

Kruszenie geoblokowania

Tak jak chłopci pańszczyźniani byli w średniowieczu przypisani do ziemi, tak my – mieszkańcy Unii Europejskiej – byliśmy – nie zawsze, ale często – przypisani w internecie do swoich krajów. Tego by się nikt nie spodziewał, w końcu internet jest globalny i nie ma w nim granic państwowych. To prawda, ale niekoniecznie w odniesieniu do handlu elektronicznego. W wielu sklepach internetowych mieliśmy do czynienia z odmową sprzedaży, jeśli klient był z innego kraju niż sprzedawca, albo odmową przyjęcia zapłaty kartą kredytową Visa lub Mastercard, czyli z instytucji globalnych, jeśli była powiązana z bankiem z innego kraju niż sprzedawca. Z kolei niektóre firmy prowadzące sprzedaż internetową w wielu krajach automatycznie przekierowywały klientów na strony narodowe, na których były różne ceny na te same produkty i usługi. Zatem Polak, który chciał porównać cenę tego samego produktu w tej samej firmie w sklepie internetowym przeznaczonym dla Anglików nie mógł tego zrobić, bo system wykrywał, że łączy się z Polski i automatycznie przekierowywał go na stronę polską. Czy na tej polskiej stronie ceny były wyższe, czy niższe niż na angielskiej, to zależało od podejścia. Jedni handlowcy rozumowali tak: Anglicy są bogatsi niż Polacy, więc mogą zapłacić więcej. Na angielskiej stronie ceny były wyższe, a geoblokada uniemożliwiała Anglikom tańsze kupowanie przez internet w Polsce. Inni handlowcy kierowali się ekonomią skali: rynek angielski jest większy niż polski, więc ceny dla Anglików mogą być niższe. Dlatego geoblokowali Polakom kupowanie w Anglii. Teraz takie praktyki zostały przez Parlament Europejski znacznie, choć niestety nie całkowicie ograniczone. Pozostawiono bowiem handlowcom decyzję, czy chcą, czy nie chcą dostarczać towary do innych krajów UE. e-Sklep w Anglii może ciągle odmówić dostawy do Polski, jeśli takich dostaw normalnie nie prowadzi. Ale jeśli dostarcza towary do Polski, wszystko jedno, czy z magazynu w Polsce, czy w Anglii, to nie może odmówić Polakowi zakupu na witrynie w Anglii po cenach oferowanych na tej witrynie i dostawy do Polski. Nie można też odmówić klientom zagranicznym usług elektronicznych, np. przetwarzania w chmurze, po jednolitych cenach. Wreszcie jeśli usługa jest świadczona w kraju sprzedającego, np. jeśli rodziny z Polski, Anglii i Francji chcą kupić przez internet bilety do Disneylandu w Paryżu, albo na koncert w Polsce, albo na mecz w Anglii, to wszystkie te rodziny, niezależnie od tego skąd pochodzą, mają prawo do jednakowych cen biletów. Dotychczas nie zawsze tak było, bo preferowano „swoich”.

To rozporządzenie o geoblokowaniu to mały krok w dobrym kierunku. Sprawia, że „Jednolity, Europejski Rynek Cyfrowy” staje się bardziej jednolity nie tylko z nazwy. Niestety krok jest mały, bo wyłączone są z tej regulacji usługi finansowe, audiowizualne,

transportowe, zdrowotne i społeczne. Nadal więc, jak pojedziemy na wakacje do Grecji, Włoch, czy Hiszpanii – krajów jak najbardziej unijnych – i wejdziemy na witrynę polskiej gazety, za dostęp do której zapłaciliśmy, to zamiast wideo w różnych miejscach zobaczymy wszystkie odcienie szarości z napisami „Niedostępne w innych krajach niż Polska”.

Na zakończenie pragnę życzyć Czytelniczkom i Czytelnikom moich felietonów wesołych świąt Bożego Narodzenia i cyfrowej odwagi w Nowym 2019 Roku – niezbędnej konsumentom do kupowania, a handlowcom do sprzedawania przez internet za granicą. Życzę też świętemu Mikołajowi, aby jeżdżąc z prezentami po całej Europie nie natrafiał na żadne cyfrowe bariery.