**Suzbijanje monopola u sektoru internetske trgovine**

**Geografska blokada potrošača na internetu usporava rast internetske trgovine**

U internetskoj trgovini čak 38 % trgovaca na malo i 68 % pružatelja digitalnog sadržaja koristi se geografskom blokadom potrošača iz drugih država članica EU-a.

Robom se na internetu trguje u sve većoj mjeri, no prekogranična prodaja na internetu unutar EU-a sporo se razvija. S obzirom na to da je geografsko blokiranje jedan od čimbenika koji utječu na prekograničnu internetsku trgovinu Europska komisija je pokrenula istraživanje u području suzbijanja monopola u sektoru internetske trgovine u kojemu je sudjelovalo više od 1400 trgovaca na malo i pružatelja digitalnog sadržaja iz svih 28 država članica (šest iz Hrvatske). Prema početnim nalazima istraživanja o rasprostranjenosti blokiranja 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.

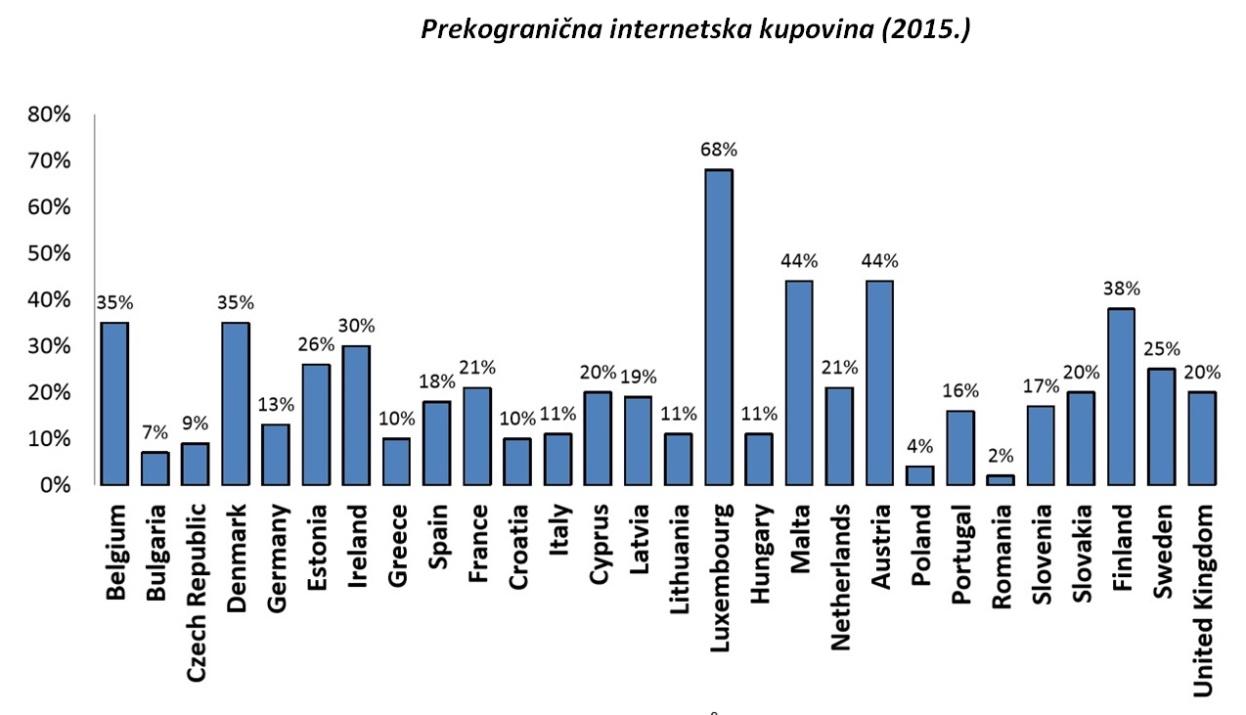
Neke od blokada rezultat su ograničenja koja proizlaze iz ugovora između dobavljača i distributera. Ako je jednostrana odluka nedominantnog poduzeća o tome da se ne bavi prekograničnom prodajom rezultat ugovora, mora se vidjeti je li riječ o monopolističkom djelovanju koje se može riješiti instrumentima 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 bez sumnje 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.

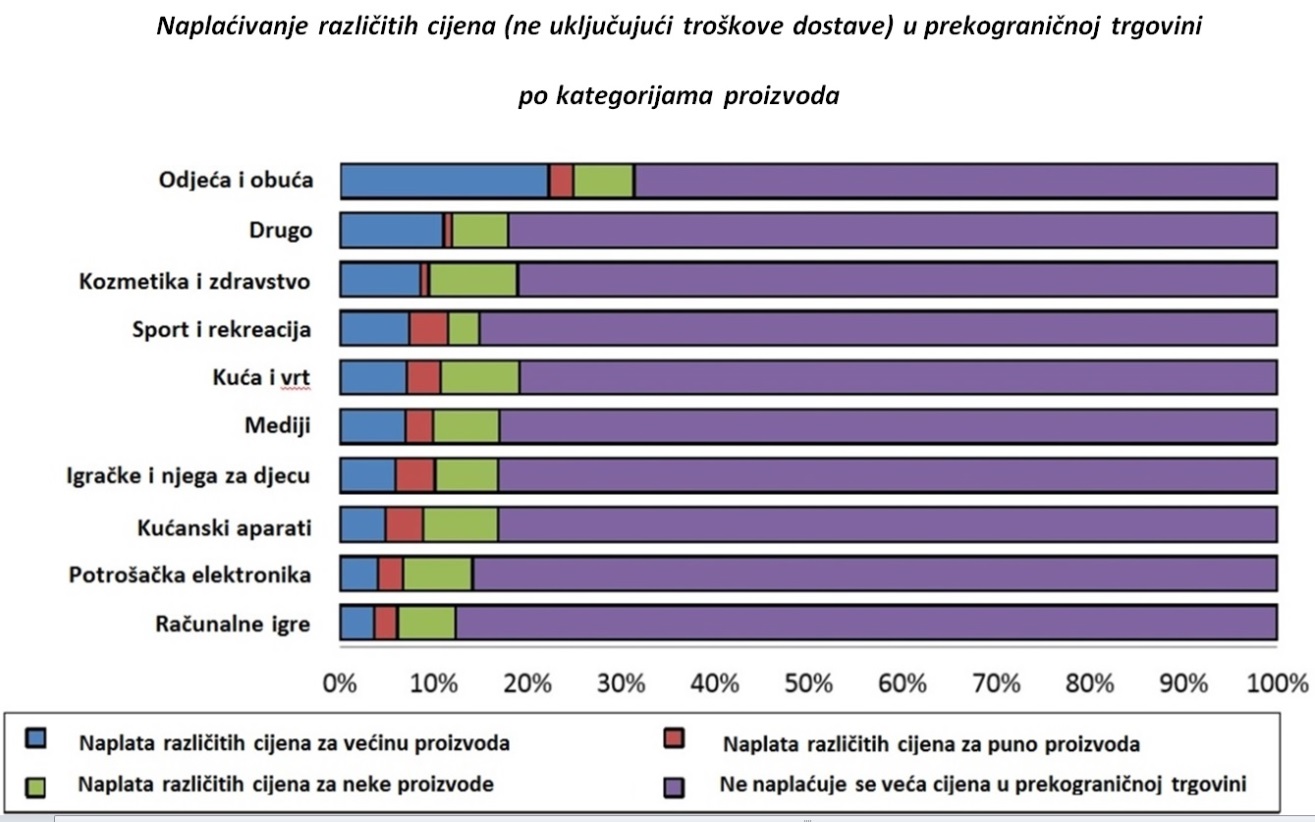
U tom kontekstu ključni je prioritet Komisije rješavati pitanje neopravdanih prepreka prekograničnoj internetskoj trgovini s pomoću zakonodavnih mjera u okviru njezine Strategije za jedinstveno digitalno tržište pa će u svibnju predstaviti zakonodavne prijedloge. Zajednički je cilj provedbe tržišnog natjecanja i Komisijinih zakonodavnih inicijativa stvoriti područje u kojem europski građani i poduzeća mogu bez poteškoća pristupati i djelovati na internetu neovisnom o svojem prebivalištu.

**Sažetak nalaza**

Prema nalazima istraživanja sektora 38 % trgovaca na malo koji su odgovorili i koji na internetu prodaju robu široke potrošnje kao što su odjeća, obuća, sportski predmeti i elektronički uređaji za široku potrošnju koristi se geografskim blokiranjem. Geografsko blokiranje za te proizvode uglavnom se očituje odbijanjem isporuke u inozemstvo. Zabilježeno je i neprihvaćanje stranih sredstava plaćanja te, u manjoj mjeri, preusmjerivanje i onemogućivanje pristupa web-mjestu. Iako je većina tih geografskih blokada rezultat jednostranih poslovnih odluka trgovaca na malo, 12 % trgovaca navodi ugovorna ograničenja prekogranične prodaje za najmanje jednu kategoriju proizvoda u ponudi.

Većina (68 %) pružatelja internetskog digitalnog sadržaja odgovorila je da se služi geografskom blokadom korisnika iz drugih država članica EU-a. To se uglavnom obavlja na temelju provjere korisnikove IP adrese koja utvrđuje i daje podatke o položaju računala/pametnog telefona (60% slučajeva), prema prebivalištu potrošača (13%), prema kreditnoj kartici (2%) te drugim mjerama (18%). Visokih 59 % pružatelja digitalnih sadržaja odgovorilo je da su ih dobavljači ugovorno obvezali na geografsko blokiranje. Postoje znatne razlike u raširenosti geografskog blokiranja među različitim kategorijama digitalnog sadržaja i među državama članicama EU-a.



******