

ARTUR SZMIGIELSKI

UNIwersytet Warszawski
Wydział Prawa i Administracji
Katedra Prawa Europejskiego
E-MAIL: ARTUR.SZMIGIELSKI@WPiA.UW.EDU.PL

Blokowanie geograficzne w świetle prawa konkurencji Unii Europejskiej

STRESZCZENIE

Podstawowym celem niniejszego artykułu jest ocena blokowania geograficznego w świetle prawa konkurencji Unii Europejskiej (UE). Geoblokowanie odnosi się do sytuacji, w której sprzedawcy detaliczni i dostawcy treści cyfrowych uniemożliwiają klientom internetowym kupowanie towarów konsumenckich lub korzystanie z usług dostępu do zasobów cyfrowych z powodu lokalizacji lub państwa zamieszkania osoby kupującej. Obecnie to szczególne transgraniczne ograniczenie sprzedaży internetowej jest jedną z głównych trosk Komisji Europejskiej, która 6 maja 2015 roku rozpoczęła badanie sektorowe prawa konkurencji UE w handlu elektronicznym. Wstępne wnioski z badania sektorowego wskazują, że blokowanie geograficzne jest powszechne w Unii. Powstaje zatem pytanie, czy art. 101 (1) *Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej* (TFUE) jest wystarczającym i odpowiednim narzędziem do czynnego wzmocnienia funkcjonowania Jednolitego Rynku Cyfrowego poprzez zwalczanie „nieuzasadnionego” geoblokowania.

SŁOWA KLUCZOWE

geoblokowanie, prawo konkurencji Unii Europejskiej, handel elektroniczny, antykonkurencyjne porozumienia, Jednolity Rynek Cyfrowy

Wstęp

„Ta treść nie jest aktualnie dostępna w twoim regionie” – niniejszy komunikat jest dobrze znany wszystkim użytkownikom Internetu, którzy próbowali włączyć chronione prawem materiały wideo na portalach typu Netflix czy YouTube. Stanowi to sztandarowy przykład tak zwanego geoblokowania czy innymi słowami blokowania geograficznego (*geo-blocking*), polegającego na odmowie dostępu do stron internetowych, treści lub usług internetowych opartych na lokalizacji geograficznej użytkownika. W ramach strategii Jednolitego Rynku Cyfrowego¹ w dniu 6 maja 2015 roku Komisja Europejska rozpoczęła badanie sektorowe w sprawie ochrony konkurencji w handlu elektronicznym (dalej: badanie sektorowe)², którego celem jest między innymi identyfikacja oraz analiza powyższego zjawiska z perspektywy unijnych przepisów prawa konkurencji. Wstępne wyniki badania sektorowego, udostępnione 18 marca 2016 roku, wskazały na znaczną powszechność blokowania geograficznego w UE. Z raportu przygotowanego przez Komisję Europejską wynika bowiem, że aż 38% sprzedawców detalicznych dóbr konsumpcyjnych i 68% dostawców treści cyfrowych blokuje geograficznie konsumentów znajdujących się w innych państwach członkowskich UE³.

Przedmiotem artykułu jest analiza, w jakich przypadkach badane zachowanie rynkowe przedsiębiorców stanowi potencjalną praktykę zakłócającą konkurencję na rynku wewnętrznym⁴. Celem tych rozważań jest próba odpowiedzi na pytanie, na ile instrument prawa antymonopolowego⁵ faktycznie umożliwi realizację planów politycznych Komisji w postaci budowy Jednolitego Rynku Cyfrowego poprzez zwalczanie geoblokowania.

¹ Jednolity Rynek Cyfrowy to przestrzeń, w której zapewniony jest swobodny przepływ towarów, osób, usług i kapitału, a obywatele i przedsiębiorstwa mogą bez przeszkód i na zasadach uczciwej konkurencji uzyskać dostęp do usług online lub je świadczyć. Zob. Komunikat Komisji Europejskiej do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów z dnia 6 maja 2015 r., *Strategia Jednolitego Rynku Cyfrowego dla Europy*, COM(2015) 192 final. (dalej: Strategia Jednolitego Rynku Cyfrowego).

² Sektor *e-commerce* jest definiowany jako internetowy handel towarami oraz świadczenie usług online. Zob. Decyzja Komisji z dnia 6 maja 2015 roku, *Initiating an inquiry into the e-commerce sector pursuant to Article 17 of Council Regulation (EC) No 1/2003*, COM(2015) 3026 final.

³ Commission Staff working document, *Geo-blocking practices in e-commerce. Issues paper presenting initial findings of the e-commerce sector inquiry conducted by the Directorate – General for Competition*, Brussels, 18.3.2016 SWD(2016) 70 final.

⁴ Rynek wewnętrzny obejmuje system zapewniający niezakłóconą konkurencję. Zob. Protokół nr 27 w sprawie rynku wewnętrznego i konkurencji, Dz. Urz. UE C 115/309. Do czasu wejścia w życie Traktatu z Lizbony cel w postaci niezakłóconej konkurencji na rynku wewnętrznym wynikał z ówczesnego art. 3 ust. 1 lit. g TWE.

⁵ Narzędziem polityki konkurencji jest prawo konkurencji, które stanowi gwarancję jej efektywności. Por. A. E. Rodriguez, A. Menon, *The limits of competition policy*, Haga 2010, s. 93.

Powyższemu celowi została podporządkowana struktura artykułu, który składa się z pięciu części. Wnioski płynące z każdej z nich pozwolą scharakteryzować i ocenić wyżej wymienioną praktykę w świetle prawa konkurencji UE. W pierwszej części zostanie dokonana charakterystyka blokowania geograficznego, a także wskazane zostaną jej uwarunkowania. Następnie poszukiwana będzie odpowiedź na pytanie, czy ogólne zasady dotyczące ograniczeń wertykalnych w handlu elektronicznym mają również zastosowanie w przypadku zachowania rynkowego przedsiębiorców. W trzeciej części artykułu będzie analizowana relacja zachodząca pomiędzy prawem własności intelektualnej (prawem autorskim) a terytorialnym ograniczeniem sprzedaży elektronicznej, stanowiącym istotny przejaw blokowania geograficznego. W dwóch ostatnich częściach umówione zostaną sprawy wskazywane w badaniach sektorowych. Wyrażam nadzieję, że takie ujęcie pozwoli na realizację przyjętego celu badawczego, a także umożliwi przedstawienie trafnych wniosków *de lege lata* oraz *de lege ferenda*.

Uwarunkowania oraz charakterystyka geoblokowania

Transgraniczna transakcja pomiędzy podmiotami z różnych państw Unii Europejskiej, realizowana w ramach *e-commerce*, jest złożonym, wielowymiarowym zjawiskiem prawnym, na który składa się wiele aspektów. Jej kształt normatywny zależy od statusu stron⁶, a także od przedmiotu świadczenia⁷. Rzeczą oczywistą będzie przypomnienie, że Internet nie tylko zrewolucjonizował współczesny model dystrybucji produktów (oferowanych dotychczas w tak zwanych *brick and mortar shops*⁸), ale również spowodował powstanie nowego rodzaju produktów i usług (dóbr niematerialnych, tak zwanych treści cyfrowych⁹), a tym samym nowego popytu konsumenckiego. Współczesny handel charakteryzuje się bowiem trzema dominującymi sytuacjami: (a) produkty są dostępne tylko w Internecie – na przykład gry komputerowe i czasopisma internetowe kupowane tylko drogą online (czysta sprzedaż internetowa); (b) produkty, które są dostępne w tym

⁶ Z jednej strony *bussines to consumer* – B2C (obróć konsumencki), a z drugiej *bussines to bussines* – B2B (obróć profesjonalny).

⁷ Na reżim prawny rządzący taką transakcją składają się liczne regulacje: prawa umów, prawa autorskiego, prawa podatkowego, prawa ochrony danych osobowych, prawa pocztowego, prawa proceduralnego i licznych przepisów technicznych.

⁸ Dosłownie 'sklepy z cegły i zaprawy'. Termin odnoszący się do sklepów stacjonarnych.

⁹ Pojęcie to pojawia się w tak zwanej dyrektywie konsumenckiej (nr 2011/83/UE, Dz. Urz. UE L 304), zgodnie z którą „treści cyfrowe” oznaczają dane wytwarzane i dostarczane w formie cyfrowej, takie jak: programy komputerowe, aplikacje, gry, muzyka, nagrania wizualne lub teksty, bez względu na to, czy dostęp do nich osiąga się przez pobieranie, czy przez odbiór danych przesyłanych strumieniowo, na trwałym nośniku czy przy użyciu jakichkolwiek innych środków.

samym formacie zarówno w dystrybucji fizycznej, jak i internetowej (mieszana sprzedaż, ten sam format) oraz (c) produkty, które są dostępne w różnych formatach w dwóch systemach dystrybucji – na przykład domowe video oraz streaming filmu z Internetu (mieszana sprzedaż, różny format)¹⁰. W związku z tym można wyróżnić dwie grupy przedmiotu handlu elektronicznego: (a) usługi realizowane w całości wirtualnie, dotyczące dóbr niematerialnych (między innymi usługi streamingu muzyki lub filmów); (b) usługi związane z fizycznymi przedmiotami obrotu lub wykonywane przynajmniej częściowo w świecie realnym (handel produktami, rezerwacje, zamawianie usług realizowanych w świecie realnym). Podział ten ma istotny charakter, gdyż w przypadku grupy usług związanych z dobrami niematerialnymi (pierwsza grupa) koszty transakcyjne są niezwykle niskie. Sprzedawca nie ponosi na przykład kosztów transportu, ponadto występują niskie koszty osobowe obsługi (w większości realizowanej automatycznie)¹¹.

Do istotnych cech handlu elektronicznego, rozumianego szeroko w ramach wyżej wymienionych trzech sytuacji, należy między innymi jego wszechobecność – niemal każdy ma dostęp do cyfrowego świata w dowolnym miejscu i czasie. Ponadto wskazuje się, że *e-commerce* wywiera istotny prokonkurencyjny efekt, który zwiększa dobrobyt konsumentów (*consumer welfare*) w postaci niższych cen oraz większej różnorodności produktów¹². W związku z tym, że Internet nie ma fizycznych granic (zwłaszcza w przypadku obrotu treściami cyfrowymi), ten kanał dystrybucji dóbr i usług wywiera także istotny wpływ na transgraniczną wymianę handlową, a więc przyczynia się do sprawnego funkcjonowania rynku wewnętrznego. Powszechnie uważa się jednak, że rozwój *e-commerce* w Unii Europejskiej napotyka szereg barier, które pomimo znacznego potencjału wzrostu tego rodzaju handlu ograniczają jego skalę¹³. Jak podaje Komisja, w 2014 roku około 50% obywateli UE dokonywało zakupów online, jednak tylko 15% z nich nabywało dobra i usługi z innych państw członkowskich¹⁴. Komisja Europejska stawia tezę, że przyczynę tego faktu należy upatrywać nie tylko w barierach

¹⁰ A. Kirsch, W. Weesner, *Can Antitrust Law Control E-commerce? A Comparative Analysis in Light of U.S. and E.U. Antitrust Law*, "Journal of International Law and Policy" 2006, No. 12, s. 298–299.

¹¹ K. Śledziewska et. al., *Analiza mechanizmu geoblokowania w kontekście potencjalnego zakazu różnicowania cen w Unii Europejskiej w polskim transgranicznym handlu elektronicznym*, „Raport DELab UW” 2016, s. 20.

¹² Zob. K. Kowalik-Bańczyk, *Internet a problematyka wspólnotowego prawa konkurencji*, „Studia Europejskie” 2005, nr 2, s. 95.

¹³ Commission Staff Working Document, *A Digital Single Market Strategy for Europe – Analysis and Evidence*, COM (2015) 192 final, s. 21; opracowanie Parlamentu Europejskiego (Dyrekcja Generalna ds. Polityki Wewnętrznej UE), *Discrimination of Consumers in the Digital Single Market*, IP/A/IMCO/ST.2013-03, s. 8.

¹⁴ European Commission, *Antitrust: Commission launches e-commerce sector inquiry – factsheet*, Brussels 2015.

kulturowych, ale także w stosowaniu przez przedsiębiorców specyficznych antykonkurencyjnych praktyk ograniczających handel elektroniczny, takich jak badane w niniejszym artykule blokowanie geograficzne.

Komisja Europejska w swojej strategii położyła akcent na dwa rodzaje barier w transgranicznym handlu elektronicznym. Są to *geo-blocking* oraz *geo-filtering*. Ogólnie rzecz ujmując, pierwszy rodzaj ograniczeń to rozwiązania stosowane przez sprzedawców internetowych, które prowadzą do odmowy dostępu do stron internetowych klientom z innych państw członkowskich, zaś drugi to stosowanie odmiennych warunków umów, w szczególności dotyczących cen¹⁵. Geoblokowanie nie posiada jednak definicji legalnej, w związku z czym wykładnia tego pojęcia w praktyce decyzyjnej i piśmiennictwie naukowym jest niejednolita i zależy od kontekstu, w którym ten termin występuje. W orzecznictwie Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (TSUE) (w stosunku do usług telewizyjnych) pojawiało się sformułowanie ograniczeń geograficznych uzgodnionych przez strony umów w sprawie przeniesienia praw własności intelektualnej w celu ochrony autora¹⁶. W związku z tym, że w ramach rynku cyfrowego szczególnie często dochodzi do obrotu treściami cyfrowymi, powyższe określenie ma również relewantny charakter względem blokowania geograficznego. Z perspektywy prawa autorskiego termin „geoblokowanie” odnosi się zatem do środków technicznych, które blokują dostęp do treści cyfrowych spoza obszaru geograficznego lub państwa członkowskiego, gdzie licencjodawcy komercyjnie eksploatują te utwory¹⁷. Co jednak charakterystyczne, Komisja Europejska opisuje praktykę geoblokowania w *e-commerce* w sposób bardzo ogólny, tj. jako sytuację, w której sprzedawcy detaliczni i dostawcy treści cyfrowych uniemożliwiają klientom internetowym kupowanie towarów konsumenckich lub korzystanie z usług dostępu do zasobów cyfrowych z powodu lokalizacji lub państwa zamieszkania osoby kupującej¹⁸. Jak zatem wskazuje, może ona występować w następujących postaciach: (1) odmowa prawa zawarcia umowy drogą elektroniczną przez stronę www poprzez (a) odmowę dostępu do danej strony, (b) przekierowanie (*re-routing*) na inną stronę tej samej organizacji handlowej, (c) odmowę zapłaty, (d) odmowę dostawy; albo (2) automatyczne dostosowanie oferowanych warunków transakcji (w tym cen) zależnie od lokalizacji klienta, czyli tak zwany *geo-filtering*¹⁹.

¹⁵ Strategia Jednolitego Rynku Cyfrowego, s. 6.

¹⁶ Wyrok Trybunału z dnia 6 października 1982 r. w sprawie 262/81 *Coditel i in.*, zwany „wyrokiem w sprawie *Coditel II*”, Rec. s. 3381.

¹⁷ G. Mazziotti, *Is geo-blocking a real cause for concern in Europe?*, „EUI Working Papers” 2015, No. 43, s. 9.

¹⁸ Komunikat prasowy Komisji Europejskiej z dnia 18 marca 2016 r., *Ochrona konkurencji: badanie sektora handlu elektronicznego pokazuje powszechność blokowania geograficznego w UE*, IP/16/922.

¹⁹ Strategia Jednolitego Rynku Cyfrowego, s. 6–7.

Przykładami takich praktyk mogą być: brak możliwości założenia konta na holenderskiej stronie producenta ubrań po podaniu w systemie rejestracji innego państwa członkowskiego; możliwość założenie konta na stronie producenta, ale brak możliwości dostarczenia przesyłki do państwa pochodzenia klienta; różnicowanie cen towarów w zależności od państwa członkowskiego, z którego zamawiany jest towar; przełączanie klienta ze strony z domeną „.de” na stronę z domeną „.pl” (a tym samym brak możliwości korzystania z różnicy cen występującej pomiędzy różnymi państwami członkowskimi); brak dostępu do streamingu filmu, gdy dany portal wykryje, że jesteśmy z państwa, w którym nie jest oferowana ta usługa. Geoblokowanie realizowane jest z reguły w oparciu o adres IP klienta, obejmujący przybliżone wskazanie lokalizacji, z której łączy się on z Internetem. Jest ono łatwiejsze do zastosowania w przypadku przedsiębiorców oferujących usługi lub treści. W tym wypadku przedsiębiorca nie ponosi bowiem kosztów transportu danego towaru, które potencjalnie uzasadniają różnicowanie ceny pomiędzy danymi państwami członkowskimi. Badanie sektorowe Komisji Europejskiej skupia się na przeszkodach w tych sektorach, w których handel elektroniczny jest najbardziej rozpowszechniony (między innymi elektronika, odzież i obuwie oraz treści cyfrowe)²⁰. Obejmuje to producentów, hurtowników, sprzedawców internetowych oraz platformy internetowe (na przykład aukcje internetowe czy też porównywarki cenowe).

Jak podkreśla Komisja, w niektórych przypadkach blokowanie geograficzne jest ściśle związane z umowami między dostawcami a dystrybutorami (tj. umowami wertykalnymi). Aż 59% dostawców treści cyfrowych biorących udział w badaniu sektorowym przyznało, że do blokowania geograficznego zobowiązują ich umowy z dostawcami. Umowy takie mogą ograniczać konkurencję na jednolitym rynku, naruszając art. 101 *Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej*²¹. W opinii Komisji należy jednak oceniać to indywidualnie. Co bowiem oczywiste, nie wszystkie z wyżej wymienionych przypadków będą stanowiły przykład praktyki ograniczającej konkurencję. Jeżeli blokowanie geograficzne wynika z jednostronnych decyzji biznesowych podejmowanych przez przedsiębiorstwo rezygnujące z prowadzenia sprzedaży za granicą, to takie zachowanie przedsiębiorstwa niezajmującego pozycji dominującej wykracza wyraźnie poza zakres unijnego prawa konkurencji²².

Z powyższych badań wyraźnie wynika, że blokowanie geograficzne należy przede wszystkim oceniać z perspektywy antykonkurencyjnych porozumień, a wówczas przypadki nadużycia pozycji dominującej będą o wiele rzadsze. Z tego

²⁰ Komunikat prasowy Komisji Europejskiej z dnia 6 maja 2015 r., *Komisja przeprowadzi badanie sektorowe w sprawie ochrony konkurencji w handlu elektronicznym*, IP/15/4921.

²¹ *Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej*, Dz. Urz. UE C 326 z 2012 r., s. 47 (dalej: TFUE).

²² Komunikat prasowy Komisji Europejskiej z dnia 18 marca 2016 r., *Ochrona konkurencji...*, op. cit.

względu w dalszej części artykułu uwaga zostanie skupiona właśnie na umowach wertykalnych. W następnej części zostanie zbadane, w jakim zakresie ogólna regulacja ograniczeń wertykalnych w handlu elektronicznym ma zastosowanie do specyfiki blokowania geograficznego.

Geoblokowanie a stosowanie ogólnych reguł konkurencji dotyczących sprzedaży internetowej

W związku z faktem, że blokowanie geograficzne bardzo często jest wynikiem klauzul zawartych w umowach wertykalnych²³, należy zbadać, w jakim zakresie rozporządzenie Komisji 330/2010²⁴ oraz wytyczne w sprawie ograniczeń wertykalnych²⁵ mają zastosowanie do badanego w artykule specyficznego aspektu ograniczenia w transgranicznym handlu elektronicznym²⁶. Jak zauważa Komisja Europejska, reguły prawa konkurencji UE mające zastosowanie do ograniczeń wertykalnych są takie same w przypadku sprzedaży offline i online²⁷. Pomimo że twierdzenie to jest prawdziwe, to jednak sposób, w jaki te reguły i zasady mogą być dostosowane do sprzedaży internetowej, pozostawia wiele kluczowych kwestii otwartych²⁸.

W związku z powyższym umowa wertykalna, która ustanawia system dystrybucyjny, nawet w połączeniu z ograniczeniami wertykalnymi w handlu elektronicznym,

²³ Jak się powszechnie wskazuje, z punktu widzenia wzajemnej pozycji stron porozumienia na szczeblach obrotu gospodarczego art. 101 ust. 1 TFUE ma zastosowanie do porozumień horyzontalnych oraz wertykalnych. Porozumienie horyzontalne dotyczy przedsiębiorstw działających na tym samym poziomie obrotu, zaś wertykalne – przedsiębiorstw na różnych szczeblach obrotu. Zob. T. Szanciło, *Porozumienia ograniczające konkurencję*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2006, nr 8, s. 37.

²⁴ Rozporządzenie Komisji nr 330/2010 z dnia 20 kwietnia 2010 r. w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych, Dz. Urz. UE L 102 z 2010, s. 1–7 (dalej: Rozporządzenie 330/2010; Rozporządzenia Komisji w sprawie wyłączeń grupowych).

²⁵ Zawiadomienie Komisji z dnia 10 maja 2010 r., *Wytyczne w sprawie ograniczeń wertykalnych*, SEC (2010) 411 wersja ostateczna (dalej: Wytyczne Komisji).

²⁶ Literatura poświęcona ograniczeniom konkurencji w handlu elektronicznym jest już w Polsce stosunkowo bogata. Zob. K. Kohutek, *Internetowa dystrybucja towarów w prawie konkurencji (ze szczególnym uwzględnieniem wytycznych Komisji do rozporządzenia nr 330/2010 w sprawie porozumień wertykalnych)*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2011, nr 11, s. 36–43; A. Bolecki, *Ograniczenia w sprzedaży przez Internet w umowach dystrybucyjnych*, „Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny” 2013, nr 3, s. 23–43.

²⁷ Jest to krytykowane w literaturze przedmiotu. Zob. I. G. Asimakopoulou, *Physical and Virtual Selective Distribution in the EU Competition Law*, Athens 2015, s. 3.

²⁸ Rozumienie takich pojęć, jak „aktywna sprzedaż”, „bierna sprzedaż” czy „miejsce prowadzenia działalności gospodarczej”, nie jest oczywiste w handlu internetowym. Zob. B. Targoński, *Sprzedaż aktywna i pasywna w usługach marketingu internetowego*, „Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny” 2013, nr 5, s. 18–26.

co do zasady będzie uznana za legalną, jeżeli zarówno udziały dostawcy, jak i kupującego będą poniżej 30%. Nie odnosi się to jednak do najcięższych ograniczeń konkurencji, tak zwanych *hardcore restrictions*, wskazanych enumeratywnie w art. 4 rozporządzenia 330/2010 (tak zwane klauzule czarne). Klauzule czarne w porozumieniach wertykalnych stanowią najcięższe ograniczenie konkurencji, skutkujące wykluczeniem możliwości skorzystania z wyłączenia grupowego niezależnie od wielkości udziału w rynku stron porozumienia. Do enumeratywnie wymienionych klauzul czarnych należą: (a) klauzule cenowe, (b) klauzule podziałowe, (c) klauzule wprowadzające podmiotowe ograniczenia sprzedaży w systemie dystrybucji selektywnej, (d) klauzule ograniczające wzajemne dostawy między dystrybutorami działającymi w ramach systemu dystrybucji selektywnej oraz (e) klauzule ograniczające prawa dostawcy do sprzedaży komponentów.

Ograniczenie sprzedaży za pośrednictwem Internetu – w tym praktyka geoblokowania – może być kwalifikowane jako klauzula podziałowa, o której mowa w art. 4 lit. b rozporządzenia Komisji w sprawie wyłączeń grupowych. Narzucone lub wymagane ograniczenia w zakresie sprzedaży internetowej odnoszą się także do ciążących na dystrybutorach ograniczeń odsprzedaży. Limitują one możliwość dotarcia przez dystrybutorów z ofertą handlową do szerszego terytorialnie, nieograniczonego kręgu nabywców, bowiem bez istnienia ograniczeń oferta byłaby faktycznie „obecna globalnie”, tj. wykraczałaby poza obszary, na jakich dystrybutor prowadzi działalność²⁹. Na zasadzie wyjątku dopuszczalne jest jednak zakazanie dystrybutorowi aktywnej sprzedaży³⁰ na terytorium zarezerwowanym na wyłączność dla innego dystrybutora. Ekonomicznym uzasadnieniem tego wyjątku jest ochrona inwestycji poczynionych przez dystrybutora wyłącznego. Powyższy wyjątek nie obejmuje jednak ani ograniczania sprzedaży pasywnej (tj. takiej, która została zainicjowana przez konsumenta, a nie przez sprzedawcę), ani ograniczania sprzedaży na terytorium, które nie zostało nikomu przydzielone na wyłączność³¹. Tym samym można wskazać,

²⁹ K. Kohutek, *Komentarz do art. 4 rozporządzenia Komisji (UE) nr 330/2010 w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych*, LEX/el., 2011.

³⁰ Jako sprzedaż aktywną rozumie się aktywne działania sprzedawcy podejmowane w celu zwiększenia sprzedaży lub pozyskania nowych klientów, polegające w szczególności na prowadzeniu działań reklamowych lub promocyjnych, tworzeniu oddziałów lub organizowaniu centrów dystrybucji na określonym terytorium. Jak podkreśla się w doktrynie, ograniczenia sprzedaży aktywnej są zdecydowanie mniej szkodliwe dla konkurencji niż ograniczenia sprzedaży pasywnej. Te ostatnie stanowią najpoważniejsze ograniczenie konkurencji. Zob. *Bellamy & Child: European Community Law of Competition*, eds. V. Rose, D. Bailey, Oxford 2008, s. 439.

³¹ Zasadniczo sprzedaż przez Internet jest kwalifikowana właśnie jako forma sprzedaży biernej, chyba że łączy się ona z dodatkowymi, aktywnymi staraniami sprzedawcy o pozyskanie klientów. Wówczas jest traktowana jako sprzedaż aktywna. Zob. Wytoczne Komisji, pkt 52.

że w przypadku internetowej sprzedaży produktów³² postanowienia umowne zabraniające sprzedaży pasywnej konsumentom znajdującym się na terytorium innego państwa członkowskiego, w którym ustanowiono oddzielny system dystrybucyjny, stanowią przykład antykonkurencyjnego porozumienia, które nie podlega wyłączeniu na podstawie rozporządzenia 330/2010. W związku z tym przykłady najpoważniejszych ograniczeń sprzedaży biernej to: (a) uniemożliwienie przez dystrybutora – klientom znajdującym się na terytorium zastrzeżonym dla innego dystrybutora – przeglądania jego strony internetowej; (b) automatyczne przekierowywanie klientów spoza terytorium dystrybutora na stronę internetową producenta lub innych dystrybutorów; (c) przerywanie transakcji internetowych klientów w momencie, gdy się okazuje, że dane ich karty kredytowej zawierają adres znajdujący się poza wyłącznym terytorium dystrybutora³³. Powyższe przykłady zasadniczo pokrywają się więc z wyżej wymienionymi postaciami blokowania geograficznego wskazywanymi przez Komisję Europejską.

Z kolei *geo-filtering*, w postaci różnicowania ceny w zależności od miejsca dokonywania transakcji internetowej, potencjalnie stanowi zakazaną klauzulę cenową, gdyż ustalanie w umowie dystrybucyjnej różnych cen detalicznych w zależności od miejsca dokonania transakcji internetowej może zostać zaklasyfikowane jako bezpośrednie lub pośrednie narzucanie cen odsprzedaży (*resale price maintenance*, RPM)³⁴. Należy jednak podkreślić, że *geo-filtering* nie obejmuje sytuacji, w których różnice cenowe między państwami członkowskimi wynikają z innych obiektywnych przyczyn (na przykład różnice w kosztach transportu, różnice w strukturze popytowej, wahania walutowe itp.). Co bowiem oczywiste,

³² Odnosi się to zasadniczo do sytuacji (b) – wskazanej w poprzedniej części artykułu, tj. przypadku dystrybucji produktów, które są dostępne w tym samym formacie zarówno w dystrybucji fizycznej, jak i internetowej (mieszana sprzedaż, ten sam format), oraz grupy (b) przedmiotu handlu elektronicznego, tj. usług związanych z fizycznymi przedmiotami obrotu lub wykonywanych przynajmniej częściowo w świecie realnym. W przypadku treści cyfrowych należy bowiem oddzielnie rozważyć relację zachodzącą między prawem własności intelektualnej a prawem konkurencji UE, co będzie przedmiotem kolejnej części artykułu.

³³ Wytoczne Komisji, pkt 52.

³⁴ Co oczywiste, już samo narzucanie cen odsprzedaży w jednym państwie członkowskim stanowi zakazany RPM. Z obecnej praktyki orzeczniczej Trybunału Sprawiedliwości wynika, że dyskryminacja cenowa klasyfikowana jest znacznie częściej jako nadużycie pozycji dominującej (102 TFUE). Naukowcy dość sceptycznie wypowiadają się na temat zastosowania w niniejszym przypadku art. 102 ust. 1 lit. c (zob. F. Carloni, S. S. Megregian, M. Bruneau, *The E-Commerce Sector Inquiry: Can It Stop National Competition Authorities from Adopting an Overly Restrictive Approach?*, "Journal of European Competition Law & Practice" 2015, No. 6). Wydaje się, że zastosowanie w tych przypadkach mógłby mieć art. 102 TFUE ust. 1 lit. a – w zakresie narzucania niesłusznych cen zakupu (jako forma praktyki eksploatacyjnej klientów).

również w przypadku dystrybucji *offline* ceny poszczególnych produktów różnią się pomiędzy państwami członkowskimi i o ile nie jest to związane ze stosowaniem antykonkurencyjnych praktyk, nie obejmuje to przepisów prawa konkurencji UE. Ponadto, „sztuczne różnice cenowe” są często konsekwencją wprowadzania barier geograficznych, a zatem w takiej sytuacji powinno się dokonywać ich oceny pod kątem ograniczeń terytorialnych. Przykładem obecnie prowadzonego badania Komisji jest sprawa francuskiego Disneylandu. Komisja Europejska sprawdza, czy paryski park rozrywki Walta Disneya narusza między innymi prawo konkurencji UE, żądając od mieszkańców niektórych państw członkowskich wyższych opłat za bilety wstępu³⁵. W przypadku, gdy dana praktyka nie jest objęta art. 101 lub 102 TFUE, potencjalne zastosowanie mogą mieć przepisy dotyczące praw konsumentów³⁶.

Inne możliwe naruszenia mogą dotyczyć na przykład całkowitego zakazu sprzedaży internetowej lub zakazu sprzedaży za pośrednictwem aukcji internetowych, zwłaszcza w kontekście systemów dystrybucji selektywnej. Takie ograniczenia jednak tylko w sposób pośredni wpływają na zjawisko blokowania geograficznego, gdyż dotyczą szerszej problematyki ograniczeń konkurencji w handlu elektronicznym³⁷.

Nie oznacza to, że sam sklep internetowy czy też platforma internetowa³⁸ (nie posiadając pozycji dominującej, o której mowa w art. 102 TFUE) nie może samodzielnie (jednostronnie) decydować o przekierowywaniu klientów na podstawie ich numerów IP na własne lokalne strony internetowe, a nawet stosować innych przejawów geoblokowania w postaci przerywania transakcji na podstawie danych karty kredytowej. To samo dotyczy także stosowania dyskryminacji cenowej (*geo-filtering*)³⁹.

³⁵ Zob. *Disneyland w Paryżu pod lupą KE z powodu praktyk cenowych*, [online] <http://wyborcza.biz/biznes/1,147881,18447978,disneyland-w-paryzu-pod-lupa-ke-z-powodu-praktyk-cenowych.html#ixzz48F0iiawY> [dostęp: 1.03.2016].

³⁶ Przykładem jest sprawa dotycząca usług wynajmu samochodów. Zob. komunikat prasowy Komisji Europejskiej z dnia 13 lipca 2015 r., *Komisja Europejska współpracuje z europejskimi organami ochrony konsumentów na rzecz skuteczniejszego egzekwowania praw konsumentów w sektorze wynajmu samochodów*, IP/15/5334.

³⁷ Z tego względu nie będą one rozważane w niniejszym artykule. Zob. P. Buccirosi, *Vertical restrictions on e-commerce and selective distribution*, „Journal of Competition Law & Economics” 2015, No. 11.

³⁸ Przykładowo, Amazon jako pośrednik w sprzedaży książek, płyt CD i DVD po części sam kupuje je od sprzedawców i odsprzedaje kupującym. W tym samym czasie jako platforma internetowa umożliwia sprzedaż produktów za pośrednictwem Amazon Marketplace. Zob. A. Szmigielski, *Stosowanie klauzul największego uprzywilejowania w działalności handlowej platform internetowych w świetle prawa konkurencji Unii Europejskiej*, „Europejski Przegląd Sądowy” 2016, nr 3, s. 25.

³⁹ F. Carloni, S. S. Megregian, M. Bruneau, op. cit.

Co jednak istotne, w każdym indywidualnym przypadku, gdy porozumienie nie kwalifikuje się do zwolnienia grupowego, gdyż udziały każdej ze stron przekraczają wymagany próg 30%, lub stanowi przykład najcięższego ograniczenia konkurencji, strony mogą ubiegać się o zwolnienie indywidualne na podstawie art. 101 ust. 3 TFUE, tj. na podstawie reguły rozsądku⁴⁰. Ograniczenia w sprzedaży internetowej są uznawane za legalne, jeżeli łącznie są: (a) uzasadnione charakterem danego produktu, (b) proporcjonalne do celów, do których dążą, (c) określone jednolicie (tj. nie są stosowane w sposób dyskryminujący)⁴¹. Wydaje się, że jednym z argumentów, który może podnieść sprzedawca, jest fakt wysokich kosztów transgranicznej sprzedaży towarów. Przykładowo, koszty wysyłki zagranicznej znacząco przekraczają koszt dostawy wewnątrz kraju i z reguły są zróżnicowane w zależności od państwa docelowego⁴².

Geoblokowanie a terytorialne umowy licencji wyłącznej

O ile ograniczenia terytorialne w postaci geoblokowania zawarte w porozumieniach dotyczących dystrybucji towarów są w wyżej wymienionych przypadkach niezgodne z prawem antymonopolowym, o tyle ograniczenia dotyczące treści cyfrowych⁴³ wymagają także odpowiedzi na dodatkowe pytania, dotyczące relacji zachodzącej pomiędzy prawem własności intelektualnej i prawem konkurencji. W ramach rynku cyfrowego szczególnie często dochodzi bowiem do obrotu treściami cyfrowymi. Obowiązującą zasadą pozostaje terytorialność – prawa własności intelektualnej obowiązują jedynie na terytorium państwa, którego prawo stanowi podstawę ich powstania i istnienia. Przyczyną tego zjawiska jest fakt, że prawo UE nie ustanowiło jednolitego reżimu prawa własności intelektualnej. Stanowi ono jedynie uzupełnienie uregulowań krajowych⁴⁴.

W związku z tym terytorialny charakter praw własności intelektualnej stanowi znaczącą przeszkodę w rozwoju Jednolitego Rynku Cyfrowego w UE. Terytorialne granice tych praw, dające pewien zakres wyłączności w korzystaniu

⁴⁰ Artykuł 101 ust. 3 TFUE umożliwia przedsiębiorstwom usprawiedliwienie swoich praktyk pod warunkiem spełnienia czterech przesłanek, tj. korzyści pod względem efektywności, słusznego udziału dla konsumentów, nieodzowności ograniczeń oraz braku eliminowania konkurencji.

⁴¹ Wyroki Trybunału: z dnia 25 października 1977 r. w sprawie 26/76 *Metro SB-Großmärkte przeciwko Komisji*, ECR s. 1875, pkt 20; a także z dnia 11 grudnia 1980 r. w sprawie 31/80 *L'Oréal*, ECR s. 3775, pkt 15, 16.

⁴² K. Śledziwska et al., op. cit., s. 25.

⁴³ Odnosi się to do wyżej wspomnianej grupy (a) przedmiotu handlu elektronicznego, tj. usług realizowanych w całości wirtualnie oraz dóbr niematerialnych.

⁴⁴ Zob. H. Żakowska-Henzler, *Rynek wewnętrzny Unii Europejskiej a prawo własności intelektualnej*, Warszawa 2013, s. 16.

z określonych dóbr, powodują zróżnicowanie, według granic państwowych, warunków konkurencji w działalności gospodarczej, podczas gdy zapewnienie niezakłóconej konkurencji na rynku wewnętrznym jest jednym z celów ustalonych w traktatach. Tym samym krajowe prawa własności intelektualnej, z uwagi na swój terytorialny charakter, niejako *ex definitione* są sprzeczne z ideą rynku wewnętrznego jako zbliżonego w swej istocie do rynku krajowego, czyli pozbawionego wewnętrznych granic (technicznych, fizycznych, prawnych)⁴⁵.

Na poziomie unijnym zastosowanie ma tak zwana zasada wyczerpania („pierwszej sprzedaży”), która nie dotyczy jednak publicznego udostępniania (w tym za pośrednictwem Internetu). Ochrona prawa autorskiego obejmuje zatem wyłączne prawo do kontrolowania dystrybucji utworu w postaci materialnego nośnika. Zgodnie z art. 4 ust. 2 dyrektywy 2001/29/WE pierwsza sprzedaż na obszarze UE oryginału utworu lub jego kopii przez podmiot praw autorskich lub za jego zezwoleniem wyczerpuje całkowicie prawo do kontrolowania odprzedaży tego przedmiotu na obszarze UE⁴⁶. W związku z tym wykorzystywanie przez uprawnionego krajowych praw własności intelektualnej do kontroli przepływu między państwami członkowskimi towarów chronionych tymi prawami jest aktem wykonywania prawa sprzecznym z prawem konkurencji UE, które – obok celów *stricte* ekonomicznych – realizuje także cel polityczny, jakim jest zapewnienie funkcjonowania rynku wewnętrznego⁴⁷.

Należy zatem podkreślić, że korzystanie z uprawnień składających się na istotę praw własności intelektualnej nie stanowi antykonkurencyjnego porozumienia. W związku z tym przyznanie wyłączności na terytorium określonym w umowie licencyjnej nie narusza samo w sobie unijnych reguł konkurencji. Z wyroku w sprawie *Coditel II*⁴⁸ wynika bowiem, że udzielenie licencji wyłącznej – przynajmniej na rozpowszechnianie filmu chronionego prawami autorskimi – na rynek danego państwa członkowskiego nie ma na celu ograniczenia konkurencji. Specyficzny przedmiot ochrony prawa autorskiego do filmu obejmuje bowiem prawo do domagania się wynagrodzenia z tytułu jego wyświetlenia⁴⁹. Jest to istotne, gdyż w erze cyfrowej na znaczeniu zyskuje właśnie prawo do publicznego

⁴⁵ Ibidem, s. 17–19.

⁴⁶ Zakres stosowania dyrektywy 2001/29/WE obejmuje zarówno tradycyjne obszary eksploatacji praw autorskich i pokrewnych, jak i środowisko zdigitalizowanych usług oferowanych w nowoczesnych sieciach komunikacji elektronicznej, włączając w to Internet. Zob. Dyrektywa 2001/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 22 maja 2001 r. w sprawie harmonizacji niektórych aspektów praw autorskich i pokrewnych w społeczeństwie informacyjnym, OJ L 167, s. 10–19 (dalej: Dyrektywa 2001/29/WE).

⁴⁷ D. Miąsik, *Wspólnotowe prawo konkurencji a prawa własności intelektualnej*, „Europejski Przegląd Sądowy” 2009, nr 5, s. 39.

⁴⁸ Wyrok Trybunału z dnia 6 października 1982 r. w sprawie 262/81 *Coditel i in.*, zwany „wyrokiem w sprawie *Coditel II*”, Rec. s. 3381, pkt 15.

⁴⁹ Zob. D. Miąsik, op. cit., s. 40.

udostępniania utworów, które zostało wprowadzone, by zagwarantować twórcom prawa w odniesieniu do udostępniania określonych treści cyfrowych (na przykład w postaci usług na żądanie)⁵⁰. Prawo to zostało wyrażone w art. 3 ust. 3 dyrektywy 2001/29/WE, zgodnie z którym czynności publicznego udostępniania utworów i podawania do publicznej wiadomości określone w niniejszym artykule nie powodują wyczerpania praw⁵¹. W tym względzie należy postawić pytanie, czy zwalczanie geoblokowania poprzez politykę antymonopolową będzie możliwe. Warto w tym kontekście przeanalizować dwie sprawy, na które wskazuje Komisja w komunikatach dotyczących Strategii Jednolitego Rynku Cyfrowego.

Wyrok Trybunału Sprawiedliwości w sprawie *Murphy*

U podstaw założeń Komisji wskazanych w komunikacie dotyczącym uruchomienia sektora dochodzeniowego legło orzeczenie Trybunału Sprawiedliwości UE w sprawie *Murphy*⁵². Analiza niniejszej sprawy pozwala wysunąć wnioski co do tego, w jaki sposób rozwiązania prawno-autorskie (mające znaczenie dla treści cyfrowych) miałyby się przełożyć na sferę konkurencji w sektorze handlu elektronicznego.

Niniejsza sprawa dotyczyła wyłącznej emisji Premier League, głównych mistrzostw zawodowej piłki nożnej klubów piłkarskich mających siedzibę w Anglii. Football Association Premier League Ltd (FAPL) udzielała na podstawie licencji prawa do transmisji na żywo tych zawodów sportowych, przydzielając je terytorialnie i na okresy trzyletnie. Gdy dany przedsiębiorca (telewizyjna organizacja nadawcza) uzyskiwał pakiet praw do transmisji na żywo spotkań Premier League, posiadał jednocześnie wyłączone prawo do nadawania tych spotkań na określonym obszarze, który najczęściej obejmował terytorium danego państwa członkowskiego⁵³. W celu ochrony wyłączności terytorialnej organizacji

⁵⁰ Należy zauważyć specyfikę zasady wyczerpania prawa w stosunku do programów komputerowych. Zob. wyrok Trybunału z dnia 3 lipca 2012 r. w sprawie C-128/11 *Used-Soft GmbH*, EU:C:2012:407.

⁵¹ „The rights referred to in paragraphs 1 and 2 **shall not** be exhausted by any act of communication to the public or making available to the public as set out in this Article”. Wersja polska zawiera błąd w tłumaczeniu: „Czynności publicznego udostępniania utworów i podawania do publicznej wiadomości określone w niniejszym artykule **powodują** wyczerpania praw” (podkr. własne).

⁵² Wyrok Trybunału z dnia 4 października 2011 r. w sprawach połączonych C-403/08 i C-429/08 *Football Association Premier League Ltd i inni przeciwko QC Leisure i inni oraz Karen Murphy przeciwko Media Protection Services Ltd*, EU:C:2011:631 (dalej: Wyrok w sprawie *Premier League*).

⁵³ Popyt na prawa światowe i ogólnoeuropejskie ze strony oferentów istnieje tylko w ograniczonym zakresie, ponieważ organizacje nadawcze działają zwykle na bazie terytorialnej i zaopatrują wewnętrzny rynek w ich własnym państwie lub w niewielkiej grupie graniczących z sobą państw o wspólnym języku.

nadawczych każdy z tych podmiotów zobowiązał się w swej umowie licencyjnej z FAPL do uniemożliwienia odbioru przez publiczność programów poza obszarem określonym w ramach posiadanej licencji. W praktyce oznaczało to brak możliwości „redystrybuowania” niniejszych usług pomiędzy państwami członkowskimi Unii, a należy dodać, że występowały znaczące różnice w cenach za te usługi. W związku z faktem, że niektóre puby angielskie, w tym pub pani Murphy, nabywały dekodery umożliwiające odbieranie i wyświetlanie zawodów sportowych od organizacji nadawczej z Grecji, pojawiło się pytanie, czy takie umowy wertykalne nie stanowią naruszenia art. 101 TFUE⁵⁴.

Trybunał Sprawiedliwości rozpoczął swoje rozważania od wyróżnienia porozumień, które stanowią celowe albo skutkowe ograniczenie prawa konkurencji. Podział ten ma charakter alternatywny, co oznacza, że jeżeli dane porozumienie ogranicza konkurencję ze względu na cel, to nie ma potrzeby badania jego skutków⁵⁵. Celowe ograniczenie konkurencji powinno być zarezerwowane tylko dla najcięższych praktyk ograniczających konkurencję (na przykład kartele cenowe), w przypadku których z góry można określić, iż prowadzą one do antykonkurencyjnych skutków (*likelihood of competitive harm*) ze względu na samą ich naturę (*by their very nature*)⁵⁶. W pozostałych przypadkach należy udowodnić antykonkurencyjny skutek wywierany na konkurencję w postaci jej zakłócenia, ograniczenia lub zapobieżenia⁵⁷.

Następnie TSUE przypomniał wyżej wspomnianą formułę *Coditel II*, utrzymując, że stanowi ona „dobre prawo”⁵⁸. Z drugiej strony Trybunał przypomniał także, że – co do zasady – bezwzględna wyłączność terytorialna (całkowita ochrona terytorialna, *absolute territorial protection*) jest sprzeczna z unijnymi regułami konkurencji, co ma także zastosowanie w transgranicznym świadczeniu usług

⁵⁴ Pytanie, które skierował do Trybunału sąd krajowy, brzmi następująco: „Czy klauzule w umowie licencyjnej na wyłączność zawartej pomiędzy podmiotem praw własności intelektualnej i organizacją nadawczą stanowią ograniczenie konkurencji zabronione przez art. 101 TFUE, w sytuacji gdy nakładają na te organizacje obowiązek niedostarczenia urządzeń dekodujących zapewniających dostęp do objętych ochroną przedmiotów tego podmiotu poza terytorium, którego dotyczy dana umowa licencyjna?”

⁵⁵ Wyrok Trybunału z dnia 13 lipca 1966 r. w sprawie C-56/64, *Consten i Grundig przeciwko Komisji*, EU:C:1966:41. Zob. K. Rokita, *Systemy rabatowe przedsiębiorstw dominujących w prawie konkurencji Unii Europejskiej*, „Europejski Przegląd Sądowy” 2015, nr 8, s. 20–21.

⁵⁶ W takim duchu wypowiedział się Trybunał w wyroku z 11 września 2014 r. C-67/13, *P Groupement des cartes bancaires (CB) przeciwko Komisji*, EU:C:2014:2204.

⁵⁷ Trybunał zauważył, że „aby dokonać oceny ewentualnego antykonkurencyjnego celu porozumienia, należy skupić się w szczególności na treści jego postanowień, na celach, do których osiągnięcia ono zmierza, a także na kontekście gospodarczym i prawnym, w jaki porozumienie to się wpisuje” (Wyrok w sprawie *Premier League*, pkt 136).

⁵⁸ *Ibidem*, pkt 137.

nadawczych⁵⁹. Kluczową okolicznością, na którą zwrócił uwagę TSUE, był fakt „dodatkowych obowiązków mających na celu zapewnienie przestrzegania terytorialnych ograniczeń [...], a mianowicie obowiązku niedostarczania przez te organizacje urządzeń dekodujących umożliwiających dostęp do objętych ochroną przedmiotów w celu używania ich poza terytorium, którego dotyczy umowa licencyjna”⁶⁰. Konkludując, Trybunał przyjął, że wymienione wyżej klauzule stanowiły celowe ograniczenie konkurencji. Jak należy interpretować niniejszy wyrok TSUE oraz w jaki sposób rozwiązania prawno-autorskie miałyby przełożyć się na sferę konkurencji na rynku handlu elektronicznego?

W literaturze przedmiotu pojawiła się teza, że egzekwowanie prawa konkurencji może być „koniem trojańskim” dla zasady terytorialności prawa autorskiego. Przedsiębiorcy nie mogą bowiem korzystać ze swoich uprawnień wynikających z prawa własności intelektualnej z naruszeniem unijnego prawa konkurencji⁶¹. Nie można zgodzić się z tezą, że TSUE przeniósł doktrynę wyczerpania prawa na instytucję publicznego udostępniania. Trybunał nie powtórzył bowiem słów rzecznik generalnej Kokott, iż „nie ma żadnego powodu, aby porozumienia te traktować inaczej niż porozumienia skierowane przeciwko handlowi równoległemu”⁶². W orzeczeniu jest tylko mowa o nielegalności „dodatkowych obowiązków” w postaci zakazu dostarczania dekodowników do innych państw członkowskich. W przeciwieństwie do rzecznika generalnego, Trybunał nie wypowiedział się również na temat tego, w jaki sposób rozwiązania prawno-autorskie mogą mieć zastosowanie w prawie konkurencji w innych sektorach, takich jak *e-commerce*, ograniczając swój wyrok do okoliczności powyższego przypadku.

Ponadto, kontekst niniejszej sprawy dotyczył przekazu satelitarnego, który jest regulowany dyrektywą 93/83/EWG⁶³. Reżim prawa autorskiego w kontekście używania dekodowników różni się wyraźnie od streamingu czy też pobierania

⁵⁹ „Umowy mające na celu ustanowienie barier na rynkach krajowych według granic państwowych lub utrudnienie wzajemnej penetracji rynków krajowych należy **zasadniczo** uważać za porozumienia mające na celu ograniczenie konkurencji w rozumieniu art. 101 ust. 1 TFUE” (ibidem, pkt 139–140, podkr. własne).

⁶⁰ Ibidem, pkt 141 (podkr. własne).

⁶¹ I. Colomo, *Copyright reform through competition law? The Commission's statement of objections in the pay TV investigation*, Chillin' Competition, 24.7.2015.

⁶² Juliane Kokott nie wypowiedziała się też ani słowem na temat związku pomiędzy prawem konkurencji a prawem autorskim. Zob. opinia rzecznika generalnego Juliane Kokott przedstawiona w dniu 3 lutego 2011 r. w sprawach połączonych C-403/08 i C-429/08 *Football Association Premier League Ltd i inni przeciwko QC Leisure i inni oraz Karen Murphy przeciwko Media Protection Services Ltd*, EU:C:2011:43, pkt 248 (dalej: „Opinia w sprawie Premier League”).

⁶³ Dyrektywy Rady nr 93/83/EWG z dnia 27 września 1993 r. w sprawie koordynacji niektórych zasad dotyczących prawa autorskiego oraz praw pokrewnych stosowanych w odniesieniu do przekazu satelitarnego oraz retransmisji drogą kablową, Dz. Urz. UE L 248, s. 15 (dalej: Dyrektywa 93/83/EWG, dyrektywa satelitarno-kablowa).

plików z Internetu⁶⁴. Na gruncie dyrektywy 93/83/EWG obowiązuje bowiem zasada „kraju pochodzenia” (*country of origin*)⁶⁵, której próżno szukać w dyrektywie 2001/29/WE. Stosowanie tej zasady oznacza, że nadawca, który posiada licencję na oferowanie treści w jednym państwie członkowskim, może dotrzeć do użytkowników w całej UE. O ile uznaje się zatem, że publiczne udostępnianie odbywa się wyłącznie w „kraju pochodzenia”, to operator satelitarny z siedzibą w jednym z państw członkowskich jest w stanie dotrzeć do widzów z siedzibą w innych państwach członkowskich bez naruszania wyłącznych praw licencjodawcy nadanych w drugim państwie członkowskim⁶⁶. Zasada ta ma obecnie zastosowanie w odniesieniu do przekazu satelitarnego (a nie do reżimu prawnoprawno-autorskiego w ogóle) i to właśnie w jej świetle można zrozumieć wyrok TSUE w sprawie *Murphy*.

Należy zauważyć także potrzebę spójności rozstrzygnięcia w zakresie swobody usług i prawa konkurencji⁶⁷. Trybunał Sprawiedliwości, wypowiadając się na temat swobody świadczenia usług, sygnalizował zmiany w prawie UE, których celem jest zapewnienie przejścia od krajowych rynków produkcji i dystrybucji programów do rynku jednolitego⁶⁸. Co więcej, TSUE zauważył, że szczególnie przedmiot nie gwarantuje podmiotom danych praw możliwości żądania najwyższego możliwego wynagrodzenia⁶⁹. Trybunał odróżnił więc niniejszy stan faktyczny od wyroku w sprawie *Coditel I*⁷⁰, kiedy to spółki teledystrybucyjne dokonały publicznego udostępnienia utworu bez posiadania w państwie członkowskim, z którego dokonywane było udostępnianie, zezwolenia zainteresowanych podmiotów praw i bez wypłaty im wynagrodzenia.

⁶⁴ B. Batchelor, T. Jenkins, *FA Premier League: The Broader Implications for Copyright Licensing*, “European Competition Law Review” 2012, No. 4, s. 159.

⁶⁵ Zgodnie z art. 1 ust. 2 lit. b) dyrektywy 93/83/EWG publiczny przekaz satelitarny ma miejsce wyłącznie wtedy i w tym państwie członkowskim, w którym organizacja radiowa i telewizyjna kontroluje i odpowiada za sygnały będące nośnikami programu w postaci zamkniętego łańcucha transmisyjnego, skierowanego do satelity i z powrotem na Ziemię.

⁶⁶ P. I. Colomo, *Copyright Licensing and EU Digital Market Strategy*, “LSE Legal Studies Working Paper” 2015, No. 19, s. 7.

⁶⁷ „Pomiędzy swobodami podstawowymi a prawem ochrony konkurencji zasadniczo nie powinny występować sprzeczności” (zob. opinia w sprawie *Premier League*, pkt 249).

⁶⁸ Wyrok w sprawie *Premier League*, pkt 121.

⁶⁹ „W sytuacji, gdy zainteresowane podmioty praw i organizacje nadawcze ustalą wynagrodzenie w ramach licytacji, nie ma żadnych przeszkód, aby zainteresowany podmiot praw żądał przy tej okazji kwoty uwzględniającej faktycznych i potencjalnych odbiorców zarówno w państwie członkowskim emisji programu, jak też w każdym innym państwie, w którym są odbierane programy zawierające przedmioty objęte ochroną” (ibidem, pkt 108 i 112).

⁷⁰ Wyrok Trybunału z dnia 18 marca 1980 r. w sprawie 62/79 *Coditel i in.*, zwany „wyrokiem w sprawie *Coditel I*”, Rec. s. 881.

Postępowanie Komisji w sprawie Pay-TV

W 2014 roku Komisja Europejska wszczęła śledztwo w sprawie licencji zawieranych przez producentów filmowych z nadawcami płatnej telewizji. Następnie, w dniu 23 lipca 2015 roku przyjęła pisemne zgłoszenie zastrzeżeń, dotyczące między innymi postępowania przedsiębiorstw Paramount Pictures International (dalej: Paramount) Limited i Viacom Inc.⁷¹ Zdaniem Komisji umowa pomiędzy firmami Disney, NBC Universal, Paramount Pictures, Sony, 21st Century Fox oraz Warner Bros a Sky UK blokuje klientom z innych państw członkowskich niż Wielka Brytania i Irlandia dostęp do płatnej telewizji oraz wybranych usług internetowych, satelitarnych, a także streamingu. W związku z tym na przykład obywatel Wielkiej Brytanii nie będzie w stanie subskrybować brytyjskich płatnych kanałów telewizyjnych ze swojego aktualnego miejsca zamieszkania w Brukseli. Usługi telewizyjne nie są dostępne – również za pośrednictwem Internetu – z państw członkowskich innych niż państwo, w którym zostały one zasubskrybowane. Innymi słowy, nie jest możliwe transgraniczne przenoszenie tych usług w ramach poszczególnych państw członkowskich⁷². Zgodnie z informacjami Komisji z dnia 22 kwietnia 2016 roku Paramount przedstawił zobowiązanie mające na celu rozwiązanie wyżej wymienionych problemów antymonopolowych. Jeżeli Komisja je zaakceptuje, wydana zostanie decyzja bez formalnego nakładania kary⁷³.

Jak zauważyła komisarz Unii Europejskiej do spraw polityki konkurencji Margrethe Vestager:

Europejscy konsumenci chcą oglądać te kanały płatnej telewizji, które wybiorą, niezależnie od miejsca zamieszkania lub miejsca podróży w UE. Nasze badania pokazują, że nie mogą tego zrobić dzisiaj także dlatego, że umowy licencyjne między głównymi studiami filmowymi i Sky UK nie pozwalają konsumentom w innych państwach UE na uzyskanie dostępu do irlandzkich i brytyjskich usług płatnej telewizji Sky za pośrednictwem satelity lub Internetu⁷⁴.

⁷¹ Komisja przedstawiła tzw. *Statement of Objections*, co stanowi formalny krok w badaniach Komisji Europejskiej w sprawie podejrzenia naruszenia przepisów antymonopolowych UE. Pisemne przedstawienie zarzutów stanowi bowiem zastrzeżenia wyrażone przez Komisję we wstępnej fazie rozpatrywania sprawy w rozumieniu art. 9 ust. 1 rozporządzenia (WE) nr 1/2003.

⁷² P. I. Colomo, *Towards More Competition in Pay TV Services?*, "LSE Law: Policy Briefing Papers" 2014, No. 5, s. 2.

⁷³ Decyzje zobowiązujące są często stosowane przez Komisję w przypadku nowych praktyk związanych z rynkiem cyfrowym, na przykład decyzja Komisji z 12.12.2012 r. w sprawie COMP/AT.39847, Apple (e-booki). Komisja przyjęła w niej zobowiązania wydawców książek i Apple do niestosowania klauzul największego uprzywilejowania (tak zwanych klauzul MFN). Zob. A. Szmigielski, op. cit., s. 27.

⁷⁴ *Antitrust: Commission sends Statement of Objections on cross-border provision of pay-TV services available in UK and Ireland*, IP/15/5432.

W opinii Komisji bez tych ograniczeń Sky UK mogłoby swobodnie decydować, czy sprzedawać swoje usługi płatnej telewizji konsumentom, oczywiście z uwzględnieniem ram prawnych, w tym w odniesieniu do usług internetowych, odpowiednich dla danego kraju⁷⁵.

Powyższe słowa sugerują, że Komisja kwestionuje sam zakaz pasywnego świadczenia treści cyfrowych, co z perspektywy wyżej wspomnianych rozważań w sprawie *Murphy* nie wydaje się uzasadnione. Niniejsze postępowanie nie dotyczy bowiem wyłącznie przekazu satelitarnego, lecz również usług internetowych (wideo na żądanie). Po drugie, wątpliwości budzi fakt, czy w przypadku braku wymienionych wcześniej ograniczeń kontraktowych, będących przejawem geoblokowania, rzeczywiście doszłoby do transgranicznego rozwoju konkurencji na tym innowacyjnym rynku. Należy pamiętać, że w gospodarce cyfrowej „zwycięzca bierze wszystko” (*winner-takes-all*). Internet ma tendencję do tworzenia naturalnych monopolii. Jeżeli jakaś firma zostanie liderem na rynku, konkurentom będzie trudno ją dogonić. Innymi słowy, konkurencja na rynku nowych technologii przybiera często postać konkurencji nie na rynku (*on the market*), lecz o rynek (*for the market*) – o uzyskanie monopolu na jakiś nowy towar lub usługę⁷⁶. Nie wykluczone zatem, że Komisja będzie w stanie udowodnić, iż brak transgranicznego handlu jest przyczyną powyższych ograniczeń kontraktowych⁷⁷. Z drugiej strony niewłaściwie skonstruowane prawo konkurencji może spowodować wytworzenie barier dla innowacji i w ten sposób wpłynąć na zahamowanie wzrostu gospodarczego.

Konkluzje

W przypadku prawa konkurencji UE nie jest niczym niezwykłym odczytywanie go jako narzędzia służącego do osiągnięcia celów regulacyjnych⁷⁸. Znamiennej cechą polityki oraz prawa konkurencji UE jest ich ścisły związek z celami integracyjnymi, w szczególności z ustanowieniem rynku wewnętrznego. Twórcy integracji europejskiej dostrzegali bowiem, że funkcjonowanie rynku wewnętrznego może zostać zakłócone nie tylko przez działania państw (bariery publiczne),

⁷⁵ Ibidem.

⁷⁶ S. Bishop, I. M. Walker, *The Economics of EC competition Law: Concepts, Application and Measurement*, London 2002, s. 202–203.

⁷⁷ Wcześniejszym przykładem takiego niepowodzenia jest sprawa *CISAC*, w której Komisja nie była w stanie udowodnić, że brak transgranicznego handlu w zakresie zbiorowego zarządzania prawami autorskimi jest konsekwencją uzgodnionych praktyk. Zob. wyrok Sądu z dnia 12 kwietnia 2013 r. T-442/08, *CISAC przeciwko Komisji*, EU:T:2013:188.

⁷⁸ W literaturze wskazuje się, że UE realizuje za pomocą polityki i prawa konkurencji wiele różnych celów, co jest także określane mianem „unijnego podejścia wielocelowego”. Zob. A. Sullivan, W. Fikentscher, *On the Growth of the Antitrust Idea*, „Berkeley Journal of International Law” 1998, No. 16, s. 230; R. Whish, *Competition Law*, Oxford 2009, s. 19–24.

ale także przez same przedsiębiorstwa (bariery prywatne)⁷⁹. Jest to niezwykle istotne z perspektywy rozwoju nowych technologii oraz handlu elektronicznego. Internet spowodował redukcję geograficznych barier w handlu. Zgodnie z często cytowanym zwrotem, w Internecie wszystko jest „oddalone tylko o jedno kliknięcie” (*just one click away*)⁸⁰. Jest to spowodowane nie tylko wzmocnieniem kanału komunikacji, tj. większą możliwością kontaktowania się, ale również zmniejszeniem kosztów przez przedsiębiorców, którzy mogą teraz „obsłużyć” znacznie szerszy krąg geograficzny⁸¹. Na ile jednak instrument prawa antymonopolowego faktycznie umożliwia realizację planów politycznych Komisji w postaci budowy Jednolitego Rynku Cyfrowego poprzez zwalczanie geoblokowania?

Z powyższych rozważań wynika, że jednoznaczna odpowiedź na to pytanie nie jest łatwa, gdyż Komisja Europejska, wraz z uruchomieniem badania sektorowego prawa konkurencji w handlu elektronicznym, dopiero rozpatruje skalę tego zjawiska oraz analizuje, na ile dotychczasowe regulacje prawa antymonopolowego można zastosować w dobie ery cyfrowej. Przede wszystkim jednak praktykę rynkową w postaci geoblokowania należy badać z perspektywy antykonkurencyjnych porozumień (art. 101 TFUE), gdyż przypadki nadużywania pozycji dominującej (art. 102 TFUE), zgodnie z wstępnymi wynikami badań sektorowych, są dużo rzadsze. Z tego też względu, co oczywiste, prawo konkurencji UE nie będzie miało zastosowania w sytuacji, gdy geoblokowanie jest wynikiem indywidualnych decyzji podmiotów gospodarczych nieposiadających pozycji dominującej na rynku właściwym. W związku z tym zasadne jest rozpatrywanie wyżej wspomnianej praktyki rynkowej z perspektywy przedmiotu handlu elektronicznego, czyli oddzielnie względem towarów oraz treści cyfrowych. Z pierwszej perspektywy instytucje prawno-autorskie „nie blokują” bowiem możliwości zwalczania tego zjawiska za pomocą prawa konkurencji, gdyż na poziomie UE zastosowanie ma zasada „wyczerpania prawa”⁸². Zgodnie z ogólnymi regułami

⁷⁹ D. J. Gerber, *Law and the Abuse of Economic Power in Europe*, “Tulane Law Review” 1987, No. 62, s. 85.

⁸⁰ Por. K. Kohutek, *Rynki wyszukiwarek internetowych a zarzut nadużycia pozycji dominującej (na tle unijnej sprawy przeciwko Google)*, „Europejski Przegląd Sądowy” 2014, nr 10, s. 35.

⁸¹ Zob. Ch. Forman, A. Goldfarb, S. Greenstein, *How Did Location Affect Adoption of the Commercial Internet? Global Village vs. Urban Leadership*, “Journal of Urban Economics” 2005, No. 58, s. 389–420; A. Hortaçsu, F. A. Martínez-Jerez, J. Douglas, *The Geography of Trade in Online Transactions: Evidence from eBay and Mercadolibre*, “American Economic Journal: Microeconomics” 2009, No. 1, s. 53–74.

⁸² Ogólnie rzecz ujmując, w przypadku towarów wykorzystywanie przez uprawnionego krajowych praw własności intelektualnej (tj. prawa do znaku towarowego) do kontroli przepływu między państwami członkowskimi towarów chronionych tymi prawami (a zatem zapobieganie importowi równoległemu) zgodnie z zasadą „pierwszej sprzedaży” (wprowadzeniem przez producenta swoich towarów na terytorium innego państwa członkowskiego) będzie aktem wykonywania prawa sprzecznym z unijnymi regułami konkurencji.

konkurencji w handlu elektronicznym, zwłaszcza z perspektywy systemów dystrybucyjnych, ograniczenia w transgranicznej sprzedaży internetowej, między innymi poprzez odmowę dostępu do strony internetowej czy przekierowywanie, wiążą się z tak zwanym *hardcore restriction*, które nie podlega wyłączeniu grupowemu. W każdym przypadku należy jednak sprawdzić, czy dana praktyka może zostać usprawiedliwiona na mocy art. 101 ust. 3 TFUE (tj. czy podlega wyłączeniu indywidualnemu).

W przypadku treści cyfrowych – chronionych prawem autorskim – istotą korzystania przez uprawnionego z tych praw będzie ich publiczne udostępnianie, które nie podlega zasadzie „wyczerpania prawa”. Ma to istotne znaczenie w kontekście możliwości egzekwowania prawa antymonopolowego. W przeciwieństwie do obrotu towarowego, sama okoliczność wskazująca, że podmiot praw autorskich udzielił jednemu licencjobjorcy wyłącznego prawa do publicznego udostępniania owych treści w danym państwie członkowskim, a więc zabronił ich publicznego udostępniania przez inne osoby w danym okresie, nie wystarcza, aby można było stwierdzić, iż porozumienie takie ma antykonkurencyjny cel. Nie podważa tego także wyrok w sprawie *Murphy*, który należy odczytywać w specyficznym kontekście prawnym, tj. zgodnie z wyrażoną w dyrektywie satelitarno-kablowej zasadą „kraju pochodzenia”. Zasada ta nie jest obecna w dyrektywie 2001/29/WE, w związku z czym nie jest zasadne twierdzenie, że zakazywanie sprzedaży pasywnej w ramach na przykład streamingu filmów w Internecie będzie, analogicznie do sprawy *Murphy*, celowym ograniczaniem konkurencji.

Z drugiej strony wyrok ten wskazuje, że klauzule nakładające bezwzględną wyłączność terytorialną – analogiczne do tych zakazujących używania kart do dekodatorów poza terytorium objętym licencją – prawdopodobnie powodują także *geo-filtering*, gdyż eliminują konkurencję cenową w usługach transgranicznych.

Biorąc to pod uwagę, twierdzenie, że egzekwowanie prawa konkurencji będzie „koniem trojańskim” dla zasady terytorialności prawa autorskiego, jest w obecnym stanie prawnym co najmniej przedwczesne i nieuzasadnione ze względu na specyficzny przedmiot handlu elektronicznego. Możliwym rozwiązaniem jest rozciągnięcie zasady „kraju pochodzenia” z dyrektywy satelitarno-kablowej do ogólnych przepisów reżimu ochrony prawa autorskiego (tj. dyrektywy 2001/29/WE), mających zastosowanie do treści cyfrowych. Reforma prawa autorskiego wydaje się więc kluczowa, a działania na gruncie reguł konkurencji mają charakter jedynie subsydiarny. Nie należy także zapominać, że zwalczanie praktyk ograniczających konkurencję ma charakter działania *ex post*, pomimo jego „odstraszającego” charakteru⁸³.

⁸³ Zależy to oczywiście od wielu czynników, między innymi od możliwości nałożenia dotkliwych kar pieniężnych czy też efektywności działań podejmowanych przez Komisję i krajowe organy antymonopolowe. Zob. M. Kadar, *European Union Competition Law in the Digital Era*, „Zeitschrift für Wettbewerbsrecht” 2015, Bd. 4, s. 342 i n.

GEO-BLOCKING UNDER EUROPEAN UNION COMPETITION LAW

ABSTRACT

The basic subject-matter of this article is the assessment of geo-blocking under EU competition law. It refers to situation, whereby retailers and digital content providers prevent online shoppers from purchasing consumer goods or accessing digital content services because of the shoppers' location or country of residence. Currently, this specific cross-border Internet restriction has been one of the key concerns of the European Commission, which, on 6 May 2015, launched an antitrust competition inquiry into the e-commerce sector in the European Union. Initial findings from the sector inquiry show that geo-blocking is widespread in the EU. The question is whether Art. 101(1) TFEU is a sufficient and appropriate tool to actively strengthen the functioning Single Digital Market through combating "unjustified" geo-blocking.

KEYWORDS

geo-blocking, European Union competition law, e-commerce, anticompetitive agreements, Single Digital Market

BIBLIOGRAFIA

1. Asimakopoulos I. G., *Physical and Virtual Selective Distribution in the EU Competition Law*, Athens 2015.
2. Batchelor B., Jenkins T., *FA Premier League: The Broader Implications for Copyright Licensing*, "European Competition Law Review" 2012, No. 4.
3. *Bellamy & Child: European Community Law of Competition*, eds. V. Rose, D. Bailey, Oxford 2008.
4. Bishop S., Walker I. M., *The Economics of EC competition Law: Concepts, Application and Measurement*, London 2002.
5. Bolecki A., *Ograniczenia w sprzedaży przez Internet w umowach dystrybucyjnych*, „Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny” 2013, nr 3.
6. Bork R. H., *The Antitrust Paradox: A Policy at War with Itself*, Oxford 1997.
7. Buccirosi P., *Vertical restrictions on e-commerce and selective distribution*, "Journal of Competition Law & Economics", 2015, No. 11.
8. Carloni F., Megregian S. S., Bruneau M., *The E-Commerce Sector Inquiry: Can It Stop National Competition Authorities from Adopting an Overly Restrictive Approach?*, "Journal of European Competition Law & Practice", 2015, No. 6.
9. Colomo I. P., *Copyright reform through competition law? The Commission's statement of objections in the pay TV investigation*, Chillin' Competition, 24.7.2015.
10. Colomo P. I., *Copyright Licensing and EU Digital Market Strategy*, "LSE Legal Studies Working Paper" 2015, No. 19.
11. Colomo P. I., *Towards More Competition in Pay TV Services?*, "LSE Law: Policy Briefing Papers" 2014, No. 5.
12. Commission Staff Working Document, *A Digital Single Market Strategy for Europe – Analysis and Evidence*, COM (2015) 192 final.
13. Commission Staff working document, *Geo-blocking practices in e-commerce. Issues paper presenting initial findings of the e-commerce sector inquiry conducted by the Directorate – General for Competition*, Brussels, 18.3.2016 SWD(2016) 70 final.

14. Decyzja Komisji z dnia 12.12.2012 r. w sprawie COMP/AT.39847, *Apple*.
15. Decyzja Komisji z dnia 6 maja 2015 roku, *Initiating an inquiry into the e-commerce sector pursuant to Article 17 of Council Regulation (EC) No 1/2003*, COM(2015) 3026 final.
16. *Disneyland w Paryżu pod lupą KE z powodu praktyk cenowych*, [online] <http://wyborcza.biz/biznes/1,147881,18447978,disneyland-w-paryzu-pod-lupa-ke-z-powodu-praktyk-cenowych.html#ixzz48F0iiawY> [dostęp: 1.03.2016].
17. Dyrektywa 2001/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 22 maja 2001 r. w sprawie harmonizacji niektórych aspektów praw autorskich i pokrewnych w społeczeństwie informacyjnym, OJ L 167, s. 10–19.
18. Dyrektywa Rady nr 93/83/EWG z dnia 27 września 1993 r. w sprawie koordynacji niektórych zasad dotyczących prawa autorskiego oraz praw pokrewnych stosowanych w odniesieniu do przekazu satelitarnego oraz retransmisji drogą kablową, Dz. Urz. UE L 248, s. 15.
19. Forman Ch., Goldfarb A., Greenstein S., *How Did Location Affect Adoption of the Commercial Internet? Global Village vs. Urban Leadership*, "Journal of Urban Economics" 2005, No. 58.
20. European Commission, *Antitrust: Commission launches e-commerce sector inquiry – factsheet*, Brussels 2015.
21. Gerber D. J., *Law and the Abuse of Economic Power in Europe*, "Tulane Law Review" 1987, No. 62.
22. Hortaçsu A., Martínez-Jerez F. A., Douglas J., *The Geography of Trade in Online Transactions: Evidence from eBay and Mercadolibre*, "American Economic Journal: Microeconomics" 2009, No. 1.
23. Kadar M., *European Union Competition Law in the Digital Era*, "Zeitschrift für Wettbewerbsrecht" 2015, Bd. 4.
24. Kirsch A., Weesner W., *Can Antitrust Law Control E-commerce? A Comparative Analysis in Light of U.S. and E.U. Antitrust Law*, "Journal of International Law and Policy" 2006, No. 12.
25. Kohutek K., *Internetowa dystrybucja towarów w prawie konkurencji (ze szczególnym uwzględnieniem wytycznych Komisji do rozporządzenia nr 330/2010 w sprawie porozumień wertykalnych)*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2011, nr 11.
26. Kohutek K., *Komentarz do art. 4 rozporządzenia Komisji (UE) nr 330/2010 w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych*, LEX/el., 2011.
27. Kohutek K., *Rynki wyszukiwarek internetowych a zarzut nadużycia pozycji dominującej (na tle unijnej sprawy przeciwko Google)*, „Europejski Przegląd Sądowy” 2014, nr 10.
28. Komunikat Komisji Europejskiej do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów z dnia 6 maja 2015 r., *Strategia Jednolitego Rynku Cyfrowego dla Europy*, COM(2015) 192 final.
29. Kowalik-Bañczyk K., *Internet a problematyka wspólnotowego prawa konkurencji*, „Studia Europejskie” 2005, nr 2.
30. Mazziotti G., *Is geo-blocking a real cause for concern in Europe?*, "EUI Working Papers" 2015, No. 43.
31. Miąsik D., *Wspólnotowe prawo konkurencji a prawa własności intelektualnej*, „Europejski Przegląd Sądowy” 2009, nr 5.
32. Protokół nr 27 w sprawie rynku wewnętrznego i konkurencji, Dz. Urz. UE C 115/309.
33. Rodriguez A. E., Menon A., *The limits of competition policy*, Haga 2010.

34. Rokita K., *Systemy rabatowe przedsiębiorstw dominujących w prawie konkurencji Unii Europejskiej*, „Europejski Przegląd Sądowy” 2015, nr 8.
35. Rozporządzenie Komisji nr 330/2010 z dnia 20 kwietnia 2010 r. w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych, Dz. Urz. UE L 102 z 2010, s. 1–7.
36. Sullivan A., Fikentscher W., *On the Growth of the Antitrust Idea*, “Berkeley Journal of International Law” 1998, No. 16.
37. Szanciło T., *Porozumienia ograniczające konkurencję*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2006, nr 8.
38. Szmigielski A., *Stosowanie klauzul największego uprzywilejowania w działalności handlowej platform internetowych w świetle prawa konkurencji Unii Europejskiej*, „Europejski Przegląd Sądowy” 2016, nr 3.
39. Śledziewska K. et. al., *Analiza mechanizmu geoblokowania w kontekście potencjalnego zakazu różnicowania cen w Unii Europejskiej w polskim transgranicznym handlu elektronicznym*, „Raport DELab UW” 2016.
40. Targoński B., *Sprzedaż aktywna i pasywna w usługach marketingu internetowego*, „Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny” 2013, nr 5.
41. *Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej*, Dz. Urz. UE C 326 z 2012 r.
42. Vogel L., *EU Competition Law Applicable to Distribution Agreements: Review of 2011 and Outlook for 2012*, “Journal of European Competition Law & Practice” 2012, No. 3.
43. Whish R., *Competition Law*, Oxford 2009.
44. Wyrok Trybunału z dnia 11 września 2014 r. C-67/13, *P Groupement des cartes bancaires (CB) przeciwko Komisji*, EU:C:2014:2204.
45. Wyrok Trybunału z dnia 13 lipca 1966 r. w sprawie C-56/64, *Consten i Grundig przeciwko Komisji*, EU:C:1966:41.
46. Wyrok Trybunału z dnia 13 października 2011 r. w sprawie C-439/09 *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS przeciwko Président de l’Autorité de la concurrence i Ministre de l’Économie, de l’Industrie et de l’Emploi*, EU:C:2011:649.
47. Wyrok Trybunału z dnia 4 października 2011 r. w sprawach połączonych C-403/08 i C-429/08 *Football Association Premier League Ltd i inni przeciwko QC Leisure i inni oraz Karen Murphy przeciwko Media Protection Services Ltd*, EU:C:2011:631.
48. Wyrok Trybunału z dnia 6 października 2009 r. w sprawach połączonych C-501/06 P, C-513/06 P, C-515/06 P i C-519/06 P *GlaxoSmithKline Services i in. przeciwko Komisji i in.*, Zb. Orz. s. I-9291.
49. Wyroki Trybunału z dnia 18 marca 1980 r. w sprawie 62/79 *Coditel i in.*, zwany „wyrokiem w sprawie *Coditel I*”, Rec. s. 881.
50. Wyrok Trybunału z dnia 6 października 1982 r. w sprawie 262/81 *Coditel i in.*, zwany „wyrokiem w sprawie *Coditel II*”, Rec. s. 3381.
51. Zawiadomienie Komisji z dnia 10 maja 2010 r., *Wytyczne w sprawie ograniczeń wertykalnych*, SEC (2010) 411 wersja ostateczna.
52. Żakowska-Henzler H., *Rynek wewnętrzny Unii Europejskiej a prawo własności intelektualnej*, Warszawa 2013.