

Bruxelles, 21. studenoga 2025.
(OR. en)

15782/25

COMPET 1218
MI 940

NAPOMENA

Od: Glavno tajništvo Vijeća
Za: Odbor stalnih predstavnika / Vijeće

Predmet: *Priprema sastanka Vijeća (konkurentnost (unutarnje tržište, industrija, istraživanje i svemir) 8. prosinca 2025.*
E-trgovina: izazovi u pogledu sukladnosti proizvoda i provedbe
– *razmjena mišljenja*

Za delegacije se u prilogu nalazi napomena predsjedništva na temu „E-trgovina: izazovi u pogledu sukladnosti proizvoda i provedbe” u cilju razmjene mišljenja na sastanku Vijeća za konkurentnost 8. prosinca 2025.

DOKUMENT ZA RASPRAVU

Sastanak Vijeća za konkurentnost

Bruxelles, 8. prosinca 2025.

E-trgovina: izazovi u pogledu sukladnosti proizvoda i provedbe

Tijekom proteklih desetljeća europske i svjetske potrošačke navike i poslovne prakse znatno su se promijenile. Sektor e-trgovine zabilježio je izniman rast i postao središnja sastavnica svjetskoga gospodarstva te je iz temelja promijenio način kupnje i prodaje robe unutar EU-a i u ostatku svijeta. U EU je 2022. ušlo 1,4 milijarde paketa male vrijednosti (do 150 EUR) iz trećih zemalja, a taj se iznos 2024. znatno povećao na 4,6 milijardi EUR¹. Brzo širenje e-trgovine razotkrilo je nekoliko regulatornih izazova koji ugrožavaju koheziju i funkcioniranje jedinstvenog tržišta. Jedan od glavnih izazova odnosi se na širenje nezakonitih i nesukladnih proizvoda koji ulaze u EU iz trećih zemalja te na mogućnosti i uvjete nadležnih tijela da osiguraju sukladnost u različitim sektorima.

Velike količine proizvoda koji se nude na internetskim tržištima i iz trećih zemalja šalju izravno potrošačima u EU-u, ne ispunjavaju potrebne standarde i zakonodavstvo². Zbog ograničene obveze osiguravanja sukladnosti internetska tržišta služe kao točka pristupa putem koje prodavatelji iz trećih zemalja stavljaju svoje proizvode na jedinstveno tržište na daljinu, i to bez tradicionalnog uvoznika s obvezama osiguravanja sukladnosti.

¹ Strategija jedinstvenog tržišta: prema podacima EU-a o nadzoru, u EU je 2024. uvezeno 4,6 milijardi pošiljaka male vrijednosti (do 150 EUR). To je gotovo dvostruko više nego 2023. (2,4 milijarde) i više nego trostruko više nego 2022. (1,4 milijarde).

² Strategija jedinstvenog tržišta: u okviru provjere poznate velike internetske platforme za e-trgovinu, organizacija za zaštitu potrošača utvrdila je da su gotovo svi ispitani proizvodi iz kategorije kaciga, kozmetike, igračka i malih uređaja, svijeća i spužvi te električnih i povezanih proizvoda bili opasni, nisu sadržavali obvezne informacije kao što su sigurnosne upute ili popisi sastojaka i/ili su sadržavali netočne tvrdnje.

Postojeći sustav provedbe ne može u dovoljnoj mjeri obraditi samu količinu proizvoda koji ulaze iz trećih zemalja³. Uvoz u okviru e-trgovine opterećuje ionako ograničene resurse dviju crta obrane EU-a, tj. carinskih tijela i tijela za nadzor tržišta. Europska poduzeća koja poštuju propise u nepovoljnom su položaju jer troše sve više sredstava na osiguravanje sukladnosti s relevantnim zakonodavstvom Unije. Osim toga, rastuća količina nesigurnih ili nesukladnih proizvoda može dovesti do ozbiljnih zdravstvenih i sigurnosnih rizika za potrošače te negativno utjecati na okoliš i konkurentnost EU-a.

Tijekom posljednjeg desetljeća mjere za suočavanje s izazovima e-trgovine postupno su utvrđene u nekoliko povezanih zakonodavnih akata, posebno u Aktu o digitalnim uslugama, Uredbi o nadzoru tržišta i Uredbi o općoj sigurnosti proizvoda. Međutim, problemi u e-trgovini i dalje su prisutni, a neprestanim povećanjem broja proizvoda koji ulaze u Uniju iz trećih zemalja stalno rastu i izazovi.

Komisija se tijekom ove godine u više navrata bavila sve većim izazovima u e-trgovini. U veljači je predstavljena Komunikacija o e-trgovini, koja sadržava sveobuhvatan paket instrumenata EU-a za sigurnu i održivu e-trgovinu. U toj komunikaciji opisan je Komisijin pristup rješavanju izazova koje predstavlja e-trgovina te se ističe potreba za sveobuhvatnim i dobro koordiniranim pristupom provedbenih tijela, nizom strukturnih promjena postojećeg zakonodavstva, te strogom provedbom relevantnog zakonodavstva EU-a o zaštiti potrošača na internetu, među ostalim provedbom Akta o digitalnim uslugama.

³ Strategija jedinstvenog tržišta: zbog same količine proizvoda koji ulaze na europsko tržište iz drugih dijelova svijeta nije moguće osigurati potpunu usklađenost putem carinskih provjera i provjera u okviru nadzora tržišta. Prema najnovijem izvješću GU TAXUD-a o sukladnosti proizvoda, od milijun proizvoda pregledana su samo njih 82, carinska su tijela zbog zabrinutosti u pogledu sukladnosti ili sigurnosti proizvoda suspendirala 51 proizvod, a ulazak u EU odbijen je za samo 13 proizvoda (<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/ea5db20e-840f-11f0-9af8-01aa75ed71a1/language-en>).

Nakon toga predstavljena je strategija jedinstvenog tržišta, u kojoj su problemi u e-trgovini, zastarjela pravila o proizvodima i nedostatak sukladnosti proizvoda istaknuti kao jedna od najštetnijih i trajnih prepreka za poduzeća u EU-u. Kako bi riješila te probleme, Komisija je kao moguće rješenje utvrdila osnivanje novog tijela EU-a za nadzor tržišta te modernizaciju i digitalizaciju zakonodavnog okvira za proizvode. Osim toga, prijedlogom carinske reforme EU-a, o kojem se trenutačno pregovara s Europskim parlamentom i o kojem je postignut privremeni dogovor u Vijeću, mogao bi se postići politički dogovor, među ostalim o ukidanju izuzeća od carina za robu u vrijednosti do 150 EUR, čiji je cilj rješavanje niza pitanja povezanih s nezakonitim proizvodima iz trećih zemalja. Nadalje, Komisija je nedavno predstavila ideju o europskom aktu o proizvodima, za koji se očekuje da će uključivati prijedloge za reviziju Uredbe o nadzoru tržišta, novog zakonodavnog okvira i Uredbe o normizaciji. Tom inicijativom Komisija nastoji riješiti probleme u e-trgovini i nedostatak sukladnosti proizvoda.

Imajući to na umu, željeli bismo da delegacije razmotre sljedeća pitanja za raspravu u Vijeću za konkurentnost:

1. Koje bi dodatne mjere trebalo poduzeti u području e-trgovine na nacionalnoj razini ili na razini EU-a kako bi se zaštitili potrošači, osigurali jednaki uvjeti i ojačala konkurentnost europskih poduzeća?
2. Što možemo učiniti kako bismo poboljšali koordinaciju i ojačali provedbu unutar postojećeg regulatornog okvira radi boljeg rješavanja izazova koje sa sobom donosi širenje e-trgovine? U kojoj su mjeri potrebne nove zakonodavne mjere za rješavanje sve većih problema u području e-trgovine, npr. povećanje odgovornosti internetskih tržišta za proizvode koji se prodaju na njihovim platformama?