdi af 42,4 mia. EUR i 2008, hvor B2C-segmentet tegner sig for 15 % af dette marked²⁰. I løbet af de sidste fem år, og som følge af væksten i e-handel, er B2C-segmentet inden for pakkemarkedet vokset enormt. Ud fra de mængder, der leveres i dag, skønnes det, at dette segment nu udgør mellem 20 % og 40 % af de samlede mængder i de mere modne e-handelsmarkeder som f.eks. Det Forenede Kongerige.

Markedet er traditionelt opdelt i ekspres- og standardpakkelevering. Men disse nuværende definitioner²¹ afspejler ikke kompleksiteten og den relative betydning af de forskellige tilbud (standard, udskudt, ekspres eller levering samme dag, sporing, bevis for levering, registreret) og virkeligheden for sektoren for e-handel, som også bruger definitionen "pakke" (små forsendelser på under 2 kg).

Eurostats beregninger viser, at mere end en fjerdedel af alle virksomheder sender e-handelsordrer til andre EU-lande: Af disse er 23 % små virksomheder, mens procentdelen er 41 % for store og 33 % for mellemstore virksomheder²². De små og mindre hyppige kunder, der har mindre mængder og derfor begrænset forhandlingsstyrke over for udbyderne af kurer-tjenester, må nøjes med langt færre leveringsmuligheder. Ifølge skøn fra FTI er de offentliggjorte priser for grænseoverskridende pakkelevering (for kunder uden konto), som de nationale postvæsener kræver, i gennemsnit dobbelt så høje som priserne på hjemmemarkedet.

Postvæsenerne håndterer kun en del af pakkemængderne (med meget forskellige markedsandele pr. land)²³, og kun en lille andel (5-10 %) af disse mængder er omfattet af befordringspligten, i henhold til hvilken medlemsstaterne skal sikre både national og grænseoverskridende basispakkelevering til alle områder i deres territorium til priser, der er

¹⁹ I en undersøgelse i Det Forenede Kongerige svarede 67 % af respondenterne, at gratis levering er den vigtigste faktor til at få dem til at fortsætte eller øge deres brug af en e-detailhandler ("Delivery Matters, 2011 Consumer Trends in multi-channel retailing" af Royal Mail).

²⁰ ITA/WIK 2009. Disse tal vedrører 2008 og omfatter pakke- og ekspresmarkedet. En anden undersøgelse fra IPC anslår værdien af EU's CEP-marked i 2008 til at være 37,38 mia. EUR (ekskl. andre pakker), hvor B2C segmentet udgjorde 26 % af EU's samlede CEP-marked.

²¹ I postdirektivet (direktiv 97/67/EF, ændret ved direktiv 2002/39/EF og 2008/6/EF) betragtes forsendelser af korrespondance eller dokumenter på op til 2 kg som breve, mens varer på op til 20 kg betragtes som pakker.

²² Eurostat (Isoc_ec_ebuyn2) figur 11.

²³ Befordringspligtige virksomheders markedsandele varierer betydeligt i de forskellige medlemsstater: mindre end 10 % i medlemsstater som Bulgarien, Spanien og Det Forenede Kongerige, mellem 10 % og 15 % i medlemsstater som Ungarn og Italien og mere end 25 % i medlemsstater såsom Tjekkiet, Danmark, Frankrig og Estland ifølge "The Evolution of the European Postal Market since 1997" af ITA/ WIK fra 2009.

overkommelige for alle brugere²⁴. Da disse forpligtelser blev indgået længe før udbredelsen af e-handel, blev de ikke udformet med det specifikke formål at imødegå de nuværende behov i denne hurtigt udviklende sektor. Postvæsenernes pakkelevering har traditionelt set været at levere pakker på mellem 2 og 30 kg, men uden den fleksibilitet og kapacitet, som er nødvendig i forbindelse med væksten i e-handel²⁵. I de seneste år har nogle udbydere af kurertjenester ikke desto mindre været i stand til at omlægge deres pakkenetværk eller er i færd med at gøre det, da de står over for en høj grad af konkurrence inden for denne sektor på deres hjemmemarked.

Kurerfirmaerne har opbygget deres succes og infrastruktur på et dedikeret integreret netværk, der kan levere til B2B-segmentet ved at tilbyde særtjenester (hastigheds- og sporingsmuligheder). De er nu i stigende grad aktive i B2C-segmentet, da de har set mulighederne ved væksten i e-handel og manglen på tilfredsstillende løsninger for e-handelsparterne i hele Europa.

Andre logistikudbydere på området – såsom speditører, mæglere, udbydere af ordreekspedition og eksterne logistikudbydere²⁶ – spiller en stadig større rolle for at udfylde gabet mellem e-handel og udbydere af kurertjenester inden for innovation, fleksibilitet, lagerstyring, transport og tilbagelevering af pakker. De løsninger, som de tilbyder, er endnu ikke så udbredte, navnlig blandt SMV'erne. Med større synlighed vil de kunne spille en stigende rolle i fremme af logistikaktiviteter for e-detailhandlerne i fremtiden. Ved at styrke de forskellige kilder til små mængder kan de også skaffe sig gunstigere vilkår/aftaler for levering, som derefter vil kunne videregives til deres agenter og i sidste ende til forbrugerne.

Nogle nichevirksomheder er ved at dukke op. Disse er erhvervsdrivende, som har udformet specifikke løsninger til et bestemt produktsegment (f.eks. særlig forsendelse og levering af tøj bestilt online). Desuden er nogle **førende e-detailhandlere** på det seneste også ved at blive mere involveret i logistik og levering og er ved at udvide deres logistiktjenester til at omfatte mindre e-detailhandlere.

Pakkekiosker (automatiserede skabsrum, hvor pakken opbevares, så forbrugeren kan afhente den ved at bruge en særlig kode) er ved at blive afprøvet af udbyderne af kurertjenester i forskellige lande, og deres generelle anvendelse vil afhænge af, om forbrugerne finder dem tilstrækkeligt effektive, og om der er tilstrækkelige mængder, der leveres på denne måde.

²⁴ Se kapitel 4 for yderligere oplysninger om direktivet for posttjenester.

²⁵ Og navnlig for forbrugerne og SMV'erne: manglen på lave omkostninger for pakkerne (under 2 kg). Tjenesteydelser som f.eks. sporingsmuligheder eksisterer, men kan kun tilbydes i kombination med højere merværdi.

²⁶ Eksterne logistikudbydere hjælper kunder med outsourcete tjenesteydelser for en del af eller al deres logistik (f.eks. "pick and pack", oplagring, dokumentation, etikettering og distribution). Onlinemæglere og pakkespeditører tilbyder rabatter på individuelle forsendelser med kurerselskaber eller nationale udbydere af kurertjenester.

Formidlingssteder (netværk af butikker, der understøttes af en teknologisk platform, hvor forbrugerne kan afhente deres pakker) er blevet brugt tidligere til fjernsalg. Disse netværk er blevet forbedret med nye informationssystemer og udgør et alternativ til de dyrere hjemadresseleveringer. Deres succes afhænger af lokale præferencer og historisk praksis, men der er tegn på, at de udgør et levedygtigt og lovende alternativ til levering i forbindelse med e-handel. Sammenkoblingen mellem e-handel og leveringsmarkederne

Udbyderne af kurertjenester erkender mulighederne i forbindelse med e-handel. Det vil kræve betydelige investeringer og en omfattende omlægning af deres aktiviteter for at skabe nye leveringsmodeller for B2C-segmentet. Aktiviteterne bliver imidlertid komplekse²⁷, når målet er at nå ud til alle områder af territoriet på baggrund af mængder, som er ustadige og vanskelige at forudsige.

Yderligere valg af den endelige levering, f.eks. arbejdsadresselevering eller ved en nabo, tilbydes med en gradvis indførelse af bedre oplysninger og valg, således at forbrugerne kan træffe beslutning om hvornår og hvor, de ønsker at modtage pakkerne. Nogle nye forretningsmodeller er nu også på vej, som yder bedre service for tilbagelevering af varer.

Disse nye løsninger er dog kun langsomt på vej og er stadig ofte ledsaget af dyre merværdiskabende tillæg, som ikke altid er påkrævet. Der er en efterspørgsel efter individualiserede små pakker med enkle sporingsløsninger²⁸ og overkommelige priser²⁹, som i øjeblikket ikke er opfyldt.

Ud fra en driftsmæssig synsvinkel er kurertjenester komplicerede og underlagt mange begrænsninger. Traditionel pakkelevering (med grundydelse og høje omkostninger for grænseoverskridende levering) eller ekspreslevering med høj merværdi (historisk set udformet til B2B-segmentet) er endnu ikke tilpasset de særlige behov, der opstår ved e-handel. Sammenkoblingen mellem udbyderne af posttjenester i grænseoverskridende levering er blevet bedre, især gennem European Parcel Group³⁰. Det er dog kun en del af udbyderne, som

²⁷ Skøn over mængderne, kapacitetsplanlægning, tidsplaner for mængderne, ruter og forbrugernes forventninger må tages i betragtning.

²⁸ En undersøgelse foretaget af IRMG til deres "UK Consumer Home Delivery Review" i 2012 viser, at 85 % af respondenterne pegede på adgang til onlinesporingsinformation som den allervigtigste måde til at gøre levering mere bekvemmelig ("IRMG UK Consumer Home Delivery Review 2012 – a study of online fulfilment requirements"). I undersøgelse om den europæiske e-handel i 2011, der blev foretaget af Accenture for European Retail Round Table, bliver forsyningskæden og leveringsspørgsmålet identificeret som en hindring for markedsadgangen af 34 % af respondenterne, mens 42 % af respondenterne pegede på problemer med forsendelsesinfrastrukturen ("European Cross-border E-commerce – the challenge of achieving profitable growth" af Accenture fra januar 2012).

²⁹ FTI (2011), Civic Consulting (2011) og "Mystery Shopping Evaluation of Cross-Border e-commerce in the EU" (2009).

³⁰ Udbyderne af posttjenester, som leverer deres prioriterede pakkeprodukter gennem European Parcel Groups integrerede beforderingsnetværk, har gavn af et "track-and-trace"-system og et automatisk kundeservicesystem, der forbinder callcentrene fra hver udbyder af posttjenester.

går gennem denne kanal, og der tilbydes intet alternativ til pakkesporingsydelsen og ikke-prioriterede pakker.

I virkeligheden eksisterer der to forskellige verdener side om side, hvor den ene er drevet af afsætning (e-handel), mens den anden (logistik) drives af en række driftsmæssige krav. Begge har forskellige tidshorisonter, baggrunde, brug af it-systemer og -løsninger og resultatindikatorer for deres forretninger. Både e-handelen og leveringsmarkederne står derfor over for store og grundlæggende udfordringer: E-handelsmodellen har endnu ikke fuldt ud stabiliseret sig, mens logistiksektoren endnu mangler fuldt ud at tilpasse sig til behovene og kravene i forbindelse med e-handel. I et sådant miljø under hastig forandring er investeringsvalg og beslutninger vanskelige at træffe.

3. Centrale udfordringer for de forskellige aktører

3.1 Forbrugernes erfaringer og forventninger

Forbrugerne efterspørger mere bekvem levering: flere leveringsalternativer med mulighed for at vælge deres foretrukne, bedre forhåndsoplysninger om leveringsprocessen, lettere tilbagelevering og brugervenlige faciliteter, der anvender ny teknologi til at forudbestemme leveringen (smartphones, tavlecomputere og sms-varsel)³¹. De forventer større gennemsigtighed med hensyn til de betingelser, under hvilke deres ordrer er afsendt, og især når pakkerne er forsinkede, beskadigede eller bortkomne. Samtidig forventer de gennemsigtighed med hensyn til prisgennemskuelse og -sammenlignelighed samt graden af konkurrence.

Som modtageren af varerne bliver forbrugers beslutning om at købe kraftigt påvirket af adgangen til gratis – eller lave meromkostninger for – levering (og tilbagelevering). Forbrugerne ser også i stigende grad til andre nationale markeder, men kompleksiteten og den manglende gennemsigtighed i grænseoverskridende levering er en væsentlig hindring. Som afsendere af pakker, og navnlig når de tilbageleverer bestilte varer, udgør forbrugerne et relativt bundet marked, og høje leveringsomkostninger er nævnt som en af de væsentligste årsager til deres utilfredshed med e-handel³². Samlet set er prisen fortsat den mest dominerende, når det drejer sig om at vælge en grænseoverskridende leveringsmulighed³³.

Bekvemmeligheden varierer mellem de nationale markeder og typen af de leverede varer. Undersøgelser af forbrugernes præferencer viser, at bekvemmelighedsaspekter kan vedrøre hele leveringsprocessen.

F.eks. udpeger en undersøgelse i Det Forenede Kongerige seks hovedområder for kundernes præferencer: fleksible leveringsmuligheder, overkommelige leveringsomkostninger, fleksibilitet med hensyn til hvor varen kan leveres, effektiv kommunikation om levering, hurtig levering og gode personlige erfaringer med udbyderen af kurertjenesten³⁴. Specielt bliver tidstro leveringsoplysninger stadig vigtigere, især for den yngre generation³⁵. De ønsker

³¹ En række undersøgelser er påbegyndt for at identificere behovene hos forbrugerne over for levering af varer bestilt online. F.eks. "Home delivery in the UK 2011" af Snow Valley, IPC's "Cross border E-commerce report 2010", IRMG (2012) og CIVIC (2011).

³² En undersøgelse om forbrugernes erfaringer med e-handel viser, at de fleste af de problemer, som forbrugerne oplever, når de køber varer, vedrører levering: lang leveringstid (28 % af forbrugerne er stødt på problemet), levering af beskadigede varer (20 %), ingen levering (17 %), levering af forkerte varer (14 %) og leveringsomkostningerne eller den endelige pris var højere end angivet på webstedet (7 %).

³³ IPC's "Cross border e-commerce report".

³⁴ "The 2011 online retail delivery report" af Snow Valley.

³⁵ "Consumer Focus".

at have kontrol med leveringen og forventer at blive tilbudt sporings- og sms-løsninger (dvs. varslings over sms)³⁶.

3.2 E-detailhandlernes udfordringer, når de leverer varer til deres kunder

E-detailhandlerne ønsker at imødekomme behovene og forventningerne hos forbrugerne med en enkel, gennemsigtig og pålidelig levering³⁷. De er meget opmærksomme på den kendsgerning, at forbrugernes feedback er stærkt påvirket af deres erfaringer med leveringen, hvilken har en direkte indvirkning på deres varemærke og image.

De har behov for flere muligheder, hvilket et mere konkurrencebaseret leveringsmarked (dvs. et med flere aktører, der har forskellige tilbud og alternative leveringsmuligheder) bør være i stand til at tilbyde dem. De kan have særlige leveringsbehov for bestemte varer (f.eks. medicin, friske produkter eller varer af høj værdi). Men selv på de mest konkurrencebaserede markeder er kløften mellem de markedsføringsbaserede e-handelstilbud og de driftsbaserede logistikprocesser fortsat til stede.

Logistik er af afgørende betydning for e-detailhandlernes bæredygtighed, og især for SMV'erne. Tilgængeligheden af overkommelige og effektive leveringsløsninger har navnlig betydning for de SMV'er og mikrovirksomheder, der opererer fra fjerntliggende områder og udkantsområder.

I et meget konkurrencepræget miljø er prispres en hovedforudsætning for, hvem der vinder markedsandel. SMV'er, der søger indtægtsmuligheder på tværs af grænserne, er stærkt afhængige af et integreret europæisk leveringssystem, som endnu mangler at blive udviklet. De leder efter vækst i andre nationale markeder, men står over for højere omkostninger, større kompleksitet og mangel på gennemsigtighed, når det gælder grænseoverskridende levering³⁸. De større e-detailhandlere er langt bedre stillet i forhandling om priser og vilkår med udbydere af kurer tjenester.

Både små og store e-detailhandlere har generelt behov for mere fleksibilitet fra udbydere af kurer tjenester, og navnlig hvad angår udbydernes kapacitet og grad af teknologisk innovation. E-detailhandlerne har en særlig udfordring i spidsbelastningsperioder såsom før jul, hvor udbydernes kapacitet ikke er tilstrækkelig til at dække efterspørgslen. Dette er et vigtigt spørgsmål hvad angår vækst og salg på grund af denne periodes vigtighed for den årlige omsætning.

³⁶ Flere og flere britiske forbrugere vil gerne have en sms til bekræftelse af oplysninger om leveringsstatus: 80 % af de forbrugere, der foretager e-handel, siger, at de gerne vil modtage opdateringer på hvert leveringstrin, ifølge "Delivery matters" fra 2011.

³⁷ IPCs "Cross border E-commerce report 2010".

³⁸ De to største hindringer for grænseoverskridende levering i Frankrig er de høje leveringsomkostninger (78 %) og dårlige leveringsydelser (42 %), sammenlignet med 28 % for manglende efterspørgsel eller 12 % for kulturelle forskelle (ifølge en rapport fra eBay).

E-detailhandlerne vil i stigende grad have kontrol over forsendelses-/leveringsprocessen og indgår derfor partnerskaber med udbydere af kurertjenester. Uanset om de vælger selv at forvalte deres logistik eller indgå underleverandøraftaler omkring logistikken, har de stadig behov for langt flere oplysninger og mere gennemsigtighed fra udbydere af kurertjenester. De har også behov for i fællesskab at aftale flere resultatindikatorer for deres forsendelser for at tilpasse deres forretningsmodeller til tidstro behov (lagerforvaltning, betaling og tilbagelevering).

Videreudvikling af deres forretninger er hæmmet af manglen på et leveringsnetværk struktureret omkring deres specifikke behov (i modsætning til blot en tilpasning af de historiske pakke- eller ekspreslogistikmodeller). Der er behov for mere integration for at udnytte muligheder for vækst. Bedre udveksling af oplysninger og mere fleksible løsninger, der svarer til deres markedsføringstilbud, ville i høj grad forbedre deres drift.

3.3 Udfordringer for udbydere af kurertjenester

Udbydere af kurertjenester er alle de aktører, der spiller en rolle i levering af varer bestilt online indtil den sidste levering til forbrugeren, og omfatter f.eks. transportvirksomheder, pakke- og logistikvirksomheder, andre logistikudbydere og post- og kurerfirmaer for B2C-segmentet. Logistiksektoren opererer traditionelt set med lave profitmarginier inden for en struktur med høje faste omkostninger. Udbydere af kurertjenester er under et enormt pres fra store e-detailhandlere (store afsendere) til at forhandle lave priser.

På den anden side har udbydere af kurertjenester behov for bæredygtige takster på længere sigt for at kunne klare deres netværks høje faste omkostninger³⁹. De forhandlede priser givet til større afsendere kan ikke udvides til afsendere med små postmængder, og slet ikke til enkelte forbrugere.

Udbydere af kurertjenester bliver i stigende grad konfronteret med e-detailhandlernes krav om at tilbyde, inden for et meget kort tidsrum, nye tjenesteydelser og løsninger til lave omkostninger. De har imidlertid brug for tid til at tilpasse deres logistik, der er kompleks og underlagt mange vanskelige ydre forhold. Den grad af fleksibilitet, som forventes af dem (og deres arbejdsstyrke) er også en meget krævende proces.

Derudover er den manglende integration mellem virksomhedernes elektroniske kommunikationssystemer inden for transport- og logistikkæden en stor hindring, især for afsendere af små mængder, og begrænser i høj grad deres valg med hensyn til tilgængelige transport- og logistikmuligheder. Øget samarbejde kunne fremskynde udvekslingen af oplysninger, lette konsolideringen af transportbehov, pakkelevering og fakturering, fremme samordnet transport og mindske omkostningerne ved administration og it-implementering⁴⁰.

³⁹ Herunder udgifter til fornyelse af flåden for at holde den opdateret for at opfylde miljøstandarder.

⁴⁰ Som ved demonstrationsaktiviteten DiSCwise (<http://www.discwise.eu/>).

4. Hensigtsmæssigheden af den nuværende lovgivningsmæssige og institutionelle ramme

Leveringssektoren er underkastet forskellige love og bestemmelser, der har indflydelse på den måde, hvorpå forsendelse og levering kan foregå. De mest relevante er beskrevet og vurderet i det nedenstående:

- **Postdirektivet⁴¹**: Bestemmelserne i postdirektivet er rettet mod at garantere en (grundlæggende) beforderingspligt. De fleste af dens bestemmelser gælder kun for den lille del af pakkemarkedet, der henhører under beforderingspligten (ca. 10 % af pakkemængderne)⁴².

Bestemmelserne om fastsættelse af en (minimums-)kvalitetsstandard, principperne vedrørende omkostninger og priser, prisregulering og indsamling af oplysninger og data, er direkte og i de fleste tilfælde udelukkende knyttet til beforderingspligten.

Et par bestemmelser – navnlig artikel 19 om klageprocedurer – muliggør yderligere regulerende foranstaltninger for pakkelevering uden for beforderingspligtens anvendelsesområde. Disse bestemmelser kunne teoretisk set være hensigtsmæssige for at løse problemer med hensyn til kvaliteten af levering. De fleste af de problemer, der er blevet identificeret (uhensigtsmæssige leveringstider, manglende afhentningsmuligheder, "track-and-trace"-muligheder og tilbageleveringsprocedurer, manglende klarhed om ansvar i tilfælde af tab, tyveri, beskadigelse eller forsinkelse og manglende gennemsigtighed af/oplysninger om tjenesteydelserne), ville ikke være omfattet. Konklusionen er, at den nuværende lovgivningsmæssige ramme for posttjenester ikke er udformet til at imødegå behovet for de forbrugere, der køber online.

- **Rammen for forbrugerbeskyttelse**: Yderligere forbedringer med hensyn til kvaliteten af tjenesteydelser og forbrugerbeskyttelse (navnlig inden for e-handel) kan forventes som følge af den fuldstændige anvendelse af de nationale regler til gennemførelse af direktivet om forbrugerrettigheder inden den 13. juni 2014. Flere bestemmelser i direktivet om forbrugerrettigheder vil øge oplysningsniveauet og gennemsigtigheden, f.eks. a) fjernelse af skjulte gebyrer og større prisgennemsigtighed i forbindelse med aftaler vedrørende fjernsalg og aftaler indgået uden for fast forretningssted, b) en længere periode for fortrydelsesret (14 dage), c) bedre tilbagebetalingsrettigheder (f.eks. godtgørelse af leveringsomkostningerne hvis relevant), d) muligheden for, at forbrugeren kan anvende en standardfortrydelsesformular (hvis kontaktoplysninger og adresse skal være klart

⁴¹ Direktiv 97/67/EF, ændret ved direktiv 2002/39/EF og 2008/6/EF.

⁴² Kun 36 % af pakkemarkedet tilhører beforderingspligtige virksomheder, og af disse 36 % hører kun en lille del under beforderingspligten. Postdirektivets minimumskrav fastsætter, at der skal udbydes skrankeydelser eller grundlæggende pakkeydelser. Minimumskravene for beforderingspligten står i postdirektivets artikel 3, men medlemsstaterne kan gå videre end disse krav.

specificeret) og e) klare krav til oplysninger vedrørende omkostninger ved tilbagelevering af de købte varer i tilfælde af fortrydelse.

Direktivet om forbrugerrettigheder vil også have indvirkning på pakkeposttjenester, fordi disse tjenester, navnlig med hensyn til levering af varer til forbrugerne, hører under aftaler vedrørende fjernsalg og aftaler indgået uden for fast forretningssted, der er omfattet af direktivet om forbrugerrettigheder. Direktivet om forbrugerrettigheder har, når det er blevet gennemført, potentiale til at øge forbrugernes tillid til grænseoverskridende køb. Det vedrører imidlertid ikke problemet med pakkeleveringspriser, ligesom direktivet for forbrugerrettigheder ikke danner grundlag for at fastslå den eventuelle forpligtelse for udbydere af kurertjenester eller yderligere kvalitetsaspekter ("track-and-trace"-muligheder, afhentningsmuligheder osv.), som onlineforbrugerne muligvis forventer.

Forslaget til en forordning om en fælles EU-købelov⁴³ indeholder et selvstændigt, ensartet sæt aftaleretlige regler, der finder anvendelse i grænseoverskridende B2C- og B2B-aftaler. Det indeholder bestemmelser om levering af varer eller digitalt indhold, navnlig for købsaftaler, der indebærer levering af varer af en transportvirksomhed. Disse regler ville først finde anvendelse, når den fælles EU-købelov er valgt af parterne. Ligesom direktivet om forbrugerrettigheder vil en fremtidig fælles EU-købelov ikke omfatte pakkeleveringsproblemerne med hensyn til alt for høje priser eller visse kvalitetsaspekter.

Kommissionens nye forslag til alternativ tvistbilæggelse⁴⁴ af forbrugertvister har til formål at forbedre forbrugerbeskyttelsen yderligere med hensyn til tvistbilæggelse. De eksisterende bestemmelser inden for (post-)pakkelevering (artikel 19 i direktivet om posttjenester) vil blive yderligere styrket gennem lovgivningen om alternativ tvistbilæggelse⁴⁵.

- **Konkurrenceret:** Priserne for pakkelevering uden for forsyningspligten er ikke omfattet af sektorspecifik lovgivning, men er underlagt konkurrencereglerne. Artikel 101 og 102 i TEUF er direkte gældende. På det grænseoverskridende pakkemarked inden for EU ville EU's konkurrenceret (her artikel 102 i TEUF) eksempelvis blive overtrådt, hvis en dominerende (grænseoverskridende) udbyder af kurertjenester udviste aggressiv erhvervsmæssig adfærd for at forhindre adgang til det grænseoverskridende pakkemarked.

⁴³ KOM(2011) 635 endelig af 11.10.2011.

⁴⁴ Kommissionens forslag til Europa-Parlamentets og Rådets direktiv om alternativ tvistbilæggelse for forbrugertvister og om ændring af forordning (EF) nr. 2006/2004 og direktiv 2009/22/EF (direktiv om alternativ tvistbilæggelse på forbrugerområdet), KOM(2011) 793 endelig af 29.11.2011.

⁴⁵ Postdirektivets artikel 19 forpligter medlemsstaterne til at tilskynde etableringen af uafhængige ordninger for udenretlig tvistbilæggelse.

Artikel 101 i TEUF forbyder aftaler mellem virksomheder, der kan påvirke handlen mellem medlemsstater, og som har til formål eller til følge at hindre, begrænse eller fordreje konkurrencen på det indre marked.

- Inden for visse grænser er leveringssektoren også omfattet af bestemmelserne i **servicedirektivet**⁴⁶ og respektive nationale gennemførelsesforanstaltninger. Følgende to aspekter kræver særlig opmærksomhed i forbindelse med e-handel og den dertil knyttede levering:
 - Servicedirektivets artikel 20, stk. 2, indeholder et forbud mod forskelsbehandling i de generelle betingelser for adgangen til en tjenesteydelse på grundlag af modtagerens bopæl. Den søger således at lette leveringen af tjenesteydelser på tværs af grænserne. Den 8. juni 2012 udsendte Kommissionen retningslinjer for, hvordan denne forpligtelse om ikke-forskelsbehandling skal fortolkes af de nationale myndigheder⁴⁷. Dette bør resultere i større gennemsigtighed om anvendelsen af leveringsrestriktioner (forud for den forpligtelse, som er fastsat i artikel 8 i direktivet om forbrugerrettigheder) og reducere forbrugernes frustrationer, når de nægtes levering på grund af deres bopæl. Retningslinjerne præciserer også, at en virksomheds argument for, at der ikke er nogen leveringsmuligheder, sjældent kan påberåbes som en legitim grund til at afslå levering af en købt vare til en given medlemsstat på grund af befordringspligten.
 - Servicedirektivets artikel 22, som vedrører oplysningskrav for tjenesteyderne, tjener til at sikre, at visse oplysninger altid gives på en lettilgængelig måde til tjenestemodtagerne (f.eks. navn og kontaktoplysninger på tjenesteyderen, generelle betingelser og vilkår og prisen på tjenesteydelsen).
- **Transport-** og logistikrelaterede spørgsmål på EU-plan og internationalt plan er omfattet af en række regler, navnlig i forbindelse med virkeliggørelsen af et indre marked for transport og miljømæssige (f.eks. lavere kulstofemissioner i forsyningskæden og mindskelse af luftforureningen fra motorkøretøjer) og sikkerhedsmæssige spørgsmål. De vigtige politiske initiativer er anført i Kommissionens hvidbog "En køreplan for et fælles europæisk transportområde" og det kommende initiativ for e-fragt⁴⁸.
- **Andre relevante regler**, som kan påvirke sektoren, er dem, der beskæftiger sig med emner som f.eks. byplanlægning, markedsovervågning, moms, arbejdsvilkår og, hvad angår udenrigshandel, told, sikkerhed og andre internationale spørgsmål:

⁴⁶ Direktiv 2006/123/EF.

⁴⁷ http://ec.europa.eu/internal_market/services/docs/servicesdir/implementation/report/SWD_2012_146_en.pdf.

⁴⁸ Kommissionens hvidbog: "En køreplan for et fælles europæisk transportområde", KOM(2011) 144 endelig, og initiativet for e-fragt: http://ec.europa.eu/governance/impact/planned_ia/docs/2013_move_001_e_freight.pdf.

- Byplanlægning: Mange medlemsstater er for nyligt begyndt at indføre særlige regler for trafik i bymidterne (eller selv uden for disse områder) med henblik på f.eks. at mindske luftforureningen som led i deres bredere strategi for bedre luftkvalitet⁴⁹ eller for at bevare deres kulturarv. Sådanne nationale regler kan påvirke forretningsløsningerne for udbydere af kurertjenester, som er nødsaget til at tilpasse deres indsamlings- og leveringstider til de tilgængelige tidspunkter eller endog at sikre levering på anden måde (f.eks. cykler), da bytrafik kan være forbudt på bestemte tidspunkter.
- Overvågning af markedsførte produkter: Leveringssektoren er også dækket af bestemmelserne om markedsovervågning⁵⁰ De finder anvendelse uden hensyn til distributionskanalen, herunder fjernsalg og e-handel, og indeholder bestemmelser om kontrol af produkter, der kommer ind på EU-markedet, af told- og markedsovervågningsmyndighederne. F.eks. skal markedsovervågningsmyndighederne, hvis de konstaterer, at et produkt, som bliver ført ind i EU af en udbyder af kurertjenester, ikke overholder EU-lovgivningen, foretage de fornødne foranstaltninger, som om nødvendigt kan betyde et forbud mod at bringe produktet i omsætning. Dette har direkte konsekvenser for udbyderen af kurertjenester, som muligvis må tilbagelevere produkterne, eller som, i visse tilfælde, muligvis kommer i en situation, hvor produkterne destrueres af markedsovervågningsmyndighederne.
- Moms: De nationale momsregler og -satser kan påvirke køberne og have indflydelse på valg af kurertjeneste. En udbyder af kurertjenester fritages for moms, hvis den er en del af befordringspligten, mens brugerne af en udbyder af kurertjenester, som ikke er en del af befordringspligten, (muligvis) skal dække momsudgifterne⁵¹. Momssatserne varierer også mellem medlemsstaterne. Dette kan have en indvirkning på handelsstrømmene inden for EU.
- Arbejdsvilkår: Leveringssektoren betragtes traditionelt som en meget arbejdskraftintensiv sektor, hvor den største andel af udgifterne vedrører det sidste stykke ud til den endelige levering. På denne baggrund er der opstået mange forskellige "betal-for-leveringen"-løsninger inden for leveringssektoren

⁴⁹ F.eks. Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2008/50/EF af 21. maj 2008 om luftkvaliteten og renere luft i Europa, EUT L 152 af 11.6.2008, der indeholder et regelsæt i forhold til målsætningerne om luftkvaliteten i EU.

⁵⁰ I henhold til Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 765/2008 af 9. juli 2008 om kravene til akkreditering og markedsovervågning i forbindelse med markedsføring af produkter og om ophævelse af Rådets forordning (EØF) nr. 339/93 og direktiv 2001/95/EF om produktsikkerhed i almindelighed.

⁵¹ For yderligere oplysninger om omfanget af momsfritagelse i postsektoren se EU-Domstolens præjudicielle afgørelse i sag C-357/07, *The Queen*, efter anmodning fra TNT Post UK Ltd, mod The Commissioners for Her Majesty's Revenue and Customs, Sml. 2009 I, s. 3025, præmis 36-40.

(f.eks. fast leveringspris og betaling pr. leveret vare), der også afhænger af den gældende lovgivningsmæssige ramme⁵².

- Told og andre internationale spørgsmål: Der findes en række andre regler i enten internationale handelsaftaler eller EU-lovgivningen, som kan have en indvirkning på grænseoverskridende leveringsløsninger, herunder strømme inden for EU. De udbydere af kurer tjenester, som eksporterer til eller importerer fra tredjelande, er eksempelvis underlagt toldprocedurer og sikkerhedsmæssige krav som følge af internationale handelsaftaler (f.eks. reglerne fra Verdenstoldorganisationen og fra Organisation for International Civil Luftfart) eller som følge af EU-lovgivningen (f.eks. EF-toldkodeksen⁵³ og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 2320/2002 om sikkerhed inden for civil luftfart).
- De nationale postvæsener er derudover underlagt særlige regler fra Verdenspostforeningen.

Spørgsmål: Den lovgivningsmæssige og institutionelle ramme for et EU-marked for pakkelevering

- 1) For så vidt angår denne grøn bog, defineres "pakke" i bredeste forstand og omfatter alle forsendelser på op til 30 kg. Er der særlige aspekter, som ifølge Dem er afgørende for definitionen af "pakke" i forbindelse med målet om at nå et mere integreret, velfungerende pakkeleveringsmarked inden for EU⁵⁴?
- 2) Er, og i bekræftende fald i hvilket omfang, den eksisterende ramme en hindring for oprettelsen af et reelt integreret europæisk pakkeleveringsmarked, der opfylder behovene og forventningerne fra både e-detailhandlerne, forbrugerne og arbejdstagerne i sektoren?
- 3) Hvad er de tre største udfordringer ved den lovgivningsmæssige ramme? Hvad kan der gøres for at hjælpe Dem med at overkomme disse udfordringer på lang og kort sigt?
- 4) Mener De, at der er huller i lovgivningen eller behov for yderligere foranstaltninger/forordninger? I bekræftende fald, gør venligst rede for dem.

⁵² F.eks. identificerer artikel 2, nr. 19), i direktivet om posttjenester overholdelse af arbejds- og ansættelsesvilkår som et af de mulige væsentlige krav til udbydere af posttjenester, når der ansøges om autorisation.

⁵³ Rådets forordning (EØF) nr. 2913/92 af 12. oktober 1992 om indførelse af en EF-toldkodeks, EFT L 302 af 19.10.1992.

⁵⁴ Bemærk venligst, at Deres svar til efterfølgende spørgsmål under alle omstændigheder skal baseres på den definition, der er givet i grønbogen.

5. På vej mod et reelt indre marked for pakkelevering

Baseret på en analyse af den eksisterende lovgivningsmæssige og institutionelle ramme vil de følgende kapitler fokusere på tre hovedemner, der betragtes som redskaber til at skabe et integreret EU-marked for pakkelevering, der giver både e-detailhandlerne og deres kunder de leveringsløsninger, som de behøver:

- **Bekvemmelighed:** større fleksibilitet og større gennemsigtighed for forbrugerne⁵⁵.
- **Omkostninger:** mere omkostningseffektive leveringsløsninger, navnlig til grænseoverskridende levering.
- **Samarbejdsevne:** en højere grad af samarbejde mellem udbyderne af kurertjenester i forsyningskæden og en bedre koordinering mellem e-detailhandlerne og udbyderne af kurertjenester.

I nedenstående afsnit gennemgås forskellige aspekter af disse tre målsætninger med henblik på at identificere mulige løsninger til forbedring af den nuværende situation. Desuden vurderes det, i hvilket omfang effektive markeder kan være i stand til at levere de ønskede resultater, eller om ændringer af den nuværende tilsynsmæssige eller lovgivningsmæssige ramme bør overvejes.

5.1 Forbedring af forbrugernes erfaringer og bekvemmelighed

5.1.1 Øget gennemsigtighed

Når forbrugerne køber ind online, bør de udstyres med flere oplysninger om mulige leveringsløsninger, deres tilknyttede priser og serviceniveau og de praktiske bestemmelser for levering (dvs. tidspunkt og sted for leveringen)⁵⁶.

Under og efter leveringen skal kunderne kunne dele deres vurdering af den faktiske kvalitet af den modtagne kurertjeneste. Mere gennemsigtige oplysninger om de faktiske leveringsresultater, navnlig for grænseoverskridende køb, kan tjene flere formål. Først og fremmest vil det sætte forbrugerne i stand til at træffe mere oplyste valg til deres efterfølgende indkøb ved at vælge – hvor dette er muligt – den leveringsløsning, som de har mest tillid til og som bedst opfylder deres behov. For det andet vil øget gennemsigtighed også skabe et incitament til udbyderne af kurertjenester til at forbedre deres ydelser. For det tredje vil det at åbne denne "black box" for leveringer også bidrage til at ændre kundernes opfattelse af den faktiske levering i de tilfælde, hvor en sådan opfattelse er fejlagtig eller urealistisk.

De forskellige løsninger er for øjeblikket ved at blive testet for at øge gennemsigtigheden med hensyn til levering af pakker.

⁵⁵ 47 % af forbrugerne påpeger, at den manglende bekvemmelighed for levering kan forhindre dem i at handle online ("Consumer Focus research on consumer needs" fra november 2010).

⁵⁶ Foruden kravene i EU's forbrugerlovgivning, der forpligter forhandlerne til at levere klare og gennemsigtige oplysninger til forbrugerne, navnlig deres ret til at fortryde aftaler vedrørende fjernsalg.

Spørgsmål: Forbedring af forbrugernes erfaringer og bekvemmelighed - øget gennemsigtighed

5) Oplysninger om leveringsløsninger og betingelser

- a) Hvilke oplysninger⁵⁷ bør stilles til rådighed for forbrugerne på e-detailhandlerens websted (navn og kontaktoplysninger på udbyderen/udbyderne af kurertjenester, prisen for levering, tidspunkt og sted for leveringen, oplysninger om klagebehandling, "track-and-trace"-muligheder og tilbageleveringsmuligheder)?
- b) Hvad kan der gøres for at give forbrugerne klare, gennemsikkelige og sammenlignelige oplysninger om leveringen på det rigtige tidspunkt under hensyntagen til risikoen for at få alt for mange oplysninger?

6) Oplysninger om leveringens kvalitet

- a) **Kvalitetsindikatorer** vedrører f.eks. leveringshastigheden, den geografiske dækning af udbyderen af kurertjenester, forsinkelser og beskadigede eller bortkomne pakker. Hvordan kan oplysninger om sådanne kvalitetsindikatorer indsamles og måles? Vil offentliggørelsen af resultaterne af disse kvalitetsindikatorer skabe merværdi for forbrugerne? Er der behov for at udvikle standarder for at overvåge leveringens kvalitet?
- b) Vil **tillidsmærkeordninger** (f.eks. et certifikat fra en brancheorganisation om, at forbrugeren kan have tillid til leveringen fra udbyderen af kurertjenester, da krav om god praksis er opfyldt) udgøre en mere effektiv måde at øge forbrugernes tillid?
- c) Vil **ISO-certificering** af en kvalitetsproces med sigte på en effektiv levering være et egnet redskab til at øge forbrugernes tillid?

7) Uafhængigt tilsyn:

Hvem skal tage initiativ til at overvåge kvaliteten af leveringen: en brancheorganisation, et uafhængigt organ eller en regeludstedende myndighed?

5.1.2 Bedre service og mere sikkerhed til forbrugerne

Selv om forbrugerne lægger vægt på leveringen af deres pakke, kender de ikke nødvendigvis særlig meget til, hvilken slags udbyder af kurertjenester der leverer deres pakke. Det vigtigste for dem er, hvem de kan henvende sig til, når de har spørgsmål til leveringen, og at de får et hurtigt svar og nøjagtige oplysninger. Dette er særligt relevant i grænseoverskridende situationer, som normalt omfatter flere udbydere af kurertjenester.

⁵⁷ Ud over oplysningskravene i EU's forbrugerlovgivning og direktiverne for tjenesteydelser og for e-handel (2006/123/EF og 2000/31/EF).

Den eksisterende lovgivningsmæssige ramme omfatter kun en del af forbrugernes leveringsbehov, når der købes online. EU's direktiv om posttjenester blev ikke konstrueret til e-handelsmiljøet, og postvæsenerne er kun én af de mange aktører inden for pakkelevering. Direktivet om forbrugerrettigheder indeholder bestemmelser om mange garantier for forbrugere, når der købes online, f.eks. oplysning af pris, leveringsforsinkelser og tilbageleveringsproceduren. Specifikke leveringsspørgsmål kan fortsat være et problem for forbrugerne, og mere specifikke garantier kan være nødvendige.

Den nuværende befordringspligt yder kun et "sikkerhedsnet" til lejlighedsvis afsendere af pakker. Nogle interessenter hævder, at grundet væksten af e-handel i B2C-segmentet og vigtigheden af en passende endelig levering kan det være nødvendigt med en ny definition (af befordringspligten), som i højere grad bør tilpasses forbrugernes forventninger til e-handel. En sådan "ny" befordringspligt bør opfylde forbrugernes krav i form af et minimumsniveau for bekvemmelighed – navnlig hvad angår oplysninger om leveringsprocessen og muligheder for tilbagelevering af pakker – og dække e-detailhandlernes behov med hensyn til sporing af og prisoverkommelighed for deres markedsføringstilbud. Det hævdes, at, når forbrugerne vil have tjenesteydelser, der rækker ud over sådanne minimumskvalitetsstandarder, vil markederne tilbyde alternative løsninger og tjenesteydelser, der opfylder de mere avancerede behov.

Spørgsmål: Øgede forbrugererfaringer og -bekvemmelighed – bedre tjenesteydelser og flere garantier

8) Muligt behov for og omfang af en befordringspligt for pakker:

- a) Er der behov for en ny befordringspligt for at tackle pakkeleveringers tilgængelighed, prisoverkommelighed og kvalitet?
- b) I bekræftende fald, hvad er de væsentligste egenskaber ved denne "nye" befordringspligt (med hensyn til serviceniveau, bekvemmelighed og prisoverkommelighed)?
- c) Mener De, at en befordringspligt (for pakker) ville være gennemførlig med hensyn til omkostninger/rentabilitet set fra perspektivet for en udbyder af kurertjenester? I bekræftende fald, på hvilket niveau?
- d) Hvilke redskaber ville være de bedste til at implementere et sådant koncept (f.eks. retningslinjer, ændring af postdirektivet eller et nyt lovgivningsmæssigt instrument med større beføjelser til de nationale reguleringsmyndigheder)?

9) Forbedrede forbrugererfaringer

- a) Hvordan kan forbrugernes problemer med og klager over leveringer behandles mest effektivt⁵⁸ under hensyntagen til de eksisterende forbrugerrettigheder?
- b) Har De nogen bekymringer om erstatningsansvar⁵⁹ i tilfælde af bortkomne eller beskadigede pakker? Hvad kan der gøres for at forbedre situationen?
- c) Kunne e-handelsbranchen og udbydere af kurertjenester skabe mere proaktive løsninger for bedre at imødekomme forbrugerne? Hvilke tiltag kan træffes hurtigt med henblik på at forbedre situationen på kort sigt? Hvilke mellem- til langsigtede løsninger kunne overvejes?

5.2 Mere omkostningseffektive og konkurrencebaserede leveringsløsninger

Forbrugerne og e-detailhandlerne betragter generelt de nuværende priser som værende for høje. Udbydere af kurertjenester fremfører derimod, at de allerede arbejder med lave marginer, og at bæredygtige priser er nødvendige for at sikre deres økonomiske levedygtighed på lang sigt.

5.2.1 Kontrol med omkostningerne

Som beskrevet ovenfor anses priserne for grænseoverskridende pakker for at være for høje, især for afsendere af små mængder. Dette afsnit undersøger, hvilke løsninger der kan øge omkostningseffektiviteten af kurertjenester, hvilket ville gøre det muligt at videregive omkostningsbesparelser til brugerne af disse tjenester.

Omkostningsstrukturerne varierer betydeligt mellem udbydere af kurertjenester, da geografiske og individuelle faktorer (såsom tæthed, mængder og tidsmæssige begrænsninger) kan variere. De offentliggjorte takster er normalt baseret på den gennemsnitlige vægt, forsikring og hastighed, men disse matcher ikke nødvendigvis de faktiske omkostninger, som udbydere af kurertjenester har⁶⁰. B2C-levering, navnlig for pakker, betragtes som omkostningstung af udbydere af kurertjenester. De overvejede løsninger til sikring af et vellykket første leveringsforsøg (f.eks. mere ajourførte adressedatabaser og forhåndsoplysninger om levering) kan begrænse ekstraomkostningerne. En anden

⁵⁸ Se artikel 19 i direktivet for posttjenester om indførelse af gennemsigtige procedurer, mægling og alternativ bilæggelse af tvister.

⁵⁹ Hvad angår ansvar ved multimodal transport, afventer Kommissionen udfaldet af medlemsstaternes ratifikationsproces af Rotterdamreglerne.

⁶⁰ Inden for omkostningsfordeling er "vægt, forsikring og hastighed" ikke nødvendigvis omkostningsfaktorer, som er forbundet med alle postaktiviteter (indsamling, transport, sortering og levering). Desuden anvendes der normalt til fordeling af fællesomkostninger på de forskellige postprodukter en generel fordelingsnøgle (f.eks. markup – ligeligt fordelt prisfastsættelse), hvor de forskellige omkostningsparametre såsom vægt ikke er direkte relevante. Dette betyder, at omkostningsberegningen baseret på ovennævnte omkostningsfordelingsprincipper ikke nødvendigvis giver det samme resultat som ved anvendelse af vægt eller andre parametre som målestok for omkostninger.

leveringsmåde (f.eks. afhentningscentre eller pakkekiosker) kunne også være en mulighed for at begrænse leveringsomkostningerne.

Øget konsolidering af små mængder, især fra SMV'erne, giver også mulighed for en generel nedbringelse af omkostningerne. Flere synergier mellem udbydere af kurer tjenester ville føre til øget effektivitet på et marked, der påvirkes af stordriftsfordele. I den grænseoverskridende sammenhæng ville de også skabe mere flydende pakkestrømme.

Spørgsmål: Mere omkostningseffektive og konkurrencebaserede leveringsløsninger – kontrol med omkostninger

10) Forskellige løsninger kan overvejes for at have kontrol med omkostningerne:

- a) Findes der nogen tydelige eksempler på eller gode praksisser for alternative leveringsløsninger til nedbringelse af omkostningerne?
- b) Findes der nogen tydelige eksempler på gode praksisser til at øge effektiviteten⁶¹?
- c) Hvilken teknologitype kan eller kunne reducere leveringsomkostningerne?
- d) Hvad kan der, ifølge Dem, gøres for at eliminere eller afbøde nuværende lovgivningsmæssige begrænsninger, uden at de underliggende mål kommer i fare⁶²?

5.2.2 Konkurrencedygtige, men også bæredygtige priser

Behovet for bæredygtige takster

Pakkeleverandørerne er bekymrede for eventuelle stigninger i omkostningerne, som må afspejles i potentielt højere priser for kunderne. Samtidig er forbrugerne ved at blive vant til tilbud om "gratis fragt", som bevirker, at de muligvis undervurderer de reelle driftsmæssige og samfundsmæssige omkostninger forbundet med levering.

Store e-detailhandlere har mulighed for at forhandle om taksterne på grund af deres mængder. Margintrykket for udbydere af kurer tjenester kan være markant, samtidig med at disse udbydere bliver nødt til at foretage nye investeringer for at tilpasse deres aktiviteter til de krav, der stilles i forbindelse med e-handel.

Begrebet "bæredygtighed" om priser i dette afsnit vedrører priser, som afspejler de reelle omkostninger til den underliggende tjenesteydelse i henhold til både tjenesteudbydere (f.eks. sikring af deres langsigtede rentabilitet) og samfundet som helhed (f.eks. i miljømæssig og social henseende) – dog fra den antagelse, at de nationale og grænseoverskridende leveringsmarkeder er tilstrækkeligt konkurrencebaserede og dermed effektive.

⁶¹ F.eks. en højere grad af harmonisering af leveringsprocessen, effektivitetsgevinster konsolidering og deling af faciliteter på lokale logistikknudepunkter. Se også initiativet for e-fragt: http://ec.europa.eu/governance/impact/planned_ia/docs/2013_move_001_e_freight.pdf.

⁶² Se afsnit 4 om den nuværende lovgivningsmæssige ramme.

Spørgsmål: Konkurrencedygtige, men også bæredygtige priser – taksternes bæredygtighed og gennemsigtighed

11) Taksternes bæredygtighed:

- a) Mener De, at det nuværende takstniveau, som forbrugerne skal betale, for hjemadresselevering er bæredygtigt på mellemlang og lang sigt? I benægtende fald, hvad kan der gøres for at reducere dem?
- b) Bør e-detailhandlernes faktiske leveringsomkostninger gøres mere gennemsigtige for forbrugerne? I bekræftende fald, hvordan?
- c) Bør de reelle omkostninger ved levering for samfundet i almindelighed gøres mere gennemsigtige? I bekræftende fald, hvorfor? Og hvordan?

Mere konkurrencebaserede leveringsmarkeder

Forbrugerne opfatter ofte valget af leveringsløsninger som værende meget begrænset på grund af manglende gennemsigtighed i markedet og den faktiske – eller den tilsyneladende – konkurrence på markedet. I nogle tilfælde kan de relevante leveringsmarkeder være domineret af nogle få udbydere af kurer-tjenester, hvis adfærd forhindrer e-detailhandlerne og forbrugerne i at høste den fulde fordel af reelle konkurrencebaserede markeder.

Specifikke forudgående lovgivningsmæssige løsninger kunne iværksættes til fordel for forbrugerne ved at gøre leveringsmarkederne konkurrencebaserede på et bæredygtigt grundlag.

Spørgsmål: Konkurrencedygtige, men også bæredygtige priser - mere konkurrencebaserede leveringsmarkeder

12) Konkurrenceniveauet i leveringsmarkederne:

- a) I hvilke markeder eller markedssegmenter ville mere konkurrence være nødvendig?
- b) Offentliggørelse af prissammenligninger ville skabe større klarhed for forbrugerne og SMV'erne. Hvordan kan dette gøres? Hvad ville være fordelene og ulemperne?

13) Tilsyn og lovgivning:

Forudgående lovgivningsmæssige foranstaltninger (såsom forpligtelser med hensyn til gennemsigtighed, forpligtelser til at give adgang til beforderingsnetværkene og krav om, at taksterne skal være omkostningsbaserede osv.), som er pålagt udbydere af kurer-tjenester med en stærk markedsposition, kan føre til mere konkurrencebaserede markeder.

- a) Hvilke markeder ville være relevante at tage i betragtning i denne sammenhæng?
- b) Hvilke særlige forhold ved grænseoverskridende levering kan berettige omkostningsbegrænsninger? Uddyb venligst.

- c) Bør tilsynsmyndighederne have flere oplysninger om omkostningsregnskaber fra udbydere af kurertjenester for bedre at bedømme pakkernes omkostnings-/prisstruktur?
- d) Bør tilsynsmyndighederne og/eller konkurrencemyndighederne spille en mere aktiv rolle med hensyn til overvågning af de pågældende nationale markeder eller markedssegmenter?

Mere konkurrencedygtige priser for grænseoverskridende levering

Priser for grænseoverskridende tjenesteydelser er af særlig stor betydning for forbrugerne og e-detailhandlerne, særligt SMV'erne. Taksterne varierer betydeligt⁶³, selv for ordrer, der indeholder samme udvalg af varer og sendes til samme bestemmelsessted. Det er derfor nødvendigt at finde løsninger for at begrænse virkningerne af grænseoverskridende leveringspriser og for at afhjælpe den eksisterende kløft mellem indenlandske og grænseoverskridende priser, hvor det ikke er objektivt begrundet.

Spørgsmål: Konkurrencedygtige, men også bæredygtige priser - mere konkurrencedygtige priser for grænseoverskridende leveringer

14) Hvordan kan der sikres mere konkurrencedygtige og gennemsigtige grænseoverskridende takster?

- a) Bør det overlades til markeds kræfterne at bestemme takstniveauerne og graden af gennemsigtighed, som e-detailhandlerne og forbrugerne efterspørger?
- b) Ville et større lovgivningsmæssigt tilsyn bidrage til bæredygtige priser for forbrugerne?
- c) Mener De, at anvendelsen af visse typer af prislofter for grænseoverskridende enkeltpakker ville være en gennemførlig og effektiv løsning til at afhjælpe e-detailhandlernes og forbrugernes behov? Hvilke konsekvenser vil et sådant prisloft have på markedstilbud og konkurrence?

⁶³ FTI, CIVIC (2011), Eurobarometer, Accentures "European cross border e-commerce" (2011) og YouGov Psychonomics' "Mystery Shopping Evaluation of Cross-Border e-commerce in the EU" (2009). YouGov Psychonomics fremlægger, at den salgspris, som e-detailhandlerne og fjernsælgerne opkræver af forbrugerne, i gennemsnit er dobbelt så høj for grænseoverskridende leveringer end for nationale leveringer: De gennemsnitlige leveringsomkostninger for indenlandske pakker lå på 8 EUR., mens for grænseoverskridende pakker lå de på 16 EUR.

5.3 Øget interoperabilitet i hele forsyningskæden

Mere gennemsigtighed og bedre partnerskaber er nødvendige for at imødekomme e-detailhandlernes behov, for at få en bedre forståelse af, hvad der er den bedste logistik- og leveringspraksis, og for effektivt at kunne kommunikere de leveringsløsninger, som er tilgængelige for forbrugerne. Succesrige partnerskaber inden for og mellem disse to sektorer vil være afgørende for den fremtidige udvikling af e-handel.

5.3.1 *Investeringer i øget anvendelse af teknologi*

En mere generel brug af sporing kunne give kunder flere muligheder for f.eks. at bestemme tid og sted for leveringen. Dette ville forbedre succesraten for første leveringsforsøg og dermed nedbringe omkostningerne. Samtidig ville e-detailhandlerne få passende og relevante oplysninger og ville derved blive bedre i stand til at forvalte lagrene, optimere tilbagebetalings- og tilbageleveringsprocesserne og forenkle administrationsprocesserne.

Spørgsmål: Øget interoperabilitet - investering i teknologi

15) De krævede investeringsniveauer:

- a) I hvilket omfang er det muligt at beregne, både på mikro- og på makroniveau, de anslåede omkostninger ved et generaliseret "track-and-trace"-system for pakker? Hvilke parametre ville være mest relevante at tage i betragtning?
- b) Hvilke specifikke pilotprojekter for levering af e-handelsvarer kunne fremmes, muligvis inden for bredere programmer, der tager sigte på at fremme investeringer i informations- og kommunikationsteknologier⁶⁴?

5.3.2 *Styrkede partnerskaber mellem e-detailhandlerne og udbyderne af kurertjenester*

Udbyderne af kurertjenester er tilbøjelige til at koncentrere sig om deres store kunder med store mængder og har mindre incitament til at investere i at markedsføre deres tjenesteydelser til små afsendere, selv om de i teorien ville have potentiale til at få deres forretning til at vokse. E-detailhandlerne er heller ikke altid bevidste om mulige alternative løsninger og tilgængelige tilbud.

⁶⁴ Rammeprogrammet for konkurrenceevne og innovation, det operationelle program for digital konvergens eller andre initiativer til udvikling af specifikke teknologier, f.eks. anvendelse af identifikationsoplysninger for radiofrekvens.

Spørgsmål: Øget interoperabilitet - styrkede partnerskaber

16) Partnerskaber og samarbejde:

- a) Vil et bedre samarbejde mellem e-detailhandlerne og udbydere af kurertjenester øge interoperabiliteten for leveringerne? I bekræftende fald, hvad kunne e-detailhandlerne og udbydere af kurertjenester specifikt gøre for at skabe nye eller forbedre eksisterende partnerskaber?
- b) Bør reservekapaciteten opbygges i fællesskab for at overkomme spidsbelastningsperioder? I bekræftende fald, hvordan kan dette gøres?
- c) Ville De have brug for tjenesteydelser fra formidlere og eksterne logistikudbydere? Hvordan kan disse – nye eller eksisterende – tjenesteydelser udvikles, blive bedre kendte og mere synlige?

5.3.3 Sammenkoblede netværk og platforme

E-detailhandlerne er afhængige af den fulde gennemførelse af det indre marked for e-handel. Den manglende integration af og evne til at overføre oplysninger mellem de forskellige informationssystemer er en alvorlig hindring for grænseoverskridende handel⁶⁵, og betydelige investeringer vil være nødvendige for at tilpasse de nuværende systemer.

Dengang postvirksomheder, der transporterer pakker internationalt, blev presset af luftfartsselskaberne og toldmyndighederne til at opfylde højere sikkerhedsstandarder, efter at der blev konstateret betydelige sikkerhedsrisici, lykkedes det dog for dem at finde løsninger til at udveksle de nødvendige oplysninger. En tilsvarende indsats kan være nødvendig for at sikre, at behovene inden for e-handel bliver opfyldt i samarbejde med e-detailhandlerne.

Kommissionens tjenestegrene har allerede iværksat et antal demonstrationsaktiviteter, der har til formål at forbedre konkurrenceevnen i den europæiske transport- og logistiksektor, gennem intelligent brug af informationsteknologi, og at forbinde især små virksomheder til de digitale værdikæder inden for transport og logistik⁶⁶.

⁶⁵ På den ene side er der forskelle mellem de nationale og de grænseoverskridende it-platforme, som endog kan være forskellige for de udbydere af kurertjenester, som har grænseoverskridende tilstedeværelse i EU. På den anden side findes der oplysninger, der kan deles mellem e-detailhandlerne og udbydere af kurertjenester med henblik på at forbedre planlægningen af kapaciteten fra begge sider. F.eks. har e-detailhandlerne oplysninger om de produkter, der købes online, og ved, hvornår og hvor meget der vil blive sendt til levering. Hvad angår tilbagelevering, kunne det være nyttigt for e-detailhandlerne at blive informeret om mængden og tidspunkt for tilbageleveringer i realtid, hvilket ville give mulighed for en proaktiv kundepleje og for en effektiv lagerforvaltning.

⁶⁶ DiSCwise-projektet (<http://www.discwise.eu/>), der blev grundlagt af Generaldirektoratet for Erhvervs politik, har til formål at forbinde interessenter bedre ved at hjælpe med at integrere dem i effektive samordnede forsyningskæder. Det gør det lettere for brugerne og udbydere af transport- og logistikydelser, særligt SMV'erne, at deltage i transportplanlægningen og -udførelsen ved at gøre brug af bæredygtige transportalternativer.

Spørgsmål: Øget interoperabilitet - sammenkobling

17) En bedre sammenkobling:

- a) Ville logistiske platforme⁶⁷ for grupper af udbydere af kurertjenester bedre kunne opfylde e-detailhandlernes behov? I bekræftende fald, hvordan?
- b) Ville en taskforce for branchen⁶⁸ kunne bidrage til at fremme innovation og øge anvendelsen af nye teknologier for at fremme en større grad af sammenkobling? I bekræftende fald, hvordan?
- c) Bør de processer, der anvendes til at tilbagelevere varer (både indenlandsk og grænseoverskridende), forbedres? I bekræftende fald, hvordan?
- d) Er samarbejdskrav og fremme af ny teknologi vanskeligt for de SMV'er, der opererer i leveringsforsyningskæden? Hvilke tiltag kan bidrage til at afbøde disse problemer?
- e) Hvad er (om muligt) de tre vigtigste tiltag, som kan forbedre samarbejdet på tværs af EU's grænser inden for levering af varer, der er bestilt online⁶⁹? Hvad kan der gøres for at forbedre situationen på kort sigt, og hvilke initiativer kan der tages på mellemlang og lang sigt? Hvad skal der desuden gøres for at forbedre samarbejdet på internationalt plan?

⁶⁷ Ideelt set ville disse platforme strømline leveringen inden for e-handel, integrere logistiktjenesterne i fælles informationssystemer, forbedre koordinering og anvende en fælles eller aftalt udbyder af kurertjenester (hvilket ville begrænse miljøpåvirkningen og lette håndteringen af tilbageleveringer og forvaltning af lagre).

⁶⁸ Et eksempel på en sådan taskforce er den tidligere amerikanske taskforce for postbranchen, som blev oprettet i 1990'erne og som samlede administrative ledere inden for teknologi fra de vigtigste interessenter i branchen for at finde innovative og intelligente løsninger til en bedre omdeling af post.

⁶⁹ I øjeblikket svarer ca. 30 % af de forbrugere, der foretager onlinekøb i Det Forenede Kongerige, at de køber varer fra udenlandske websteder (også uden for Europa). Gennemsnittet af grænseoverskridende onlinekøb inden for EU er på omkring 10 %. På denne baggrund bliver vigtigheden i, at der opnås enighed om europæiske og internationale standarder og at der sikres en højere grad af sammenkobling, klar, navnlig for SMV'erne og forbrugerne, der er uforholdsmæssigt hårdt ramt.

6. Forvaltning af et integreret europæisk pakkeleveringsmarked

Den fremtidige europæiske e-handel vil blive formet af bl.a. leveringskapaciteten og de netværk, som vil blive indført i den nærmeste fremtid. Disse ændringer og deres indvirkning på e-handelssektoren skal overvåges, og bestræbelserne på at fremme et effektivt og bæredygtigt europæisk leveringsmiljø for e-handelsordrer bør koordineres.

Nogle udbydere af kurer-tjenester har allerede platforme til koordinering, f.eks. European Parcel Group⁷⁰, der samler eksisterende postvirksomheder. Hvad angår forvaltningsmyndighederne, har Gruppen af Europæiske Forvaltningsmyndigheder for Posttjenester⁷¹ til formål at fremme koordinering og samarbejde mellem de uafhængige nationale forvaltningsmyndigheder med henblik på at sikre en ensartet anvendelse af direktivet om posttjenester. I øjeblikket omfatter deres aktiviteter og opgaver ikke samtlige aktiviteter inden for e-handel. Nye fora kan spille en rolle i udviklingen af et fælles europæisk leveringsmarked for e-handel.

Mere fokuseret samarbejde, kontrol og håndhævelse er nødvendig for at fremme koordinering af bestræbelserne på at fremme leveringssektoren for e-handel. Dette vil øge dynamikken i forbedringen af levering af e-handelsvarer.

Spørgsmål: Forvaltning

18) Er der områder, som branchen kan behandle effektivt med henblik på at imødegå de problemer, der påpeges i denne grøn bog? Hvordan kan dette fremmes⁷²? Hvordan inddrager man sammenslutninger fra både e-handels- og leveringsbranchen?

19) Hvorledes bør de nuværende forvaltningsmæssige aspekter inden for standardisering og samarbejde⁷³ løses? Er der behov for at øge deltagelsen af repræsentanter for e-handel, navnlig SMV'erne og forbrugerne?

⁷⁰ Se fodnote 17.

⁷¹ Kommissionens afgørelse 2010/C217/07.

⁷² F.eks. fremme af god praksis, partnerskabsaftaler, adfærdskodekser, standarder for elektronisk dataoverførsel, etiketter, adressedatabaser og udvikling af en europæisk leveringsetiket.

⁷³ I øjeblikket behandles standardiseringsspørgsmål i CEN's tekniske udvalg for posttjenester, og samarbejdsspørgsmål mellem visse postvirksomheder behandles af European Parcel Group.

7. Opfølgning og de næste skridt:

Alle interesserede parter opfordres til at indsende deres synspunkter som svar på de stillede spørgsmål. Bidrag sendes senest den 15. februar 2013 til følgende adresser:

markt-delivery@ec.europa.eu

eller

European Commission

DG Internal Market and Services

On line services unit

Rue de la Loi 200

B-1049 Brussels

Bidrag behøver ikke at omfatte alle de spørgsmål, som stilles i denne grøn bog. Angiv derfor klart de spørgsmål, som Deres bidrag vedrører. Hvis det er muligt, bedes De give konkrete argumenter for eller imod de løsninger og tilgange, der fremlægges i grønbogen. I Deres bidrag er De også velkommen til at give Deres synspunkt på, hvorvidt der er andre aspekter/spørgsmål, som skal omhandles, for at opnå et integreret pakkeleveringsmarked inden for EU

Bidrag vil blive offentliggjort på webstedet for Generaldirektoratet for det Indre Marked og Tjenesteydelser. De modtagne svar vil være tilgængelige på Kommissionens websted, medmindre der specifikt anmodes om fortrolighed.

Som opfølgning på denne grøn bog og på grundlag af de svar, der er modtaget, vil Kommissionen i foråret 2013 udpege den række af foranstaltninger, der kræves, for at gennemføre det indre marked for pakker.