**Europska komisija objavila početne nalaze istraživanja o suzbijanju monopola u sektoru e-trgovine**

U preliminarnom izvješću Europske komisije potvrđuje se brz rast sektora e-trgovine na tržištu EU-a te se utvrđuju poslovne prakse koje bi mogle ograničiti tržišno natjecanje i izbor potrošača.

Jedan od osnovnih dijelova strategije jedinstvenog digitalnog tržišta jest potrošačima i poduzećima osigurati bolji pristup robi i uslugama. Komisija je u svibnju 2015. u okviru strategije jedinstvenog digitalnog tržišta pokrenula istraživanje sektora e-trgovine. U izvješću se utvrđuju poslovne prakse koje mogu izazvati zabrinutosti u pogledu tržišnog natjecanja, a u tom slučaju Komisija može pokrenuti posebni istražni postupak kako bi osigurala usklađenost s pravilima EU-a o restriktivnim poslovnim praksama i spriječila zlouporabu vladajućeg položaja na tržištu. Tijekom istraživanja prikupljeni su podaci od gotovo 1800 poduzeća koja posluju u e-trgovini robe široke potrošnje i digitalnog sadržaja te je analizirano oko 8 000 ugovora o distribuciji. U preliminarnom izvješću predstavljaju se Komisijini početni nalazi u pogledu tih pitanja.

**Ključni nalazi**

U preliminarnom izvješću potvrđuje se sve veća važnost e-trgovine. Navodi se da je u 2015. više od polovine odraslih građana u EU-u na internetu naručilo robu ili usluge široke potrošnje, a ta je brojka u nekim državama članicama još veća, ondje je od deset građana više od njih osam kupovalo na internetu. E-trgovina je važan pokretač transparentnosti cijena i cjenovnog natjecanja, kojim se potrošačima omogućuje veći izbor i mogućnosti pronalaženja najbolje ponude. Ta je transparentnost prisutna i na strani ponude: u izvješću se navodi da, primjerice, više od polovine trgovaca na malo prati cijene konkurenata i velika većina njih odgovara na promijene cijena konkurenata.

Utvrđuju se i određene poslovne prakse koje mogu ograničiti to tržišno natjecanje na internetu. Izvješće bi trebalo potaknuti poduzeća da preispitaju svoje postojeće ugovore o distribuciji i da ih, u slučaju neusklađenosti, usklade s pravilima EU-a o tržišnom natjecanju.

1. Prodaja robe široke potrošnje na internetu

Proizvođači su odgovorili na procvat e-trgovine tako što su primijenili niz praksi u cilju veće kontrole distribucije svojih proizvoda i pozicioniranja svoje marke. Selektivni sustavi distribucije u kojima proizvode mogu prodavati samo prethodno odabrani ovlašteni prodavatelji više se upotrebljavaju, a proizvođači svoje proizvode sve više prodaju na internetu izravno potrošačima.

U svojim ugovorima o distribuciji proizvođači isto tako sve više upotrebljavaju ugovorna ograničenja prodaje. U izvješću se navodi:

• od pet trgovaca na malo više od dva suočava se sa nekim oblikom preporuke ili ograničenja u pogledu cijene od strane proizvođača

• gotovo jedan od pet trgovaca na malo ugovorno je ograničen u pogledu prodaje na internetskim tržištima

• gotovo jedan od deset trgovaca na malo ugovorno je ograničen u pogledu podnošenja ponuda web-mjestima za usporedbu cijena

• od deset trgovaca na malo više od jednog prijavilo je da mu njegovi dobavljači nameću ugovorna ograničenja za prekograničnu prodaju.

Sve te vrste ugovornih ograničenja prodaje mogu, u određenim okolnostima, općenito otežati prekograničnu kupnju ili kupnju na internetu te u konačnici potrošačima nanijeti štetu tako što im se onemogućuje ostvarivanje koristi od većeg izbora i nižih cijena u e-trgovini.

1. Digitalni sadržaji

**Dostupnost licencija od nositelja autorskih prava na sadržaje** ključna je za pružatelje digitalnih sadržaja i osnovni čimbenik tržišnog natjecanja na tržištu. U izvješću se navodi da su sporazumi o licenciranju autorskih prava složeni i često isključivi. U tim su sporazumima utvrđena područja, tehnologije i mjesta puštanja u distribuciju koje pružatelji digitalnog sadržaja mogu upotrebljavati.

Geografska blokada potrošača na internetu usporava rast internetske trgovine. Svoje početne nalaze istraživanja **o geografskom blokiranju** Komisija je objavila ranije, u ožujku 2016., a na temelju kojih je utvrđeno da je ta praksa proširena u e-trgovini u cijelom EU-u, posebno u pogledu digitalnog sadržaja. Više od 60 % sporazuma o licenciranju koje su dostavili nositelji prava ograničeno je na područje jedne države članice. Gotovo 60 % pružatelja digitalnih sadržaja odgovorilo je da su se s nositeljima prava ugovorno obvezali na geografsko blokiranje. Početni nalazi pokazali su da se u internetskoj trgovini čak 38 % trgovaca na malo i 68 % pružatelja digitalnog sadržaja koristi geografskom blokadom potrošača iz drugih država članica EU-a, kada trgovci na malo i pružatelji digitalnog sadržaja onemogućuju kupcima na internetu da kupe robu široke potrošnje ili pristupe digitalnom sadržaju iz druge države članice zbog njihove lokacije ili prebivališta. Zaključeno je da su razlog geografskom blokiranju jednostrane odluke poduzeća da ne prodaju u inozemstvu, ali i ugovorne prepreke koje poduzeća postavljaju, onemogućujući tako potrošačima kupnju robe široke potrošnje i internetski pristup digitalnom sadržaju diljem EU-a. Neke od blokada rezultat su ograničenja koja proizlaze iz ugovora između dobavljača i distributera. Ako je jednostrana odluka nedominantnog poduzeća o tome da se ne bavi prekograničnom prodajom rezultat ugovora, mora se vidjeti je li riječ o monopolističkom djelovanju koje se može riješiti instrumentima EU-a u području tržišnog natjecanja. Takvim se ugovorima može ograničiti tržišno natjecanje i može doći do kršenja protumonopolskih pravila EU-a, što će se morati ocjenjivati u svakom pojedinačnom slučaju. No, ako se geografska blokada temelji na jednostranoj poslovnoj odluci poduzeća da se ne bavi prekograničnom trgovinom, takvo ponašanje nije obuhvaćeno pravom EU-a o tržišnom natjecanju (sloboda odabira trgovinskih partnera i dalje je jedno od temeljnih načela) ako je riječ o nedominantnom poduzeću. Ako geografsko blokiranje proizlazi iz sporazumâ između dobavljača i distributera ono može ograničiti tržišno natjecanje i može doći do kršenja protumonopolskih pravila EU-a. Svaka mjera provedbe tržišnog natjecanja kojom se suzbija geografsko blokiranje morala bi se temeljiti na pojedinačnoj procjeni, koja bi uključivala analizu potencijalnih obrazloženja za utvrđena ograničenja.

**Slijedeći koraci**

Preliminarno izvješće Komisije o suzbijanju monopola u sektoru e-trgovine slijedeća dva mjeseca je otvoreno za javno savjetovanje. Dionici se pozivaju da dostave svoje komentare na nalaze istraživanja sektora, dostave dodatne informacije i postave dodatna pitanja. Objava završnog izvješća očekuje se u prvom tromjesečju 2017.