**Working Paper k soutěži na internetu a její regulaci**

**Podklad k diskusi 12. dubna 2016**

Patnáct let po průlomovém rozhodnutí v případu Microsoft se pravidla ochrany hospodářské soutěže stahují kolem online světa nejen ve Spojených státech, ale především v Evropské unii a tím i na českém trhu. Nejde už zdaleka jen o největší dominantní firmy, dotýkají se i menších podnikatelů a oblastí, ve kterých to v dynamicky se rozvíjejícím prostředí vůbec nemusí očekávat. Národní antimonopolní úřad je v dané oblasti sice zatím zdánlivě nečinný, tím se ale může jeho reakce stát zcela nevyzpytatelnou. Hlavní tíha regulace tak přichází především ze strany Evropské komise, čímž je domácím subjektům ztížena možnost účastnit se debaty o její podobě.

Kromě dnes hojně diskutované doktríny regulace takzvaných online platforem jde hlavně o následující vybrané oblasti:

1. **Elektronický obchod**

Evropská komise a její DG Compet (Generální ředitelství pro hospodářskou soutěž) zahájila loni v květnu takzvané sektorové šetření v oblasti e-commerce. V polovině března pak představila první zprávu podle které zaznamenalo 12 procent z oslovených 14000 společností smluvní podmínky omezující soutěž. Šetření je součástí plánu na vytvoření Jednotného digitálního trhu se zbožím a službami a navazuje na letité doktríny Komise potvrzené Soudním dvorem EU. Jde především o pravidla určování cen, exkluzivity, omezování přeprodejů mezi jednotlivými trhy a další zpravidla vertikální restrikce v dohodách mezi distributory a prodejci.

První podoba závěrečné zprávy má být zveřejněna v polovině letošního roku k veřejné diskusi. Výstup sektorového šetření pak určí pravidla v evropském e-commerce na další desetiletí a dotkne se prakticky všech firem podnikajících v odvětví.

1. **Geoblocking a reforma autorských práv**

Sektorové šetření zasahuje nejen do oblasti prodeje fyzického zboží a služeb, ale pokrývá i ty digitální. Právě u nich je jednou z hlavních priorit současné Komise řešení problému takzvaného geoblockingu, tedy omezování využití určitého (především) obsahu na základě rozdělení na národní státy. Respektive rozdílná cenová politika a politika udílení exkluzivních licencí na jednotlivých národních trzích. Místopředseda Komise pověřený digitální agendou Andrus Ansip se opakovaně vyjádřil v tom smyslu, že právě geoblocking je jednou z hlavních překážek sjednocení online trhu v EU.

Iniciativa Komise v této oblasti úzce souvisí s probíhající snahou reformovat autorská práva tak, aby odpovídala potřebám obchodu s digitálním zbožím a službami. Podle názoru Komise by měla přestat být překážkou dalšího rozvoje jednotného digitálního trhu.

1. **Vyhledávání**

Aktivity Evropské komise jsou veřejně známy především díky šetření společnosti Google. Od sdělení výhrad uplynul nedávno právě rok a eurokomisařka pro hospodářskou soutěž Margrethe Vestager přislíbila, že rozhodnutí padne v letošním roce. S ohledem na množství připomínek z celé EU včetně České republiky, se ale nedá odhadnout rychlost zpracování.

Vyšetřování míří na oblast vyhledávání a především zvýhodňováni vlastních výsledků oproti konkurenčním. V tom se mohou stanovená pravidla dotknout i například oborových vyhledávačů a především metavyhledávačů a srovnávačů cen zboží a také reklamy, kterou nabízí. Další oblastí jsou samotné reklamní kontrakty uzavírané s partnery prostřednictvím reklamních sítí i mimo ně. Tady mohou mít výsledky bez nadsázky celosektorový dopad. Prakticky oddělenou kapitolou jsou pak mobilní služby, kde je otázkou, jaká Komise stanoví pravidla pro dominantní systém Android. Tím může významně ovlivnit i poskytóvání služeb a prodej prostřednictvím mobilních aplikací. Tato oblast na jednu stranu úzce souvisí s prosazovanou doktrínou online platforem, na tu druhou ale může zasáhnout i firmy, které mají do podřazení pod takovouto definici velmi daleko.

1. **Daňová pravidla**

Ochrana hospodářské soutěže začíná stále více zasahovat i do oblasti zdanění především přeshraničního obchodu, prodeje zboží a poskytování služeb. Záměrem Komise je zajistit, aby žádné subjekty, bez ohledu na jejich velikost a sídlo v některém členském státě, nebyly zvýhodněny oproti jiným na společném trhu. V současnosti jde především o dohody některých daňových orgánů například s Facebookem a Amazonem. Podle Komise by se ale mohlo jednat o protikonkurenční výhodu v podobě státní pomoci dané nižším zdaněním oproti jiným soutěžitelům. Pokud bude v této iniciativě pokračovat, může otevřít cestu až k do jisté míry harmonizaci daňové legislativy napříč unií.

1. **Osobní údaje**

Z pohledu Komise může protisoutěžní výhodu zakládat i sběr a zpracování velkého množství osobních dat o zákaznících. Jde především o situace, kdy samotný přístup k datům je natolik exkluzivní a v takovém objemu, že sám o sobě zakládá výhodné postavení na trhu. Dosud ovšem nebylo nijak přesně specifikováno, kde leží taková hranice, prostor pro výklad je velice široký a v souvislosti s novým a obecně platným nařízením může opět zasáhnout velmi širokou škálu podnikatelů. Jednou z klíčových otázek je přitom takzvaná interoperabilita, tedy možnost přechodu mezi jednotlivými poskytovateli právě i s přenesením osobních dat, případně nastavení.

**Nové obchodní modely a oblasti**

Pozornosti soutěžních regulátorů neunikají ani zcela nové obchodní modely. Zvláště v online prostředí si úspěšné firmy často budují svůj vlastní trh, na kterém pak logicky získávají dominanci. V případě, že přesáhnou určitou velikost, nebo se především rozhodnou k mezinárodní expanzi, dostávají se do hledáčku regulace. Některé obchodní modely pak mohou být sice funkční proti rychle rostoucí konkurenci, ale ze soutěžního pohledu problematické Komise sice deklarovala, že nechce bránit vzniku nových firem, na druhou stranu ale nehodlá slevit ani z cílů ochrany spotřebitele a soutěže na trhu.