



## Ochrona konkurencji: badanie sektora handlu elektronicznego pokazuje powszechność blokowania geograficznego w UE

Bruksela, 18 marca 2016 r.

**Wstępne ustalenia płynące z przeprowadzonego przez Komisję badania sektora handlu elektronicznego pokazują, że blokowanie geograficzne jest rozpowszechnione w UE. Spowodowane jest to częściowo jednostronnymi decyzjami przedsiębiorstw, które decydują się nie sprzedawać za granicę, ale również barierami umownymi ustanowionymi przez przedsiębiorstwa, uniemożliwiającymi konsumentom dokonywanie zakupów w internecie w innych państwach UE.**

Komisja Europejska opublikowała wstępne ustalenia na temat powszechności blokowania geograficznego, które uniemożliwia konsumentom kupowanie towarów konsumpcyjnych i uzyskiwanie dostępu do zasobów cyfrowych w internecie na terenie Unii Europejskiej. Informacje te zostały zebrane przez Komisję w ramach jej bieżącego badania sektorowego służącego ochronie konkurencji poświęconego sektorowi handlu elektronicznego, [rozpoczętego w maju 2015 r.](#) W szczególności odpowiedzi od ponad 1400 sprzedawców detalicznych i dostawców treści cyfrowych ze wszystkich 28 państw członkowskich wskazują, że blokowanie geograficzne jest powszechne w UE, zarówno w przypadku dóbr konsumpcyjnych, jak i treści cyfrowych. 38 % biorących udział w badaniu sprzedawców detalicznych dóbr konsumpcyjnych i 68 % dostawców treści cyfrowych odpowiedziało, że blokują geograficznie konsumentów znajdujących się w innych państwach członkowskich UE.

Badanie sektora handlu elektronicznego ma na celu zebranie informacji rynkowych, które pozwolą Komisji lepiej zrozumieć, czy – i w jakim zakresie – bariery tworzone przez przedsiębiorstwa wpływają na europejskie rynki handlu elektronicznego. Blokowanie geograficzne jest jedną z kwestii uwzględnionych w badaniu sektorowym. Opublikowane dziś fakty i dane dotyczące blokowania geograficznego nie przesądzają o stwierdzeniu ewentualnych problemów związanych z brakiem konkurencji lub o wszczęciu jakiegokolwiek postępowania antymonopolowego. Ustalenia zostaną uwzględnione w prowadzonej przez Komisję analizie w ramach badania sektorowego i pomogą określić ewentualne problemy w dziedzinie konkurencji, a także uzupełnić kroki podejmowane w ramach komisyjnej [strategii jednolitego rynku cyfrowego](#). Celem tych działań jest wyeliminowanie barier, które utrudniają transgraniczny handel elektroniczny.

Margrethe **Vestager**, komisarz odpowiedzialna za politykę konkurencji, stwierdziła: „Informacje zebrane w ramach naszego badania sektora handlu elektronicznego potwierdzają sygnały, na podstawie których rozpoczęliśmy to badanie: Blokowanie geograficzne nie tylko często uniemożliwia europejskim konsumentom kupowanie towarów i treści cyfrowych przez internet w innym państwie UE, ale w niektórych przypadkach jest wynikiem ograniczeń zawartych w umowach między dostawcami a dystrybutorami. Jeżeli przedsiębiorstwo niezajmujące pozycji dominującej decyduje jednostronnie o nieprowadzeniu sprzedaży za granicę, to nie jest to kwestia, której dotyczy prawo konkurencji. Jednak tam, gdzie blokowanie geograficzne wynika z umów, musimy przyjrzeć się bliżej, czy występują w tej sytuacji zachowania antykonkurencyjne, które można regulować przy pomocy unijnych narzędzi służących ochronie konkurencji”.

Coraz więcej towarów i usług sprzedaje się przez internet, ale transgraniczna sprzedaż internetowa w UE rośnie bardzo powoli. Opublikowane dzisiaj wstępne ustalenia Komisji pochodzące z badania sektorowego dotyczą praktyki zwanej **blokowaniem geograficznym**, gdzie sprzedawcy detaliczni i dostawcy treści cyfrowych uniemożliwiają klientom internetowym kupowanie towarów konsumpcyjnych lub korzystanie z usług dostępu do zasobów cyfrowych z powodu lokalizacji lub państwa zamieszkania osoby kupującej. Jest to czynnik wpływający na transgraniczny handel elektroniczny.

W niektórych przypadkach blokowanie geograficzne jest najwyraźniej związane z **umowami między dostawcami a dystrybutorami**. Umowy takie **mogą ograniczać konkurencję na jednolitym rynku, naruszając unijne zasady ochrony konkurencji**. Należy jednak oceniać to indywidualnie w każdym przypadku.

Natomiast jeśli blokowanie geograficzne wynika z **jednostronnych decyzji biznesowych** podejmowanych przez przedsiębiorstwo rezygnujące z prowadzenia sprzedaży za granicę, takie

zachowanie przedsiębiorstwa niezajmującego pozycji dominującej wykracza wyraźnie **poza zakres unijnego prawa konkurencji**.

Istnieje wiele powodów, dla których sprzedawcy detaliczni i usługodawcy nie prowadzą sprzedaży transgranicznej, a swoboda wyboru partnera handlowego pozostaje podstawową zasadą. W tym kontekście kluczowym priorytetem Komisji jest rozwiązanie kwestii nieusprawiedliwionych barier regulacyjnych dla elektronicznego handlu transgranicznego przy pomocy działań legislacyjnych w ramach [strategii jednolitego rynku cyfrowego](#). Komisja przedstawi kolejne wnioski ustawodawcze w maju. Wspólnym celem egzekwowania zasad konkurencji oraz inicjatyw legislacyjnych Komisji jest stworzenie przestrzeni, w której europejscy obywatele i przedsiębiorcy będą mogli bez problemu uzyskiwać dostęp do różnego rodzaju działań w internecie, niezależnie od ich miejsca zamieszkania lub działalności.

### **Podsumowanie wstępnych ustaleń**

W wyniku badania sektorowego stwierdzono, że 38 % biorących udział w badaniu sprzedawców detalicznych **dóbr konsumpcyjnych**, takich jak odzież, obuwie, artykuły sportowe oraz elektronika użytkowa, prowadzących sprzedaż w internecie, stosuje blokowanie geograficzne. W przypadku tych produktów blokowanie geograficzne sprowadza się głównie do odmowy realizowania dostaw za granicę. Stosowana jest również odmowa przyjęcia zagranicznych metod płatności oraz, w mniejszym stopniu, przekierowywanie i blokowanie dostępu do strony internetowej. O ile większość przypadków blokowania geograficznego wynika z jednostronnych decyzji biznesowych sprzedawców detalicznych, to **12 % takich handlowców zgłosiło ograniczenia umowne dotyczące sprzedaży transgranicznej** w odniesieniu do co najmniej jednej kategorii produktu znajdującej się w ich ofercie.

Co się tyczy **internetowych treści cyfrowych**, większość (68 %) dostawców odpowiedziało, że stosują blokowanie geograficzne wobec użytkowników znajdujących się w innych państwach członkowskich UE. Blokowanie odbywa się głównie w oparciu o adres IP użytkownika (Internet Protocol), który określa i podaje lokalizację komputera lub smartfona. **59 % biorących udział w badaniu dostawców treści cyfrowych poinformowało, że do blokowania geograficznego zobowiązują ich umowy z dostawcami**. Jeśli chodzi o powszechność blokowania geograficznego, istnieją znaczne różnice pomiędzy różnymi kategoriami treści cyfrowych i państwami członkowskimi UE.

Liczby respondentów różnią się w zależności od danego państwa członkowskiego, głównie z powodu różnej wielkości rynków handlu elektronicznego w tych państwach i różnej liczby spontanicznych wniosków o dopuszczenie do udziału w badaniu otrzymanych przez Komisję. Tym samym wyniki te stanowią wartościowe spojrzenie na powszechność występowania praktyk blokowania geograficznego w UE, ale nie są statystycznie reprezentatywne dla całości unijnego rynku handlu elektronicznego. Więcej szczegółów można znaleźć w [arkuszu informacyjnym](#).

### **Kolejne etapy badania sektora handlu elektronicznego**

Bardziej szczegółowa analiza wszystkich ustaleń trwającego badania sektora handlu elektronicznego zostanie przedstawiona we wstępnym sprawozdaniu, które ma zostać opublikowane do celów konsultacji publicznej w połowie 2016 r. Będzie obejmowało ono nie tylko blokowanie geograficzne, ale również wszelkie inne ewentualne problemy w zakresie konkurencji dotyczące europejskie rynki handlu elektronicznego. Przewiduje się, że sprawozdanie końcowe zostanie przedstawione w pierwszym kwartale 2017 r.

Opublikowane dziś wstępne ustalenia dotyczące blokowania geograficznego nie przesądzają o stwierdzeniu ewentualnych problemów związanych z brakiem konkurencji lub o wszczęciu jakiegokolwiek postępowania antymonopolowego.

Jeżeli Komisja zidentyfikuje konkretne naruszenia zasad konkurencji w odniesieniu do blokowania geograficznego lub innych kwestii, może wszcząć dochodzenia w celu zapewnienia zgodności z przepisami UE dotyczącymi praktyk ograniczających konkurencję i nadużywania pozycji dominującej (art. 101 i 102 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej – TFUE). Wszelkie środki egzekwowania zasad konkurencji musiałyby być oparte na indywidualnej ocenie każdego przypadku, co obejmowałoby również analizę ewentualnego uzasadnienia stwierdzonych ograniczeń.

### **Kontekst**

Pełne sprawozdanie można znaleźć [tutaj](#). Szczegółowe informacje na temat badania sektora handlu elektronicznego można znaleźć w [arkuszu informacyjnym](#).

Badanie sektora handlu elektronicznego [rozpoczęto w dniu 6 maja 2015 r.](#), aby umożliwić Komisji stwierdzenie ewentualnych problemów w zakresie konkurencji na europejskich rynkach handlu elektronicznego. Szczegółowe informacje na temat badania sektora handlu elektronicznego można znaleźć na [stronie internetowej dotyczącej badania sektorowego](#).

Badanie sektorowe uzupełnia inne działania mające na celu usunięcie barier w transgranicznym handlu elektronicznym opisane w komisyjnej [strategii jednolitego rynku cyfrowego](#) przyjętej w tym samym dniu. Komisja opublikowała dziś, w ramach strategii, swoje pełne sprawozdanie z wyników konsultacji społecznych w sprawie blokowania geograficznego (więcej informacji [tutaj](#)). Komisja przeprowadziła również [ankietę z wykorzystaniem metody „tajemniczego klienta”](#), w ramach której przeanalizowano powszechność blokowania geograficznego i techniki ograniczeń terytorialnych stosowane w różnych sektorach w całej UE. Komisja przedłoży w maju pakiet ustawodawczy mający na celu ożywienie handlu elektronicznego w UE.

IP/16/922

Kontakty z mediami:

[Ricardo CARDOSO](#) (+32 2 298 01 00)

[Yizhou REN](#) (+32 2 299 48 89)

Zapytania od obywateli: Serwis [Europe Direct](#) – tel. [ [00 800 67 89 10 11](#) ] lub [e-mail](#)