



‘Geo-blocking’

Joana Whyte, Associada da SRS Advogados

Ontem 08:20

A segmentação artificial do mercado interno ao longo das fronteiras nacionais, impedindo a livre circulação de bens e de serviços, é considerado bloqueio geográfico injustificado.

O bloqueio geográfico é uma prática discriminatória que impede os clientes online de aceder e adquirir bens e serviços disponíveis em websites de outros Estados-membros.

Resultou do Inquérito Setorial da Comissão Europeia sobre o Comércio Eletrónico que quase 60% dos fornecedores de conteúdos digitais praticam bloqueio geográfico.

Algumas destas práticas podem ser justificadas. Os ambientes jurídicos divergentes, a insegurança jurídica envolvida, os riscos associados no que respeita à legislação aplicável à proteção dos consumidores, ao ambiente ou à rotulagem, as questões tributárias e fiscais, os custos de entrega e os requisitos linguísticos contribuem para a renitência de alguns comerciantes em desenvolver relações comerciais com consumidores de outros Estados-membros.

A segmentação artificial do mercado interno ao longo das fronteiras nacionais, impedindo a livre circulação de bens e de serviços, restringindo os direitos dos

consumidores e impedindo-os de beneficiar de uma escolha mais ampla e de melhores condições, é considerado bloqueio geográfico injustificado.

Por forma a combater esta prática discriminatória, foi adotado o Regulamento 2018/302 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 28 de fevereiro de 2018, que visa prevenir o bloqueio geográfico injustificado, que entra em vigor no dia 3 de dezembro de 2018.

Ao abrigo do Regulamento os comerciantes não podem: bloquear nem restringir o acesso dos clientes às suas interfaces online; redirecionar os clientes para uma versão da sua interface online diferente daquela a que o cliente tentou aceder inicialmente, a não ser que o consumidor tenha dado o seu consentimento expresso para esse redirecionamento; aplicar condições gerais de acesso diferentes aos bens ou serviços; e aplicar diferentes condições a operações de pagamento.

Os serviços cuja principal característica seja a oferta de acesso e a utilização de obras protegidas por direitos de autor, ou de outros materiais protegidos, os serviços audiovisuais, incluindo os serviços cuja principal finalidade seja o acesso a transmissões televisivas de eventos desportivos, e que são fornecidos com base em licenças territoriais exclusivas, bem como os serviços financeiros, sociais, transportes e cuidados de saúde estão excluídos do âmbito de aplicação do Regulamento.

A diferenciação de preços não é proibida, pelo que o comerciante deverá continuar a ter a liberdade de decidir o preço a aplicar.

O Regulamento não determina sanções específicas. Caberá aos Estados-membros designar os organismos responsáveis pela execução do Regulamento, bem como estabelecer e aplicar regras que prevejam as sanções aplicáveis às infrações em causa.

Face a este novo quadro normativo, revela-se fundamental que as empresas aproveitem o período que antecede a sua entrada em vigor para se adaptar às novas regras, reavaliando e alterando, sempre que necessário, os termos e condições de vendas, sistemas de logística e distribuição e configurações dos seus websites.

PARTILHAR
