

# Konsultacje społeczne w sprawie przepisów dotyczących handlu detalicznego w środowisku z wieloma kanałami sprzedaży

Pola oznaczone \* należy obowiązkowo wypełnić.

## I. Wprowadzenie

---

Handel detaliczny jest największym sektorem gospodarki przedsiębiorstw niefinansowych UE pod względem liczby przedsiębiorstw i zatrudnionych osób. Stanowi 4,5 proc. wartości dodanej i 8,6 proc. zatrudnienia w UE. Prawie 5,5 mln przedsiębiorstw w UE prowadzi działalność w sektorach handlu detalicznego i hurtowego (w 2014 r. 3,6 mln przedsiębiorstw stanowili detaliści, a 1,8 mln hurtownicy – czyli 23 proc. gospodarki przedsiębiorstw niefinansowych). Większość z nich to małe i średnie przedsiębiorstwa, które generują również 66 proc. wartości dodanej tych dwóch sektorów oraz tworzą 70 proc. miejsc pracy. Ponadto handel detaliczny jest ściśle związany z innymi sektorami gospodarki (handel hurtowy, produkcja, rolnictwo, a także transport i logistyka oraz inne usługi biznesowe). Co więcej sektor ten sprawia, że konsumenci w UE są bliżej jednolitego rynku. Dlatego też konkurencyjność tego sektora ma kluczowe znaczenie dla unijnej gospodarki.

Obecnie w sektorze zachodzą gruntowne zmiany z uwagi na szybki rozwój handlu elektronicznego, który nie tylko wpływa na sposób, w jaki konsumenci robią zakupy (mogą oni kupować przez internet w dowolnym momencie, często na stronach, które znajdują się z dala od ich miejsca zamieszkania), ale również zmienia krajobraz sektora detalicznego. Z obecnych tendencji wynika, że w przyszłości będzie dominował handel detaliczny z wieloma kanałami sprzedaży, a detaliści będą prowadzić działalność zarówno w internecie, jak i poza nim (za pośrednictwem własnego sklepu internetowego lub platformy). Inną tendencją jest tworzenie platform, które dają osobom prowadzącym handel detaliczny możliwość sprzedawania produktów w internetowych „centrach handlowych”. Poza pełnieniem roli wirtualnych centrów handlowych niektóre z tych platform wprowadziły własny asortyment produktów, konkurując bezpośrednio ze swoimi klientami prowadzącymi handel detaliczny.

28 października 2015 r. Komisja przyjęła strategię jednolitego rynku[1], która jest zapowiedzią szeregu inicjatyw i działań na rzecz usunięcia barier mających znaczenie gospodarcze i hamujących tworzenie nowych miejsc pracy, wzrost gospodarczy i inwestycje w Europie.

Obowiązek określania przepisów dotyczących zakładania i prowadzenia sklepów detalicznych spoczywa przede wszystkim na państwach członkowskich. Mają one swobodę w opracowaniu ram regulacyjnych, pod warunkiem że ramy te są zgodne z podstawową swobodą przedsiębiorczości i świadczenia usług określoną w Traktacie, a także z dyrektywą o usługach.

Integracja unijnego rynku detalicznego dokonuje się w znacznej mierze dzięki prowadzeniu działalności transgranicznej. Dziesięć największych przedsiębiorstw zajmujących się sprzedażą detaliczną w UE działa na poziomie międzynarodowym. Niektóre z nich posiadają sklepy w większości państw członkowskich. Otoczenie regulacyjne, z którym mają one do czynienia, zakładając działalność, ma kluczowe znaczenie dla pomyślnego przeprowadzenia takich inwestycji. Wraz z rozwojem handlu elektronicznego następuje również coraz większa integracja europejskich rynków detalicznych za sprawą transgranicznej sprzedaży na odległość.

Handel elektroniczny stwarza nowe możliwości dla detalistów. Docieranie do konsumentów w innych państwach członkowskich stało się prostsze w szczególności dla mniejszych przedsiębiorstw. Obecność w internecie daje im możliwość przekraczania granic bez konieczności inwestowania w fizycznie istniejące lokale. W wyniku transgranicznej ekspansji handlu detalicznego konsumenci w Europie mogą również czerpać korzyści z jednolitego rynku dzięki większemu zróżnicowaniu ofert detalicznych. Ponad 40 proc. Europejczyków kupujących w internecie nabywa produkty zza granicy przynajmniej raz w roku, a blisko 2/3 z nich dokonało transgranicznych zakupów przynajmniej raz w życiu. Platformy internetowe pomagają MŚP prowadzić sprzedaż w internecie oraz pozyskiwać klientów w całej UE.

Cyfryzacja zmienia sektor detaliczny na wiele sposobów. Ramy regulacyjne często pochodzą jednak sprzed kilkudziesięciu lat i nie zostały dostosowane do nowej rzeczywistości, którą tworzy handel elektroniczny. Określając najlepsze praktyki w celu ułatwienia podejmowania działalności handlowej i zmniejszenia ograniczeń prowadzenia działalności w sektorze detalicznym, należy wziąć pod uwagę nową rzeczywistość, która łączy handel tradycyjny i elektroniczny w środowisku z wieloma kanałami sprzedaży.

Celem tych konsultacji społecznych jest uzyskanie informacji od zainteresowanych stron w celu określenia najlepszych praktyk w sektorze detalicznym w odniesieniu do wspomnianych wyżej działań następczych wynikających ze strategii jednolitego rynku. Służby Komisji przeprowadziły już obszerne badania dotyczące krajowych ram prawnych dla handlu detalicznego oraz celów polityki publicznej leżących u podstaw tych ram (szczegółowe informacje można znaleźć w planie działania dostępnym na stronie [https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/initiatives/ares-2017-2131884\\_pl](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/initiatives/ares-2017-2131884_pl)). Celem niniejszych konsultacji społecznych jest dokończenie procesu zbierania danych dotyczących w szczególności:

- konsekwencji rosnącego znaczenia handlu elektronicznego oraz zmieniających się nawyków konsumentów dla sektora detalicznego i jego ram regulacyjnych;
- możliwości i przeszkód w integracji unijnego rynku detalicznego.

Komisja Europejska chciałaby poznać opinie wszystkich zainteresowanych stron, w szczególności sprzedawców detalicznych, właściwych organów publicznych i konsumentów. Zgodnie z zasadami lepszego stanowienia prawa wyniki konsultacji publicznych oraz odpowiedzi zostaną należycie opublikowane, pod warunkiem że respondenci zgodzą się na publiczne ujawnienie swoich odpowiedzi.

[1] Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów „Usprawnianie jednolitego rynku: więcej możliwości dla obywateli i przedsiębiorstw”, COM(2015) 550 final.

## II. Informacje o respondencie

---

\* Proszę wskazać, do której grupy podmiotów Państwo należą

- Przedsiębiorstwo świadczące usługi detaliczne
- Stowarzyszenie detalistów
- Organizacja konsumencka
- Inna organizacja przedsiębiorców (np. stowarzyszenie lub izba handlowa)
- Krajowy organ publiczny
- Lokalny organ publiczny
- Inny organ publiczny
- Związek zawodowy
- Instytucja badawcza/ośrodek analityczny
- Osoba prywatna
- Inne

\* Proszę określić

- Duże przedsiębiorstwo (ponad 250 pracowników)
- Średnie przedsiębiorstwo (do 250 pracowników)
- Małe przedsiębiorstwo (do 50 pracowników)
- Mikroprzedsiębiorstwo (mniej niż 10 pracowników)
- Osoba samozatrudniona

\* Proszę określić

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 150*

\* Proszę określić sektor działalności

- Sektor spożywczy
- Sektor niespożywczy
- Sektor spożywczy i niespożywczy
- Inne

\* Proszę określić swój sektor działalności

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 150*

\* Proszę wskazać swój sektor działalności

- Sprzedawca detaliczny produktów spożywczych
- Sprzedawca detaliczny produktów niespożywczych
- Sprzedawca detaliczny produktów spożywczych i niespożywczych
- Wspecjalizowany sprzedawca detaliczny

\* Jeśli jest Pan/i wyspecjalizowanym sprzedawcą detalicznym, proszę podać szczegóły

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 500*

\* Proszę opisać krótko działalność Państwa przedsiębiorstwa oraz określić, z jakich kanałów dystrybucji Państwo korzystają

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 750*

\* Proszę wskazać Państwa miejsce zamieszkania lub miejsce prowadzenia działalności (główną siedzibę w przypadku przedsiębiorstw międzynarodowych)

- Austria
- Belgia
- Bułgaria
- Chorwacja
- Cypr
- Republika Czeska
- Dania
- Estonia
- Finlandia
- Francja
- Niemcy
- Grecja
- Węgry
- Irlandia
- Włochy
- Łotwa
- Litwa
- Luksemburg
- Malta
- Niderlandy
- Polska
- Portugalia
- Rumunia
- Republika Słowacka
- Słowenia
- Hiszpania
- Szwecja
- Zjednoczone Królestwo
- Państwo należące do EOG
- Państwo niebędące członkiem UE

\* Proszę określić

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 100*

\* Czy prowadzą Państwo działalność w państwie członkowskim innym niż to, w którym znajduje się główna siedziba Państwa przedsiębiorstwa? Jeśli tak, proszę wskazać gdzie

- Nie
- Austria
- Belgia
- Bułgaria
- Chorwacja
- Cypr
- Republika Czeska
- Dania
- Estonia
- Finlandia
- Francja
- Niemcy
- Grecja
- Węgry
- Irlandia
- Włochy
- Łotwa
- Litwa
- Luksemburg
- Malta
- Niderlandy
- Polska
- Portugalia
- Rumunia
- Republika Słowacka
- Słowenia
- Hiszpania
- Szwecja
- Zjednoczone Królestwo
- Inne

\* Proszę określić

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 500*

\* Czy sprzedają Państwo produkty za granicą? Jeśli tak, proszę wskazać gdzie

- Nie
- Austria
- Belgia
- Bułgaria
- Chorwacja
- Cypr
- Republika Czeska
- Dania
- Estonia
- Finlandia
- Francja
- Niemcy
- Grecja
- Węgry
- Irlandia
- Włochy
- Łotwa
- Litwa
- Luksemburg
- Malta
- Niderlandy
- Polska
- Portugalia
- Rumunia
- Republika Słowacka
- Słowenia
- Hiszpania
- Szwecja
- Zjednoczone Królestwo
- Inne

\* Proszę określić

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 500*

### III. Informacje kontaktowe i publikacja

---

*Należy zauważyć, że uwagi przesłane anonimowo nie zostaną opublikowane ani uwzględnione.*

\* Nazwa organizacji lub imię i nazwisko

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 500*

\* Adres

Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 500

\* Adres e-mail

Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 500

\* Czy zgadzają się Państwo na to, żeby Komisja Europejska skontaktowała się z Państwem w celu zadania ewentualnych dalszych pytań na podstawie udzielonych odpowiedzi?

- Tak  
 Nie

W stosownych przypadkach proszę podać numer rejestracyjny, pod którym Państwa organizacja wpisana jest w rejestrze służącym przejrzystości. Aby sprawdzić swój numer rejestracyjny, proszę kliknąć ten [link](#).

*Uwaga: Jeśli Państwa organizacja/instytucja udziela odpowiedzi bez takiej rejestracji, Komisja potraktuje Państwa odpowiedzi jako odpowiedzi osoby prywatnej i opublikuje je jako takie.*

Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 200

\* Otrzymane odpowiedzi mogą zostać opublikowane na stronie internetowej Komisji wraz z informacjami na temat tożsamości respondenta. Proszę określić preferencje co do publikacji odpowiedzi.

*Należy zauważyć, że bez względu na wybraną opcję Państwa odpowiedzi mogą być przedmiotem wniosku o dostęp do dokumentów zgodnie z [rozporządzeniem nr 1049/2001](#) w sprawie publicznego dostępu do dokumentów Parlamentu Europejskiego, Rady i Komisji. W takim przypadku wniosek zostanie poddany ocenie w świetle warunków określonych w rozporządzeniu i zgodnie z obowiązującymi [przepisami o ochronie danych](#).*

- Odpowiedzi mogą zostać opublikowane wraz z informacją o mnie lub mojej organizacji.** Wyrażam zgodę na publikację wszystkich informacji zawartych w całości lub części mojej odpowiedzi – w tym cytatów lub moich opinii – w tym nazwę mojej organizacji, i oświadczam, że żadna z podanych informacji nie jest niezgodna z prawem, ani nie narusza praw osób trzecich w sposób, który uniemożliwiłby publikację.
- Odpowiedzi mogą zostać opublikowane pod warunkiem, że ja lub moja organizacja zachowamy anonimowość.** Wyrażam zgodę na publikację wszystkich informacji zawartych w całości lub części mojej odpowiedzi – w tym cytatów lub moich opinii – pod warunkiem zachowania anonimowości. Oświadczam, że żadna z podanych informacji nie jest niezgodna z prawem, ani nie narusza praw osób trzecich w sposób, który uniemożliwiłby publikację.

## IV. Zmiany w krajobrazie sektora detalicznego dostosowanie do środowiska z wieloma kanałami sprzedaży

---

Sektor detaliczny przechodzi zmiany strukturalne spowodowane cyfryzacją. Głównym czynnikiem tych zmian jest handel elektroniczny, który nie tylko wpływa na sposób, w jaki konsumenci robią zakupy (mogą oni kupować przez internet w dowolnym momencie, często na stronach, które znajdują się z dala od ich miejsca zamieszkania), ale również zmienia krajobraz sektora detalicznego: Tradycyjni sprzedawcy detaliczni zaczynają prowadzić sprzedaż internetową, aby lepiej stawić czoła konkurencji ze strony tzw. „czystych graczy” (tzn. podmiotów prowadzących handel detaliczny wyłącznie w internecie, bez fizycznej obecności na rynku). Jednocześnie niektórzy czystszy gracze rozważają możliwość fizycznej obecności na rynku, ponieważ może być ona konieczna w celu lepszego dotarcia do konsumentów. Z obecnych tendencji wynika, że w przyszłości będzie dominował handel detaliczny z wieloma kanałami sprzedaży, a detaliści będą prowadzić działalność zarówno w internecie, jak i poza nim (za pośrednictwem własnego sklepu internetowego lub platformy). Inną tendencją jest tworzenie platform, które dają osobom prowadzącym handel detaliczny możliwość sprzedawania produktów w internetowych „centrach handlowych”. Poza pełnieniem roli wirtualnych centrów handlowych niektóre z tych platform wprowadziły własny asortyment produktów, konkurując bezpośrednio ze swoimi klientami prowadzącymi handel detaliczny.

W tym zmieniającym się krajobrazie ramy regulacyjne powinny pomóc sprzedawcom detalicznym dostosować się i wykorzystać wszelkie możliwości, jakie oferuje im handel elektroniczny.

\* Jakie są Państwa zdaniem najważniejsze zmiany w nawykach zakupowych konsumentów wynikające z handlu elektronicznego?

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

\* W jakich ewentualnych obszarach widzą Państwo potrzebę przeglądu ram regulacyjnych ze względu na rozwój handlu elektronicznego?

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

\* Jakie możliwości stwarza dla Państwa przedsiębiorstwa lub członków Państwa organizacji rozwój handlu elektronicznego?

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

\* Czy rozwój handlu elektronicznego odegrał jakąś rolę w ostatnich przeglądach ram regulacyjnych dotyczących handlu detalicznego?

- Tak
- Nie
- Nie dotyczy/Nie mam zdania

\* Proszę określić i wyjaśnić

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*



## V. Ułatwianie podejmowania działalności w zakresie handlu detalicznego w UE

---

Bariery utrudniające wejście na rynek w tradycyjnym sektorze detalicznym różnią się od tych w innych sektorach, ponieważ są one ściśle związane z odpowiednią lokalizacją prowadzenia przedsiębiorstwa, która ma kluczowe znaczenie dla powodzenia tradycyjnego handlu detalicznego.

Warunki regulujące prowadzenie przedsiębiorstwa dotyczą często wielkości punktu sprzedaży detalicznej w powiązaniu z wymogami dotyczącymi położenia planowanego punktu w stosunku do centrum miasta lub wymogami dotyczącymi sprzedawanych produktów.

\* Jakie ewentualne warunki związane z podejmowaniem działalności w zakresie handlu detalicznego stanowią Państwa zdaniem najistotniejsze bariery, które utrudniają wejście na rynek?

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

\* W jaki sposób można by usunąć bariery w podejmowaniu działalności w zakresie handlu detalicznego, które wynikają z uregulowań krajowych/regionalnych?

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

\* Które warunki związane z podejmowaniem działalności w zakresie handlu detalicznego uważają Państwo za najważniejsze dla celów polityki publicznej? Proszę wyjaśnić dlaczego.

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

\* Czy poza zasadami dotyczącymi podejmowania działalności w zakresie handlu detalicznego posiadają Państwo jakiegokolwiek środki dotyczące promocji witalności centrów miast?

- Tak
- Nie
- Nie dotyczy/Nie mam zdania

\* Proszę podać szczegóły dotyczące konkretnych inicjatyw

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

Istniejące procedury dotyczące podejmowania działalności w zakresie handlu detalicznego są postrzegane przez sprzedawców detalicznych w wielu państwach członkowskich jako długotrwałe i skomplikowane. Z informacji zgromadzonych przez służby Komisji wynika, że faktyczna długość oczekiwania na uzyskanie niezbędnych zezwoleń na podjęcie działalności może znacznie przekraczać terminy określone przez prawo. W praktyce zakładanie działalności może trwać latami, nawet po otrzymaniu pozytywnej decyzji, co jest związane z takimi czynnikami, jak nadużywanie środków zaskarżenia przez konkurentów usiłujących w jak największym stopniu opóźnić wejście na rynek nowego konkurenta.

Znalezienie odpowiednich, dokładnych i zrozumiałych informacji online oraz dostęp do procedur administracyjnych online mają zasadnicze znaczenie dla tych, którzy pragną skorzystać z zalet jednolitego rynku. W tym celu Komisja przyjęła niedawno wniosek dotyczący rozporządzenia w sprawie utworzenia jednego portalu cyfrowego, aby zapewnić obywatelom i przedsiębiorstwom łatwy dostęp do informacji, procedur i usług w zakresie wsparcia i rozwiązywania problemów, których potrzebują w celu wykonywania swoich praw na rynku wewnętrznym.

\* Który (-e) element (-y) procedury podejmowania działalności należałoby uprościć w pierwszej kolejności i w jaki sposób?

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

\* W jakich aspektach procedury online mogłyby przyczynić się do zwiększenia przejrzystości procedur dotyczących podejmowania działalności w zakresie handlu detalicznego?

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

\* Jakie ewentualne informacje na temat procedur dotyczących podejmowania działalności w zakresie handlu detalicznego można znaleźć w internecie w Państwa kraju?

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

## VI. Wymogi dotyczące codziennej działalności sklepów detalicznych

---

W oparciu o [wskaźnik regulacji rynku produktowego stworzony przez Organizację Współpracy Gospodarczej i Rozwoju](#) oraz informacje zgromadzone do tej pory służby Komisji określiły następujące wymogi mające wpływ na prowadzenie sklepów detalicznych:

1. Wymogi dotyczące sprzedaży (przepisy regulujące godziny otwarcia sklepów, promocję sprzedaży i rabaty oraz ograniczenia związane ze sprzedażą konkretnych produktów, np. leków bez recepty).
2. Wymogi dotyczące zaopatrzenia (przepisy lub prywatne bariery ograniczające sprzedawcom detalicznym możliwość pozyskiwania produktów z dowolnych źródeł).
3. Podatki obowiązujące wyłącznie w handlu detalicznym.

\* Czy ewentualne wymogi dotyczące prowadzenia sklepów detalicznych, o których mowa powyżej, mają wpływ na rozwój w UE działalności detalicznej Państwa lub członków Państwa organizacji?

- Tak  
 Nie  
 Nie dotyczy/Nie mam zdania

Łatwość, z jaką konsumenci mogą obecnie kupować produkty i usługi w środowisku internetowym w dowolnym momencie, stanowi konkurencję dla tradycyjnych punktów sprzedaży detalicznej. Co więcej, prawie połowa respondentów w ostatnim [badaniu](#) uznała, że możliwość zamawiania przez internet o dowolnej porze dnia czy tygodnia jest znacząca w podejmowaniu decyzji o robieniu zakupów online. Wywiera to presję na tradycyjne sklepy, aby wyszły naprzeciw oczekiwaniom konsumentów. W związku z tym niektóre państwa członkowskie dokonały niedawno przeglądu przepisów w celu zapewnienia większej elastyczności w odniesieniu do godzin otwarcia. Taka elastyczność umożliwia dostosowanie się do rzeczywistych potrzeb konsumenta. Może jednak stanowić problem dla mniejszych sprzedawców detalicznych i pracowników.

\* Jakie ewentualne środki podjęte przez organy krajowe w kwestii uregulowania godzin otwarcia sklepów mogłyby pomóc sprzedawcom detalicznym i pracownikom przystosować się do nowych preferencji zakupowych i oczekiwań konsumentów?

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

\* W jaki sposób można uwzględnić szczególne wyzwania, jakie stoją przed małymi sprzedawcami detalicznymi, w przepisach dotyczących godzin otwarcia sklepów?

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

Promocja sprzedaży i rabaty mają zasadnicze znaczenie dla strategii handlowych sprzedawców detalicznych. Stanowią okazję do przyciągnięcia nowych klientów, zachęcają do korzystania z określonego kanału dystrybucji lub przyczyniają się do zmniejszenia i uzupełnienia zapasów. Promocja sprzedaży i rabaty wydają się być szczególnie istotne dla osób prowadzących handel detaliczny w internecie w przyciąganiu uwagi konsumentów na swoich stronach internetowych.

Wiele przepisów dotyczących promocji sprzedaży i rabatów, np. okresy sezonowych wyprzedaży, powstało z myślą o środowisku tradycyjnych sprzedawców. Z powodu rozwoju transgranicznego handlu elektronicznego stosowanie takich przepisów, które różnią się w poszczególnych krajach, staje się problematyczne. Konsumenci coraz częściej skłaniają się ku korzystniejszym ofertom zza granicy i są gotowi przechodzić od jednego sprzedawcy do drugiego na terenie całej UE. W związku z tym warunki regulacyjne ograniczające sprzedawcom detalicznym możliwość decydowania o odpowiednim dla nich czasie organizowania promocji sprzedaży mogą sprzyjać sprzedawcom internetowym z państw członkowskich, w których przepisy dotyczące promocji sprzedaży i rabatów są mniej rygorystyczne.

\* Czy zastanawiali się Państwo nad wpływem handlu elektronicznego na Państwa stosunek do regulacji związanych z promocją sprzedaży i rabatami?

- Tak
- Nie
- Nie dotyczy/Nie mam zdania

\* Proszę wyjaśnić, w jaki sposób.

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

\* Czy promocja sprzedaży oraz rabaty mają wpływ na decyzje dotyczące zakupów?

- Tak
- Nie
- Nie dotyczy/Nie mam zdania

\* Czy wpływ ten zmienił się z powodu handlu elektronicznego? Proszę podać szczegóły.

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

Ze względów zdrowotnych wszystkie państwa członkowskie ograniczają sprzedaż niektórych kategorii produktów, takich jak alkohol, tytoń i produkty lecznicze. Niektóre z nich wprowadziły również ograniczenia dotyczące reklam lub promocji oraz sprzedaży nieletnim, zakaz sprzedaży przez internet lub wymagania dotyczące dystrybucji w wyspecjalizowanych sklepach. We wszystkich państwach członkowskich wyłącznie apteki mogą prowadzić sprzedaż produktów leczniczych na receptę. W wielu państwach członkowskich niektóre produkty lecznicze wydawane bez recepty są dostępne w sprzedaży pozaaptecznej. Mogą tu jednak obowiązywać szczególne wymogi, takie jak specjalne zezwolenia na prowadzenie sklepu lub wyznaczenie farmaceuty uprawnionego do dostarczania pacjentom produktów leczniczych.

Zgodnie z przepisami UE apteki mogą również prowadzić sprzedaż internetową leków wydawanych wyłącznie na receptę. W niektórych państwach członkowskich apteki mogą sprzedawać przez internet produkty lecznicze wydawane zarówno na receptę, jak i bez recepty. Przepisy UE zezwalają konsumentom – pod pewnymi warunkami – zamawiać produkty lecznicze wydawane bez recepty w sklepie internetowym znajdującym się w innym państwie członkowskim, o ile są one dozwolone w ich kraju. Na przykład dzięki takim warunkom konsumenci kupują te same produkty lecznicze w swoim języku niezależnie od tego, czy są one dostępne w tradycyjnej aptece, czy w sprzedaży na odległość. Środki te pozwalają również stosować racjonalnie produkty lecznicze, uniemożliwiają wprowadzanie sfałszowanych produktów leczniczych do systemu dystrybucji oraz dają możliwość organom ds. zdrowia publicznego zbierania informacji od konsumentów o niepożądanych zdarzeniach.

\* Czy są Państwo zadowoleni z istniejących możliwości kupowania/sprzedawania produktów, które są ograniczone do konkretnych kanałów dystrybucji?

- Tak
- Nie
- Nie dotyczy/Nie mam zdania

\* Proszę podać określone produkty (np. alkohol, tytoń, produkty lecznicze, żywność, suplementy diety lub wyroby medyczne) oraz wyjaśnić, dlaczego są/nie są Państwo zadowoleni.

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

\* Czy uważają Państwo, że istniejące kanały sprzedaży produktów objętych ograniczeniami są odpowiednie dla zamierzonych celów zdrowotnych (np. racjonalne wykorzystanie, ryzyko sfałszowania lub zgłaszanie zdarzeń niepożądanych)?

- Tak
- Nie
- Nie dotyczy/Nie mam zdania

\* Proszę podać określone produkty (np. alkohol, tytoń, produkty lecznicze, żywność, suplementy diety lub wyroby medyczne) i wyjaśnić.

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

\* Jeśli chodzi o sprzedaż internetową, czy uważają Państwo, że stosowanie szczególnych wymogów w odniesieniu do sprzedaży produktów objętych ograniczeniami jest uzasadnione?

- Tak
- Nie
- Nie dotyczy/Nie mam zdania

\* Proszę podać określone produkty (np. alkohol, tytoń, produkty lecznicze, żywność, suplementy diety lub wyroby medyczne) i wyjaśnić.

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

W ciągu ostatnich kilku lat wiele państw członkowskich przyjęło zasady na rzecz promowania krótkich łańcuchów dostaw w celu ograniczenia wpływu handlu detalicznego na środowisko oraz wsparcia wysiłków na rzecz zrównoważonego rozwoju. Sprzedawcy detaliczni wspierają tego typu działania na wiele sposobów. W niektórych przypadkach nowe środki wydają się jednak wykraczać poza to, co jest konieczne, aby osiągnąć ten słuszny cel, wynikiem czego jest nieproporcjonalne ograniczenie sprzedawcom detalicznym możliwości pozyskiwania produktów zgodnie z preferencjami konsumentów oraz zapobieganie transgranicznej działalności zaopatrzeniowej. Wymogi te utrudniają zwłaszcza sprzedawcom detalicznym, którzy przez swoją działalność w kilku państwach członkowskich stworzyli transgraniczny łańcuch dostaw, podniesienie efektywności, osiągnięcie lepszej wydajności i zmniejszenie kosztów, co w ostatecznym rozrachunku przyniosłoby korzyść konsumentom.

Oprócz wymogów dotyczących zaopatrzenia wynikających z przepisów mogą istnieć prywatne bariery ograniczające sprzedawcom detalicznym możliwość pozyskiwania produktów z dowolnych źródeł. Mogą one występować na przykład w formie terytorialnych ograniczeń dostaw narzuconych przez niektórych międzynarodowych dostawców w celu utrudnienia sprzedawcom detalicznym pozyskiwania identycznych lub podobnych towarów za granicą oraz rozpowszechniania ich w państwie członkowskim, w którym prowadzą oni działalność.

\* Czy spotykają się Państwo lub członkowie Państwa organizacji z jakimikolwiek ograniczeniami regulacyjnymi związanymi z pozyskiwaniem produktów lub źródłem, z którego pochodzą?

- Tak
- Nie
- Nie dotyczy/Nie mam zdania

\* Jeśli napotkali Państwo jakiekolwiek ograniczenia regulacyjne, jakie są konkretne skutki tych ograniczeń dla Państwa przedsiębiorstwa? Jeśli prowadzą Państwo działalność w kilku państwach członkowskich, proszę wprowadzić rozróżnienie między nimi.

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

\* Czy znane są Państwu jakiegokolwiek ograniczenia związane z pozyskiwaniem produktów, które napotykają sprzedawcy detaliczni w Państwa kraju?

- Tak
- Nie
- Nie dotyczy/Nie mam zdania

\* Proszę podać szczegóły.

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

\* Czy spotkali się Państwo lub członkowie Państwa organizacji z terytorialnymi ograniczeniami dostaw, a jeśli tak, to jakich produktów one dotyczyły?

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

\* Jakie są najważniejsze skutki terytorialnego ograniczenia dostaw dla działalności detalicznej w UE Państwa lub członków Państwa organizacji?

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

W szeregu państw członkowskich sprzedawcy detaliczni muszą płacić podatki obowiązujące w handlu detalicznym, inaczej mówiąc, nakładane wyłącznie na sprzedawców detalicznych (VAT i inne podatki od produktów, takich jak alkohol, tytoń, produkty energetyczne i słodzone, nie wchodzą zatem w zakres niniejszych konsultacji społecznych). Podatki te stanowią uzupełnienie ogólnych podatków bezpośrednich lub pośrednich, które płacą wszystkie jednostki gospodarcze. Podatki obowiązujące w handlu detalicznym mogą zależeć od powierzchni obiektu, obrotu, lub obu tych czynników. Jeżeli podstawą opodatkowania będzie obrót, sprzedawcy detaliczni prowadzący działalność w internecie mogą być wyraźnie zwolnieni z ich płacenia, do czego zobowiązani będą wyłącznie sprzedawcy tradycyjni.

\* Czy w krajach, w których Państwo lub członkowie Państwa organizacji prowadzą działalność istnieją podatki obowiązujące wyłącznie w sektorze detalicznym?

- Tak
- Nie
- Nie dotyczy/Nie mam zdania

\* Proszę je krótko opisać i wyjaśnić, w stosownych przypadkach, czy do działalności w internecie i poza nim mają zastosowanie różne systemy opodatkowania.

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

- \* Jaki ewentualny wpływ podatki obowiązujące wyłącznie w handlu detalicznym mają na działalność transgraniczną Państwa lub członków Państwa organizacji?

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

- \* Czy w Państwa kraju istnieją podatki obowiązujące wyłącznie w handlu detalicznym?

- Tak
- Nie
- Nie dotyczy/Nie mam zdania

- \* Proszę je krótko opisać i wyjaśnić, w stosownych przypadkach, czy do działalności w internecie i poza nim mają zastosowanie różne systemy opodatkowania.

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

- \* Jakie działania można podjąć, aby zagwarantować, że krajowe ramy regulacyjne dotyczące podatków zapewnią równe traktowanie sprzedawców detalicznych prowadzących działalność w internecie i poza nim?

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

## VII. Obciążenia związane z przestrzeganiem przepisów

---

W ostatnich latach kwestia lepszego stanowienia prawa, w szczególności kwestia przestrzegania przepisów lub obciążeń administracyjnych dla przedsiębiorstw, w coraz większym stopniu przyciąga uwagę na arenie międzynarodowej, na poziomie UE, jak i w państwach członkowskich. Ankiety przeprowadzone w wielu państwach członkowskich, których celem było zbadanie opinii przedsiębiorców na temat obciążeń regulacyjnych, wykazały, że procedury zapewniające przestrzeganie przepisów stanowią dla nich znaczne obciążenie. Ma to szczególne znaczenie dla MŚP, do których zalicza się większość sprzedawców detalicznych. Niemniej jednak Komisja nie znalazła żadnych badań poświęconych obciążeniom związanym z przestrzeganiem przepisów w sektorze detalicznym.

- \* Jakie są ewentualne szczególne cechy ram regulacyjnych mających wpływ głównie na obciążenia związane z przestrzeganiem przepisów nałożone na sprzedawców detalicznych?

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*

- \* Jakie ewentualne trudności napotyka Państwo w egzekwowaniu istniejących przepisów dotyczących handlu detalicznego w internecie i poza nim?

*Maksymalna liczba znaków, jaką należy wprowadzić: 3000*



