

HATÁROKON ÁTNYÚLÓ ONLINE VÁSÁRLÁSOK KORLÁTOZÁSA

- Egy 2015-ben elvégzett felmérés kimutatta, hogy ha egy másik európai uniós tagország webáruházában kívánunk vásárolni, háromból két esetben ez nem sikerül, mert az adott vállalkozás nem nyújt szolgáltatást a mi országunkba.
- A magyarországi webáruházak e felmérés szerint az esetek 99 százalékában nem engedték a külföldi vevőknek a vásárlást.
- Geoblocking-nak nevezi a szakirodalom a határon átnyúló online vásárlások területi alapú korlátozását.
- Az Európai Parlament és a Tanács [2018/302.](#) számú rendelete az online kereskedelem egyes területein megtiltja a geoblocking alkalmazását.
- A rendeletben foglaltak betartását és szankcionálását a tagországokban kijelölt hatóságoknak kell végezniük.

Az alábbi infojegyzet Az egyes törvények fogyasztóvédelmi célú módosításáról szóló, [T/2922.](#) számú törvényjavaslathoz készült. A törvényjavaslat elfogadását az Európai Parlament és a Tanács [2018/302.](#) számú rendeletében foglaltak teszik szükségessé. A rendelet a határon átnyúló kereskedelem során tapasztalható területi alapú korlátozások, azaz a geoblocking tilalmát rendeli el az online kereskedelem egyes területein.

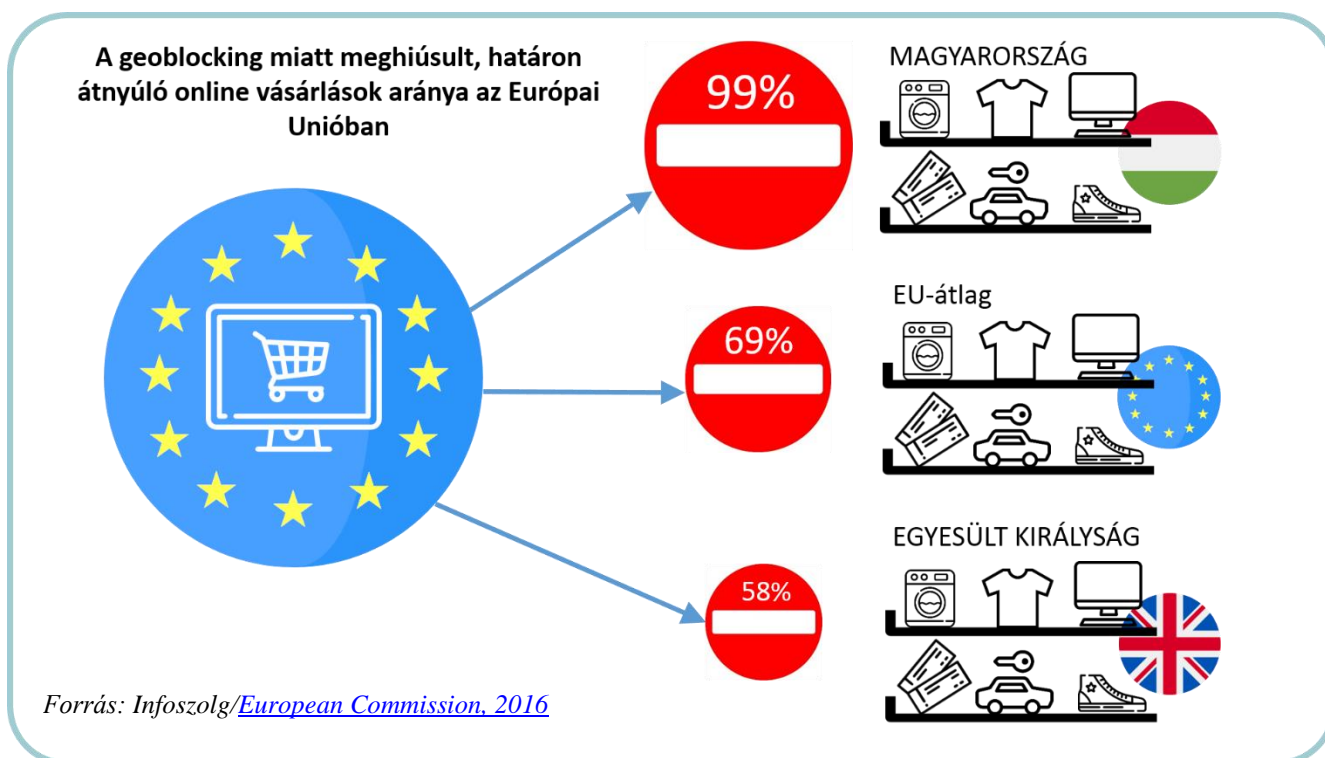
Az online vásárlás előnyeit évről évre egyre többen ismerik fel, hiszen gyorsan, kényelmesen, bárhol és a nap bármely percében megvásárolhatjuk a kiválasztott terméket. Ennek megfelelően a magyarországi online kiskereskedelem meredek emelkedést mutat: 2018 első felében 17 százalékkal nagyobb forgalmat bonyolított, mint 2017 hasonló időszakában.

2017-ben az Európai Unió országaiban élők 57 százaléka vásárolt árut vagy szolgáltatást az interneten, ám közülük csak minden negyedik tette ezt egy másik ország online áruházából, szolgáltatójától. Korántsem csak a vásárlók döntése ez – az esetleges házhozszállítás vagy a reklamáció nehezebb volt miatt –, épp ennyire tartózkodók – hasonló okokból – a kereskedők, szolgáltatók is.

A GfK Belgium 2015-ben végzett, több európai uniós országra kiterjedő próbavásárlásos [felmérése](#) megállapította, hogy a határon átnyúló vásárlási kísérleteknek csak az egyharmada volt sikeres, a weboldalak többsége nem engedte a más országból származó vevőket vásárolni. A felmérés azt is kimutatta, hogy a Magyarországon működő webshop-ok mindössze egy százaléka fogadott el online megrendelést más európai uniós tagországból, s általában is sokkal magasabb értéket mutatott a területi alapú korlátozás a 2004 után csatlakozott tagországokban (84 százalék), mint a régebben uniós tagsággal rendelkezők (66 százalék) között. Az Egyesült Királyságban tapasztalták a legkisebb mértékű területi alapú korlátozást, de még itt is 58 százalékos mértéket öltött.

GEOBLOCKING - A KORLÁTOZÁS ESZKÖZE

A területi alapú tartalomkorlátozást a szakirodalom geoblocking-nak nevezi. Azt a gyakorlatot értjük alatta, amelynek során a weboldalak földrajzi helyhez kötik termékeik, szolgáltatásaik online megvásárlását. A vásárló azt tapasztalja, amikor egy másik ország webáruházában szeretne vásárolni, hogy a rendszer – miközben érzékeli, hogy a weboldal látogatója kívül esik azon a földrajzi területen, ahol ő a termékeit vagy szolgáltatását nyújtani kívánja –,



- nem engedi belépni az oldalra, illetve
- automatikusan átirányítja egy másik weboldalra; vagy
- blokkolja az online megrendeléshez elengedhetetlen regisztrációt, esetleg
- közli, hogy az illető országába nem vállalja az áruszállítást, szolgáltatás nyújtást; netán
- nem fogadja el az illető bankkártyáját.

Mindez technikailag úgy oldható meg, hogy a weboldal azonosítja a vevő infokommunikációs eszközének (számítógép, laptop, táblagép, mobiltelefon) IP címét, esetleg a bankkártya számából állapítja meg, hogy az illető kívül esik az előzetesen meghatározott szolgáltatási körön.

Olyasmi is előfordul például, hogy egy franciaországi autókölcsönző ugyanolyan feltételek mellett olcsóbban kínálja a szolgáltatását a franciaországi, mint a hollandiai honlapján, ám a holland vevőknek nem teszi lehetővé, hogy a franciaországi honlapról rendeljék meg a szolgáltatást.

Érvek a geoblocking mellett és ellen

A szolgáltatók, webáruházak gyakran azért döntenek értékesítési területük korlátozása mellett,

mert a más országba történő magas szállítási költségek annyira megemelnék az árakat, hogy már nem tudnának piacképes áron szolgáltatni. Országonként eltérnek továbbá az adózási, fogyasztóvédelmi és termékbiztonsági szabályok is, amelyeknek meg kell felelniük. Ha egy bioélelmiszereket gyártó magyarországi kisvállalkozás más országok piacain is értékesíteni kívánja a termékeit, meg kell felelnie az országonként eltérő élelmiszerbiztonsági előírásoknak, eltérhetnek például az egyes összetevők megengedett maximális mértékei. Egyszerűbbnek mutatkozik tehát számára megmaradni kizárólag a magyar piacon, ezért nem engedi webáruházában a külföldi vevőket vásárolni.

Kétségtelen azonban, hogy ezek a korlátozások nagyobb bevételtől fosztják meg a vállalkozásokat, a fogyasztóknak pedig szűkebb választékkal kell beérniük. Nem egyeztethető össze a geoblocking mindemellett az áruk és szolgáltatások szabad áramlásának európai uniós alapelveivel sem, ráadásul a versenyt is korlátozza.

További szempont, hogy a területi korlátozások gátolják az elektronikus kereskedelem akadálytalan fejlődését, s ez versenyhátrányt okoz az Európai Uniónak az Egyesült Államokkal és Kínával szemben.

**AZ EURÓPAI UNIÓ
GEOBLOCKING RENDELETE**

A 2015-ben elfogadott Európai Digitális Egyeséges Piaci Stratégia ([COM\(2015\) 192](#)) előírja az elektronikus kereskedelem akadályainak felszámolását, azon belül külön nevesítve is az indokolatlan, területi alapú tartalomkorlátozás megszüntetését.

Ennek megfelelően fogadta el 2018. február 6-án az Európai Parlament – több, mint másfél évvel a benyújtása után – a területi alapú tartalomkorlátozás tilalmáról szóló rendeletet ([2018/302](#)), mely 2018 decemberétől válik kötelezően alkalmazandóvá.

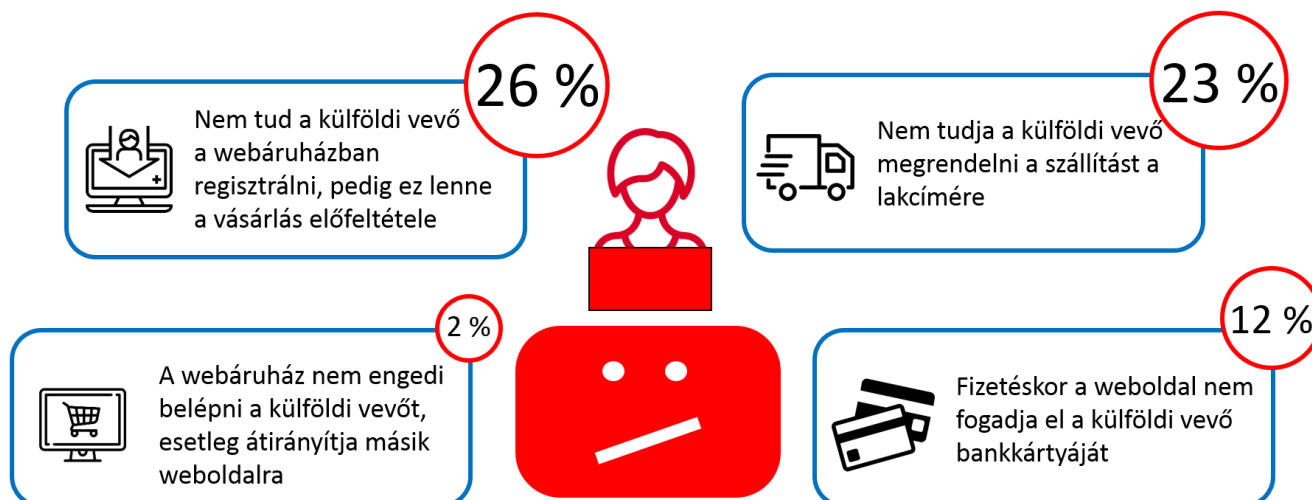
A rendelet kifejezetten előírja, hogy a vállalkozásoknak egyformán kell kezelnie a bel- és külföldi vásárlókat, azaz tilos a területi alapú korlátozás alkalmazása azokban az esetekben:

- ha olyan elektronikusan szolgáltatott terméket vásárolnak – például adattárolást, tűzfalat vagy felhőszolgáltatásokat – amelyek nem esnek szerzői jogi védelem alá;
- ha az interneten megrendelt árut – ruhát, elektronikai cikkeket, háztartási eszközöket – a vevő hajlandó átvenni azon országok egyikében, ahová a vállalkozás vállalja

a szállítást, vagy maga gondoskodik a házhozszállításáról (ha tehát egy magyar vevő egy olasz webáruházban a magyarországinál kedvezőbb áron talál valamely terméket, azt megveheti, de nem kérheti, hogy a cég szállítsa neki Magyarországra);

- az sem lehetséges a rendelet alapján, hogy belépőjegyek megvásárolásakor (zenei vagy sporteseményre, szabadidőparkba), szálláshelyek lefoglalásakor, autókölcsönzés online megrendelésekor más árat számítsanak fel a külföldi, mint a hazai vevőknek;
- tilos továbbá a rendelet értelmében, hogy ha egy magyar vevő egy angliai székhelyű cég angol vevőknek szóló honlapján kíván böngészni, a honlap őt automatikusan, a bejegyzése nélkül átirányítsa a cég magyar vevőknek készült honlapjára (természetesen vásárolhat is az angliai oldalon, de azt ez esetben sem várhatja el, hogy az így vásárolt terméket házhoz szállítsák);
- nem lehetnek eltérőek a fizetési feltételek sem a vásárló tartózkodási helye szerint. Ez azonban nem jelenti azt, hogy a kereskedő ne határozhatná meg maga, milyen fizetési módokat fogad el. Am ha elfogadottnak tekintenek egy fizetési módot (például a

A geoblocking módszerei (az összes vizsgált weboldal százalékában*)



* A weboldalak fennmaradó 37 százalékában sikeresen tudott a külföldi vevő vásárolni.

Forrás: [Infoszolg/European Commission, 2016](#)

Maestro-kártyát), akkor azt bármely tagországból jelentkező vevő esetén el kell fogadniuk.

A rendelet korántsem jelenti a területi alapú korlátozások teljes megszűnését. Letölthető zenékkel, filmekkel, e-könyvekkel és online játékokkal, vagyis digitális média tartalmakkal kapcsolatban továbbra sem tiltott a vásárlók földrajzi alapon történő megkülönböztetése. Két év elteltével azonban – azaz 2020 végén – a Bizottság felül fogja vizsgálni a rendeletet, s ekkor lehetséges a geoblocking tilalmának kiterjesztése ezekre a területekre is.

A geoblocking szabályozása nem teljesen előzmények nélküli, bár a 2009-ben hatályba lépett, belső piaci szolgáltatásokról szóló [2006/123/EK](#) irányelv csak általánosságban tiltja, hogy az általános szerződési feltételek tartalmazzanak a vevőkre vonatkozóan állampolgárságon vagy lakóhelyen alapuló megkülönböztetést, s ennek megfelelően nem is bizonyult hatékony eszköznek.

A geoblocking rendeletben foglaltak betartását a tagországoknak kell ellenőrizniük oly módon, hogy erre a feladatra egy hatóságot jelöljenek ki, s a szankciók meghatározása is a tagországok kompetenciájába tartozik majd.

Források:

- [2009. évi LXXVI. törvény](#) a szolgáltatási tevékenység megkezdésének és folytatásának általános szabályairól
- [COM\(2015\) 192](#) Európai Digitális Egységes Piaci Stratégia. A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának
- Az Európai Parlament és a Tanács (EU) [2018/302 Rendelete](#) (2018. február 28.) a belső piacon belül a vevő állampolgársága, lakóhelye vagy letelepedési helye alapján történő indokolatlan területi alapú tartalomkorlátozással és a megkülönböztetés egyéb formáival szembeni fellépésről, valamint a 2006/2004/EK és az (EU) 2017/2394 rendelet, továbbá a 2009/22/EK irányelv módosításáról
- Mystery shopping survey on territorial restrictions and geo-blocking in the European Digital Single Market – [Final Report](#). EU Publications, May 2016
- Peresztegi-Nagy Imola: [A digitális egységes piac kihívásai: online értékesített árukhoz és szolgáltatásokhoz való diszkriminációmentes hozzáférés az Európai Unióban](#). Igazságügyi Minisztérium, 2017.
- Natasha Lomas: At last an end to geoblocking in Europe? Nope, not by a long chalk...Techcrunch, 6 February 2018
- European Ecommerce Report [2018 Edition](#)