



UČINCI EUROPSKE UREDBE O GEOGRAFSKOM BLOKIRANJU NA PREKOGRANIČNU E-TRGOVINU

UDK: 34:[004.738:339(4-6EU)]
Stručni rad

Dr. sc. Sanja Gongeta, v. pred.
Veleučilište "Lavoslav Ružička" u Vukovaru

SAŽETAK

Dobro funkcioniranje jedinstvenog unutarnjeg tržišta podrazumijeva poticanje pristupa i slobodnog kretanja roba i usluga diljem Europske unije bez diskriminacije na temelju mjesta prebivališta, državljanstva ili mjesta nastanka. Iako je zanimanje za kupnju putem interneta posljednjih godina sve veće, a najnoviji rezultati istraživanja pokazuju da je gotovo 70% internetskih korisnika u EU koristilo internet trgovinu u 2017. godini, trgovci često još uvijek odbijaju prodavati ili opskrbljivati kupce iz druge države članice i primjenjuju različite opće uvjete pristupa bez ikakvog objektivnog razloga. Također, često se ne nude jednako povoljne cijene u usporedbi s lokalnim kupcima. U radu se analizira najnoviji europski pravni okvir koji se bavi neopravdanim geoblokiranjem, odnosno uklanjanjem određenih prepreka za funkcioniranje unutarnjeg tržišta i njegove implikacije na prekograničnu e-trgovinu. Uredba 2018/302 odnosi se upravno na postupke koje internetski prodavači koriste za ograničavanje prekogranične internetske prodaje na temelju državljanstva, prebivališta ili mjesta osnivanja. Mjere utvrđene u Uredbi 2018/302 pružaju jasan, ujednačen i učinkovit skup pravila o odabranom broju pitanja koja bi trebala pridonijeti cjelovitom funkcioniranju jedinstvenog europskog tržišta i povećanju prava potrošača i sprječavanju diskriminacije na temelju državljanstva kupaca, prebivališta ili mjesta poslovnog nastana, uključujući neopravdano geoblokiranje, u prekograničnim transakcijama vezanim za prodaju robe i pružanje usluga unutar Europske unije.

Ključne riječi: geo-blokiranje, Uredba 2018/302, prekogranična e-trgovina, trgovačke transakcije

1. Uvod

Širenje digitalne ekonomije te otvaranje novih tržišta za male i srednje poduzetnike i potrošače u smislu prekograničnih usluga i elektroničkog poslovanja, posljednjih se godina pokazalo kao značajan pokretač gospodarskog razvoja.¹ Ipak, uz konstantan razvoj digitalnih inovacija i širenje njihove primjene, potrošači, jednako kao i mala i srednja poduzeća, vrlo se često pri prekograničnoj internet kupnji susreću s različitim postupanjima zbog državljanstva, mjesta boravišta ili svog poslovnog nastana.

Premda se postotak internet kupnje povećava iz godine u godinu, kriteriji kojima trgovci definiraju cijene, uvjete isporuke potrošačima i klijentima² iz drugih država u odnosu na lokalne klijente još uvijek nisu ujednačeni. Indeks digitalnog gospodarstva pokazuje kako je u 2017. godini gotovo 70% internet korisnika u Europskoj uniji kupovalo putem interneta, ali su klijenti iz drugih država uspješno mogli završiti kupnju na tek 37% internetskih stranica.

Jedan od načina segmentiranja tržišta unutar europskog jedinstvenog unutarnjeg tržišta upravo je uskraćivanje pristupa na temelju lokacije.

Zbog navedenih razloga Europska komisija je donijela paket mjera s naglaskom na ključne elemente: osiguravanje boljeg pristupa robi i uslugama na internetu, rastu povjerenja potrošača i povećanju sigurnosti u elektroničkim plaćanjima te administrativnom rasterećenju pri prekograničnoj e-trgovini. Navedenim mjerama željelo se povećati potencijal prekogranične e-trgovine kao jednog od ključnih uvjeta za osiguranje potpunog funkcioniranja jedinstvenog digitalnog tržišta. Uredbom o zabrani neopravdanog geografskog blokiranja želi se ukloniti diskriminacija utemeljena na državljanstvu potrošača, mjestu njegova prebivališta ili poslovnog nastana.

1 Kuhlman, K., Glaub, M., Wang, M. (2018.), *Digital Economy – enabling environment guide*, Center for International Private Enterprise and New Markets Lab, Washington, 7.

2 Potrošač je svaka fizička osoba koja djeluje u svrhe koje su izvan okvira njezine trgovačke, poslovne, obrtničke ili profesionalne djelatnosti, dok je klijent potrošač koji je državljanin države članice ili u njoj ima boravište, ili poduzeće s poslovnim nastanom u državi članici, a prima uslugu ili kupuje robu unutar Europske unije ili to namjerava učiniti s isključivom svrhom krajnje uporabe.



Zabrana geografskog blokiranja važan je element strategije jedinstvenog digitalnog tržišta.

U radu se prvotno definira jedinstveno digitalno tržište, analiziraju razlozi nužnosti njegova određivanja te sama svrha i korist koju osigurava potrošačima. Sljedeće poglavlje pojašnjava pojam geografskog blokiranja, daje prikaz posljednjih europskih zakonodavnih reformi u smislu otklanjanja prepreka klijenata koji zbog prebivališta, državljanstva ili mjesta poslovnog nastana u Europskoj uniji ne mogu kupiti uslugu ili robe od trgovaca iz druge države članice, odnosno sprječavanje geografskog blokiranja. Također, analiziraju se recentna djelovanja Europske Komisije u slučajevima geografskog blokiranja. Pred zaključna razmatranja daje se prikaz indeksa digitalnog gospodarstva u Europskoj uniji.

2. Jedinstveno digitalno tržište

Suvremeni i inovativni gospodarski sustavi temelje se na informacijskim i komunikacijskim tehnologijama kao posljedica ubrzane digitalizacije svjetskog poslovanja. Digitalizacija nije unijela promjene samo u poslovanju, već i niz mogućnosti razvoja inovacija, gospodarskog rasta i zapošljavanja u novim gospodarskim sektorima što je otvorilo brojna pitanja javnim tijelima te otvorilo potrebu ujednačenog djelovanja na razini Europske unije.

Svjetsko gospodarstvo sve se više usmjerava u digitalne sfere dok ni nacionalni ni međunarodni zakonodavni okviri uglavnom nisu pratili takav tijek razvoja te su malim i srednjim poduzećima ograničavala pristup svjetskom tržištu.³

Upravo iz tog razloga Europska komisija kao jedan od prioriteta svojega djelovanja, uz već postojeće jedinstveno unutarnje tržište Europske unije, koje podrazumijeva jedinstveno tržište i jamči temeljne slobode kretanje robe, usluga, kapitala i ljudi, postavila je stvaranje jedinstvenog digitalnog tržišta i uspostavu njegovog adekvatnog zakonodavnoga okvira.

Uklanjanjem tehničkih, pravnih i birokratskih prepreka građanima Europske unije omogućuje se slobodno internet trgovanje i internet poslovanje. U kontekstu nesmetanog trgovanja i poslovanja ključne su već spomenute slobode kretanja roba, usluga i kapitala.

3 Kuhlman, K., Glaub, M., Wang., M., *op. cit.*,7.

Sloboda kretanja usluga detaljnije je utvrđena Direktivom o uslugama.⁴

Jedinstveno digitalno tržište temelji se na trima osnovnim stupovima: Boljem pristupu potrošača i poduzeća robi uslugama na internetu u cijeloj Europi; Stvaranju odgovarajućih uvjeta za procvat digitalnih mreža i usluga i iskorištavanju punog potencijala rasta europskog digitalnoga gospodarstva.⁵ Ostvarenje osnovnih stupova jedinstvenog digitalnog tržišta zahtijevalo je uklanjanje prepreka prekograničnih aktivnosti na internetu uzrokovano razlikama na internetu u okruženju, osiguravanje brze, sigurne i pouzdane infrastrukture i usluga pružanja sadržaja na internetu kao i regulatorni okvir kojim će se omogućiti zakonite inovacije, ulaganja, ali i pošteno tržišno natjecanje i ravnopravni uvjeti poduzetnicima.⁶

Razlike u nacionalnim zakonodavstvima država članica koja su se odnosila na zaštitu potrošača i ugovornoga prava priječilo je iskorištavanje punog potencijala koje jedinstveno unutarnje tržište pruža potrošačima i poduzetnicima Europske unije.

Prilikom izrade Strategije jedinstvenog digitalnog tržišta za Europu, Europska Komisija došla je do podataka kako bi „potrošači u Europskoj uniji svake godine mogli uštedjeti 11,7 milijardi eura kada bi im na internetu bila dostupna cjelokupna paleta roba i usluga iz cijele Europske unije. Prodavačima na internetu iz vlastite države vjeruje 61% potrošača u Europskoj uniji, dok onima iz drugih država članica vjeruje samo 38%“ Te konačno, „Samo 7% malih i srednjih poduzeća u Europskoj uniji prodaje svoje proizvode drugim državama.“⁷

Stoga je prilikom uspostave zakonodavnog okvira jedinstvenog digitalnog tržišta upravo ujednačavanje ugovornog i autorskog prava među državama članicama kao i ujednačavanje porezne politike u navedenom segmentu bilo prioritet.⁸

Za uspješnu realizaciju postavljenih ciljeva te ostvarivanje punog potencijala rasta europskog digitalnog gospodarstva potrebno je bilo ostvariti sljedeće kriterije:

4 Direktiva 2006/123/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 12. prosinca 2006. o uslugama na unutarnjem tržištu SL L 376, 27.12.2006., 36–68.

5 Strategija jedinstvenog digitalnog tržišta za Europu, COM/2015/0192 final. 4.

6 Ibid.

7 Ibid.

8 Ibid.



1. omogućiti bolji pristup internetu za potrošače i poduzeća u cijeloj Europi
2. ujednačiti pravila prekogranične e-trgovine kojima potrošači i poduzeća mogu vjerovati
3. omogućiti povoljnu i visokokvalitetnu prekograničnu dostavu paketa
4. spriječiti neopravdano uskraćivanje pristupa na temelju lokacije
5. omogućiti bolji pristup digitalnom sadržaju kroz suvremen okvir za autorska prava prilagođen europskim potrebama
6. smanjiti opterećenja i prepreke u prekograničnoj prodaji uzrokovane poreznom politikom.

Kako je vidljivo, regulatorna rascjepkanost i regulatorne prepreke najčešće su bile razlog izostanka širenja malih i srednjih poduzetnika za širenje na nova tržišta, odnosno bile su prepreka njihovom širenju prekograničnog poslovanja na jedinstvenom tržištu unutar granica Europske unije.

U pogledu prepreka na koje su nailazili sami potrošači, najveći dio pritužbi, njih 74% odnosilo se na prekograničnu internet kupnju, odnosno na različite cijene ili druge primjere diskriminacije utemeljene na geografskoj lokaciji.⁹

Premda je za internetsko uskraćivanje pristupa na temelju lokacije katkad moguće pronaći opravdanje u smislu ispunjavanja nekih posebnih i dodatnih zakonskih obveza, ono najčešće nema nikakvog opravdanoga razloga i predstavlja diskriminaciju utemeljenu na geografskoj lokaciji.¹⁰

Uspostavljanjem jedinstvenog digitalnog tržišta nije se samo europsko gospodarstvo transformiralo u skladu sa suvremenim izazovima koje postavlja digitalno tržište, nego je i pružilo novu dimenziju rasta malih i srednjih poduzeća i izvan granica unutarnjeg tržišta Europske unije.

9 Ibid.

10 Direktiva 2006/123/EZ u uvodnoj izjavi 95. opisuje situacije u kojima je opravdano različito postupanje. Riječ je prije svega o mrežnoj i izvan mrežnoj prodaji robe i usluga te o slučajevima integriranja ta dva kanala.

3. Uredba (EU) 2018/302 Europskog parlamenta i Vijeća o zabrani neopravdanog geografskog blokiranja

Digitalno gospodarstvo, kao i sam internet ne poznaje granice i zahvaljujući tome svatko ima pristup tržištu. Nove tehnologije proširile su pristup tržištima, snizile troškove njihove proizvodnje i dostave te utjecale na stvaranje novih načina plaćanja te novih digitalnih valuta.¹¹ Razlike između država članica u reguliranju pravila koja se odnose na transakcije u internet trgovini bio je jedan od razloga smanjene internet trgovine.

Upravo zbog tih specifičnosti pred zakonodavcima su se pojavila jedinstvena pitanja i izazovi.¹² Tradicionalan pristup zakonske zaštite potrošača, reguliranja ugovornih obveza te pohranjivanja podataka u suvremenim okolnostima moraju biti prilagođeni digitalnim kriterijima.¹³ Suvremena zakonodavna rješenja moraju uvažavati zaštitu potrošača, zaštitu podataka, zaštitu elektroničkih transakcija posebice elektroničkog plaćanja i elektroničkog potpisa.

Zabrana diskriminacije na temelju državljanstva sastavni je dio prava Europske unije utvrđeno Ugovorom o funkcioniranju Europske unije (UFEU).¹⁴ Uskraćivanje pristupa na temelju lokacije podrazumijeva postupke koje prodavači na internetu upotrebljavaju u svom poslovanju iz komercijalnih razloga što rezultira odbijanjem pristupa web-adresama u drugim državama članicama. Uslijed uskraćivanja pristupa na temelju lokacije potrošači mogu pristupiti web-adresi, ali ne mogu kupovati ili ih se preusmjerava na lokalno web-stranicu istog poduzeća s različitim proizvodima, uslugama ili različitim cijenama.¹⁵

11 OECD (2014), *The digital economy, new business models and key features, u: Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9789264218789-7-en>, 70., 71.

12 Kuhlman, K., Glaub, M., Wang, M., *op. cit.* 9.

13 Ibid.

14 "Unutar područja primjene Ugovorâ i ne dovodeći u pitanje bilo koju njihovu posebnu odredbu, zabranjena je svaka diskriminacija na temelju državljanstva. Odlučujući u skladu s redovnim zakonodavnim postupkom, Europski parlament i Vijeće mogu donijeti pravila za zabranu takve diskriminacije." Čl. 18. *Ugovora o funkcioniranju Europske unije (UFEU) SL C 202, 7.6.2016., 1-388*

15 *Strategija jedinstvenog digitalnog tržišta za Europu, op. cit., 6.*



Tehnologija koja se koristi za onemogućavanje korisnika na određenom geografskom položaju da pristupi određenom sadržaju na internetskoj stranici je poznato kao geografsko blokiranje.¹⁶ Svaki korisnik YouTube-a zna koliko frustrirajuće može biti iskustvo kada umjesto uživanja u nekom sadržaju dobije obavijest kako on nije dostupan u njegovoj zemlji.¹⁷

S ciljem ukidanja diskriminacije utemeljene na državljanstvu potrošača, mjestu njegova prebivališta ili poslovnog nastana malih i srednjih poduzetnika, Vijeće Europske Komisije 27. veljače 2018. donijelo je Uredbu o zabrani neopravdanoga geografskog blokiranja na unutarnjem tržištu.

3.1. Opći pregled područja primjene

Uredbom se rješava ujednačavanje prava pristupa robi i uslugama. To prije svega znači da trgovci više ne mogu provoditi diskriminaciju među potrošačima u pogledu općih uvjeta i cijena za robu koja se isporučuje ili u državu članicu u koju trgovac nudi isporuku ili u kojoj se roba preuzima na lokaciji dogovorenoj s potrošačem za elektronički isporučene usluge kao što su računalstvo u oblaku, skladištenje podataka i hosting internetskih stranica za usluge kao što su hotelski smještaj i najam automobila koje potrošač prima u zemlji u kojoj trgovac posluje.¹⁸

Uklanjanje diskriminacije u području platnih transakcija podrazumijeva zabranu primjene različitih uvjeta plaćanja za potrošače na temelju državljanstva te mjesta boravka ili poslovnog nastana.¹⁹

Usegmentu pristup e-trgovini na internetu, trgovcima neće biti dozvoljeno blokirati ili ograničiti potrošačima pristup svojem internetskom sučelju na temelju njihove nacionalnosti te mjesta boravišta ili poslovnog nastana. U slučaju blokiranja, ograničavanja pristupa

16 Schmidt-Kessen, M.J., „EU Digital Single Market Strategy, Digital Content and Geo-Blocking: Costs and Benefits of Partitioning EU’s Internal Market“, Columbia Journal Of European Law, Vol 24. 2018., 561-576.,561.

17 Ibid.

18 Čl. 4. Uredbe(EU) 2018/302 Europskog Parlamenta i Vijeća o zabrani neopravdanog geografskog blokiranja.

19 Čl. 5. Uredbe (EU) 2018/302 Europskog Parlamenta i Vijeća o zabrani neopravdanog geografskog blokiranja.

potrošačima ili njihovog preusmjeravanja na drukčiju verziju internetskog sučelja, trgovac će morati dat jasno pojašnjenje.²⁰

Članak 6. Uredbe regulira pitanje nadležnosti u slučaju pasivne prodaje i sukoba s pravom o tržišnom natjecanju te se pojašnjava kako nova Uredba, kao opće pravilo prevladava. Ipak, prava dobavljača za nametanje eventualnih ograničenja u slučaju aktivne prodaje ipak ostaju.²¹ Naime, ograničenja pasivne prodaje općenito se smatraju povredom prava o tržišnom natjecanju, a ograničenja aktivne prodaje ustaljena su praksa koja proizlazi iz komercijalne slobode.²²

U pogledu iznimki iz područja primjene Uredbe o neopravdanom geografskom blokiranju, one se odnose na financijske, prometne, zdravstvene i socijalne te audiovizualne usluge kao i na usluge povezane sa sadržajem zaštićenim autorskim pravima ili djelima u nematerijalnom obliku kao što su internetski prijenos glazbe i e-knjige.

Za razliku od cjenovne diskriminacije, diferencijacija cijena nije zabranjena te trgovci i dalje mogu nuditi različite opće uvjete, uključujući i cijene, za određene ciljne skupine potrošača na određenim područjima. Iznimka primjene Uredbe odnosi se i na obvezu trgovaca da isporuče robe potrošačima izvan države članice za koju nude isporuku.

Komisija do 23. ožujka 2020. i svakih pet godina nakon toga ima obvezu izvješćivanja Europskog parlamenta, Vijeća te Europskog gospodarskog i socijalnog odbora o ocjenjivanju same Uredbe. Ključno za izvješćivanje je ukupni učinak Uredbe na unutarnje tržište i prekograničnu e-trgovinu, uključujući posebno potencijalno dodatno administrativno i financijsko opterećenje za trgovce koje proizlazi iz postojanja različitih primjenjivih regulatornih režima za pravo potrošačkih ugovora. Tom će se izvješću, prema potrebi, prilagati prijedlog izmjene Uredbe u svjetlu pravnih, tehničkih i gospodarskih promjena.²³

20 Čl. 3. Uredbe (EU) 2018/302 Europskog Parlamenta i Vijeća o zabrani neopravdanog geografskog blokiranja.

21 U pravu EU-a o tržišnom natjecanju radi se razlika između pasivne prodaje (prilikom prodaje na temelju samoinicijativnih narudžbi) i aktivne prodaje (kada trgovci na malo aktivno privlače potrošače).

22 <https://www.consilium.europa.eu/hr/policies/geo-blocking/> (25.1.2020.)

23 Čl. 9. st. 1. Uredbe (EU) 2018/302 Europskog Parlamenta i Vijeća o zabrani neopravdanog geografskog blokiranja.



Prvo ocjenjivanje provodi se s ciljem procjene područja primjene Uredbe i opseg zabrane utvrđene u članku 4. stavku 1. točki (b)²⁴ te bi li se Uredba trebala primjenjivati i na elektronički isporučene usluge čija je glavna značajka omogućavanje pristupa i korištenje djelima zaštićenima autorskim pravom ili drugim zaštićenim sadržajima, uključujući prodaju djela zaštićenih autorskim pravom ili zaštićenih sadržaja u nematerijalnom obliku, pod uvjetom da trgovac ima potrebna prava za relevantna područja.²⁵

3.2. Postupanje Europske komisije u slučaju geografskog blokiranja

U prosincu 2018. godine Europska komisija kaznila je Guess, poznati modni brend, sa skoro 40 milijuna eura globe zbog blokiranja internetske prekogranične prodaje i zadržavanja umjetno viših cijena u zemljama srednje i istočne Europe u odnosu na zapadne članice EU-a.

Komisija je utvrdila da su Guessovi proizvod u prosjeku za pet do deset posto skuplji u Bugarskoj, Hrvatskoj, Estoniji, Latviji, Litvi, Poljskoj, Češkoj, Rumunjskoj, Slovačkoj i Sloveniji nego u zemljama zapadne Europe.

U odluci je istaknuto kako “Kroz ugovore o redistribuciji, Guess je pokušao spriječiti potrošače u EU-u da kupuju u drugim članicama EU-a, sprječavajući trgovce da reklamiraju i prodaju u inozemstvu.

24 “Trgovac ne smije primjenjivati različite opće uvjete pristupa svojoj robi ili uslugama zbog razloga povezanih s državljanstvom, mjestom boravišta ili mjestom poslovnog nastana klijenta u slučajevima kada klijent želi:

(a) od trgovca kupiti robu, a ta se roba ili dostavlja na lokaciju u državi članici za koju trgovac u svojim općim uvjetima pristupa nudi usluge dostave ili se ta roba preuzima na lokaciji dogovorenoj između trgovca i klijenta u državi članici u kojoj trgovac nudi takvu mogućnost u svojim općim uvjetima pristupa;

(b) od trgovca primiti elektronički isporučene usluge, različite od usluga čija je glavna značajka omogućavanje pristupa i korištenje djelima zaštićenima autorskim pravom ili drugim zaštićenim sadržajima, uključujući prodaju djela zaštićenih autorskim pravom ili drugih zaštićenih sadržaja u nematerijalnom obliku;

(c) od trgovca primiti usluge koje nisu elektronički isporučene usluge, na fizičkoj lokaciji unutar državnog područja države članice na kojem trgovac posluje.“

25 Čl. 9. st. 2. Uredbe (EU) 2018/302 Europskog Parlamenta i Vijeća o zabrani neopravdanog geografskog blokiranja.

Tvrтка je na taj način uspijevala održavati cijene umjetno visokim, posebice u zemljama srednje i istočne Europe.”²⁶

Komisija je smanjila kaznu za 50 posto, na 39.821.000 eura, jer je Guess, surađivao u istrazi.

U 2019. godini Europska komisija kaznila je Nike s 12,5 milijuna eura zbog ograničavanja prodaje nogometne sportske opreme nekih od najpoznatijih europskih klubova. Ilegalna je praksa američke kompanije povezana uz licencirane proizvode FC Barcelone, Manchester Uniteda, Juventusa, Inter Milana, AS Rome te Francuske nogometne federacije na kojima se ne nalazi Nikeov logo.

Komisija je istragu pokrenula 2017. zbog sumnje da proizvođač sportske odjeće i opreme krši propise o zaštiti tržišnog natjecanja. Preciznije, htjelo se utvrditi je li Nike trgovcima na jedinstvenom tržištu Europske unije ograničio prodaju licencirane sportske opreme, poput kapa s brendom FC Barcelone, što se pokazalo istinitim.

Ugovori američke kompanije sadržavali su klauzulu koja je proizvođačima navedenih brendiranih proizvoda branila njihovu prodaju van granica država u kojima su artikli proizvedeni. Uz to, predstavnici kompanije prijetili su prekidom ugovora u slučaju nepoštivanja tih klauzula.²⁷

„Nikeova je praksa onemogućila nogometnim fanovima u drugim zemljama priliku da kupe brendirane proizvode momčadi za koje navijaju, kao što su šalice, torbe, posteljine, pisaći pribor ili igračke “pojasnila je Margrethe Vestager, povjerenica EU-a za tržišno natjecanje, što je „rezultiralo suženim izborom i višim cijenama, što je prema propisima o tržišnom natjecanju u EU protuzakonito.“

S obzirom na to da je Nike surađivao tijekom istrage, kompanija je kao i u prethodnom, sličnom slučaju dobila čak 40 posto nižu kaznu.

4. Indeks digitalnog gospodarstva u Europskoj uniji

Svi segmenti gospodarstva prihvatili su digitalizaciju s ciljem poboljšanja svog poslovanja, produktivnosti te smanjenja operativnih troškova.²⁸

26 https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hr/IP_18_6844 (16.1.2020.)

27 https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_19_1828 (16.1.2020.)

28 OECD, *op.cit.*, 70.



Godišnji Indeks digitalnog gospodarstva i društva temelji se na podacima Eurostata i prikazuje napredak država članica Europske unije u razvoju digitalnoga gospodarstva i društva. Slijedom takvih rezultata države članice lakše određuju prioritete ulaganja i svog djelovanja. Indeks digitalnog gospodarstva je također ključni alat za detaljnu analizu nacionalnih digitalnih politika, koja pruža pregled napretka i provedbe politika u državama članicama.

U pregledu Indeksa digitalnog gospodarstva objavljenog za 2019. godinu podatci pokazuju kako su najbolje rezultate u implementiranju digitalnih alata ostvarile Finska, Švedska i Nizozemska čime su ostvarile status globalnih vođa u digitalizaciji i digitalnom gospodarstvu. Slijede ih UK (podatci su obrađivani prije Brexita), Luxembourg, Irska, Estonija i Belgija dok je Republika Hrvatska na dvadesetom mjestu. Bugarska, Rumunjska, Grčka i Poljska su ostvarile najlošije rezultate u implementiranju digitalnih tehnologija u poslovanje.

Nadalje, posljednji godišnji Indeks digitalnog gospodarstva pokazuje kako u državama članicama poput Danske, Nizozemske, Velike Britanije i Finske, velika većina stanovništva koristi internet barem jednom tjedno.

Države, poput Njemačke, Estonije, Belgije i Austrije, u 2018. godini ostvarila su dodatna poboljšanja u tom pogledu. Značajan napredak postigle su i Španjolska, Latvija te su se približile europskom prosjeku.

Zamjetno povećanje zabilježeno je i u Rumunjskoj (+ 8 postotnih bodova u usporedbi s 2017.) i na Cipru (+ 4 postotni bod) što konkretno znači kako 31% Rumunja i 36% Bugara i dalje ipak ne koristi redovito internet. Očekivano, najveći broj korisnika interneta i dalje su mladi pojedinci (97% u dobi od 16 do 24 godine) i oni koji imaju visoku razinu formalnog obrazovanja (97%).²⁹

5. Zaključna razmatranja

Digitalizacija je utjecala na svaki segment gospodarstva uključujući prodaju, transport i logistiku, financijske usluge te obrtništvo i poljoprivredu. Tradicionalna i postojeća pravna rješenja zaštite potrošača i trgovaca više nisu adekvatna i pred zakonodavcima su se našla specifična pitanja i potreba za jedinstvenim zakonodavnim okvirima.

²⁹ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/desi> (25.1.2020.)

Uzimajući u obzir tu činjenicu, suvremena zakonodavna rješenja moraju uvažavati zaštitu potrošača, zaštitu osobnih podataka, zaštitu elektroničkih transakcija posebice elektroničkog plaćanja i elektroničkog potpisa.

S ciljem povećanja konkurentnosti Europske unije na svjetskom tržištu, uspostavljeno je jedinstveno digitalno tržište. Jedinstveno digitalno tržište je uklanjanjem postojećih prepreka za ostvarenje punog potencijala sudjelovanja potrošača, klijenata i malih i srednjih poduzetnika u digitalnom gospodarstvu omogućilo veći izbor, pružanje boljih usluga po boljim cijenama te stvorilo nova radna mjesta.

Uz to, stvoreni su preduvjeti za veće mogućnosti bržeg pristupa tržištu novoosnovanim malim i srednjim poduzećima, a postojećima brži rast i iskorištavanje punog potencijala sudjelovanja na tržištu koje uključuje više od 500 milijuna ljudi.

Kao jedan od instrumenata ostvarivanja jedinstvenog digitalnog tržišta je Uredba (EU) 2018/302 Europskog parlamenta i Vijeća od 28. veljače 2018. o rješavanju pitanja neopravdanoga geografskog blokiranja i drugih oblika diskriminacije na unutarnjem tržištu na temelju državljanstva, mjesta boravišta ili mjesta poslovnog nastana klijenata koja je u primjeni od prosinca 2018. godine.

Prva procjena učinka novog zakonodavnog okvira kojim se uklanjanje diskriminacija potrošača, klijenata i malih i srednjih poduzeća slijedi dvije godine nakon njegova stupanja na snagu što apsolutno otvara potrebu i mogućnosti za praćenjem ove aktualne tematike.



Literatura:

Knjige i monografije

1. Kuhlman, K., Glaub, M., Wang., M. (2018.), *Digital Economy – enabling environment guide*, Center for International Private Enterprise and New Markets Lab, Washington
2. Mazzioti, G. (2015.), *Is geo-blocking a real cause for concern in Europe?*, European University Institute, Badia Fiesolana
3. Duch-Brown, N., Martens, B. (2016.), *The Economic Impact of Removing Geo-blocking Restrictions in the EU Digital Single Market*, Institute for Prospective Technological Studies, Digital Economy Working Paper 2016/02.
4. OECD (2014), *The digital economy, new business models and key features*, u: *Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9789264218789-7-en>.
5. Riis, T., Schovsbo, J., (2016) *The Borderless Online User – Carving Up the Market for Online and Streaming Services*, A handbook of contemporary research, Edward Elgar Publishing (2nd ed, 2017)..
dostupno na: <https://ssrn.com/abstract=2867353>
6. Schroff, S., Street, J. (2018). *The politics of the Digital Single Market: culture vs. competition vs. copyright*. *Information, Communication & Society*, 21(10), 1305-1321. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1309445

Članci

1. Kjølbbye, L., Aresu, A., Stephanou, S., *The Commission's E-Commerce Sector Inquiry – Analysis of Legal Issues and Suggested Practical Approach*“ *Journal of European Competition Law & Practice*. Vol 6, br. 7/2015, 465–476,
2. Schmidt-Kessen, M.J., *“EU Digital Single Market Strategy, Digital Content and Geo- Blocking: Costs And Benefits Of Partitioning EU's Internal Market“*, *Columbia Journal Of European Law*, Vol 24. 2018., 561-576.

Magistarski rad

1. Zarra, A. *„Geo-blocking and price discrimination by online market places in the EU“*, magistarski rad, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milano, 2016.

Zakonski tekstovi

1. Direktiva 2006/123/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 12. prosinca 2006. o uslugama na unutarnjem tržištu SL L 376, 27.12.2006., 36–68.
2. Komunikacija Komisije Europskom Parlamentu, Vijeću, Europskom Gospodarskom i Socijalnom Odboru I Odboru Regija Strategija jedinstvenog digitalnog tržišta za Europu, SWD (2015) 100 final
3. Pročišćene verzije Ugovora o Europskoj uniji i Ugovora o funkcioniranju Europske unije Ugovor o Europskoj uniji (pročišćena verzija) Ugovor o funkcioniranju Europske unije (pročišćena verzija) Protokoli Prilozi Ugovoru o funkcioniranju Europske unije Izjave priložene Završnom aktu Međuvladine konferencije na kojoj je donesen Ugovor iz Lisabona potpisan 13. prosinca 2007. Tablice ekvivalenata SL C 202, 7.6.2016., 1–388
4. Uredba (EU) 2018/302 Europskog parlamenta i Vijeća od 28. veljače 2018. o rješavanju pitanja neopravdanoga geografskog blokiranja i drugih oblika diskriminacije na unutarnjem tržištu na temelju državljanstva, mjesta boravišta ili mjesta poslovnog nastana klijenata te o izmjeni uredbi (EZ) br. 2006/2004 i (EU) 2017/2394 i Direktive 2009/22/EZ (Tekst značajan za EGP.) SL L 60I, 2.3.2018., 1–15.
5. Zakon o provedbi Uredbe (EU) 2018/302 Europskog parlamenta i Vijeća od 28. veljače 2018. o rješavanju pitanja neopravdanog geografskog blokiranja i drugih oblika diskriminacije na unutarnjem tržištu na temelju državljanstva, mjesta boravišta ili mjesta poslovnog nastana klijenata te o izmjeni Uredbi (EZ) 2006/2004 i (EU) 2017/2394 i Direktive 2009/22/EZ, Narodne Novine 25/19

Internet izvori

1. Godišnji Indeks digitalnog gospodarstva <https://ec.europa.eu/digital-single-market/desi> (25.1.2020.)
2. <https://www.consilium.europa.eu/hr/policies/geo-blocking/> (25.1.2020.)
3. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hr/IP_18_6844 (16.1.2020.)
4. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_19_1828 (16.1.2020.)



EU GEO-BLOCKING REGULATION AND ITS IMPLICATION ON CROSS BORDER E-COMMERCE

Gongeta Sanja, PhD

SUMMARY

Good functioning of the internal market understands fostering access to, and the free movement of, goods and services across the European Union without discrimination based on place of residence, nationality, or place of establishment. Although the interest for online shopping is increasing in the past years, and the latest research results show that almost 70 % of internet users in the EU shopped online in 2017, traders often still refused to sell or supply to customers from another Member State and to applied different general conditions of access without any objective reason. Also, they often did not offer equally advantageous prices compared with local customers. This paper analyses the latest European legal framework that addresses unjustified geo-blocking by removing certain barriers to the functioning of the internal market and its implication on cross border e-commerce. Regulation 2018/302 refers to this practices used by online sellers to restrict online cross-border sales based on nationality, residence or place of establishment. Measures set out in Regulation 2018/302, provide clear, uniform and effective set of rules on a selected number of issues, which should contribute to the full functioning of the European single market and increase of consumer rights and prevent discrimination based on customers' nationality, place of residence or place of establishment including unjustified geo-blocking, in cross-border transactions relating to the sales of goods and the provision of services within the European Union.

Key words: *geo-blocking, Regulation 2018/30,2 cross border e-commerce, commercial relations*