

KONIEC Z GEOBLOKOWANIEM RYNKU. MIŁOWY KROK W STRONĘ JEDNOLITEGO RYNKU CYFROWEGO?

6 lutego w Parlamencie Europejskim w Strasburgu odbędzie się głosowanie nad unijnymi przepisami zakazującymi nieuzasadnionego geoblokowania. Umożliwi to klientom robiącym zakupy przez internet w innych państwach UE uzyskanie szerszego dostępu do produktów i usług.

Posiedzenie Parlamentu w Strasburgu

5 lutego podczas obrad Parlamentu Europejskiego w Strasburgu, posłanka Róża Grafina von Thun and Hohenstein przedstawiła sprawozdanie w sprawie wniosku dotyczącego rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie blokowania geograficznego oraz innych form dyskryminacji ze względu na przynależność państwową klientów, ich miejsce zamieszkania lub miejsce prowadzenia działalności na rynku wewnętrznym.

Posłanka mówiła, że przyjęcie projektu wyeliminuje blokady w handlu cyfrowym. Konsumenci odczują znaczną poprawę w robieniu zakupów online, skończą się bariery techniczne utrudniające lub nawet uniemożliwiające kupowanie poza krajami zamieszkania. Kupujący nie będą przekierowywani na strony lokalnego sprzedawcy. Thun podkreśliła też, że projekt początkowo był bardziej ambitny i nie uwzględniał produktów audiowizualnych. Ze względu jednak na konieczność kompromisu będzie dotyczył tylko produktów fizycznych.

W dyskusjach po sprawozdaniu, posłowie byli wyjątkowo zgodni, co do konieczności wdrożenia projektu, co sugeruje, że zostanie on przegłosowany i wejdzie w życie. Podkreślano, że jest to pozytywny krok w walce z fragmentaryzacją rynku oraz akcentowano konieczność szybkiego wdrożenia rozporządzenia. Zapowiadano również konieczność rozszerzenia na inne rynki.

Wśród nielicznych głosów krytyki, pojawiły się zarzuty ze strony europosła z Wielkiej Brytanii, że to kolejny krok do stworzenia Stanów Zjednoczonych Europy i Brytyjczycy powiedzieli stanowcze nie temu pomysłowi, głosując w referendum w sprawie Brexitu. Podkreślano również, że nowe przepisy mogą zostać wykorzystane do cenzury politycznej np. poprzez blokowanie możliwości wykupowania reklam na Facebooku.

Podstawowe informacje na temat rozporządzenia

Zakupy online są częścią codziennego życia Europejczyków. W 2017 roku jakiegoś zakupu online – niezależnie od tego, czy chodzi o odzież, elektronikę, urządzenia czy meble – dokonało 57% obywateli UE. Zakupy w sieci są też jednym z ulubionych zajęć internautów. W 2017 roku 68% internautów kupiło coś online.

Chociaż Europejczycy tak chętnie kupują przez internet, to napotykają wiele przeszkód chcąc zakupić towar czy usługę od sprzedawcy z innego państwa członkowskiego. Dlatego w 2017 r. tylko jedna trzecia kupujących online kupiła coś od sprzedawcy z innego państwa członkowskiego UE.

W badaniu przeprowadzonym przez Komisję Europejską, które przeanalizowały tysiące stron internetowych w całej UE, okazało się, że tylko w 37% przypadków użytkownicy z innego kraju UE byli w stanie zakupić towary i usługi. W pozostałych przypadkach konsumenci napotkali na formę ograniczenia powszechnie znaną jako geoblokowanie.

Czym jest geoblokada

Geoblokada to dyskryminująca praktyka, która uniemożliwia klientom internetowym dostęp do produktów i usług oraz ich zakup poprzez stronę znajdującą się w innym państwie członkowskim.

Formy geoblokingu:

- odmowa sprzedaży do innego kraju Unii na dowolnym etapie składania zamówienia online,
- automatyczne przekierowanie klienta na inną stronę (najczęściej kraju, w którym przebywa) bez jego zgody i/lub wiedzy oraz możliwości obejścia przekierowania,
- zmiana warunków sprzedaży, w tym ceny, ze względu na kraj, w którym przebywa konsument (określane częściej jako geo-filtering),
- brak akceptacji metody płatności (np. karty kredytowej) z innego państwa UE,
- brak możliwości rejestracji na stronie internetowej z powodu adresu użytkownika w innym państwie członkowskim lub z powodu miejsca, z którego łączy się użytkownik. Aby barierę tę usunąć, Rada pracuje wraz z Parlamentem Europejskim nad rozporządzeniem o geoblokadzie.

29 listopada 2017 r. ambasadorzy UE potwierdzili porozumienie prezydencji estońskiej i Parlamentu co do zakazu nieuzasadnionej geoblokady. Proponowane rozporządzenie, które muszą przyjąć i Rada, i Parlament, ma wyeliminować dyskryminację opartą na:

- obywatelstwie klientów,
- miejscu zamieszkania,
- miejscu prowadzenia działalności.

Zakaz geoblokady to ważny element strategii jednolitego rynku cyfrowego. Wejście w życie rozporządzenia o geoblokadzie będzie kolejnym istotnym osiągnięciem, porównywalnym ze zniesieniem opłat roamingowych czy umożliwieniem transgranicznego przenoszenia subskrypcji internetowych.

Nowe rozporządzenie usunie takie ograniczenia i uwolni e-handel z pożytkiem zarówno dla konsumentów, jak i dla firm. Przyszłe rozporządzenie ma zapobiegać dyskryminacji konsumentów i firm, gdy kupują produkty i usługi w innym państwie UE. Dyskryminacja taka może dotyczyć cen, sprzedaży i warunków płatności.

W myśl nowych przepisów sprzedający nie będą mogli proponować klientom dyskryminacyjnych warunków (w tym cen) w 3 przypadkach:

- towary doręczane do państwa członkowskiego, do którego sprzedający oferują dostawę lub odbierane przez klienta w uzgodnionym miejscu,
- usługi dostarczane elektronicznie, np. usługi w chmurze, usługi hurtowni danych i web hosting,
- usługi, z których klienci korzystają w kraju prowadzenia działalności przez sprzedającego,

np. usługi hotelowe czy wynajem samochodów.

Zabroniona będzie nieuzasadniona dyskryminacja klientów ze względu na metodę płatność. Sprzedający nie będą więc mogli narzucać klientom różnych warunków płatności zależnie od obywatelstwa, miejsca zamieszkania lub miejsca prowadzenia działalności.

Sprzedający nie będą mogli blokować ani ograniczać klientom dostępu do interfejsów internetowych z powodu obywatelstwa lub miejsca zamieszkania. Jeżeli blokują lub ograniczają dostęp bądź przekierowują na inną wersję interfejsu, będą musieli podać wyjaśnienie.

W przypadku kolizji z prawem konkurencji zasadniczo nowe rozporządzenie będzie miało pierwszeństwo. Ale nie zostanie naruszone prawo dostawców do nakładania ograniczeń w sprzedaży aktywnej. Unijne prawo konkurencji rozróżnia sprzedaż pasywną (w odpowiedzi na spontaniczne zamówienie) i sprzedaż aktywną (sprzedający aktywnie zabiega o klientów). Ograniczenia sprzedaży pasywnej są generalnie uznawane za naruszenie prawa konkurencji, podczas gdy ograniczenia sprzedaży aktywnej są powszechną praktyką wynikającą z wolności gospodarczej.

Usługi związane z treściami chronionymi prawem autorskim lub utworami w formie niematerialnej (np. strumieniowa transmisja muzyki czy e-booki) będą wyłączone z zakresu rozporządzenia. Do tej kwestii Komisja Europejska jednak powróci. Wyłączone będą też inne usługi, np. finansowe, audiowizualne, transportowe, zdrowotne i społeczne.

W przeciwieństwie do dyskryminacji cenowej nie będzie zabronione różnicowanie cen. Sprzedający będą więc mogli oferować różne warunki (w tym ceny) konkretnym grupom klientów na konkretnym terytorium. Sprzedający nie będą też musieli dostarczać klientom towarów poza obszar państw członkowskich, do których oferują dostawę.

Komisja Europejska przedstawiła projekt legislacyjny w sprawie geoblokady w maju 2016 r. Towarzyszyły mu dodatkowe projekty dotyczące transgranicznych usług doręczania paczek oraz nowelizacji rozporządzenia o współpracy w dziedzinie ochrony konsumentów. Miały one przyspieszyć tworzenie prawdziwie jednolitego rynku.

22-23 czerwca 2017 r. Rada Europejska nakazała wdrożyć „wszystkie elementy” strategii jednolitego rynku cyfrowego. Przywódcy uznali, że dzięki temu Unia Europejska będzie mogła stawić czoła wyzwaniom **4. rewolucji przemysłowej** i wykorzystać szanse, które ona ze sobą niesie.