



Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής

Σχολή Διοικητικών, Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών

Τμήμα Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής

Π.Μ.Σ. «Δημόσια Οικονομική & Πολιτική»



Ψηφιακή Οικονομία και το Νέο Πλαίσιο Ρύθμισης στην Ενιαία Ευρωπαϊκή Αγορά

Πετρουλάκης Ιωάννης, Α.Μ. : περ22018

Επιβλέπουσα: Δεδούλη Αικατερίνη, Αναπλ. Καθηγήτρια, ΠΑΔΑ, Τμήμα Λογιστικής
& Χρηματοοικονομικής

Διπλωματική Εργασία υποβληθείσα στο Τμήμα Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής
του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής για την απόκτηση Μεταπτυχιακού Διπλώματος
Ειδίκευσης στη Δημόσια Οικονομική και Πολιτική.

Αιγάλεω, 2023-2024



Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής

Σχολή Διοικητικών, Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών

Τμήμα Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής

Π.Μ.Σ. «Δημόσια Οικονομική & Πολιτική»



Digital Economy and the New Regulatory Framework in the Single European Market

Petroulakis Ioannis, R.N.: pep22018

Supervisor: Dedouli Aikaterini, Assoc. Professor, UniWA, Dept. of Accounting & Finance

Master Thesis submitted to the Dept. of Accounting & Finance of the University of West Attica in partial fulfilment of the requirements for the degree of M.Sc. in Public Economics and Policy

Aigaleo, Greece, 2023-2024

*Στην οικογένειά μου, φυσική και δημιουργηθείσα,
για τις ώρες υπομονής
και υποστήριξης που μου προσέφερε.*

Ευχαριστίες

Από καρδιάς και με βαθύ αίσθημα ευγνωμοσύνης, θέλω να ευχαριστήσω την καθηγήτριά μου, Δεδούλη Αικατερίνη, που στάθηκε μέχρι και την τελευταία μέρα δίπλα μου. Επίβλεψε και συμβούλευσε την προσπάθειά μου, κατανοώντας την αγωνία και τις δυσκολίες που προέκυψαν, μην παύοντας να με ενθαρρύνει.

Οφείλω να αποδώσω ευχαριστίες και στην Πρόεδρο του Μεταπτυχιακού, Αλίνα Χυζ, η οποία τις φορές που της απευθύνθηκα ήταν παρούσα και έτοιμη να μου δώσει τις αρχικές κατευθύνσεις.

Τέλος, όλοι οι καθηγητές του Τμήματος και του Μεταπτυχιακού Προγράμματος, συνεισέφεραν με τον τρόπο τους, μέσα από το υλικό του οποίου έγινα κοινωνός, ώθησαν τη σκέψη μου για την οικονομία και τις επιχειρήσεις σε βαθύτερες επιστημονικές αναγνώσεις και εμπλούτισαν το γνωστικό μου πεδίο, συμβάλλοντας στην επιλογή και τεκμηρίωση των προβληματικών που τίθενται στη διπλωματική μου.



Τίτλος εργασίας

Μέλη Εξεταστικής Επιτροπής

Εγκρίθηκε από την εξεταστική επιτροπή την Τρίτη 11-06-2024.



Α/α	ΟΝΟΜΑ ΕΠΩΝΥΜΟ	ΒΑΘΜΙΔΑ/ΙΔΙΟΤΗΤΑ	ΨΗΦΙΑΚΗ ΥΠΟΓΡΑΦΗ
1	Αικατερίνη Δεδούλη	Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής	
2	Αλίνα Χυζ	Καθηγήτρια Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής	
3	Θεόδωρος Σταματόπουλος	Καθηγητής Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής	

Ψηφιακή Οικονομία και το Νέο Πλαίσιο Ρύθμισης στην Ενιαία Ευρωπαϊκή Αγορά

Περίληψη

Στη σύγχρονη εποχή, η έννοια της «Ψηφιακής Οικονομίας» και των επιμέρους αγορών της, τείνει να ταυτιστεί με το σύνολο της Οικονομίας, δημιουργώντας προκλήσεις και ευκαιρίες για την Ενιαία Ευρωπαϊκή Αγορά. Πολυεθνικές εταιρίες με ισχύ κοινωνική, οικονομική, τεχνολογική διαμορφώνουν τους δικούς τους κανόνες λειτουργίας, ωθώντας την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να εξετάζει συνεχώς τις εμπορικές τους στρατηγικές, με στόχο την αποφυγή πρόκλησης εμποδίων στον ελεύθερο και δίκαιο ανταγωνισμό. Παράλληλα η νομολογία και οι αποφάσεις των οργάνων της Ένωσης έχουν συνέπειες και πέραν των ευρωπαϊκών συνόρων, επηρεάζοντας εμμέσως το πλαίσιο του δίκαιου του ανταγωνισμού και σε τρίτες χώρες. Η εργασία μελετάει τους τρόπους ρύθμισης των ψηφιακών αγορών βάσει των άρθρων 101 και 102 της ΣΛΕΕ, ειδικότερα το νομικό εργαλείο της Κατάχρησης Δεσπόζουσας Θέσης τη θεμελίωση και τις επιπτώσεις του. Επιπλέον αξιοποιεί τα συμπεράσματα των Αποφάσεων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και του Γενικού Δικαστηρίου για να αναδείξει το νέο κανονιστικό πλαίσιο, τον Κανονισμό «Digital Markets Act». Αξιολογεί το συνολικό ρυθμιστικό πλέγμα και παρουσιάζει τις διαφορές αντιμετώπισης του ανταγωνισμού στις ΗΠΑ, Κίνα και Ινδία. Η έρευνα καταδεικνύει ότι η Ε.Ε. χτίζει νέα εργαλεία ρύθμισης, αντλώντας από τα συμπεράσματα των σχετικών νομικών υποθέσεων της περιόδου 2000-2022, προωθώντας την ίση μεταχείριση, τη διαλειτουργικότητα και την ελευθερία των χρηστών έναντι αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, με την σκέψη ότι οι τεχνολογικές εξελίξεις επιταχύνονται και η τεχνολογική δύναμη της αξιοποίησης των δεδομένων, μοιάζει να συσσωρεύεται σε λίγες ισχυρές εξω-ενωσιακές εταιρίες.

Λέξεις – Κλειδιά: Ευρωπαϊκή Ένωση, Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Ψηφιακή Οικονομία, Κατάχρηση Δεσπόζουσας Θέσης, άρθρα 101 - 102, Ανταγωνισμός, Αγορές, Ρύθμιση, Microsoft, Google, Amazon, Apple, Digital Markets Act

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο/η κάτωθι υπογεγραμμένος/ηΠετρουλάκης Ιωάννης..... του...Άγγελου, με αριθμό μητρώου ...rep22018 φοιτητής/τρια του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών ...Δημόσια Οικονομική και Πολιτική... του Τμήματος ...Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής...της Σχολής...Διοικητικών, Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών... του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής, δηλώνω ότι:

«Είμαι συγγραφέας αυτής της μεταπτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος.

Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Επιθυμώ την απαγόρευση πρόσβασης στο πλήρες κείμενο της εργασίας μου μέχρι και έπειτα από αίτηση μου στη Βιβλιοθήκη και έγκριση του επιβλέποντα καθηγητή.

Ο/Η Δηλών/ούσα

Ιωάννης Πετρουλάκης



*** Όνομα Επώνυμο/Ιδιοτητα**

Ψηφιακή Υπογραφή

*** Ψηφιακή υπογραφή του επιβλέποντος αν έχει ζητηθεί απαγόρευση πρόσβασης στην εργασία για κάποιο χρονικό διάστημα.**

Digital Economy and the New Regulatory Framework in the Single European Market

Abstract

In modern times, the concept of the "Digital Economy" and its relevant markets tends to be identified with the entire economy, creating challenges and opportunities for the Single European Market. Multinational companies with social, economic and technological power shape their own rules of operation, prompting the European Commission to constantly examine their commercial strategies, with the aim of avoiding obstacles to free and fair competition. At the same time, case-law and decisions of the EU institutions have consequences beyond European borders, indirectly affecting the framework of competition law in third countries as well. The paper studies the ways of regulating digital markets under Articles 101 and 102 TFEU, in particular the legal tool of Abuse of Dominant Position, its foundation and implications. In addition, it utilizes the conclusions of the Judgments of the European Commission and the General Court to highlight the new regulatory framework, the Regulation "Digital Markets Act". It evaluates the overall regulatory grid and presents the differences in the treatment of competition in the US, China and India. The research shows that the EU is building new regulatory tools, drawing on the conclusions of the relevant legal cases of 2000-2022, promoting equal treatment among enterprises, application and software interoperability and freedom of users against unfair commercial practices, thinking that technological developments are accelerating and the technological power of data exploitation seems to be accumulating in a few powerful non-EU companies.

Keywords: European Union, European Commission, Digital Economy, Abuse of Dominant Position, Articles 101 - 102, Competition, Markets, Regulation, Microsoft, Google, Amazon, Apple, Digital Markets Act

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Ψηφιακή Οικονομία και το Νέο Πλαίσιο Ρύθμισης στην Ενιαία Ευρωπαϊκή Αγορά	viii
Περίληψη	viii
Abstract	x
Εισαγωγή	1
Μεθοδολογία της Εργασίας	7
Κεφάλαιο 1: Ορισμοί, Έννοιες και Πεδίο Αναφοράς	9
1.1 Ψηφιακή Οικονομία	9
1.2 Ιδιαιτερότητες της Ψηφιακής Οικονομίας και Ανταγωνισμός στην Ε.Ε.	15
1.3 Κατάχρηση Δεσπόζουσας Θέσης	20
Κεφάλαιο 2: Συνθήκες και Διαμόρφωση του Υφιστάμενου Πλαισίου, Digital Markets Act	25
2.1 Δικαστικές διαμάχες που διαμόρφωσαν το νέο πλαίσιο	25
2.2 Υποθέσεις σχετικές με τη Microsoft	26
2.3 Υποθέσεις σχετικά με τη Google	31
2.4 Υπόθεση Amazon	39
Κεφάλαιο 3: Νέο Πλαίσιο – Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές (DMA)	43
3.1 Ο ρυθμιστικός χαρακτήρας	46
3.2 Ο Προληπτικός χαρακτήρας της DMA	48
3.3 Κριτήρια Αξιολόγησης	50
3.4 Διαδικασία Αξιολόγησης	54
3.5 Υποχρεώσεις	56
3.6 Συμμόρφωση και Κυρώσεις	60
3.7 Εξελίξεις μετά τη θέσπιση της DMA	63
Κεφάλαιο 4: Αξιολόγηση του Υφιστάμενου Μοντέλου, Διεθνείς Ρυθμίσεις και Προσεγγίσεις	73
4.1 Γενικό ρυθμιστικό πλαίσιο για τις Ψηφιακές Αγορές	73
4.2 Αξιολόγηση και προσεγγίσεις για την Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές (DMA)	77
4.3 Αλληλεπιδράσεις του ευρωπαϊκού και διεθνούς κανονιστικού πλαισίου	84
Κεφάλαιο 5 : Συμπεράσματα	88
Βιβλιογραφία	90

Ψηφιακή Οικονομία και Κατάχρηση Δεσπόζουσας Θέσης στην Ενιαία Ευρωπαϊκή Αγορά.

**Αναδεικνύοντας το πλαίσιο λειτουργίας των υπηρεσιών ψηφιακής οικονομίας
στην Ευρωπαϊκή Αγορά για την αποφυγή μεθόδων στρέβλωσης του ανταγωνισμού.**

Εισαγωγή

Η πιθανότητα κάποιο άτομο να μην κάνει χρήση εφαρμογών σχετιζόμενων με την ψηφιακή οικονομία, τα τελευταία δέκα έτη, όλο και εκμηδενίζεται. Από την ένταξη ψηφιακών εργαλείων ημερήσιου προγραμματισμού, την παρακολούθηση των μέσων μαζικής μεταφοράς ή τους χάρτες προορισμού, τις ψηφιακές υπηρεσίες Δημοσίου, τις αγορές προϊόντων, τις χρηματοοικονομικές συναλλαγές, τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις-επικοινωνίες έως την παρακολούθηση σωματικών δραστηριοτήτων και λοιπών εφαρμογών μέτρησης υγείας, η καθημερινότητα της πλειονότητας τέμνεται πολλαπλώς και πολυαριθμώς με τους «παραγωγούς» της ψηφιακής οικονομίας. Τις εταιρίες, δηλαδή, που δημιουργούν, φιλοξενούν στα υπολογιστικά τους νέφη και διανέμουν εφαρμογές (applications) διαδικτύου, διακρατούν και επεξεργάζονται τα δεδομένα μας, διαμοιράζουν ή δίνουν πρόσβαση σε αυτά σε τρίτες εταιρίες και αναπτύσσουν επιχειρηματικά μοντέλα βασιζόμενες στη στατιστική συμπερασματοποίηση της καθημερινότητάς μας, κυρίως μέσω της διαφημιστικής οδού.

Παρότι η έννοια της ψηφιακής οικονομίας δεν είναι πρόσφατη, καθώς ήδη από την ανάπτυξη των πρώτων δικτύων υπολογιστών τη δεκαετία του 1990 έχουμε αναφορές¹, εντούτοις η διόγκωση και θεμελίωση των αγορών της² πραγματώθηκε μόλις εντός των τελευταίων 17 ετών. Από την παρουσίαση του πρώτου λειτουργικά διαθέσιμου για την ευρεία καταναλωτική ομάδα πολιτών «έξυπνου» τηλεφώνου, iPhone (2007) και την ανοικτή πρόσβαση του Facebook (2006-2007), έως την δημιουργία και διαρκή

¹ Goldfarb and Tucker, 2019; Skare et al., 2023; “What Is the Digital Economy? - Wharton Online,” n.d., βλ. Δικτυογραφία

² Ο όρος «ψηφιακή οικονομία» χρησιμοποιείται ως όρος «ομπρέλα» για τις σχετικές και επιμέρους ψηφιακές αγορές, όπως ορίζονται κατά καιρούς από την Ευρωπαϊκή και το Γενικό Δικαστήριο. Ουσιαστικά οι ψηφιακές αγορές, συνθέτουν το πεδίο της Ψηφιακής Οικονομίας, αν και δεν περιορίζεται από αυτές. (βλέπε Μικρουλέα, 2023, σελ. ix, 2.4 και παράθεση 12 και 13)

ενσωμάτωση στις καθημερινές λειτουργίες υπολογιστικής ανάπτυξης των μοντέλων Μεγάλης Γλωσσικής Αναπαραγωγής (Large Language Models – LLMs) τεχνητής νοημοσύνης, όπως το CHAT-GPT της OpenAI, η αγορά αναπτύσσεται σχεδόν εξίσου γρήγορα με την τεχνολογία της. Οι προσαρμοστικές αλλαγές που απαιτούνται σε πολιτικό, κοινωνικό και νομικό επίπεδο, καθίστανται ολοένα πιο δυσδιάκριτες, δημιουργώντας ένα γενικευμένο αίσθημα αδυναμίας πρωτοβουλιών και ρύθμισης.

Από το 2010 η Ευρωπαϊκή Ένωση, στα πλαίσια της ενιαίας αγοράς, διέγνωσε την ανάγκη ρύθμισης, καθιέρωσης εργαλείων παρακολούθησης και προστασίας των καταναλωτών, με τον «Σχεδιασμό της Ψηφιακής Ευρώπης»³. Αν και η συγκεκριμένη στρατηγική έθετε το όραμα για τη γενικότερη ανάπτυξη των ψηφιακών μέσων της Ε.Ε., το άρθρο 2.1 του κειμένου, αναφέρεται στην ενίσχυση της ψηφιακής οικονομίας και στην άρση των επιμέρους εμποδίων. Δίνοντας κυρίως έμφαση στα γεωγραφικά, νομισματικά εμπόδια, ταυτόχρονα με τη χρήση και εγγύηση απονομής των δικαιωμάτων στους δημιουργούς περιεχομένου. Αντιθέτως όμως με την πρόνοια για σχεδιασμό μέτρων ενίσχυσης των ευρωπαϊών δημιουργών και διαχειριστών εφαρμογών, δεν καταγράφει τους κινδύνους που διαφαίνονταν, σχετικά με την ισχυροποίηση μερικών δεκάδων πλατφορμών. Ιδίως οι εταιρίες από τις Ηνωμένες Πολιτείες, Microsoft, Apple, Google (νυν Alphabet), Amazon, αντιμετωπίζονται στο κείμενο περισσότερο ως παραδείγματα προς μίμηση αντί ως οργανισμοί συγκέντρωσης δύναμης και καθορισμού των όρων της ψηφιακής αγοράς.

Σχεδόν μία δεκαετία μετά από το θεμελιώδες για τη ψηφιακή οικονομία, κείμενο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (εφεξής Επιτροπής), τα παραδείγματα προστριβής και νομικών εμπλοκών της Επιτροπής και των εταιριών κολοσσών της ψηφιακής αγοράς, συνεχώς πληθαίνουν. Τα θεσμικά όργανα της Ένωσης αναγνωρίζουν τον καταλυτικό ρόλο και τη λειτουργική χρησιμότητα αυτών των πολυεθνικών, επιχειρώντας όμως ανά τακτά διαστήματα μία *ex post*⁴ ρύθμιση της αγοράς. Αντλώντας νομιμοποιητική βάση, είτε από τους Κανονισμούς για τα Προσωπικά Δεδομένα, είτε από τα άρθρα περί παραβίασης

³ Digital Agenda for Europe, COM(2010) 245 final

⁴ *ex-ante, ex post*: (δρώντας) πριν από (την εκδήλωση ενός συμβάντος), (δρώντας) έπειτα από (την εκδήλωση ενός συμβάντος).

όρων του ανταγωνισμού, όπως διαμορφώνονται στο αρ.101 και 102 της ΣΛΕΕ, και της ορθής λειτουργίας της ανοικτής αγοράς ως ενιαίας και προωθητικής των ευρωπαϊκών αρχών και εγγυήσεων, επιχειρούσαν τη διαμόρφωση ενός ρυθμισμένου επενδυτικού και εμπορικού πεδίου.

Επειδή η αντιμετώπιση των φαινομένων υπερ-συγκέντρωσης ισχύος και στρέβλωσης του ανταγωνισμού ήταν αδύνατο να επιτευχθεί με τα υπάρχοντα νομοθετικά εργαλεία, η Επιτροπή, πρότεινε και θεσμοθέτησε τον Κανονισμό «Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές»⁵, Digital Markets Act (εφεξής θα αναγράφεται με τον αγγλικό όρο ή/και την συντομογραφία DMA). Η DMA, όντας Κανονισμός, αποτελεί το πρώτο και ολοκληρωμένο κανονιστικό κείμενο για τη ρύθμιση των δράσεων και μεθόδων των ισχυρών εταιριών και των πλατφορμών – υπηρεσιών τους. Θέτει μεθόδους αξιολόγησης και ταξινόμησης της οικονομικής -εμπορικής και κοινωνικής τους ισχύος, ορίζει εργαλεία επιβολής προστίμων ή/και προϋποθέσεων λειτουργίας στην ενιαία αγορά, ενώ εναρμονίζει τις εθνικές προβλέψεις κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης και άνισου ανταγωνισμού σε ένα συνεκτικό πλαίσιο.

Η παρούσα εργασία επιδιώκει τη μελέτη αυτού του ζητήματος, εστιάζοντας στο κύριο εργαλείο περιορισμού των εταιρικών αυθαιρεσιών: τη διαπίστωση παραβιάσεων του άρθρου 101 για τις ενδο-ομιλικές τακτικές και εναρμονισμένες πρακτικές και του 102, εστιάζοντας στη θεμελίωση της Κατάχρησης Δεσπόζουσας Θέσης, από μεριάς της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σύμφωνα με το νομικό πλαίσιο του Ανταγωνισμού και του νέου νομοθετικού ρυθμιστικού εργαλείου επιβολής υποχρεώσεων και κυρώσεων, όπως θεσπίστηκε με τον Κανονισμό Digital Markets Act. Συγκεκριμένα το ενδιαφέρον εστιάζεται στις ακόλουθες τρεις θεματικές:

1. Ανάδειξη της εφαρμογής του ρυθμιστικού πλαισίου περί κατάχρησης των όρων ανταγωνισμού στην ψηφιακή οικονομία. Η αξιοποίηση των άρθρων της ΣΛΕΕ (101, 102) με έμφαση όμως στις περιπτώσεις – προβλέψεις Κατάχρησης Δεσπόζουσας Θέσης, ως εργαλεία διαμόρφωσης του Digital Markets Act.

⁵ Ο πληθυντικός στον όρο «Αγορές» χρησιμοποιείται καθότι δεν υπάρχει μία Αγορά αλλά διακριτές ή/και σχετικές Αγορές που ορίζονται κάθε φορά από το πεδίο δράσης των εταιριών.

2. Προβληματικές περί εφαρμογής των όρων ανταγωνισμού και ανάπτυξης των ψηφιακών αγορών, παρουσιάζοντας τις πρόσφατες νομοθετικές εξελίξεις, με επίκεντρο τον νέο Κανονισμό, τη DMA.

3. Διερεύνηση νεοφυών ζητημάτων ψηφιακής οικονομίας που θα μπορούσαν να απασχολήσουν την Ευρωπαϊκή Επιτροπή Ανταγωνισμού και τη λειτουργία των Αγορών, συνυπολογίζοντας το διεθνές περιβάλλον.

Έχοντας θέσει τα όρια της εργασίας, είναι απαραίτητο να επεξηγηθεί η αιτία επιλογής του συγκεκριμένου ζητήματος. Η νομολογία του Γενικού Δικαστηρίου της Ένωσης έχει συμβάλει στη διαμόρφωση των όρων ανταγωνισμού στην ανοικτή ελεύθερη ευρωπαϊκή αγορά, θεσπίζοντας κατώφλια (thresholds) κατάχρησης των όρων του δίκαιου εμπορίου, ειδικά σε ό,τι αφορά εταιρίες που κατέχουν «Δεσπόζουσα Θέση» στην εκάστοτε αγορά, αλλά και τις εναρμονισμένες πρακτικές μεταξύ εταιριών ή προτιμησιακών συμφωνιών. Είτε περιορίζοντας τις πρακτικές των εταιριών-δεκτών είτε δημιουργώντας ένα φαινόμενο ντόμινο, ακόμη και σε άλλες αγορές που μπορεί να μην εμπλέκονται, για παράδειγμα: αγορά ενέργειας και εταιρίες ηλεκτροπαραγωγής σε σχέση με την αγορά προμήθειας πρώτων υλών στον κατασκευαστικό ή βιομηχανικό τομέα.

Ειδικότερα στην ψηφιακή οικονομία, η αγορά είναι πολύ-επίπεδη, δυσανάλογα πολύπλοκη και πολυεθνική σε σχέση με άλλες αγορές, ταχέως εξελισσόμενη και μεταλλασσόμενη, ενώ ταυτόχρονα αγγίζει σχεδόν όλες τις πτυχές της καθημερινότητάς μας, είτε άμεσα σε ιδιωτικό-προσωπικό επίπεδο, είτε σε επίπεδο επιχειρήσεων, είτε σε κρατικό και διεθνικό. Επίσης αποτελείται από επιμέρους Ψηφιακές Αγορές που ορίζονται συνήθως έπειτα από Αποφάσεις της Επιτροπής ή/και του Δικαστηρίου της Ένωσης. Για τους προαναφερθέντες λόγους, επιλέχθηκε η ερευνα του φαινομένου ρύθμισης της αγοράς της ψηφιακής οικονομίας μέσω του εργαλείου της «Κατάχρησης Δεσπόζουσα Θέσης», επικουρικά με τις προβλέψεις του 101 για τις προτιμησιακές τακτικές και καθετοποιημένες συναλλαγές. Καθώς, αν και δεν χρησιμοποιείται απευθείας και σκοπίμως για τη ρύθμιση καθαυτή, καταλήγει τις περισσότερες των περιπτώσεων να γεννά αποτελέσματα τέτοια που κατατείνουν σε νέα πλαίσια ρύθμισης. Ειδικότερα με την πρόσφατη θέσπιση του Digital Markets Act που αποτελεί ρυθμιστικό εργαλείο όρων

λειτουργίας και ανταγωνιστικότητας, με αντίκτυπο που δεν περιορίζεται εντός των ευρωπαϊκών κρατών-μελών, αλλά πλέον και διεθνώς.

Αναγνωρίζοντας, κατά συνέπεια, την περιπλοκότητα της μελέτης και καταγραφής του ζητήματος προς εξέταση, η δομή της εργασίας αποτελείται από τρεις άξονες – θεματικά μέρη, για τη βέλτιστη κατανόηση των εμπλεκόμενων παραγόντων.

Το πρώτο Κεφάλαιο, διερευνά τα θεωρητικά εργαλεία που αξιοποιούνται κατά τη μελέτη: τον ορισμό και τα συστατικά στοιχεία της ψηφιακής οικονομίας, τη συνοπτική και περιγραφική παρουσίαση του Δικαίου του Ανταγωνισμού στην Ε.Ε. και την νομική έννοια της «Κατάχρησης Δεσπόζουσας Θέσης» που αποτελεί τον ένα εκ των δύο ερευνητικών πυλώνων της παρούσας εργασίας.

Στο δεύτερο Κεφάλαιο, το ενδιαφέρον εστιάζεται στα έως τώρα διαπιστωμένα υποδείγματα αντιμετώπισης παραβιάσεων των όρων του ανταγωνισμού στην Ευρώπη. Παραδείγματα υποθέσεων σχετικών με την κατηγορία παραβίασης των όρων ανταγωνισμού γενικά και ειδικότερα της Κατάχρησης Δεσπόζουσας Θέσης, τα αποτελέσματα και η κριτική αποτύπωση των επιπτώσεων των υπό εκδίκαση περιπτώσεων για τις Microsoft, Google, Amazon.

Το τρίτο Κεφάλαιο σκιαγραφεί το νέο ρυθμιστικό πλαίσιο με τον Κανονισμό – Digital Markets Act που τέθηκε σε ισχύ το 2022, τον δεύτερο ερευνητικό πυλώνα. Συγκεκριμένα, τα ελεγκτικά εργαλεία που διαθέτει πλέον η Επιτροπή και τις τελευταίες εξελίξεις βάσει των πρώτων συμπερασμάτων από την έναρξη σε ισχύ του Digital Markets Act.

Το Κεφάλαιο 4, επικεντρώνεται στην συνολική θεώρηση του μοντέλου αντιμετώπισης του φαινομένου της Κατάχρησης Δεσπόζουσας Θέσης και των συναφών παραβιάσεων του αρ.101, του γενικότερου ρυθμιστικού πλαισίου, τη συνολική αξιολόγηση του Digital Markets Act και την εξωτερική έκφραση των ευρωπαϊκών πρακτικών, περιέχοντας τρεις Ενότητες. Εσωκλείει την ανάδειξη των εμπλεκόμενων τομέων και συν-λειτουργιών με το φαινόμενο προς μελέτη, την αξιολόγηση του Digital Markets Act ως υπόδειγμα βέλτιστης πρακτικής για τρίτα εθνικά νομικά πλαίσια, καθώς και την επιχειρούμενη κριτική προσέγγιση, αξιολογώντας τις ελλείψεις του υπάρχοντος συστήματος ρύθμισης της αγοράς.

Ολοκληρώνοντας, ακολουθεί το πέμπτο Κεφάλαιο, τα τελικά Συμπεράσματα, παρουσιάζοντας προτάσεις τροποιοητικής φύσης ως προς τις αδυναμίες που παρουσιάζονται ή αναμένονται από το νέο κανονιστικό μοντέλο και η συνεκτική προσωπική άποψη επί του εξεταζόμενου ζητήματος, εστιάζοντας σε σημεία που αξίζουν μελλοντικής προσοχής.

Μεθοδολογία της Εργασίας

Η μελέτη της εφαρμογής του ρυθμιστικού πλαισίου, εστιάζοντας στις έννοιες «Κατάχρηση Δεσπόζουσας Θέσης» και «κατάχρηση όρων του ανταγωνισμού», θα βοηθήσει να εντοπιστούν οι σημαντικότερες παραβιάσεις σύμφωνα με την κρίση των ρυθμιστικών αρχών, οι κυριότερες αδυναμίες του υφιστάμενου πεδίου λειτουργίας των εταιριών και οι λόγοι θέσπισης του νέου κανονιστικού πλαισίου. Αξιοποιώντας περιπτώσιολογικές μελέτες και παραδείγματα, στοιχεία νομολογίας και κατευθυντήριες διαπιστώσεις από τα Όργανα της Ε.Ε., θα δοθεί η δυνατότητα σκιαγράφησης του πεδίου αναφοράς και της επίκαιρης διαμόρφωσης της ψηφιακής οικονομίας.

Το ερευνητικό ενδιαφέρον επικεντρώνεται σε κείμενα και μελέτες που αφορούν τη ρύθμιση της ευρωπαϊκής αγοράς της ψηφιακής οικονομίας, τα συμπεράσματα και αιτιολογικές εκθέσεις σχετικών νομικών υποθέσεων και τις απόψεις των υπό διερεύνηση εταιριών. Η έρευνα επικουρείται από το κείμενο του Κανονισμού DMA , συμπεράσματα για τη λειτουργία του ευρύτερου πλαισίου της ψηφιακής οικονομίας και τις απόψεις λοιπών παραγόντων πέραν των ευρωπαϊκών συνόρων. Επιπλέον, αξιολογώντας τις εταιρικές αποφάσεις και αλλαγές που έχουν προκληθεί στους βασικούς εταιρικούς φορείς, επιχειρείται η αξιολόγηση του κανονιστικού μοντέλου της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η βιβλιογραφία αποτελείται κυρίως από ξενόγλωσσα κείμενα, με συμπερίληψη επιλεγμένων ελληνικών ερευνών-βιβλίων. Επιπρόσθετα, αντλώντας από το νομικό «διάλογο», τη βιβλιογραφία και τις δημόσιες τοποθετήσεις των εμπλεκομένων, θα αναδειχθούν οι διαφοροποιημένες προβληματικές και αδυναμίες του υφιστάμενου μοντέλου.

Βασική υπόθεση προς εξέταση αποτελεί η πεποίθηση, ότι οι σχετικές ρυθμίσεις για την ψηφιακή οικονομία και των ψηφιακών αγορών εντός των ευρωπαϊκών συνόρων, επηρεάζουν αφενός τα λειτουργικά πρότυπα των σχετικών εταιριών σε ευρύτερο γεωγραφικό πεδίο και αφετέρου τα κανονιστικά πρότυπα τρίτων χωρών. Συνεπώς απαιτείται να διαπιστωθεί αν όντως η εταιρίες άλλαξαν τη συμπεριφορά τους μετά τη θέση σε ισχύ των νέων προβλέψεων, αν η Επιτροπή μπορεί να επηρεάσει την ευρύτερη, γεωγραφικά, αγορά της ψηφιακής οικονομίας και τέλος, αν οι εξελίξεις στον τομέα ρύθμισης των σχετικών αγορών, αποδίδουν θετικά αποτελέσματα.

Η εγγενής νομική φύση του θέματος, εμπεριέχει δυσκολίες αντικειμενικής τεκμηρίωσης, καθότι ad hoc ζητήματα αντιμετωπίζονται περιστασιακά με ad hoc νομικές λύσεις, παραχθείσες εντός νομολογιακού συγκειμένου, εντούτοις αυτοτελείς. Επιδίωξη μεθοδολογική, είναι η γενικότερη αποτύπωση των εννοιών και ορισμών, ομαδοποιώντας τα νομικά συστατικά που έχουν προκύψει στις διάφορες υποθέσεις, τονίζοντας το πνεύμα και την κατεύθυνση των νομικών παραγών, αντί της εξαντλητικής παρουσίασης των επιμέρους στοιχείων τους.

Η φύση του ερευνητικού ζητήματος και της εργασίας, θέτουν μερικούς περιορισμούς που οφείλουν να καταγραφούν επιμελώς. Δεν αποτελεί αντικείμενο προς ανάλυση και εξέταση η γενικότερη διαδικασία και νομιμοποιητική αιτιολόγηση του Δικαίου της Αγοράς και Ανταγωνισμού της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αναφορές σε χρονικά ορόσημα και υποθέσεις που έδρασαν καταλυτικά, καταγράφονται, αλλά εκτεταμένη επισκόπησή τους δεν ενδείκνυται επί του παρόντος κειμένου. Επιπρόσθετα, στις προθέσεις της παρούσας εργασίας δεν συμπεριλαμβάνεται η ευθεία, εις βάθος σύγκριση των διαφορετικών ρυθμιστικών πλαισίων, εντός και εκτός ενωσιακού χώρου. Η συμπερίληψη κανονιστικών πλαισίων ή μεμονωμένων κινήσεων τρίτων χωρών, σκοπεί στην πληρέστερη και σφαιρική αντίληψη του φαινομένου, στα πλαίσια της παγκοσμιότητας που ενέχει. Επιπλέον, η ανάλυση του άρθρου 102 περί «Κατάχρησης Δεσπόζουσας Θέσης» είναι στο επίκεντρο αλλά δεν αποτελεί το μόνο εργαλείο προσέγγισης, αφού το άρθρο 101 εντοπίζεται στις περισσότερες των υποθέσεων που εξέτασε η Επιτροπή, εντούτοις δε δύναται να έχει ίση βαρύτητα με το 102 στην παρούσα εργασία, για λόγους ερευνητικούς και διότι ο όρος «gatekeepers» που εισαγάγει η DMA, προσομοιάζει περισσότερο τις ρυθμίσεις που σχετίζονται με το 102 της ΣΛΕΕ.

Τέλος, η εργασία εντοπίζει τα πλεονεκτήματα και αδυναμίες του βασικού εργαλείου έγερσης ζητημάτων ανταγωνισμού, τη διαπίστωση της «Κατάχρησης Δεσπόζουσας Θέσης», χωρίς ωστόσο να αποτυπώνει και να εξετάζει το συνολικό πλαίσιο ρύθμισης της ψηφιακή οικονομίας και όλων των σχετικών αγορών. Εντούτοις, Συνδέει τις πολλαπλές εκφάνσεις των εφαρμογών-εταιριών της ψηφιακής οικονομίας και αποβλέπει σε μία σύγχρονη καταγραφή και επισκόπηση του ζητήματος, θέτοντας ερωτήματα και κριτικές προσεγγίσεις για μελλοντικές διαπιστώσεις.

Κεφάλαιο 1: Ορισμοί, Έννοιες και Πεδίο Αναφοράς

1.1 Ψηφιακή Οικονομία

Στα πλαίσια της μελέτης κι αξιολόγησης του εργαλείου ρύθμισης της Αγοράς της ψηφιακής οικονομίας, της διαπίστωσης περί Κατάχρησης της Δεσπόζουσας Θέσης, είναι αναγκαία η οριοθέτηση, πρωτίστως, των συστατικών όρων της συγκεκριμένης Αγοράς. Τι εννοείται ειδικότερα με τη φράση «Ψηφιακή Οικονομία», ποια επιμέρους στοιχεία την αποτελούν, πως συνδέεται με τη γενικότερη οικονομία, πως εξελίσσεται και πως προσδιορίζεται η ευρύτερη σημασία της.

Παρότι βιβλιογραφικά δεν υφίσταται συμφωνία ως προς τον αυστηρό προσδιορισμό της «ψηφιακής οικονομίας»⁶, η σύγκλιση όλων εντοπίζεται στον κορμό του πρώτου συνθετικού, της έννοιας «ψηφιακή». Κοινός τόπος των μελετητών είναι δηλαδή, πως πρόκειται για μία Αγορά που αφορά, σχετίζεται, παράγεται και παράγει υπηρεσίες, λειτουργίες και προϊόντα άρρηκτα ή/και ελαφρώς συνδεδεμένα με το πεδίο του διαδικτύου.

Οι βασικοί πυλώνες που απαρτίζουν και εν μέρει συγκεκριμενοποιούν τον ευρύτερο αυτόν ορισμό, είναι τρεις, σύμφωνα με την έκθεση της UNCTAD του 2019⁷. Αρχικά αναφερόμαστε στις θεμελιώδεις τεχνολογίες όπως: chipsets, πατέντες-ρομποτ laser χάραξης πυρήνων, κυκλώματα και συστήματα καλωδίωσης, τεχνολογίες μεταφοράς δεδομένων, αλγόριθμοι επεξεργασίας δεδομένων, υποδομές αποθήκευσης - διαμοιρασμού – επεξεργασίας δεδομένων (cloud-computing κτλ). Ακολουθούν οι τεχνολογίες ψηφιοποίησης της πληροφορίας και παραγωγής ψηφιακής πληροφορίας (digital and information technology) όπως τα λειτουργικά και λογισμικά των κινητών συσκευών, των υπολογιστών, των εφαρμογών γενικότερης εμπορικής χρήσης και των πλατφορμών – εταιριών υπεύθυνων για τη διακίνηση των παραπάνω δεδομένων-πληροφοριών. Ως τρίτος πυλώνας, αναφέρεται το σύνολο των γενικότερων υπηρεσιών και εφαρμογών που αξιοποιούν τα ανωτέρω, μεταποιώντας λοιπές παραδοσιακές αγορές,

⁶ Anderton et al., 2021; Bostoen, 2023; Bradford, 2023; Cantell, n.d.; Ciriani and Lebourges, 2018; “What is digital economy?, Deloitte Malta, Technology,” n.d.

⁷ United Nations Conference on Trade and Development, 2019, σελ. 4

ενισχύοντας τις συναλλαγές, για παράδειγμα στον χρηματοοικονομικό κλάδο, παράγοντας νέες υπηρεσίες δευτερογενούς φύσης, όπως οι ψηφιακές πλατφόρμες που φιλοξενούν υπάρχοντα φυσικά καταστήματα.

Άλλοι μελετητές και εμπλεκόμενα μέρη ορίζουν την ψηφιακή οικονομία ως το γενικότερο «αποτέλεσμα της δραστηριότητας που λαμβάνει χώρα στις διαδικτυακές συνδέσεις(...)⁸, εναλλακτικά ως «ο όρος που αποδίδει την επίδραση της ψηφιακής τεχνολογίας σε μεθόδους παραγωγής και κατανάλωσης(...)»⁹. Αντιθέτως, ένας ορισμός που βοηθά στην καλύτερη καταμέτρηση των αποτελεσμάτων, είναι η αυστηροποίηση του πεδίου αναφοράς, περιορίζοντας την έρευνα στις τηλεπικοινωνίες, την βιομηχανική αξιοποίηση του διαδικτύου και τις υποδομές, τα κρατικά-κυβερνητικά εργαλεία και την χρήση ψηφιακών εργαλείων τεχνολογίας-πληροφορίας από εταιρίες¹⁰.

Αντιστρόφως με τους περισσότερους ορισμούς, όπου η απόσταση από την χρονική εμφάνιση ενός φαινομένου, βοηθά στη συστηματοποίηση και καθαρότητα του ορισμού του, το κοινώς παραδεκτό συμπέρασμα στις σχετικές μελέτες, είναι πως η ψηφιακή οικονομία τείνει να μην μπορεί να διαχωριστεί από την ευρύτερη οικονομία. Αυτό διότι οι παράμετροι που χρίζουν ενσωμάτωσης κατά τη μελέτη και προσμέτρηση του μεγέθους ή των αποτελεσμάτων της, αντλούνται ή έστω έχουν διαρκείς αλληλεπιδράσεις με όλους τους υπόλοιπους τομείς της γενικότερης Οικονομίας. Ο βαθμός όμως σύγκλισης των λοιπών τομέων προς την ονομαζόμενη «ψηφιοποίηση» και κατά συνέπεια των παραμέτρων προς αξιοποίηση για την στοιχειοθέτηση του ορισμού της Ψηφιακής οικονομίας, μεγαλώνει καθημερινά κατά κυριολεξία. Συνεπώς, μία απάντηση στο ερευνητικό ερώτημα «Τι απαιτείται να μετρηθεί για να παραχθούν συμπεράσματα για το μέγεθος ή την πορεία της ψηφιακής οικονομίας», φαίνεται να καθίσταται αδύνατη αντικειμενικής συμφωνίας, εκτός αν προβούμε σε επιλογές ολικής ταύτισης με την Οικονομία εν συνόλω ή επιμέρους αφαιρέσεις, οι οποίες όμως δύναται να επιφέρουν σημαντικές αλλοιώσεις στα αποτελέσματα του συγκεκριμένου ερωτήματος.

⁸ “What is digital economy? | Deloitte Malta | Technology,” n.d.

⁹ Armstrong, 2020; European Central Bank, 2021, σελ.128.

¹⁰ Moroz, 2017, σελ. 4 και Skare et al., 2023

Παραδείγματα που συμβάλλουν στην κατανόηση της ανωτέρω διαπίστωσης, εντοπίζουμε και στις τρεις δεκαετίες όπου εξελίχθηκε η δικτύωση της οικονομικής και κοινωνικής ζωής. Στις αρχές έως τα τέλη 1990, οι βασικές υπηρεσίες που συνιστούσαν την ψηφιακή οικονομία ήταν οι κατασκευαστές ηλεκτρικών υπολογιστών με έμφαση στις κάρτες δικτύου, οι εταιρίες που ανέλαβαν την υποστήριξη του μέχρι πρότινος κρατικού Internet Protocol, οι εταιρίες που φιλοξενούσαν τις πρώιμες ιστοσελίδες υπό μορφή blogs και μερικές δεκάδες ψηφιακές μηχανές αναζήτησης και ανταλλαγής ηλεκτρονικής αλληλογραφίας, όπως η Yahoo, Amazon, Microsoft (MSN), Intel, IBM, οι τηλεπικοινωνιακοί πάροχοι και αρκετά πανεπιστήμια. Το βασικό κριτήριο μέτρησης της συγκεκριμένης αγοράς ήταν το πλήθος των συνδέσεων, τα έσοδα των κατασκευαστών και η αύξηση της κίνησης στους σερβερ-εξυπηρετητές που φιλοξενούσαν τις αντίστοιχες υπηρεσίες.

Με την εμφάνιση όμως του πρωτοκόλλου peer-to-peer, όπου ο κάθε χρήστης μπορούσε να γίνει αναμεταδότης μίας πληροφορίας και να τη διαμοιράζει απευθείας σε κάποιον άλλον, δίχως την αναγκαία αποθήκευση σε κεντρικά συστήματα, εμφανίστηκαν, στις αρχές του 2000, πλατφόρμες όπως το Napster και η uTorrent¹¹. Ενώ τα μέσα ενημέρωσης της εποχής και οι νομοθέτες στάθηκαν στη διάβρωση της μουσικής βιομηχανίας και της βιομηχανίας θεάματος, κατηγορώντας τις για πειρατεία και υποκλοπή δικαιωμάτων, η ουσιαστικότερη αλλαγή που προσέφεραν ήταν η εξοικείωση του νεανικού κοινού με τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, με την εγκατάσταση δίχως πληρωμή, προγραμμάτων που προηγουμένως ήταν αδύνατο να έχουν πρόσβαση (λειτουργικά και εφαρμογές για τους υπολογιστές), την ανάπτυξη νέων ψηφιακών εργαλείων και εφαρμογών όπως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και πλατφόρμες μουσικής. Η χρήση του πρωτοκόλλου peer-to-peer ώθησε τους χρήστες για ζήτηση υψηλότερων ταχυτήτων, νέων μεθόδων ψηφιακής συμπίεσης (mp3), ενώ η αυξημένη κίνηση στο διαδίκτυο, ώθησε τις εταιρίες και τους δημοσιογραφικούς οργανισμούς να στραφούν στη δημιουργία ιστοσελίδων και ψηφιακού περιεχομένου¹². Οι χρηματοοικονομικές συναλλαγές μετατράπηκαν σχεδόν εξ ολοκλήρου σε ψηφιακές

¹¹ Joseph, 2013; Kopf, 2019

¹² Cornell and Halter, 2015

υποχρεώνοντας τους παρόχους σε νέες υποδομές ενώ απαίτησαν καινούρια εργαλεία ασφαλείας στο διαδικτυακό κόσμο, δημιουργώντας κολοσσούς όπως η Kaspersky, Norton και η McAfee. Πλέον τα κριτήρια αξιολόγησης της πορείας της ψηφιακής οικονομίας είχαν διευρυνθεί, συμπεριλαμβάνοντας τους όγκους πωλήσεων των ψηφιακών προϊόντων, την κίνηση στις ιστοσελίδες (κλικς), της συμπεριφορικής ανταπόκρισης των χρηστών στην φυσική αγορά έπειτα από την έκθεση σε ψηφιακές διαφημίσεις και την χρηματιστηριακή αξία των δεκάδων εταιρειών που μόλις είχαν εισέλθει στη δημόσια αγορά.

Με την έλευση του iPhone το 2008 και των ψηφιακών φωτογραφικών μηχανών, η τεχνολογία των κινητών τηλεφώνων άλλαξε διαπαντός. Η αναγκαία αλλαγή του όρου σε «έξυπνα» τηλέφωνα (smartphones) υποδηλώνει ακριβώς το σημείο καμπής της τεχνολογικής εξέλιξης μίας οικονομίας που από εκείνο το σημείο και μετά θα βασίζονταν κατά κανόνα στην ανταλλαγή δεδομένων, επεξεργασίας τους και καταμέτρησης πολλαπλών παραγόντων για κάθε έναν χρήστη, σχεδόν με μηδενικό κόστος, λόγω των μοντέλων δωρεάν πρόσβασης. Η ενεργοποίηση του χρήστη ως κεντρικού παραγωγού πληροφορίας, με αντάλλαγμα την καταγραφή των δεδομένων του για εμπορική αξιοποίηση από διαφημιστές, αποδόμησε και αποδομεί ακόμη το σύνολο της παραδοσιακής οικονομίας.

Τη δεκαετία 2010-2019 άλλαξαν μορφή τα ίδια τα κράτη. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με την πρωτοκαθεδρία του Facebook, έφεραν κοινωνικές, πολιτικές, οικονομικές έως και επιστημονικές αλλαγές. Τα ψηφιακά εργαλεία και πλατφόρμες παραγωγής-κατανάλωσης οπτικο-ακουστικού υλικού διαλύουν, όχι απλώς διαβρώνουν, τα παραδοσιακά μέσα όπως η τηλεόραση και οι εφημερίδες. Τα πολιτικά αφηγήματα των ενδιαφερόμενων ηγετών άλλαξαν και οφείλουν να αλλάξουν, όχι μόνο ως προς το μέσο επικοινωνίας τους, αλλά ως προς την ουσία τους. Η δυνατότητα ο κάθε πολίτης να γίνει viral (πολλαπλώς διαμοιρασμένος ψηφιακά και όχι δημοφιλής απαραίτητα), αναγκάζει εταιρίες της φυσικής οικονομίας, ειδικούς του μαρκετινγκ και τους επικοινωνιολόγους των κυβερνήσεων να σκέφτονται κάθε λέξη τους και κάθε τους πράξη διαρκώς. Ταυτόχρονα, η αλματώδης αύξηση του διαθέσιμου αποθηκευτικού χώρου, των υποδομών μεταφοράς δεδομένων και η δημιουργία νέων αλγοριθμικών εργαλείων δημιούργησαν μία παρα-

οικονομία, όχι με την έννοια της παράνομης-μη διαφανούς, αλλά της παρεκκλίνουσας. Άτομα που σε προηγούμενες δεκαετίες για να γράψουν ένα κείμενο ή να παράγουν ένα βίντεο έπρεπε να πληρώσουν για μαθήματα και εξοπλισμό, είναι πλέον καθημερινότητα να αυτό-διδάσκονται και να βελτιώνονται, ακριβώς όπως συμβαίνει και με τις λιγότερο απαιτητικές τεχνικές εργασίες (Do It Yourself), εκτοπίζοντας τη διαρκή χρησιμότητα τεχνιτών.

Η έννοια λοιπόν της ψηφιακής οικονομίας εκ των πραγμάτων δεν μπορούσε να προκύψει μόνο από τις συνδέσεις δικτύου ή τον όγκο ανταλλαγής δεδομένων. Απαιτούνταν η προσμέτρηση των ψηφιακών καταστημάτων και ιστοσελίδων στα domain κάθε κράτους, τα έσοδα των διαφημιστών και των εμπορικών εταιριών από τη χρήση τόσο των ψηφιακών τους καταστημάτων αλλά, κυρίως, των πωλήσεων από τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης. Έως το 2019 οι μεγάλοι διεθνείς και διακρατικοί οργανισμοί χρησιμοποιούσαν τον όρο «ψηφιακή σύγκλιση» ως αναπόσπαστο στοιχείο της οικονομικής ανάπτυξης και οικονομικής κατάταξης. Τρεις εταιρίες ξεπέρασαν το 1 τρισεκατομμύριο δολάριο χρηματιστηριακής αξίας¹³, και οι τρεις τεχνολογικοί κολοσσοί, ενώ η διαχρονική διαμόρφωση κεφαλαιοποίησης του δείκτη NASDAQ είναι η πλέον κατάλληλη αποτύπωση της έκφρασης «τα δεδομένα (μας) είναι ο νέος χρυσός/πετρέλαιο»¹⁴. Η έκθεση του UNCTD καθώς και η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, θεωρούσαν το 2019 ως στοιχείο προσμέτρησης της ψηφιακής οικονομίας, τις επιχειρήσεις που είχαν υιοθετήσει τουλάχιστο ένα από τα εξής τρία κριτήρια: 1) σύγχρονες υπολογιστικές μεθόδους και εργαλεία διαχείρισης δεδομένων (λογισμικά βάσεων δεδομένων ή αναπτυγμένους αλγορίθμους logistics), 2) ηλεκτρονικό κατάστημα – παρουσία στο ηλεκτρονικό εμπόριο γενικότερα – εξυπηρέτηση πελατών κατά βάση ηλεκτρονικά, 3) χρησιμοποίηση εφαρμογών υπολογιστικού νέφους (cloud computing) και συνεργασίες με εταιρίες ψηφιακής τεχνολογίας για εξ αποστάσεως εργασία και «φιλοξενία» των δεδομένων της επιχείρησης. Επικουρικά προστίθενται κριτήρια εκπαίδευσης υπαλλήλων και αναφορικά με τη βιομηχανία οι λύσεις επαυξημένης

¹³ Apple Inc., Microsoft Inc., Amazon Inc. ενώ ακολουθούν πλησίον της περιοχής του Ιτρις\$ οι: Alphabet(google)*τον περισσότερο χρόνο διαπραγμάτευσης ξεπερνάει το κατώφλι του Ιτρις, Meta(Facebook), Tesla.

¹⁴ “NASDAQ Composite Index (COMP) Historical Data | Nasdaq,” n.d.

πραγματικότητας και εικονικού προ-σχεδιασμού τεχνικών έργων (BIM, 3D-printers, Augmented Reality applications).

Ουσιαστικά ήδη από τα τέλη της προηγούμενης δεκαετίας η «ψηφιακή οικονομία» συμπεριελάμβανε το μεγαλύτερο μέρος της παραδοσιακής οικονομίας, με τη διαφορά ότι τα ποσοστά διείσδυσης ήταν εξαιρετικά χαμηλότερα, δηλαδή είχε καλύψει το εύρος της άλλα όχι το βάθος της παραγωγικής διαδικασίας. Έπειτα, ως αναπάντεχος επιταχυντής, ξεκίνησε η πανδημία του SarS-COVID-19 που ώθησε πολίτες και κυβερνήσεις να αποκόψουν τη φυσική συναναστροφή τους από την καθημερινότητά τους, αναδιαμορφώνοντας συνολικά το τοπίο της παραδοσιακής οικονομίας. Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον πλανήτη από τα 2,9 τρις \$ αγγίζει πλέον τα 6,3 τρις \$¹⁵ ενώ ταυτόσημη τάση καταγράφεται και για την Ελλάδα, με τους χρήστες ηλεκτρονικών καταστημάτων ανά 15μερο να έχει διπλασιαστεί τουλάχιστο, 26%-29% το 2018 έναντι 51%-54% το 2022¹⁶. Κυβερνήσεις και επιχειρήσεις υιοθέτησαν σε χρόνους ρεκόρ τον ψηφιακό μετασχηματισμό, δημιουργώντας νέα προϊόντα και υπηρεσίες εξυπηρέτησης πελατών και πολιτών, θεσμοί και οργανισμοί μετασχηματίστηκαν εκ βάθρων, ενώ ακόμη και οι τραπεζικοί θεσμικοί οργανισμοί, που δεν χαρακτηρίζονται για την πρωτοποριακή τους οπτική, αναγκάστηκαν να ακολουθήσουν τις εξελίξεις, ενεργοποιώντας όσα περισσότερα ψηφιακά προϊόντα μπορούσαν, προωθώντας την ηλεκτρονική τραπεζική στο σύνολο σχεδόν του κύκλου εργασιών τους.

Επιστέγασμα της εξέλιξης αυτής, αποτελεί η διάχυση της Πράσινης Ανάπτυξης-Οικονομίας. Η ηλεκτροποίηση των πόλεων και των συνηθειών μας, φέρει στον πυρήνα της την ψηφιακή επεξεργασία των συνδεδεμένων με αυτή δεδομένων. Όσο περισσότερο ενσωματώνουμε νέες μονάδες ΑΠΕ στα συστήματα ηλεκτροπαραγωγής μας, η ανάγκη ψηφιακής αποτύπωσης και διαχείρισης των φορτίων ρεύματος μεγαλώνει, ταυτοχρόνως με τις «έξυπνες» τηλεμετρίες ηλεκτρικής κατανάλωσης, αυτόνομης οδήγησης ηλεκτρικών οχημάτων, έξυπνων συστημάτων φωτισμού, ρύθμισης θερμοκρασίας και λοιπές εφαρμογές εξοικονόμησης ενέργειας. Πακέτα δεδομένων διαχειριζόμενα από

¹⁵ "Global retail e-commerce sales 2026," n.d.

¹⁶ Ζιάγκου, 2023; Οικονομικός Ταχυδρόμος; "Στα 14 δις. ευρώ έφτασε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα το 2021," 2022, businessdaily.gr

ιδιωτικές εταιρίες που τροφοδοτούν διαρκώς τους αντίστοιχους αλγορίθμους για την εξαγωγή λειτουργικών συμπερασμάτων¹⁷.

Όλα τα παραπάνω συνιστούν στοιχεία της ψηφιακής οικονομίας, αναπόσπαστα πλέον από τη διαδικασία μελέτης της. Ταυτοχρόνως όμως αντιλαμβανόμαστε, ότι συνολικά σχεδόν η οικονομία των χωρών τείνει να ταυτιστεί με τον όρο της ψηφιακής οικονομίας. Το θεωρητικό ερώτημα αν μπορεί ή/και πρέπει να διαχωρίζεται η λειτουργική πλατφόρμα από το αποτέλεσμα (η ψηφιακή οικονομία από την οικονομία), μακροπρόθεσμα μοιάζει να μην έχει ιδιαίτερη σημασία, καθότι όλες οι πράξεις της καθημερινότητάς μας θα τρέφουν τη συγκεκριμένη Αγορά με συμπεριφορικά δεδομένα, το αντικείμενο μελέτης δηλαδή της ίδιας της Οικονομίας.

Το ερευνητικό ερώτημα που γεννάται όμως, του πως είναι διαμορφωμένος ο συγκεκριμένος τομέας, απαντάται με έναν ιδιότυπο τρόπο σε σχέση με τις άλλες αγορές. Ο χώρος της ψηφιακής οικονομίας, τείνει να γίνει κυριαρχούμενος από ολιγοπωλιακά συστήματα, αν όχι μονοπωλιακά. Αντί, δηλαδή, να απλώνει σε πλήθος παικτών, η δύναμη ρύθμισης της Αγοράς, σταδιακά συγκεντρώνεται σε όλο και λιγότερες εταιρίες με τα μερίδια τους να ξεπερνούν το 60% σε παγκόσμιο επίπεδο, αναλόγως του πεδίου λειτουργίας τους. Διαμορφώνεται ένα πεδίο στρέβλωσης ανταγωνισμού και της ισορροπίας της οικονομίας των δεδομένων, γεγονός που παραβιάζει τις βασικές αρχές ύπαρξης του ενωσιακού χώρου. Στην επόμενη ενότητα θα αναφερθούμε στο συγκεκριμένο πεδίο, το πλαίσιο Ανταγωνισμού της Ε.Ε.

1.2 Ιδιαιτερότητες της Ψηφιακής Οικονομίας και Ανταγωνισμός στην Ε.Ε.

Με τον όρο «Ανταγωνισμός» στα πλαίσια του ευρωπαϊκού χώρου, συνήθως αναφερόμαστε στο Δίκαιο του Ανταγωνισμού που αναπτύχθηκε κατ' ανάγκη στα πλαίσια της Κοινής/Ενιαίας Ευρωπαϊκής Αγοράς από το 1952 και έπειτα. Πρόκειται για ένα τομέα πυλώνα του ευρωπαϊκού εγχειρήματος, αφού το ευρωπαϊκό όραμα στηρίχθηκε και ακόμη στηρίζεται πρωτίστως, στην επίτευξη ειρηνικής συμβίωσης των ευρωπαϊκών χωρών μέσω της διασύνδεσης και αλληλένδετης ανάπτυξης των αγορών τους. Στα πλαίσια του

¹⁷ Xin et al., 2023; Liu et al., 2023; Ma and Zhu, 2022

θεωρητικού μοντέλου της «φιλελεύθερης δημοκρατικής ειρήνης», (όπου κράτη με δημοκρατικό πολίτευμα και αναπτυγμένες - αλληλεξαρτώμενες εμπορικές σχέσεις έχουν τεράστιο πολιτικό-οικονομικό και κοινωνικό κόστος για την επιλογή πολεμικής επίλυσης διαφορών, προτιμούν να επιλέγουν τους ειρηνικούς τρόπους επίλυσης διαφορών) δημιουργήθηκε ο Ενιαίος Ευρωπαϊκός Χώρος, ορισμένος πλέον ως Ευρωπαϊκή Ένωση. Προϋπόθεση όμως της Ενιαίας Αγοράς, είναι η ύπαρξη κοινών κανόνων εμπορικών ανταλλαγών, προσβάσεων στις αγορές των κρατών-μελών και επίτευξης υγιούς ανταγωνισμού.

Αναδρομικά, οι προβλέψεις του Δικαίου του Ανταγωνισμού και η σχετική νομολογία του Γενικού Δικαστηρίου της Ε.Ε., αποτέλεσαν τη μεγαλύτερη πηγή πολιτικών και εταιρικών προστριβών με τα θεσμικά όργανα της Ένωσης. Το παράδοξο που εντοπίζεται διαχρονικά, είναι η απόδοση της αποκλειστικής αρμοδιότητας ρύθμισης του συγκεκριμένου πεδίου από τα κράτη-μέλη προς την Επιτροπή και το Συμβούλιο, ταυτοχρόνως με τις μόνιμες αντιστάσεις των νυν και πρώην κρατικών μονοπωλίων και των μεγάλων εθνικής ταυτότητας, εμβληματικών, εταιριών προς τις αρμόδιες ευρωπαϊκές αρχές.

Για το ενωσιακό δίκαιο, ο όρος «ανταγωνισμός» αφορά την εφαρμογή των όρων που προβλέπονται στα άρθρα 101 έως 109 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ), το ένα εκ των δύο (επαν-)ιδρυτικών κειμένων της Ε.Ε. Ενδιαφέρεται για τις εμπορικές τακτικές που εμποδίζουν το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών και στρεβλώνουν τις επιμέρους αγορές, δημιουργώντας προσκόμματα για τον ελεύθερο ή ανόθευτο ανταγωνισμό. Πέραν όμως από το εφαρμοστικό πλαίσιο της Συνθήκης, ο «ανταγωνισμός» συνδέεται και με την «ανταγωνιστικότητα» και τις ρυθμίσεις των αγορών που θεσπίζονται από τα κανονιστικά κείμενα του παράγωγου δικαίου: Κανονισμούς, Οδηγίες, Αποφάσεις, Συστάσεις και νομολογία. Η συζήτηση για το αν οι όροι ανταγωνισμός – ανταγωνιστικότητα ταυτίζονται, εμπλέκονται ή έστω αλληλοτροφοδοτούνται παραμένει ανοικτή, καθώς η νομιμοποιητική βάση κάθε νομοθετικού κειμένου της Ευρωπαϊκής Επιτροπής κρίνει και την νομική ισχύ του ενόπιου

του Δικαστηρίου, βάσει της Αρχής της Δοτής Αρμοδιότητας¹⁸ και των προβλέψεων της ΣΛΕΕ¹⁹.

Τα παραδείγματα από τον τομέα της ψηφιακής αγοράς, τα τελευταία χρόνια καταδεικνύουν το σκεπτικό της Επιτροπής αλλά και του Δικαστηρίου. Υποθέσεις όπως των Amazon, Google, Intel και Microsoft, επικεντρώνονται στην προστασία των όρων ανταγωνισμού ως βασικό στόχο έναντι της πιθανής βελτιστοποίησης των υπηρεσιών προς τους ευρωπαίους χρήστες, ακόμη και αν οι υπηρεσίες αυτές παρέχονται, φαινομενικά, δωρεάν. Βεβαίως το Δίκαιο Ανταγωνισμού αφορά ένα ευρύτερο πεδίο με εξωτερικές αντανακλάσεις στα δίκαια τρίτων χωρών, φαινόμενο που η ακαδημαϊκός Anu Bradford ονόμασε χαρακτηριστικά «The Brussels Effect» στο ομώνυμο βιβλίο της²⁰, επιδιώκοντας να καταδείξει τις εξωεδαφικές επιδράσεις της Ενωσιακής νομολογίας και του κανονιστικού πλαισίου.

Ο κανονιστικοί πυλώνες του Δικαίου του Ανταγωνισμού εντοπίζονται στον Τίτλο VII της ΣΛΕΕ²¹, στα άρθρα 101 έως 118, με βασικότερα τα 101 και 102 που ορίζουν το γενικό πλαίσιο οργάνωσης της εσωτερικής αγοράς και των σχετικών απαγορεύσεων.²² Στο άρθρο 101 ορίζεται το αιτιολογικό πλαίσιο απαγορεύσεων πρακτικών βλαπτικών προς τον ανταγωνισμό, με πυρήνα του άρθρου τις εναρμονισμένες εμπορικές τακτικές, καρτελς, τις κάθετες ενδο-ομιλικές διευκολύνσεις και προτιμησιακές τακτικές που νοθεύουν την ελεύθερη αγορά και δημιουργούν εμπόδια εισόδου ή/και λειτουργίας στους ανταγωνιστές τους.

Συσχετίζοντας το νομικό υπόβαθρο της Ένωσης για τις εμπορικές σχέσεις, με την ψηφιακή οικονομία, οφείλουμε να επισημάνουμε συγκεκριμένες διαφορές με τους λοιπούς τομείς της οικονομίας. Ο ευρωπαϊκός χώρος, έχει πληθυσμό περίπου 448 εκατομμυρίων κατοίκων, δυνητικούς χρήστες των δημοφιλέστερων διαδικτυακών πλατφορμών. Η διαφορά με τις εταιρίες φυσικής - αναλογικής οικονομίας, έγκειται στην

¹⁸ Η Ε.Ε., συνεπώς και η Επιτροπή, δεν μπορεί να δράσει σε τομείς και με τρόπους που δεν της έχουν αποδοθεί από τα κράτη μέλη μέσω των ιδρυτικών Συνθηκών της.

¹⁹ Λεπτομέρειες και ανάλυση στο Κεφάλαιο 4, Ενότητες 4.1 και 4.2

²⁰ Bradford, 2020

²¹ Συνθήκη για τη Λειτουργία της ΕΕ, το συν-ιδρυτικό κείμενο της Ένωσης κατά τη σύνοδο της Λισσαβόνας το 2007.

²² Μεταξάς et al., 2017

ευκολία προσέλκυσης πελατών – χρηστών από τις εταιρίες, την εξαιρετικά χαμηλού κόστους (ακόμη και δωρεάν) χρήση των υπηρεσιών από τους πολίτες, τον όγκο και κρισιμότητα των προσωπικών δεδομένων που συγκεντρώνονται στα ψηφιακά χαρτοφυλάκια των εταιριών αυτών και την επίδραση τους στη καθημερινότητα και κοινωνική – επαγγελματική επαφή. Μία εταιρία γάλακτος δεν μπορεί να υπολογίζει, σχετικά εύκολα, σε πληθυσμιακή διείσδυση της τάξης του 60% και δη διακρατικά. Αντιθέτως η Google έχει ποσοστό 90% περίπου, η Microsoft πέριξ του 60% (συμπεριλαμβανομένων των στοιχείων χρήσης των υπηρεσιών της από τους δημόσιους φορείς), η Apple στο 25-32% (αναλόγως τα στοιχεία που προσμετρούνται) ενώ η Amazon αγγίζει το 15% (δίχως την προσμέτρηση των δεδομένων που ανακατευθύνουν τρίτες εταιρίες μέσω των σέρβερ τους, AWS²³)²⁴.

Δεύτερη διαφοροποίηση από τις παραδοσιακές αγορές, είναι η ικανότητα αυτών των εταιριών να λειτουργούν διακρατικά χωρίς την απαραίτητη προϋπόθεση για φυσική παρουσία τους ή συνεργασία με τρίτες εταιρίες που εδρεύουν στην κάθε χώρα. Στο πλαίσιο αυτό εδράζεται και η τρέχουσα κριτική περί διαφυγόντων κερδών και άνισου ανταγωνισμού με τις εθνικά τοποθετημένες εταιρίες. Η Meta, μητρική πλέον της Facebook-Instagram-WhatsApp-Oculus, δεν εδρεύει στην Ευρώπη, αν και έχει γραφεία της, δεν αποδίδει μερίδιο κερδών είτε ως φόρους είτε ως επενδύσεις και η πλειονότητα των υπαλλήλων της βρίσκεται σε ασιατικές χώρες, τις ΗΠΑ και την Λατινική Αμερική. Η επίδραση όμως των υπηρεσιών της στην ευρωπαϊκή οικονομία είναι κρίσιμη, καθώς το μεγαλύτερο μέρος των διαφημίσεων της ευρωπαϊκής αγοράς διοχετεύεται μέσω αυτής. Παρόμοια και σε μεγαλύτερες διαστάσεις είναι η συνθήκη για τη Google. Το πλήθος υπηρεσιών που προσφέρει «δωρεάν», η μηχανή αναζήτησης (Google Search), το YouTube και οι Χάρτες της, είναι πλήρως ενταγμένες στην οικονομική μας καθημερινότητα, ενώ αντίθετα οι οικονομικές συνεισφορές της στις εθνικές οικονομίες

²³ Η Amazon μέσω της θυγατρικής της AmazonWebSystem, φέρει την μεγαλύτερη δυνατότητα αποθήκευσης, ανακατευθύνσης και ψηφιακού προγραμματισμού/υπολογισμού, χρησιμοποιούμενη από την πλειονότητα των εταιριών παγκοσμίως. Παράδειγμά αποτελεί το Netflix που «τρέχει» σχεδόν αποκλειστικά μέσα από το περιβάλλον της AWS. Αντίπαλοι της είναι η GoogleServices, Microsoft Azure και μικρότερες εξειδικευμένες εταιρίες υπολογιστικού νέφους (cloud computing).

²⁴ Xia et al., 2023; “Desktop operating system market share 2013-2024,” n.d.; “Desktop Operating System Market Share Europe,” n.d.; “Facts and figures, EU demographics | European Union,” n.d.; “Top Online Stores in Europe 2023,” n.d. , βλ. Δικτυογραφία

είναι έμμεσες (μέσω της ενίσχυσης των παραγωγών περιεχομένου και τις πωλήσεις από διαφημίσεις), αν ακόμη μπορούν να διαπιστωθούν.

Τέλος, η μεγαλύτερη διαφοροποίηση εντοπίζεται στις μεθόδους συγκέντρωσης και αξιοποίησης δεδομένων, είτε της γενικότερης αγοράς είτε των μεμονωμένων χρηστών. Είναι φυσικώς αδύνατον για τις εταιρίες του αναλογικού εμπορίου να κατέχουν τεράστια αρχεία των πελατών τους που να προβλέπουν κυριολεκτικά τη συμπεριφορά και τις κινήσεις τους. Σε αντιδιαστολή, οι εταιρίες κολοσσοί της ψηφιακής αγοράς είναι σε θέση, από την οπτική των αλγορίθμων, να προβλέψουν με μεγάλη βεβαιότητα, τις καταναλωτικές μας συμπεριφορές, συνεπώς τη διαμόρφωση της γενικότερης οικονομίας, τις καθημερινές μας συνήθειες και να δημιουργούν ανάγκες μέσω της στοχευμένης τροφοδότησης με κείμενα, εικόνες, βίντεο και διαφημίσεις. Επίσης, οι παραδοσιακές εταιρίες στοχεύουν στην «εμπιστοσύνη/αφοσίωση» (loyalty) των καταναλωτών μέσω του μάρκετινγκ, ενώ οι ψηφιακές εταιρίες στην ευκολία, τη συνεχή τροφοδότηση και ουσιαστικά την εξάρτηση ψυχο-κοινωνικά των χρηστών, φθάνοντας στο σημείο πραγματοποίησης κοινωνικών πειραμάτων μεγάλης κλίμακας σε πραγματικό χρόνο και δίχως τη ρητή συγκατάθεση των «πελατών» τους²⁵.

Συμπερασματικά, το Δίκαιο Ανταγωνισμού της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αναπτύχθηκε ως απαραίτητη προϋπόθεση για την πραγμάτωση της ανοικτής ενιαίας αγοράς, στόχευε στην ενίσχυση της ευρωπαϊκής οικονομίας έναντι των εξωτερικών πιέσεων τις δεκαετίες από το 1960-1980, επικεντρώθηκε τη δεκαετία του '90 στην απελευθέρωση των κρατικών μονοπωλίων και των εθνικών υποδομών, επαναπροσδιορίστηκε και καθιέρωσε διαδικασίες αξιολόγησης των παραβιάσεων με την αποτύπωσή τους το 2007 στο ειδικό κεφάλαιο της ΣΛΕΕ και συνεχίζει να εξελίσσεται. Στη σύγχρονη πραγματικότητα βρίσκεται αντιμέτωπο με τις νέες προκλήσεις των ψηφιακών κολοσσών που κατέχουν ασυναγώνιστα ποσοστά διείσδυσης στην αγορά, εξω-ενωσιακή λειτουργική βάση, παράγουν κοινωνικές και οικονομικές μεταβολές δύσκολα ακολουθούμενες από τις σχετικές νομοθετικές προβλέψεις, ενώ έχουν κύκλους εργασιών τρισεκατομμυρίων δολαρίων με ισχύ δύσκολα ανταγωνίσιμη ακόμη και από τη «γραφειοκρατία των

²⁵Συνθήκη περί ιδρύσεως της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας, 1957

Βρυξελλών». Το στοιχείο της κυριαρχίας αυτών των εταιριών στις επιμέρους αγορές τους θα εξετάσει η επόμενη ενότητα, αναλύοντας τα συστατικά του άρθρου 102, τις πρακτικές που θεσπίζουν την «Κατάχρηση Δεσπόζουσας Θέσης» στο ευρωπαϊκό Δίκαιο Ανταγωνισμού.

1.3 Κατάχρηση Δεσπόζουσας Θέσης

Στην προηγούμενη ενότητα αναλύοντας τα βασικά συστατικά του Δικαίου του Ανταγωνισμού στη Ε.Ε. επισημάνθηκαν τα δύο βασικά άρθρα στη Σ.Λ.Ε.Ε. που οριοθετούν το συγκεκριμένο δίκαιο. Το αρ.101, όπως παρουσιάστηκε, θέτει τις γενικά μη παραδεκτές πρακτικές εναρμόνισης των εταιριών, ανεξαρτήτως φύσης και μεγέθους τους. Το άρθρο 102 θέτει τις απαγορεύσεις για τη μερίδα των εταιριών εκείνων που κατέχουν στην εκάστοτε αγορά τους Δεσπόζουσα Θέση (dominance market position) και επιχειρούν ή δύνανται να την καταχραστούν. Οφείλουμε να επισημάνουμε ότι η Ευρώπη, τις δεκαετίες 1960-1970, έβγαινε ακόμη από ένα πόλεμο που διέλυσε τις αγορές της ενώ ταυτόχρονα έπρεπε να χτίσει έναν χώρο επιχειρηματικότητας περιορίζοντας την ισχύ των ολιγοπωλίων, ιδιωτικών και κρατικών. Από τα μέσα του 1960 οπότε κι άρχισε η σταδιακή ενοποίηση και απελευθέρωση (liberalization) του ευρωπαϊκού οικονομικού χώρου, σχεδόν σε όλα τα κράτη-μέλη υπήρχαν εταιρίες υπό κρατικό έλεγχο που είτε ασκούσαν μονοπώλιο βάσει νόμου σε ορισμένα προϊόντα-αγορές είτε κατείχαν μερίδια αγοράς άνω του 70%, ενώ σε συγκεκριμένες αγορές μπορούσαν εντοπιστούν ολιγοπώλια μεγάλων πολυεθνικών²⁶.

Με τη Συνθήκη για τη Λειτουργία της Ε.Ε., το 2007, το έως τότε, άρθρο 86 τροποποιήθηκε σε άρθρο 102, αφήνοντας αναλλοίωτη τη διατύπωση του:

«Είναι ασυμβίβαστη με την εσωτερική αγορά και απαγορεύεται, κατά το μέτρο που δύναται να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών, η καταχρηστική εκμετάλλευση από μία ή περισσότερες επιχειρήσεις της δεσπόζουσας θέσης τους εντός της εσωτερικής αγοράς ή σημαντικού τμήματος της.

Η κατάχρηση αυτή δύναται να συνίσταται ιδίως:

²⁶ Dornean and Mărginean, n.d.; *United Brands Company και United Brands Continentaal BV κατά Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων*, 1978

α) στην άμεση ή έμμεση επιβολή μη δικαίων τιμών αγοράς ή πωλήσεως ή άλλων όρων συναλλαγής,

β) στον περιορισμό της παραγωγής, της διαθέσεως ή της τεχνολογικής αναπτύξεως επί ζημία των καταναλωτών,

γ) στην εφαρμογή άνισων όρων επί ισοδυνάμων παροχών έναντι των εμπορικών συναλλασσόμενων, με αποτέλεσμα να περιέρχονται αυτοί σε μειονεκτική θέση στον ανταγωνισμό,

δ) στην εξάρτηση της συνάψεως συμβάσεων από την αποδοχή, εκ μέρους των συναλλασσόμενων, προσθέτων παροχών που εκ φύσεως ή σύμφωνα με τις εμπορικές συνήθειες δεν έχουν σχέση με το αντικείμενο των συμβάσεων αυτών.»

Σε αντίθεση με την 3^η παράγραφο του αρ.101 που προβλέπει εξαιρέσεις από τις προβλέψεις του, το άρθρο 102 δεν φέρει εξαιρέσεις ή περιπτώσεις κάμψης της νομοθεσίας. Επιπλέον η γραμματική διατύπωση του άρθρου δεν αναφέρεται αποκλειστικά σε επιχειρήσεις με έδρα εντός των κρατών-μελών της Ε.Ε., απελευθερώνοντας την κανονιστική λειτουργία του άρθρου και σε εταιρίες τρίτων χωρών, εφόσον δραστηριοποιούνται και στην ενιαία αγορά. Ενώ το ρήμα και επίρρημα στη φράση «δύναται να -συνίσταται- ιδίως» αποδίδει κατευθυντήριες εξειδικεύσεις αλλά όχι αποκλειστικές. Στην αγγλική (που θεωρείται εξίσου γνήσια μετάφραση) η φράση «Such abuse may, in particular, consist in(...)» μοιάζει να συγκεκριμενοποιεί νοηματικά με αυστηρότητα τις περιπτώσεις παραβίασης (α, β, γ, δ), και πάλι όμως η νομολογία του Δικαστηρίου δεν έχει απολύτως συμφωνήσει, καθώς δεν αναφέρει «exclusively», αποκλειστικά δηλαδή. Επίσης, δεν δίδεται ονομαστικά και νοηματικά με συγκεκριμένους όρους η φύση της «Δεσπόζουσας Θέσης». Ποια είναι δηλαδή τα κριτήρια εκείνα που καθιστούν τη θέση μία επιχείρησης ως «δεσπόζουσας». Η νομολογία δεν βοηθά στην ακριβή οριοθέτηση των κριτηρίων, ακριβώς επειδή εξετάζεται κατά περίπτωση και ειδικά στην ψηφιακή οικονομία και τις αγορές, όπου το επιχειρηματικό και εμπορικό πεδίο είναι υπό πλήρη διαμόρφωση. Τέλος, αλλά κομβικό στη διαπίστωση της «κατάχρησης», είναι το ερώτημα αν υφίσταται όντως χειραγώγηση – περιορισμός – διαμόρφωση της αγοράς,

δηλαδή «βλάβη» για τον ανταγωνισμό και τους πολίτες-χρήστες κι αν ναι, ποιος φέρει το βάρος της απόδειξης²⁷.

Η επιμέρους μελέτη των ανωτέρω ερωτημάτων αποτελεί την κυρίαρχη διαμάχη μεταξύ των εταιριών και των οργάνων της Ένωσης καθώς και της Επιτροπής με το Δικαστήριο ή τα κράτη-μέλη. Η νομολογία που έχει διαμορφωθεί, διατυπώνει απόψεις ad hoc που έχουν επιπτώσεις στη νοηματοδότηση των στοιχείων αυτών αλλά ταυτοχρόνως διαφέρουν από περίπτωση σε περίπτωση, τροφοδοτώντας διαρκώς τους νομικούς επιστήμονες με αποφάσεις και συγκριτικές μελέτες. Οι υποθέσεις που ακολουθούν²⁸ αποτελούν ένα ενδεικτικό δείγμα για τη διαμόρφωση της νομολογίας ανά τις δεκαετίες:

1. C-41/90, Klaus Höfner and Fritz Elser v Macrotron GmbH, 1991
2. T-70/89, British Broadcasting Corporation and BBC Enterprises Ltd v Commission of the European Communities, 1991
3. T-83/91, Tetra Pak International SA v Commission of the European Communities, 1994
4. C-241/91 και C-242/91, Radio Telefis Eireann (RTE) and Independent Television Publications Ltd (ITP) v Commission of the European Communities, 1995
5. C-119/97, Union française de l'express (Ufex), formerly Syndicat français de l'express international (SFEI), DHL International and Service CRIE v Commission of the European Communities and May Courier, 1997/99
6. C-428/98, Deutsche Post AG v International Express Carriers Conference (IECC) and Others, 2000
7. T-202/98, T-204/98 και T-207/98, Tate & Lyle plc, British Sugar plc and Napier Brown & Co. Ltd v Commission of the European Communities, 2001
8. T-9/99, HFB Holding für Fernwärmetechnik Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KG and Others v Commission of the European Communities, 2002

²⁷ Μικρουλέα, 2023, σελ. 113,116,152,171,189,268,367

²⁸ Όλες οι υποθέσεις και τα σχετικά έγγραφα τους είναι ελεύθερα προσβάσιμα είτε από την ιστοσελίδα <https://eur-lex.europa.eu/homepage.html> είτε από την https://curia.europa.eu/jcms/jcms/j_6/el/.

9. C-462/99, Connect Austria Gesellschaft für Telekommunikation GmbH v Telekom-Control-Kommission, and Mobilkom Austria AG, 1999/2003
10. C-680/20, Unilever Italia Mkt. Operations Srl v Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, 2020/2023
11. C-377/20, Servizio Elettrico Nazionale SpA and Others v Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato and Others, 2022

Αντίστοιχα, την τελευταία εικοσαετία έχουν αναδειχθεί σε υποθέσεις – ορόσημα συγκεκριμένα παραδείγματα από τις Ψηφιακές Αγορές.

1. T-286/09, Intel Corporation Inc. v European Commission, 2009/2022
2. C-413/14, Intel Corp. v European Commission, 2017
3. T-201/04, Microsoft Corp. v Commission of the European Communities, 2004/2007
4. T-827/14, Deutsche Telekom AG v European Commission, 2014/2018
5. T-612/17, Google LLC, formerly Google Inc. and Alphabet, Inc. v European Commission, 2017
6. T-604/18, Google LLC and Alphabet, Inc. v European Commission, 2018/2022
7. C-815/21, Amazon.com Inc., Amazon Services Europe Sàrl, Amazon EU Sàrl, Amazon Europe Core Sàrl v European Commission, 2021
8. C-252/21, Meta Platforms Inc and Others v Bundeskartellamt, 2021/2022
9. T-235/18, Qualcomm, Inc. v European Commission, 2018/2022

Το πλήθος και η διαφορετική φύση των υποθέσεων προς εξέταση από το Δικαστήριο της Ε.Ε. καθιστά αντιληπτή τη δυσκολία συνεκτικής ερμηνείας των επιμέρους όρων του άρθρου 102. Ειδικότερα αν ληφθούν υπόψιν οι διαφορετικές προσεγγίσεις τεκμηρίωσης και εξέτασης των όρων και προϋποθέσεων για την ενεργοποίηση των προβλέψεων του άρθρου περί «κατάχρησης». Οι «θεωρίες βλάβης», ο ορισμός της «σχετικής/σχετιζόμενης αγοράς»(relevant market) και η «στάθμιση κίνδυνου-οφέλους» θα αποτελέσουν και για την προτεινόμενη διπλωματική εργασία, στοιχεία προς μελέτη και ανάδειξη του τρόπου ρύθμισης της αγοράς.

Στην παρούσα εργασία θα συμπεριληφθούν τα συμπεράσματα και η νομολογία των περιπτώσεων των Microsoft, Google, Amazon, ενώ θα εξετάσουμε και τις πρόσφατες

εξελίξεις από την οπτική των Κανονισμών και των Αποφάσεων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, όπου ορίζονται πλέον οι μεγάλες 6 εταιρίες (Alphabet, Amazon, Meta, Microsoft, Apple, ByteDance,) ως «gatekeepers» των ψηφιακών αγορών καθώς και τις υποχρεώσεις που απορρέουν από το συγκεκριμένο νομικό status.

Στο επόμενο Κεφάλαιο παρουσιάζονται υποθέσεις με εμπλεκόμενους την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και εταιρίες κολοσσούς του χώρου, που αποτέλεσαν το πεδίο διαμόρφωσης του νέου κανονιστικού πλαισίου. Επίσης, θα αναλυθεί εκτενώς το σύγχρονο νομικό καθεστώς, ο Κανονισμός Digital Markets Act (Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές), καταγράφοντας κωδικοποιημένα τις προβλέψεις της και δίνοντας έμφαση στις αλλαγές που κομίζει στην αγορά και τις σύγχρονες εξελίξεις.

Κεφάλαιο 2: Συνθήκες και Διαμόρφωση του Υφιστάμενου Πλαισίου, Digital Markets Act

2.1 Δικαστικές διαμάχες που διαμόρφωσαν το νέο πλαίσιο

Έως το 2022 το μοναδικό εργαλείο της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη ρύθμιση της ψηφιακής οικονομίας και των σχετικών αγορών ήταν είτε η έναρξη έρευνας από την ίδια μέσω της Επιτροπής, είτε η προσφυγή από μέρους κρατών μελών στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή εναντίον μίας εταιρίας, με επιχειρήματα που βασιζόνταν αποκλειστικά στις παραβιάσεις των άρθρων 101 και 102 της ΣΛΕΕ. Επακριβώς, οι ενδιαφερόμενοι στρέφονταν με καταγγελία στην Επιτροπή και εκείνη έκρινε μετά από σχετικές, πολυετείς και πολύπλοκες διαδικασίες αναφορών και συστάσεων, αν όντως παραβιάζονταν οι επιταγές των άρθρων Ανταγωνισμού. Σε περίπτωση διαφωνίας με την Απόφαση της Επιτροπής, ακολουθούσαν η προσφυγή στο Δικαστήριο, εξέλιξη που συνέβαινε και συμβαίνει διαρκώς.

Τα νομικά εργαλεία της Επιτροπής αλλά και του Δικαστηρίου βασιζόνταν πρωτίστως στη διαπίστωση βλάβης των ανταγωνιστών της υπό εξέταση εταιρίας, έπειτα στη στρέβλωση της γενικότερης αγοράς και τελικώς στις θεωρίες βλάβης των χρηστών. Συνέπεια ήταν η ανάγκη συλλογής πολλαπλών στοιχείων, τεκμηριωμένων με τρόπο τέτοιο που θα αποδεικνύονταν είτε δόλος, είτε μέθοδοι ικανοί και σε γνώση της εταιρίας να πιέζουν ασφυκτικά τον ανταγωνισμό, κυρίως με την ύπαρξη τεχνικών εμποδίων, όπως οι διμερείς αποκλειστικές συμφωνίες ή η άρνηση πρόσβασης σε συστήματά τους σε εταιρίες συνεργαζόμενες με ανταγωνιστές²⁹. Δεδομένου ότι η νομική υποστήριξη των κολοσσών εταιριών είναι πολυάριθμη, η Επιτροπή όφειλε να διεξάγει πολύμηνες έρευνες και το Δικαστήριο εισέρχονταν σε εξέταση επί μέρους προσβολών της κάθε Απόφασης.

Επιπλέον, το νομικό οπλοστάσιο της Ένωσης είχε οργανωθεί για να ρυθμίζει ήδη αναπτυγμένες αγορές με χαμηλό ρυθμό καινοτομίας. Στην περίπτωση της ψηφιακής οικονομίας η Επιτροπή βρέθηκε πολλάκις να εξετάζει θέματα που αφορούσαν πρακτικές

²⁹ Lianos and Motchenkova, 2013; Μικρουλέα, 2023

δύο ή τριών ετών στο παρελθόν αλλά κατά το χρόνο της εξέτασης τα μοντέλα λειτουργίας των επιχειρήσεων και των πλατφορμών τους είχαν ήδη μεταβληθεί, εξελιχθεί ή/και καταργηθεί. Το βασικότερο όλων όμως πρόβλημα που καλούνταν να αντιμετωπίσει η Επιτροπή, ήταν ο προσδιορισμός της «δεσπόζουσας θέσης» μίας εταιρίας, εντός μίας αγοράς που τα χρηματοοικονομικά δεδομένα και ο όγκος των χρηστών μεταβάλλεται ραγδαίως. Η δυναμική δηλαδή του πεδίου αναφοράς, έθετε υπό αμφισβήτηση την ίδια την προσπάθεια ορισμού των κυρίαρχων «παικτών». Επιπρόσθετα, το κυρίαρχο επιχειρηματικό μοντέλο των εταιριών ήταν η «δωρεάν» διακίνηση του περιεχομένου τους, δεδομένο που δεν υφίσταται σε καμία άλλη αγορά³⁰. Πως θεμελιώνεται η βλάβη χρηστών αν το πακέτο υπηρεσιών δεν έχει έμπρακτο κόστος; Πως μπορεί να οριοθετηθεί μία υπηρεσία ως δεσπόζουσα σε μία αγορά που το προϊόν της δε συναγωνίζεται με τιμολογιακούς όρους³¹; Ακόμη, πως εντοπίζονται τα εμπόδια ανταγωνισμού προς τρίτους, ένα από τα κύρια συστατικά για την θεμελίωση παραβιάσεων των άρθρων και 101 και 102 της ΣΛΕΕ, όταν η πρόσβαση σε δεδομένα χρηστών είναι εξαιρετικά εύκολη και η διανομή κάποιας υπηρεσίας, θεωρητικά, μπορεί να πραγματοποιηθεί με λιγοστούς πόρους³²;

2.2 Υποθέσεις σχετικές με τη Microsoft

Το πρώτο ερώτημα που κλήθηκαν αμφοτέρω η Επιτροπή και το Δικαστήριο να απαντήσουν, ήταν ο ορισμός των «αγορών» στις οποίες δραστηριοποιούνταν οι επιχειρήσεις. Στο Δίκαιο του Ανταγωνισμού, η θεμελίωση και οριοθέτηση της εκάστοτε «αγοράς» και «σχετικών αγορών» είναι το βασικότερο εργαλείο εντοπισμού των παραβιάσεων.

Από τις πρώτες υποθέσεις που όρισαν τις σχετικές «αγορές» ήταν η T-201/04, Microsoft εναντίον Επιτροπής³³. Η εταιρία Sun απέστειλε αναφορά στην Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων το 1998, κατηγορώντας τη Microsoft για κατάχρηση της θέσης στην ψηφιακή αγορά, εμποδίζοντας τη διαλειτουργικότητα των προϊόντων της με τα

³⁰ OECD, 2020, σελ.16

³¹ Kostecka-Jurczyk, 2021, σελ. 128

³² Kostecka-Jurczyk, 2021; Robertson, 2020, σελ.3, 6-7

³³ European Court Reports 2007 II-03601, ECLI identifier: ECLI:EU:T:2007:289

συστήματα της πρώτης, αφού δεν της επέτρεπε την πρόσβαση σε πληροφορίες του λειτουργικού της συστήματος (παρ.6, 7). Στο διάστημα 2000 με 2003 η Επιτροπή απέστειλε τρία σημειώματα με ενστάσεις στην Microsoft, εφιστώντας της την προσοχή σχετικά με τις πρακτικές της (παρ.8-17). Ταυτοχρόνως, Η Επιτροπή ξεκίνησε δική της έρευνα το 2000 ερευνώντας: α. την άρνηση διαλειτουργικότητας των Windows 2000 με συστήματα ομαδοποιημένων υπολογιστών (work group server operating systems) και β. την διασύνδεση του λειτουργικού Windows 2000 με την υπηρεσία αναπαραγωγής ήχου - εικόνας Windows Media Player (παρ.10-11).

Η Επιτροπή το 2004 εξέδωσε την Απόφαση 2007/53/EC. Σε αυτήν όριζε τρεις διακριτές «αγορές»: εκείνη του λογισμικού σταθερών υπολογιστών, μια δεύτερη για τα συστήματα απομακρυσμένης επικοινωνίας και διασύνδεσης ομάδων χρηστών και τρίτη, την αγορά των ψηφιακών μέσων αναπαραγωγής αρχείων³⁴. Η Απόφαση όριζε ότι η εταιρία όντως κατείχε δεσπόζουσα θέση στις δύο πρώτες αγορές και με την άρνησή της να παράσχει επαρκή πληροφόρηση και εργαλεία για τη διαλειτουργικότητα λοιπών συστημάτων αναπαραγωγής περιεχόμενου, ευνοούσε αθέμιτα τη δική της προεγκατεστημένη πλατφόρμα, αφού λειτουργούσε ως ρυθμιστής της ροής πληροφορίας μεταξύ των συστημάτων. Επιπλέον έκρινε, ότι η διασύνδεση (tying) της υπηρεσίας Media Player με το λειτουργικό σύστημα Windows, δίχως δικαίωμα εξαίρεσης εγκατάστασης, δημιουργούσε άνισο ανταγωνισμό και αποτελούσε μέθοδο κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης στην αγορά λειτουργικών συστημάτων, προωθώντας άνισα το δικό της εργαλείο αναπαραγωγής οπτικοακουστικών αρχείων. Το πρόστιμο που επέβαλλε η Επιτροπή ήταν περίπου 497 εκατομμύρια Ευρώ (παρ.20-50).

Η Microsoft αμέσως υπέβαλλε αίτημα στο Δικαστήριο της Ένωσης για ακύρωση της απόφασης. Τα βασικά επιχειρήματα ήταν ότι η αγορά των λειτουργικών συστημάτων δεν κρίθηκε ορθώς από την Επιτροπή και θα έπρεπε να συμπεριλάβει γενικότερες συσκευές υπολογισμού, επίσης ότι δεν έπραξε τίποτα με δόλο και δεν μπορεί να συγχέεται η αγορά λειτουργικού με τα συστήματα δημιουργίας κοινών δικτύων, ενώ για τον Media Player

³⁴ T-201/04, παρ.23-29

υποστήριξε ότι δεν εμπόδιζε άλλες πλατφόρμες αν το επιθυμούν να εγκατασταθούν στα λειτουργικά της (παρ.59 και 116-135).

Το 2007, το Δικαστήριο για την υπόθεση T-201/04 εξέδωσε την Απόφασή του³⁵. Αρχικά αξιολόγησε ότι ορθώς η Επιτροπή είχε κρίνει τη φύση και το εύρος των αγορών. Έπειτα έκρινε ότι όντως η αγορά λειτουργικών συστημάτων με την αγορά υπολογιστών κοινού δικτύου είναι αλληλένδετες και δεν μπορούν να λειτουργούν αποτελεσματικά ως ανεξάρτητες, ειδικά η δεύτερη από την πρώτη. Συμφώνησε με την Επιτροπή ότι η Microsoft διέθετε δεσπόζουσα θέση στις δύο αυτές αγορές με ποσοστό 80% και άνω για τα λειτουργικά συστήματα και 60% για τα συστήματα υπολογιστών κοινών δικτύων(1330-1334). Αναφορικά με την κατάχρηση, έκρινε ότι όντως η εταιρία σκόπευε να κυριαρχήσει περαιτέρω στη δεύτερη αγορά εμποδίζοντας τη διαλειτουργικότητα, όπως διαπίστωσε μέσω της ηλεκτρονικής αλληλογραφίας, επιμένοντας να αποκλείει ανταγωνιστές από τα συστήματά της και εμποδίζοντας την ανάπτυξη διεπαφής για νέες λειτουργίες(παρ.1346-1352). Το ίδιο έκρινε και για την υπόθεση του Media Player, αφού η μέθοδος «δεσίματος» της υπηρεσίας με το λειτουργικό σύστημα, οδηγούσε σε αθέμιτο ανταγωνισμό και εμπόδιζε τους ανταγωνιστές να ξεπεράσουν τα εμπόδια που υπάρχουν στη συγκεκριμένη αγορά. Αναγνώρισε ως ορθό το ύψος του προστίμου και επέβαλλε στην Microsoft τις κρινόμενες αλλαγές για συμμόρφωση (παρ.1353 έως 1358).

Την περίοδο 1990-2010, έτη εξέτασης της υπόθεσης, οι «αγορές» μπορούσαν να διακριθούν σχετικά εύκολα και δεν συμπεριελάμβαναν τις έννοιες ψηφιακή οικονομία και ψηφιακή κοινωνική δικτύωση.

Ένα δεύτερο συμπερασματικό στοιχείο από την υπόθεση της Microsoft, είναι η δυνατότητα προσδιορισμού της «δεσπόζουσας θέσης». Η Επιτροπή μπορούσε σχετικά εύκολα να συγκεντρώσει στατιστικά δεδομένα από τους χρήστες των λειτουργικών συστημάτων και τις επιμέρους πωλήσεις των αδειών εγκατάστασης τρίτων λογισμικών υπηρεσιών (software as a service-SaaS). Όχι μόνο επειδή οι χρήστες είχαν λιγότερες επιλογές αναπτυγμένων υπολογιστικών λειτουργικών, αλλά κυρίως επειδή και οι συσκευές που έτρεχαν τα συγκεκριμένα προγράμματα περιορίζονταν στους σταθερούς

³⁵ Τα ευρήματα του Δικαστηρίου είναι από την παρ.1326 και έπειτα, σελ.Π-4014

και φορητούς υπολογιστές, πρώιμους φορητούς παραγγελιοδέκτες και συσκευές αναπαραγωγής εικόνας και ήχου. Δεν υπήρχαν, ταμπλέτες, έξυπνα κινητά, ρολόγια κτλ. Συνεπώς και οι τρίτοι παίκτες της αγοράς απευθύνονταν σε περιορισμένο εύρος εταιριών διαμοιρασμού των υπηρεσιών τους, κυρίως Microsoft και Apple. Ακόμη κι έτσι όμως, από την αναγνώριση του προβλήματος έως την τελική απόφαση χρειάστηκαν περίπου 9 χρόνια συνεχούς νομικής διαπάλης, ενώ η τεχνολογία εξελίσσονταν.

Το 2016 όμως, όπου το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατείχαν πλέον πρωταγωνιστικό ρόλο στην καθημερινότητά μας, η Επιτροπή κλήθηκε να κρίνει την συγχώνευση της Microsoft με την ψηφιακή πλατφόρμα εύρεσης εργασίας και επαγγελματικής δικτύωσης LinkedIn. Με την απόφασή της M.8124-Microsoft/LinkedIn(06/12/2016), η Επιτροπή όρισε δύο επιπλέον χωριστές αγορές. Εκείνη των λογισμικών για σταθερούς υπολογιστές και εκείνη για τα λογισμικά κινητών συσκευών (παρ.8, 9). Ταυτόχρονα όρισε ως χωριστές αγορές εκείνη που εμπεριέχει λογισμικά και εκείνη που προσφέρει πλατφόρμες δικτύωσης. Επιπλέον προχώρησε στη διάκριση μεταξύ λογισμικών – υπηρεσιών παραγωγικών/ης και μη. Διασπώντας κατά αυτόν τον τρόπο τις αγορές, θεώρησε ότι η αγορά της μέχρι τότε εφαρμογής (application) LinkedIn που περιορίζονταν στη χρήση από κινητές συσκευές, δε θα επέφερε πρόβλημα άνισου ανταγωνισμού, αφού η Microsoft είχε ελάχιστα μερίδια αγοράς στο λογισμικά και στις πλατφόρμες κινητών συσκευών. Επίσης θεωρώντας το LinkedIn ως μη παραγωγικό εργαλείο αλλά μόνο ως μέσο επαγγελματικής δικτύωσης, δεν το αντιμετώπισε ως συνεργατικό εργαλείο των λοιπών υπηρεσιών της Microsoft, όπως η σουίτα Office365. Δεδομένων των ανωτέρω, η Επιτροπή έκρινε ότι δεν υπάρχει ζήτημα επιζήμιας συγκέντρωσης ισχύος.

Το σημαντικό στοιχείο που περιλαμβάνει η απόφαση για την εξαγορά, είναι ότι η Επιτροπή σχεδόν για άλλους τους επιμέρους διαχωρισμούς των αγορών που εξέτασε, εξέφρασε αμφιβολία ή έστω «αφήνει τον ορισμό της αγοράς ανοικτό για μελλοντική κρίση», εμμένοντας στη θέση για αμφίβολη κρίση του ορισμού, όπως και σε προηγούμενες όμοιες υποθέσεις (παρ.15 της Απόφασης). Το ίδιο αποφάσισε ακόμη για τον γεωγραφικό ορισμό των αγορών, όπου διαφαίνεται η σταδιακή στροφή της Επιτροπής να αντιλαμβάνεται τον Ευρωπαϊκό χώρο και το παγκόσμιο πεδίο για τα

λειτουργικά των σταθερών και κινητών συσκευών ως αλληλένδετων (παρ.18). Εξίσου έκρινε ότι πρέπει να εξετάσει στο μέλλον τους ορισμούς και τη διασύνδεση των επιμέρους αγορών των κοινωνικών δικτύων και των επαγγελματικών δικτύων όπως το LinkedIn. Η Επιτροπή θεώρησε ότι η αγορά των ψηφιακών πλατφορμών επικοινωνίας και κοινωνικής δικτύωσης (Skype, WhatsApp, Facebook, LinkedIn) οφείλει να επανεξεταστεί καθώς είχαν σημαντικές ομοιότητες και διαλειτουργικότητες (παρ.74 έως 125).

Τέλος, η μεγαλύτερη διαφορά εντοπίζεται στο σκέλος εξέτασης της αγοράς διαδικτυακών διαφημίσεων. Όπως αναλύεται και στην υπόθεση της Google/DoubleClick, η Επιτροπή ως το 2016 έκρινε τις αγορές διαφημίσεων στους φυλλομετρητές, στις πλατφόρμες μηχανών αναζήτησης, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στις εφαρμογές κινητών συσκευών, ως χωριστές – διακριτές αγορές. Πλέον, στην Απόφαση στο Μέρος 3.8 (παρ.152-166), τόσο τα εμπλεκόμενα μέρη όσο και η Επιτροπή πραγματοποιούν μία θεμελιώδη μεταβολή. Τα μέρη και οι εμπλεκόμενοι τρίτοι ζητούν την παύση αυστηρής διάκρισης των αγορών και η Επιτροπή αποδέχεται ότι οφείλει να εξετάσει τη συνένωσή τους. Η μετατόπιση αντιμετώπισης της διαφημιστικής αγοράς, οι γενικότερες αμφιβολίες από μέρους του ρυθμιστικού οργάνου της Ένωσης ως προς τις διακρίσεις των λογισμικών και λειτουργικών προγραμμάτων, των κοινωνικών δικτύων και πλατφορμών επικοινωνίας χρηστών και επαγγελματιών, θα καθόριζε σε σημαντικό βαθμό τις αλλαγές που θα ακολουθούσαν από το 2019-2020 και έπειτα. Στις υποθέσεις σχετικά με την Google η μεταστροφή αυτή θα γίνει περισσότερο εμφανής, εμπλέκοντας όμως πια και τις πρακτικές αθέμιτου ανταγωνισμού και κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης, πέραν από τη διαμόρφωση των κρίσιμων ορισμών.

Από τις δύο υποθέσεις της Microsoft θεμελιώνονται στοιχεία που έχουν θεμελιώδη σημασία. Από την πρώτη υπόθεση αντλούμε την αλληλεπίδραση διακριτών αγορών, όπου υπό το πρίσμα της κατοχής δεσπόζουσας θέσης και στις δύο από την ίδια την εταιρία, μπορούν να κριθούν ενιαία. Επιπλέον εντάχθηκε το στοιχείο της διαφανούς ενημέρωσης και ίσης μεταχείρισης μέσω διανομής πληροφορίας για τη λειτουργία των υπολογιστικών συστημάτων. Ταυτοχρόνως ορίστηκε ότι η έννοια της «διαλειτουργικότητας» είναι θεμελιώδης για την αντιμετώπιση των εμποδίων εισόδου

στην αγορά. Σημαντικό δεδομένο από την υπόθεση T-201/04 αποτελεί η διαπίστωση ότι η διασύνδεση εξ αρχής, «δέσιμο» (bundling ή tying) χωριστής φύσεως υπηρεσιών και προϊόντων διακριτών αγορών είναι καταχρηστική αφού το ένα προωθείται μέσω της δεσπόζουσας θέσης της εταιρίας στην αγορά του άλλου. Τέλος, από την υπόθεση εξαγοράς του LinkedIn, προκύπτει η σταδιακή αναγνώριση από τα ρυθμιστικά όργανα του νέου τοπίου, όπου οι μέχρι πρότινος διακριτές αγορές τείνουν να είναι δυσδιάκριτες και η αποδοχή από μέρους της Επιτροπής ότι απαιτείται διαρκή επίβλεψη των αγορών, ως και συστάσεις – δεσμεύσεις από τις εταιρίες κατά την έγκριση των όρων εξαγορών – συγχωνεύσεων, που θα διασφαλίζουν τον ανταγωνισμό από τις μελλοντικές εξελίξεις³⁶.

2.3 Υποθέσεις σχετικά με τη Google

Τα δεδομένα από την αρχική υπόθεση της Microsoft/Sun, άλλαξαν δραστικά με την ταχεία ανάπτυξη του διαδικτύου και την έλευση των έξυπνων κινητών. Από τα μέσα της δεκαετίας του 2000, η Google θεμελίωσε τη δυναμική της ως πλατφόρμα αναζήτησης πληροφορίας για τους τελικούς χρήστες, αλλά κυριότερα ως πλατφόρμα υποστήριξης και διανομής διαφημιστικού υλικού για τους εμπορικούς της εταίρους. Το 2007 η εταιρία έκανε μία πρόταση εξαγοράς προς την αμερικανική εταιρία DoubleClick. Η δεύτερη ήταν εταιρία ψηφιακών υπηρεσιών ανάλυσης δεδομένων και διανομής διαφημιστικών πακέτων τρίτων εταιριών. Πρακτικά ήταν ο διαμεσολαβητής μεταξύ των εταιριών που επιθυμούσαν να διαφημιστούν στην Google ή σε άλλες ιστοσελίδες και των τελικών ιστοσελίδων που θα προέβαλαν τις διαφημίσεις των πρώτων. Η αξία της πρότασης εξαγοράς ανέρχονταν στα 2,3 δισεκατομμύρια ευρώ και θα πραγματοποιούνταν από διαδοχικές συγχωνεύσεις και μετέπειτα εξαγορές των μητρικών εταιριών³⁷.

Το ζήτημα που καλούνταν να εξετάσει η Επιτροπή ήταν το κατά πόσο η επικείμενη εξαγορά συνιστούσε εμπόδιο μέσω κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης στην ανάπτυξη και ισορροπία του ανταγωνισμού εντός του ευρωπαϊκού χώρου. Αν δηλαδή η απόκτηση του ενδιαμέσου αμερικανικού παρόχου (DoubleClick) από την κεντρική πύλη διανομής διαδικτυακών διαφημίσεων (Google), θα καθιστούσε άνισο τον ανταγωνισμό και θα

³⁶ Μικρουλέα, 2023, σελ.94-95, παρ. 215-220

³⁷ Case No COMP/M.4731 – Google/ DoubleClick, C(2008) 927 final, παρ. 4-6

έθετε επιβλαβείς όρους στους σχετικούς ανταγωνιστές³⁸. Η Επιτροπή στην Απόφασή της για να ορίσει την κρινόμενη «αγορά» λειτούργησε υπό το κλασικό υπόδειγμα της διπλής συναλλαγής, double-sided-trade. Δηλαδή επικεντρώθηκε μόνο στην λειτουργία της Google ως πάροχο διαφημιστικού χώρου που συναλλάσσεται με ενδιάμεσες εταιρίες διαφημιστικών πακέτων³⁹.

Διαβάζοντας την αναφορά της Απόφασης, η «Περιγραφή της Αγοράς» περιλαμβάνει κριτήρια και μηχανισμούς μόνο για τη αγορά «διαφήμισης»⁴⁰. Η Επιτροπή εξετάζει τη λειτουργία της Google ως μηχανή αναζήτησης αλλά μόνο υπό το πρίσμα του μηχανισμού εμφάνισης διαφημίσεων. Δεν περιλαμβάνει στο σκεπτικό της και δεν προσμετρά στην απόφασή της την επίδραση της ως πλατφόρμα αναζήτησης στους τελικούς χρήστες. Ακόμη και τα στοιχεία εμπορικής επίδρασης και οικονομικών συσχετισμών, αφορούν αποκλειστικά την ευρύτερη αγορά των διαδικτυακών διαφημίσεων. Αυτό συνεπάγεται ότι το οικονομικό μοντέλο της Google κατατέμενεται και η διαφημιστική της λειτουργία συγκρίνεται με εκατοντάδες άλλες διαδικτυακές πλατφόρμες φιλοξενίας διαφημιστικών πακέτων. Επισημαίνεται βεβαίως πως το 2008 η Google δεν είχε αναπτύξει τη συνεκτική πλατφόρμα της και τα δεκάδες διασταυρούμενα προϊόντα της. Η Επιτροπή δεν μπορούσε να κρίνει την Google ως βασική πύλη εισόδου στο διαδίκτυο, αφού μόλις την ίδια χρονιά, τον Σεπτέμβριο του 2007⁴¹, έκανε την επίσημη έναρξη ο φυλλομετρητής Google Chrome και ως εκείνη τη στιγμή οι χρήστες αξιοποιούσαν για την πλοήγησή τους τον Internet Explorer της Microsoft και το AOL με τη Yahoo! ως βασικό ανταγωνιστή της Αναζήτησης της Google.

Η απόφαση της Επιτροπής να εγκρίνει την εξαγορά και λειτουργία εντός της Ενιαίας Αγοράς της DoubleClick από την Google, αποτέλεσε ένα από τα σπουδαιότερα σημεία εξέλιξης της εταιρίας, αφού ακολούθως η Google/Alphabet εξελίχθηκε στον διαφημιστικό γίγαντα που είναι στις μέρες μας⁴². Δύο μόλις χρόνια αργότερα, το 2009, μία ομάδα ενώσεων καταναλωτών, επιχειρήσεων και κρατών υπέβαλε καταγγελίες στην

³⁸ Μικρουλέα, 2023, σελ.93-94, παρ.211-214 και 289

³⁹ Robertson, 2020, σελ.7

⁴⁰ European Commission, 2008, COMP/M.4731, παρ.8-32

⁴¹ "100 versions of Chrome later," 2022, βλ. Δικτυογραφία.

⁴² Lohr, 2020, βλ. Δικτυογραφία

Επιτροπή για πρακτικές παραβίασης των όρων του ανταγωνισμού από την Google, σχετικά με τα αποτελέσματα αναζητήσεων στην πλατφόρμα της και τον εκτοπισμό των ανταγωνιστών πλατφορμών σύγκρισης τιμών. Οι εθνικές επιτροπές ανταγωνισμού και οι λοιπές ενώσεις, κατηγόρησαν την Google ότι είχε αναπτύξει εργαλεία και αλγόριθμους που εμπόδιζαν τους ανταγωνιστές της να προωθηθούν στα αποτελέσματα γενικής και ειδικής αναζήτησης με ίσους όρους έναντι των δικών της εργαλείων. Συγκεκριμένα οι ιστοσελίδες σύγκρισης τιμών και τα ψηφιακά καταστήματα πώλησης προϊόντων τρίτων, βρέθηκαν αντιμέτωπα με τα νέα εργαλεία της, Google Shopping και Universal Products.

Το πρώτο, Google Shopping αναπτύχθηκε ως εργαλείο σύγκρισης τιμών αλλά και ψηφιακό κατάστημα αγορών προϊόντων τρίτων που πλήρωναν για να ενταχθούν σε αυτό. Το δεύτερο ήταν λογισμικό εργαλείο κατάταξης αποτελεσμάτων αναζήτησης προϊόντων κατά την γενική και εξειδικευμένη αναζήτηση. Η Google, σύμφωνα με τους ανταγωνιστές της, διαμόρφωσε με τέτοιο τρόπο την παρουσίαση του Shopping στα αποτελέσματα αναζήτησης όπου το έφερνε σε εμφανώς προτιμητέα θέση έναντι των άλλων παρόμοιων εργαλείων. Συγκεκριμένα, κατά την εμφάνιση αποτελεσμάτων αναζήτησης, η ιστοσελίδα εμφάνιζε πάντα στην κορυφή και πριν από όλα τα άλλα εργαλεία – ιστοσελίδες, με εμπλουτισμένη δε μορφή με εικόνες και τιμές, τα προϊόντα όπως προέκυπταν από την υπηρεσία της. Ενώ τα αποτελέσματα για τα τρίτα εργαλεία σύγκρισης τιμών εμφανίζονταν ως τυπικοί υπερσύνδεσμοι στα γενικά αποτελέσματα. Επιπλέον ο νέος αλγόριθμος ωθούσε μονίμως στην κορυφή προϊόντα και εργαλεία της Google έναντι άλλων ενώ επιπλέον ωθούσε ακόμη και σε άλλες σελίδες, 2^η -3^η -4^η, ανταγωνιστές που δε διαφημιζόνταν απευθείας μέσω των δικών της εργαλείων διαφήμισης. Αυτό, σύμφωνα με τις κατηγορίες, είχε ως άμεση και έμμεση συνέπεια των παραγκωνισμό και εκτοπισμό των ανταγωνιστών της Google, ταυτοχρόνως με την στρέβλωση της εικόνας της αγοράς προς τους καταναλωτές αφού στερούνταν τεχνηέντως ίση μεταχείριση στην πρόσβαση στην πληροφορία. Οπότε και έκριναν ότι παραβιάζονταν τα άρθρα 101 και 102 της ΣΛΕΕ με επιχείρημα την κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης που κατείχε η Google στην αγορά της ψηφιακής αναζήτησης και ψηφιακής διαφήμισης,

συνδυάζοντας την άνιση μεταχείριση και σύμπραξη των δύο εταιριών της, Search και Shopping⁴³.

Τον Νοέμβριο του 2010, η Επιτροπή εκκίνησε αντιμονοπωλιακή έρευνα (βάσει του άρθρου 2.1 του Κανονισμού 773/2004) κατά της Google για εικαζόμενη κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης της στις διαδικτυακές αγορές αναζήτησης και διαφήμισης. Η έρευνα επικεντρώθηκε σε τέσσερις κύριους τομείς: 1) την προτιμησιακή μεταχείριση των υπηρεσιών της Google στα αποτελέσματα αναζήτησής της· 2) την αντιγραφή περιεχομένου από ανταγωνιστικούς δικτυακούς τόπους για προβολή στις δικές της υπηρεσίες· 3) τις ρήτρες αποκλειστικότητας και τους περιορισμούς που επιβάλλονται στους διαφημιζόμενους και τους εκδότες που χρησιμοποιούν τη διαφημιστική πλατφόρμα της Google⁴⁴.

Από το 2013, κατά την έκδοση της προκαταρκτικής εκτίμησης, έως το 2017 που εξέδωσε την τελική της Απόφαση, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή συγκέντρωνε στοιχεία και απέστειλε σημειώματα και παρατηρήσεις στην Google/Alphabet, δηλώνοντάς της ότι αποδέχεται τις καταγγελίες των ανταγωνιστών της και των δεκατριών κρατών μελών που είχαν προσφύγει σε εκείνη. Η εταιρία υπέβαλλε τρία πακέτα δεσμεύσεων και πολλαπλές αναφορές με αντεπιχειρήματα, ειδικά ως προς τη μέθοδο ευνοϊκότερης μεταχείρισης και αποκλεισμού πρόσβασης στα εργαλεία προώθησης.

Τον Ιούνιο του 2017 η Επιτροπή δημοσίευσε την Απόφαση C(2017)4444, (υπόθεσης AT.39740 Google Shopping), επιβάλλοντας το πρόστιμο των 2,5 δισεκατομμυρίων στην εταιρία και μία λίστα υποχρεώσεων προς συμμόρφωση. Η Επιτροπή έκρινε ότι η εταιρία παραβίαζε τους όρους ανταγωνισμού του άρθρο 102 της ΣΛΕΕ μέσω των μεθόδων αποκλεισμού σε «θεμελιώδεις λειτουργίες»⁴⁵, ευνοϊκής μεταχείρισης των δικών της προϊόντων έναντι τρίτων και παρεμπόδισης του ανταγωνισμού με δόλο με ενίσχυση των εμποδίων εισόδου σε σχετική αγορά με εκείνη κατέχουσα δεσπόζουσα θέση (άρθρο 1 της Απόφασης C(2017)4444).

⁴³ Υπόθεση AT.39740 Google Search (Shopping), Antitrust Procedure, European Commission, 2017. Βλ. σελίδες 6-13 και παράγραφοι 1 έως 37.

⁴⁴ Απόφαση Γενικού Δικαστηρίου T-612/2017, σελ.8, παρ.22

⁴⁵ Οι θεμελιώδεις λειτουργίες, ορίζονται στη γενική βιβλιογραφία ως «Essential Facilities» και η παρεμπόδιση πρόσβασης σε αυτές αποτελεί ένα από τα κριτήρια κρίσης παραβίασης του άρθρου 101 και 102 της ΣΛΕΕ, βλ. υπόθεση Bronner.

Για να θεμελιώσει τις κατηγορίες της η Επιτροπή όρισε αρχικά τις αγορές που όφειλε να διερευνήσει αν η Google κατείχε δεσπόζουσα θέση που πιθανόν καταχράστηκε. Η εταιρία, σύμφωνα με το πόρισμα, δραστηριοποιούνταν σε δύο διακριτές αλλά σχετικές αγορές: η πρώτη αφορούσε την «γενική αναζήτηση» και η δεύτερη την «ειδική / εξειδικευμένη αναζήτηση». Ως «γενική» ορίστηκε η αγορά που προκύπτει από τη χρήση των μηχανών αναζήτησης όπως η Google Search, Yahoo!, Bing για γενικά αποτελέσματα. Ως «ειδική» ορίστηκαν οι μηχανές – πλατφόρμες – υπηρεσίες αναζήτησης που ερευνούν, συγκρίνουν, παρουσιάζουν και προωθούν αποτελέσματα αναζήτησης από συγκεκριμένους και περιορισμένους εύρους καταλόγους προϊόντων. Για παράδειγμα μία ιστοσελίδα σύγκρισης τιμών αεροπορικών εισιτηρίων ή μία πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου και σύγκρισης τιμών λιανικών προϊόντων ή ένας ιστότοπος τίτλων βιβλίων. Και οι δύο αγορές αφορούν την «αναζήτηση και πρόσβαση στην πληροφορία» αλλά κατά την Επιτροπή εξυπηρετούν διαφορετικές ανάγκες / ζήτηση και έχουν διαφορετικά οικονομικά μοντέλα λειτουργίας. Για την «γενική» ο χρήστης δεν πληρώνει σε χρήμα αλλά προσφέρει τα δεδομένα περιήγησης για τη βελτιστοποίηση των αποτελεσμάτων και των διαφημιστών, ενώ τα έσοδα προκύπτουν από τις γενικές υπηρεσίες τιμολόγησης προβολής διαφημίσεων. Στις πλατφόρμες «ειδικής αναζήτησης» σε γενικές γραμμές επίσης ο χρήστης δεν πληρώνει αλλά οι έμποροι πληρώνουν ειδικές τιμές τοποθέτησης και προβολής των προϊόντων τους, υπογράφοντας συμβάσεις προώθησης ή τηρώντας εκπαιδευτικές συμφωνίες ή άλλα συμβόλαια προώθησης.

Επίσης, η Επιτροπή, έκρινε ότι δεν μπορεί να εφαρμοστεί διαχωρισμός των αγορών βάσει των συσκευών ή των λειτουργικών συστημάτων. Επομένως είτε αναφέρονταν σε σταθερούς υπολογιστές (Windows/Apple) είτε σε κινητές (smartphones/tablets/laptops, Windows, Apple, Android κτλ), η αγορά της γενικής και της ειδικής αναζήτησης ήταν ενιαία για την κάθε μία. Σημαντικό επίσης στοιχείο είναι πως θεωρήθηκε ότι αν και διακριτές, οι δύο αυτές αγορές ήταν σχετικές και σχετιζόμενες. Η ίδια η Google αναγνώρισε εξάλλου σε ένα από τα κείμενα της προς την Επιτροπή, πως τα αποτελέσματα του εργαλείου της ειδικής αναζήτησης Google Shopping, μπορεί να μην είναι (κατά την κρίση της) υποκατάστατα των αποτελεσμάτων της γενικής αναζήτησης, αλλά συμπληρωματικά.

Η Google κρίθηκε ότι κατείχε δεσπόζουσα θέση και στις αγορές. Συγκεκριμένα στην αγορά γενικής αναζήτησης ήταν κυρίαρχη με ποσοστά άνω του 80% και στα 13 κράτη-μέλη που είχαν προσφύγει, ενώ στην αγορά ειδικής αναζήτησης τα ποσοστά διέφεραν αλλά πάντα ξεπερνούσαν το 45-50% με τους ανταγωνιστές (περίπου 300 άλλες εταιρίες) να μοιράζονται σχεδόν μονοψήφια ποσοστά της εμπορικής πίτας. Επίσης τα αποτελέσματα αφορούσαν κάθε ένα οικονομικό έτος από το 2009 έως το 2016 και συνολικά το εξεταζόμενο διάστημα.

Από μόνη της η κατοχή δεσπόζουσας θέσης δεν είναι μεμπτό γεγονός. Όμως, επειδή η Google φαινόταν να χρησιμοποιεί τη δεσπόζουσα θέση της στη γενική αναζήτηση για να προωθήσει το δικό της εργαλείο σύγκρισης τιμών και προώθησης προϊόντων από κλειστές εμπορικές συμφωνίες, το Shopping, όφειλαν να εξεταστούν οι πρακτικές της. Το βασικό εύρημα ήταν πως κατά την εμφάνιση των αποτελεσμάτων της γενικής αναζήτησης, όντως η Google προωθούσε με εμφανή τεχνικά χαρακτηριστικά, προϊόντα που προέρχονταν από το εργαλείο της Shopping, εφαρμόζοντας δηλαδή διακριτική μεταχείριση⁴⁶. Αντιθέτως, τα όποια αποτελέσματα για αντίστοιχα προϊόντα, παπούτσια ή εισιτήρια ταξιδιού, εμφανίζονταν χαμηλά στη γενική λίστα αποτελεσμάτων και δίχως οπτικά στοιχεία. Επιπλέον, βρέθηκε ότι η Google «τραβούσε» δεδομένα από τρίτες πλατφόρμες για να πραγματοποιεί τις συγκρίσεις τιμών δίχως τη συναίνεσή τους, για αυτό ακόμη και αν αναζητούσε κάποιος εργαλεία σύγκρισης τιμών, το Shopping κυριαρχούσε οπτικά και ποσοτικά στην κατάληψη της ιστοσελίδας αποτελεσμάτων. Επιπλέον, με εκτενή ανάλυση και δεδομένα, οι καταγγέλλοντες με την Επιτροπή, απέδειξαν ότι από την ενεργοποίηση των δύο εργαλείων Shopping και Universal Products, η κίνηση στους ιστοτόπους των ανταγωνιστών της εταιρίας μειώθηκε απότομα και δραστικά. Το αποτέλεσμα ήταν οι έμποροι που πλήρωναν να διαφημιστούν και προωθηθούν στις πλατφόρμες τους να μην βρίσκουν αντίκρισμα των επενδύσεών τους και να καταφεύγουν στο Shopping ή/και σε απευθείας διαφημίσεις με τα εργαλεία της Google. Αυτό με τη σειρά του υποβάθμιζε παραπάνω τη θέση προβολής του ψηφιακού

⁴⁶ Μικρουλέα, 2023, σελ. 259, παρ.667-671

καταστήματος στα αποτελέσματα της γενικής αναζήτησης ενώ αύξανε κατακόρυφα τα εμπόδια εισόδου στην αγορά της ειδικής αναζήτησης⁴⁷.

Η Google μετά την έκδοση της Απόφασης, το 2017, προσέφυγε στο Γενικό Δικαστήριο υποστηρίζοντας ότι: κακώς η Επιτροπή όρισε τις αγορές κατ' αυτόν τον τρόπο, δεν προσπάθησε να εμποδίσει τις ανταγωνιστικές υπηρεσίες να έχουν πρόσβαση στα αποτελέσματα αναζήτησης, δεν μπορεί να θεωρηθεί παραβίαση των 101 και 102 η ενσωμάτωση του εργαλείου Shopping στην υπηρεσία Search, δεν είναι ορθό να κριθούν οι τεχνολογικές βελτιώσεις στην υπηρεσία γενικής αναζήτησης ως μέθοδοι στρέβλωσης ανταγωνισμού, δεν μπορούν να θεωρηθούν οι βελτιώσεις αυτές (οπτική προβολή με εικόνες και τιμές) ως «θεμελιώδεις λειτουργίες» για τη λειτουργία της αγοράς, δεν μπορεί η Επιτροπή να θεσπίσει τόσο μεγάλα χρηματικά πρόστιμα διότι είναι άδικα, δεν επέφερε βλάβη στους καταναλωτές.

Το Γενικό Δικαστήριο με την Απόφαση T-612/2017 διαπίστωσε ότι σχεδόν σε όλα τα σημεία της Απόφασής της η Επιτροπή έκρινε ορθώς. Συγκεκριμένα, συμφώνησε με τον ορισμό των αγορών αλλά και το πνεύμα προσέγγισής της ανάλυσής τους, όπου καταργούνταν οι διαχωριστικές γραμμές των υπολογιστικών/λειτουργικών συστημάτων. Επιπλέον αναγνώρισε τη δεσπόζουσα θέση της εταιρίας όχι μόνον στα 13 κράτη μέλη που απευθύνθηκαν στην Επιτροπή, αλλά σε όλο τον ευρωπαϊκό οικονομικό χώρο. Επίσης, δέχτηκε ότι οι εθνικές αγορές γενικής και ειδικής αναζήτησης αποτελούσαν διακριτές αγορές τόσο ως προς τη λειτουργία όσο και προς τα κοινά καταναλωτών-χρηστών, αλλά εμφάνιζαν σημαντικά ποσοστά αλληλοκάλυψης και αλληλεξάρτησης, είτε από πλευράς αποτελεσμάτων αναζήτησης είτε από οικονομικής απόδοσης. Συμφώνησε με την Επιτροπή ως προς τον δόλο, αφού η Google ουδέποτε σταμάτησε τις πρακτικές προώθησης του εργαλείου της και υποβάθμισης των λοιπών ανταγωνιστών της, παρά τις προειδοποιήσεις. Αναγνώρισε το γεγονός δημιουργίας επιπρόσθετων εμποδίων από τη συσσώρευση ισχύος και εκτοπισμού του ανταγωνισμού, ειδικότερα μέσω της προτιμησιακής συμπεριφοράς⁴⁸. Το μοναδικό σημείο που έκανε αποδεκτό από την αίτηση ακυρώσεως της Google, ήταν η αδυναμία της Επιτροπής να αποδείξει

⁴⁷ Kokkoris, 2017; Μικρουλέα, 2023, σελ. 156–160

⁴⁸ Μικρουλέα, 2023, σελ.193, παρ.491

επαρκώς ότι 1. οι τεχνικές προβολής αποτελούσαν «ουσιώδεις υποδομές» για τη λειτουργία της αγοράς και 2. πως η Google αρνήθηκε πρόσβαση με οποιοδήποτε τρόπο σε αυτές τις τεχνολογικές-τεχνικές «καινοτομίες» παρουσίασης.

Αναφορικά με την αρμοδιότητα και το ύψος του επιβαλλόμενου προστίμου, το Δικαστήριο αποδέχτηκε την αιτιολογία της Επιτροπής με κριτήρια επιδραστικότητας της εταιρίας στον παγκόσμιο ιστό. Επισήμανε ότι το 10% επί των συνολικών ετήσιων κερδών της εταιρίας είναι εντός νομικών περιθωρίων που έχει η επιτροπή, πως η πρόσθετη επιβολή 10% ως αντικίνητρο επανάληψης της καταχρηστικής συμπεριφοράς είναι θεμιτό λόγω του όγκου και της επιρροής του οικονομικού μοντέλου της Google, καθώς και ο συντελεστής πολλαπλασιασμού 1.3 είναι εντός των ορίων, βάσει της ζημίας και των εξόδων που προκλήθηκαν στους προσφεύγοντες. Αναγνώρισε συνεπώς το σύνολο των αξιώσεων των 2,5 δισεκατομμυρίων πλέον των δικαστικών εξόδων.

Από την τελευταία υπόθεση της Google Shopping συμπεραίνουμε τη δυσκολία και την περιπλοκότητα της εξακρίβωσης των παραβιάσεων από τους κολοσσούς του διαδικτύου. Η έρευνα διήρκεσε σχεδόν μια δεκαετία. Σημαντικότερη επισήμανση είναι η ενοποίηση των αγορών αναζήτησης ανεξαρτήτως συσκευών πρόσβασης, η συσχέτιση πλέον των αγορών γενικής και ειδικής αναζήτησης και η διαπίστωση ότι η μία υπηρεσία αναζήτησης, δύναται ουσιαστικά να λειτουργεί ως διαφημιστική εταιρία, επομένως να επηρεάζει τη σχετική αγορά και τον ανταγωνισμό. Η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η Google είχε παραβιάσει τους κανόνες ανταγωνισμού της ΕΕ ευνοώντας συστηματικά τη δική της υπηρεσία σύγκρισης τιμών για να εδραιώσει τη δεσπόζουσα θέση της και στην ειδική αναζήτηση στο διαδίκτυο και κάνοντας κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης της στη διαφήμιση αναζήτησης στο διαδίκτυο, εμποδίζοντας ιστοτόπους τρίτων να προβάλλουν διαφημίσεις από ανταγωνιστές της Google. Οι αποφάσεις της Επιτροπής υποχρέωσαν την Google να θέσει τέλος στις παράνομες πρακτικές της και να διασφαλίσει ίση μεταχείριση για ανταγωνιστικές υπηρεσίες και αποτελεσματική επιλογή για τους καταναλωτές. Η Επιτροπή επιφυλάχθηκε επίσης του δικαιώματος να παρακολουθεί τη συμμόρφωση της Google και να επιβάλλει πρόσθετα μέτρα ή κυρώσεις, εάν χρειαστεί.

2.4 Υπόθεση Amazon

Στο πλαίσιο αυτό, το παράδειγμα Amazon εναντίον Ευρωπαϊκής Επιτροπής είναι μια άλλη σημαντική υπόθεση που θα μπορούσε να διαμορφώσει τη ρύθμιση των διαδικτυακών πλατφορμών και τον αντίκτυπό τους στον ανταγωνισμό και την καινοτομία. Η αμερικανική Amazon είναι εταιρία που ενδεικτικά προσφέρει: 1. πλατφόρμα αγοραπωλησίας προϊόντων τρίτων προς καταναλωτές, 2. προϊόντων δικών της προς αγοραστές, 3. υπηρεσίες παράδοσης/επιστροφής δεμάτων των αγορών, 4. υπηρεσίες σύγκρισης τιμών, 5. διαφημιστικά και αναλυτικά εργαλεία, 6. φυσικές αποθήκες και κέντρα διανομής, 7. υπηρεσία διανομής ψηφιακών βιβλίων, 8. υπηρεσίες αερομεταφορών δεμάτων, 9. υπηρεσία διανομής πληροφοριακών δεδομένων και αποθήκευσης πληροφορίας, 10. υπηρεσία παραγωγής και διανομής ψηφιακών ταινιών/σειρών, 11. υπηρεσίες υπολογιστικών νεφών. Η Amazon δραστηριοποιείται σε όλον τον πλανήτη σχεδόν και στην Αμερικανική ήπειρο κατέχει ποσοστά άνω του 35% στο ψηφιακό εμπόριο⁴⁹. Στον ευρωπαϊκό οικονομικό χώρο, για το 2023, τα έσοδά ανήλθαν σε 54δισ €⁵⁰ και κατέχει ποσοστά άνω του 10% σε Γαλλία, Γερμανία, Ην.Βασίλειο και 13% συνολικά⁵¹.

Το 2017 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έλαβε τις πρώτες επίσημες καταγγελίες για πρακτικές αθέμιτου ανταγωνισμού, κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης και δημιουργίας εμποδίων εισόδου στην αγορά ψηφιακού εμπορίου. Πωλητές και εταιρίες που συνεργάζονταν – πουλούσαν τα προϊόντα τους μέσω της ψηφιακής πλατφόρμας της Amazon, την κατηγόρησαν ότι η εταιρία χρησιμοποιούσε τα δεδομένα που συνέλλεγε από τις αγορές των χρηστών της για να ευνοήσει την προώθηση των δικών της προϊόντων. Ταυτοχρόνως, δημιουργούσε μοτίβα εντός της ιστοσελίδας που οδηγούσαν τους χρήστες να επιλέγουν τα δικά της προϊόντα έναντι των τρίτων, χρησιμοποιούσε ειδικές συμφωνίες με περιορισμένους πωλητές και σε υψηλές τιμές για να παρέχει καλύτερες υπηρεσίες διανομής έναντι άλλων και ωθούσε τους μικρότερους ανταγωνιστές της είτε στην

⁴⁹ “Amazon Marketplaces Worldwide,” Schmitt, 2024. βλ. Δικτυογραφία.

⁵⁰ “Amazon Europe,” n.d. βλ. Δικτυογραφία.

⁵¹ “Top Online Stores in Europe 2023,” n.d. βλ. Δικτυογραφία.

εξαγορά τους από την ίδια λόγω περιορισμένων κερδών είτε στον σταδιακό αποκλεισμό τους από την πλατφόρμα.

Το 2019 η Επιτροπή εξέδωσε ανακοίνωση ότι εκκινεί επίσημη διαδικασία έρευνας παραβίασης των όρων ανταγωνισμού των άρθρων 101 και 102 της ΣΛΕΕ, καθώς όφειλε να εξετάσει εάν η Amazon έχει δεσπόζουσα θέση στο ψηφιακό εμπόριο την οποία καταχράται και επιπλέον αν ακολουθεί τακτικές εμπορικού αποκλεισμού και στρέβλωσης της αγοράς⁵². Η υπόθεση της Amazon έχει κοινά στοιχεία με την υπόθεση Google Shopping, αφού και εδώ η εταιρία λειτουργεί και ως πάροχος υπηρεσίας φιλοξενίας τρίτων προϊόντων αλλά και ως διανομέας δικού της όμοιου προϊόντος. Επιπλέον, η συλλογή και επεξεργασία των δεδομένων των ανταγωνιστών, φαίνεται να ωφελεί και να αξιοποιείται εξίσου από την εταιρία, όπως και από την Alphabet, για να προβλέψει καλύτερα τις κινήσεις των χρηστών, προωθήσει αποδοτικότερα τα δικά της προϊόντα και απομειώσει την ισχύ των ανταγωνιστών που φιλοξενούνται στο περιβάλλον της.

Το 2020 η Επιτροπή ενημέρωσε για τα αποτελέσματα των προκαταρκτικών ερευνών της, διαπιστώνοντας πως η εταιρία συνέλλεγε διαρκώς δεδομένα από εξωτερικούς και τρίτους πωλητές, ώστε να ρυθμίζει κατά τέτοιο τρόπο τις τιμολογήσεις των δικών της προϊόντων και τα αποθέματα στις αποθήκες ώστε να καθίστανται προτιμητέα από τους καταναλωτές. Ακόμη αναφέρει ότι συγκέντρωνε και ανέλυε όσα περισσότερα οικονομικά στοιχεία μπορούσε για κάθε έναν πωλητή εντός της πλατφόρμας κι όχι απλά τα μεγέθη των πωλήσεων. Συνεπώς ήταν σε θέση να γνωρίζει το πλήρες επιχειρηματικό και οικονομικό προφίλ κάθε συνεργαζόμενου καταστήματος και να εκμεταλλευτεί δίχως ρίσκο τις αδυναμίες των ανταγωνιστών της. Ταυτοχρόνως, θα εξέταζε τις μεθόδους βάσει των οποίων επιλέγονταν οι πωλητές που θα είχαν πρόσβαση στην τοποθέτηση προσφορών στο ειδικό καλάθι αγορών των χρηστών και στη συνδρομητική υπηρεσία Prime. Κι αυτό διότι τα δύο αυτά χαρακτηριστικά στήριζαν το οικονομικό μοντέλο της πλατφόρμας και αλληλοτροφοδοτούσαν με αγορές και πωλήσεις τα ενδιαφερόμενα μέρη⁵³.

⁵² "Antitrust," n.d., βλ. Δικτυογραφία.

⁵³ "Antitrust," European Parliament, n.d., βλ. Δικτυογραφία.

Η κατάληξη της υπόθεσης έρευνας κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης, ήρθε δύο χρόνια μετά, το 2022, οπότε και η Επιτροπή ανακοίνωσε ότι δέχεται τις δεσμεύσεις της Amazon για αλλαγή των αλγορίθμων και των μοντέλων προώθησης των προϊόντων⁵⁴. Η εταιρία δεσμεύτηκε να μην χρησιμοποιεί μη-δημοσιοποιημένα δεδομένα και να μην χρησιμοποιεί τα δεδομένα για να αξιολογεί τους ανταγωνιστές της εντός της πλατφόρμας. Επιπλέον, συμφώνησε να παραμετροποιήσει τους αλγορίθμους της ώστε να παρουσιάζουν ισάξια τα προϊόντα στα καλάθια αγορών και τις προσφορές εξομοιώνοντας την εμπειρία χρήστη για όλα τα προϊόντα. Τέλος, δεσμεύτηκε ότι δε θα θέτει εμπόδια στο πως, ποιοι, πόσοι και πότε θα χρησιμοποιούν είτε τη δική της υπηρεσία μεταφορών/διανομής προϊόντων Prime, είτε τρίτων και ότι η επιλογή ανταγωνιστικών εταιριών διανομής δεν θα επηρεάζει τη γενικότερη προβολή και αντιμετώπιση της τρίτης εταιρίας στην πλατφόρμα. Ως προς τον έλεγχο, η Επιτροπή όρισε ότι οι όροι αυτοί θα τηρηθούν για διάστημα επτά ετών, θα ενισχυθεί το σώμα επίβλεψης της συμφωνίας, θα προσφέρει διαρκή ενημέρωση και δεδομένα προς αξιολόγηση τόσο στην Επιτροπή όσο και στις συνεργαζόμενες ανταγωνίστριες εταιρίες. Σε διαφορετική περίπτωση η Επιτροπή διατηρεί το δικαίωμά της να επιβάλλει πρόστιμο ύψους έως 10% της συνολικής ετήσιας κερδοφορίας ή ύψους 5% ημερησίως ως τέλος μη-συμμόρφωσης.

Οι ενέργειες της Επιτροπής κατά της Microsoft, της Google και της Amazon αποτελούν μέρος μιας ευρύτερης προσπάθειας για τη διασφάλιση θεμιτού και αποτελεσματικού ανταγωνισμού στον ψηφιακό τομέα και για την προστασία των καταναλωτών και των επιχειρήσεων από αντια ανταγωνιστικές πρακτικές.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 2020 ξεκίνησε τη διαδικασία θέσπισης ενός ευρύτερου πλαισίου λειτουργίας για τις μεγάλες επιχειρήσεις και ρύθμισης του ανταγωνισμού στην ψηφιακή αγορά. Πρότεινε μία νέα νομοθεσία το 2022, την Digital Markets Act, έναν Κανονισμό με σκοπό τη δημιουργία ενός πιο εναρμονισμένου και διαφανούς κανονιστικού πλαισίου για τις ψηφιακές πλατφόρμες και την αντιμετώπιση των προκλήσεων που θέτει η αυξανόμενη ισχύς και επιρροή τους. Ορίζοντας καλύτερα τις αγορές, τα μεγέθη που καθιστούν κάποια εταιρία δεσπόζουσα, τις πρακτικές που

⁵⁴ "Antitrust," European Commission, n.d., βλ. Δικτυογραφία.

υποχρεούνται να αποφεύγουν και τις υποχρεώσεις που οφείλουν να τηρούν, συμπληρωματικά στις προβλέψεις των άρθρων 101 και 102 της ΣΛΕΕ.

Κεφάλαιο 3: Νέο Πλαίσιο – Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές (DMA)

Η ιστορική εξέλιξη του πλαισίου και των δικαστικών υποθέσεων αναδεικνύουν την εγγενή δυσκολία που υπήρχε να θεσπιστούν όρια και προϋποθέσεις τεκμηρίωσης παραβιάσεων των κανόνων του ανταγωνισμού. Οι τεχνολογικές εξελίξεις, τα οικονομικά μοντέλα και οι κοινωνικές μεταβολές διέυρναν τους πυρήνες των Ψηφιακών Αγορών, ισχυροποίησαν τον αντίκτυπο της ψηφιακής οικονομίας, ενώ οι ευρωπαϊκές διαδικασίες διαπίστωσης των πιθανών παραβιάσεων, παρέμεναν αργές, πολύπλοκες, ασαφείς ως προς τις επιδιώξεις και ενίοτε αλληλοσυγκρουόμενες.

Η επίδραση των μέτρων αποστασιοποίησης κατά την πανδημία COVID-19 στο ηλεκτρονικό εμπόριο και τις ψηφιακές κοινωνικές αλληλεπιδράσεις ήταν καθοριστική για τη μεταβολή του κανονιστικού πλαισίου. Η εκτόξευση στη χρήση των πλατφορμών επικοινωνίας, η καθιέρωση των κολοσσών ηλεκτρονικού εμπορίου ως οικονομικούς πυλώνες και κυρίαρχα μέσα διασύνδεσης τοπικών παραγωγών/επιχειρήσεων με τους καταναλωτές, η απότομη εισχώρηση των εταιριών ψηφιακού ψυχαγωγικού περιεχομένου και η κοινωνική αποδοχή των ηλεκτρονικών έξυπνων συσκευών (από τα smartphones ως τους «έξυπνους» αφυγραντήρες), οδήγησε την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, το Ευρωκοινοβούλιο και το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο να δημιουργήσουν το πρώτο συνεκτικό και σχετικά ολοκληρωμένο πλαίσιο εμπορικής συμπεριφοράς των μεγάλων – ισχυρών εταιριών της ψηφιακής αγοράς.

Στις 14 Σεπτεμβρίου του 2022, ψηφίστηκε ο Κανονισμός – Digital Markets Act⁵⁵ (DMA), ο δεύτερος κατά σειρά από μία προσπάθεια ρύθμισης του ψηφιακού τοπίου⁵⁶.

⁵⁵ Digital Markets Act: στην ελληνική μετάφραση ο όρος Markets, που περιλαμβάνει επιμέρους τμήματα μίας οικονομίας, αποδίδεται ως Αγορά αλλά και ως Αγορές, ως σύνολο, ως πεδίο αναφοράς διακριτών και σχετιζόμενων αγορών. Επιπλέον, η Ένωση χρησιμοποιεί τον όρο Act και Regulation με συνώνυμο τρόπο. Θεσμικά αναφερόμαστε σε Κανονισμό, ενώ ο όρος Πράξη, προσεγγίζει την νομοθετική ορολογία που δίνουν οι ΗΠΑ σε δικούς τους «Κανονισμούς». Η επιλογή των λέξεων μπορεί να μας οδηγήσει στο συμπέρασμα της εξωστρεφούς απεύθυνσης του συγκεκριμένου Κανονισμού και αμεσότητας του νοήματος κατά τα αμερικανικά πρότυπα (βλ. την ανάλυση του καθ.Βαγγ.Παπαθανασίου, (“The ‘act-ification’ of EU law,” 2021)).

⁵⁶ Μπορούμε να θεωρήσουμε ότι η αρχή των κανονιστικών προβλέψεων έγινε το 2016, με το Γενικό Κανονισμό για την Προστασία των (προσωπικών) Δεδομένων (GDPR), ακολούθησε η Πράξη για την Ψηφιακή Αγορά, το ίδιο έτος αργότερα ψηφίστηκε η Πράξη για τις Ψηφιακές Υπηρεσίες, ενώ στα τέλη του 2023, η Πράξη για την Τεχνητή Νοημοσύνη.

Στην ενότητα αυτή θα αναλυθούν ο σκοπός και οι επιδιώξεις της DMA, η αιτιολογική και νομιμοποιητική της βάση, τα αξιολογικά κριτήρια και οι προϋποθέσεις που θέτει, καθώς και οι προβλέψεις επιτήρησης και εφαρμογής του νέου πλαισίου.

Αντιλαμβανόμενη η Επιτροπή ότι όφειλε να ρυθμίσει ένα πεδίο του οποίου οι βασικοί διαμορφωτές εδρεύουν έξω από το έδαφος της, αλλά λειτουργούν και ανταγωνίζονται σε όλη την ενοποιημένη ευρωπαϊκή αγορά, έθεσε ως προτεραιότητά της την εναρμόνιση των εθνικών κανονισμών-ρυθμίσεων των Ψηφιακών Αγορών, για την αποφυγή του κανονιστικού κατακερματισμού. Ταυτοχρόνως, σεβόμενη τις προβλέψεις των άρθρων 101 και 102 της ΣΛΕΕ, έπρεπε να διαφοροποιήσει το νομικό περιεχόμενο του Κανονισμού, δίχως όμως να θεσπίζει κανόνες που εκτρέπονται της δοτής της αρμοδιότητας, ούτε παρεμβαίνοντας στις εσωτερικές αγορές με μέτρα δυσανάλογα του επιθυμητού αποτελέσματος και περιορισμούς που θα έβλαπταν την ευρωπαϊκή ανάπτυξη και ψηφιακή βιομηχανία⁵⁷. Επιπλέον, γνωρίζοντας πως οι όποιες παρεμβάσεις θα είχαν αναπόφευκτα εξω-εδαφικές συνέπειες, όφειλε να λάβει υπόψη της το διεθνές ρυθμιστικό πλαίσιο και τις προθέσεις των υπολοίπων κρατών για σχετικές ρυθμίσεις. Επιφυλασσύμενη για τις κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις, χρειαζόνταν να σχεδιάσει ένα νομικό εργαλείο ικανό να προβλέπει και να παρεμποδίζει την κατάχρηση της ισχύος από μέρους των εξέχουσας θέσης εταιριών, αλλά την ίδια στιγμή να προωθεί την οικονομική ψηφιοποίηση, την ψηφιακή ανάπτυξη και την υποστήριξη των αναδύμενων ψηφιακών εφαρμογών.

Μη στοχεύοντας στην εκ θεμελίων και ολιστική παρεμβατικότητα στην ψηφιακή αγορά, η Επιτροπή στράφηκε σε ένα πρότυπο οριοθέτησης των «μεγάλων παικτών», εκείνο που έχει θεσπίσει η Ευρωπαϊκή Τραπεζική Αρχή για τη διασφάλιση του ευρωσυστήματος με την κατηγοριοποίηση των τραπεζών σε «συστημικές» και μη-συστημικές⁵⁸. Από το 2014 η ETA (ή EBA, European Banking Authority), για να προστατέψει από κλυδωνισμούς και καταχρηστικές τακτικές των τραπεζών το ευρωσύστημα, υιοθέτησε ένα πλαίσιο αξιολόγησης και κανόνων για τις τράπεζες,

⁵⁷ Στην Ενότητα 1 του 3^{ου} Κεφαλαίου γίνεται ανάπτυξη του συγκεκριμένου προβληματισμού, στα πλαίσια της κριτικής αξιολόγησης της Πράξης για τις Ψηφιακές Αγορές.

⁵⁸ “Guidelines on criteria to to assess other systemically important institutions (O-SIIs) | European Banking Authority,” n.d., European Central Bank (ECB), 2019

θέτοντας αξιολογικά κριτήρια κατάταξης τους σε βαθμίδες. Το ενδιαφέρον επικεντρώνεται στις λεγόμενες «συστημικές», εκείνα τα ιδρύματα που λόγω όγκου συναλλαγών, πολυεδαφικότητα παρουσίας τους, πλήθος και ύψη δανείων και περιουσιακά στοιχεία, έθεταν τον εαυτό τους σε πλεονεκτική αλλά και κεντρική θέση στη λειτουργία του ευρωσυστήματος. Τα συγκεκριμένα τραπεζικά ιδρύματα που θα «περνούσαν» το όριο των κριτηρίων, θα χαρακτηρίζονταν ως «συστημικά» και θα όφειλαν να υποβάλλονται σε «εικονικά» τεστ αντοχής τους (stress tests). Ταυτόχρονα, με τον αποδιδόμενο τίτλο, ενέπιπταν πλέον σε συγκεκριμένες ρυθμίσεις και περιορισμούς ως προς το ύψος έκθεσής τους σε χρηματοπιστωτικούς κινδύνους, εμπορικές πρακτικές και βαθμό λογοδοσίας⁵⁹.

Ακολουθώντας την συγκεκριμένη λογική, η Ευρ.Επιτροπή «καθιέρωσε» τον όρο Gatekeepers, ή όπως μεταφράζεται στην επίσημη ελληνική έκδοση «πυλωροί» (στην παρούσα εργασία θα χρησιμοποιείται ο αγγλικός όρος). Η σύνδεση της προέλευσης του όρου gatekeeper από τον όρο «systemic financial institutions (συστημικά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα)», εντοπίζεται στις πολλαπλές αναφορές ως «systemic platforms (συστημικές πλατφόρμες)» ή «systemic undertakings of Digital Markets (συστημικές εταιρίες της ψηφιακής αγοράς)» εντός των δημοσιευμένων κειμένων επεξήγησης του Κανονισμού. Επιπλέον, προκύπτει από τα πρώτα αιτιολογικά άρθρα της DMA (παρ.1 έως 7), όπου οι αναφορές σε «πυρηνικές/κεντρικές (core) πλατφόρμες», «σπουδαίας σημασίας», «ουσιώδης χρησιμότητας για τη λειτουργία του διαδικτύου» είναι συνεχείς. Τέλος, εντοπίζονται πέντε χαρακτηριστικά που αποτυπώνουν τις ομοιότητες των δύο ρυθμιστικών πλαισίων: (1) ο ρυθμιστικός χαρακτήρας της DMA, (2) ο προληπτικός της χαρακτήρας, (3) η θέσπιση και η φύση των κριτηρίων αξιολόγησης, (4) η διαδικασία αξιολόγησης και (5) η απόδοση υποχρεώσεων και κυρώσεων που πηγάζουν από την ένταξη μίας επιχείρησης στο πλαίσιο του gatekeeper⁶⁰. Αξιοποιώντας αυτά τα χαρακτηριστικά θα παρουσιάσουμε συνοπτικά το πλαίσιο της DMA για την

⁵⁹ Banque de France, 2018

⁶⁰ Regulating and Provisional cause, Assessment Criteria, Assessment Procedure, Obligational and Liability framework

Ψηφιακή Αγορά, υπό μορφή υπο-ενοτήτων, βασιζόμενοι στις αναφορές των αιτιολογικών παραγράφων της και τις προβλέψεις των άρθρων της.

3.1 Ο ρυθμιστικός χαρακτήρας

Ομοίως με κάθε Κανονισμό, έτσι και ο συγκεκριμένος έχει ως στόχο την υιοθέτηση και εφαρμογή ενός ενιαίου πλαισίου κανόνων, εφαρμόσιμων οριζοντίως στην Ευρωπαϊκή Ένωση, εναρμονίζοντας εθνικούς κανόνες, αποτρέποντας παρεκκλίσεις και εθνικούς νομικούς ανταγωνισμούς, καθιερώνοντας ένα διαφανές κανονιστικό πεδίο εύκολα κατανοητό και προβλέψιμο από τις επιχειρήσεις, διασφαλίζοντας δικαιώματα και υποχρεώσεις για τις επιχειρήσεις και τους χρήστες-καταναλωτές⁶¹.

Όπως περιγράφεται στην 8^η παράγραφο, απαιτείται ένα «στοχευμένο σύνολο εναρμονισμένων νομικών υποχρεώσεων» που δεν θα παραβιάζει τα αρ.101 & 102 της ΣΛΕΕ, αλλά θα λειτουργεί προληπτικά αντί κατασταλτικά και μεμονωμένα ανά περίπτωση (*Although ...occurs ex post ...on a case by case basis*) (παρ.5). Το σύνολο των κανόνων αυτών οφείλουν να αποσκοπούν στη δημιουργία «δίκαιου και ανταγωνιστικού πεδίου στον ψηφιακό τομέα γενικά και για τους χρήστες (άτομα και επιχειρήσεις) ειδικότερα»(παρ.7). Επικουρικά πρέπει να αποτρέπεται η εθνική ρύθμιση για το επίμαχο θέμα (παρ.9), συνεπώς η Επιτροπή θα αναλάβει την αρμοδιότητα να ορίζει-αποδίδει τον όρο gatekeeper στις εκάστοτε επιχειρήσεις (παρ.16) ενώ ο η Πράξη καθαυτή θα ορίζει τις προϋποθέσεις-όρια, thresholds, που θα καθιστούν μία επιχείρηση ως gatekeeper (παρ.17-20).

Σημαντικό εμπόδιο στη ρύθμιση της ψηφιακής αγοράς, που καλείται ο Κανονισμός να άρει, ήταν ο μη κοινώς εννοούμενος ορισμός της. Εφόσον η Ευρ.Επιτροπή απαιτείται να ορίσει τους gatekeepers, εύλογη προϋπόθεση είναι η αποσαφήνιση του τι θεωρείται θεμελιώδη-κεντρική ψηφιακή υπηρεσία (core service) καθώς και ποιοι ορίζονται ως

⁶¹ Ο όρος «χρήστες» είναι ορθότερο να χρησιμοποιείται όταν περιγράφονται τα άτομα που αλληλεπιδρούν με τις ψηφιακές υπηρεσίες, καθώς δεν «καταναλώνουν», δεν μειώνουν ποσότητες πεπερασμένων πόρων όπως ορίζεται ο όρος «καταναλωτής» στην οικονομική επιστήμη, αλλά έχουν πρόσβαση για άντληση υπηρεσιών σε ένα οριακά μη-περιοριστικό χώρο δεδομένων, που εξαρτάται κυρίως από τις οικονομικές δυνατότητες του παρόχου για δημιουργία-ενοικίαση χώρων αποθήκευσης ψηφιακών δεδομένων και ροής τους ενώ το μοντέλο υπηρεσία με συνδρομή και λογισμικό ως υπηρεσία (SaS-software as a service) είναι κυρίως (Bonchek and Bapat, 2018; McLaughlin, 2009).

χρήστες (ενδιάμεσοι-επιχειρήσεις και τελικοί, business - end users). Ειδικότερα, ο ορισμός των χρηστών είναι κρίσιμος τόσο για τη σύσταση του πεδίου αναφοράς της DMA ως προς τα υποκείμενα προστασίας, όσο και για τον καθορισμό του μεγέθους των υπό αξιολόγηση ως gatekeepers επιχειρήσεων (παρ.13-20 & αρ.1, 2). Για το λόγο αυτό στην Πράξη περιλαμβάνεται και ειδικό Παράρτημα ορισμών και επεξηγήσεων τόσο της φύσης των χρηστών όσο και της ψηφιακής συμπεριφοράς που δύναται να ορίσει κάποια οντότητα ως χρήστη ανά κατηγορία ψηφιακής υπηρεσίας.

Έχοντας θέσει το πεδίο αναφοράς της DMA και τις ιδιαιτερότητές του, στο κείμενο της εντοπίζεται ο κορμός της αιτιολογικής βάσης, μεταξύ των παραγράφων 32 έως 64, όπου αναλύεται εκτενέστατα η συμπεριφορική δυναμική και η συναλλακτική πολυπλοκότητα των ψηφιακών εταιριών-πλατφορμών. Μέσα σε αυτές τις περιγραφές εντοπίζεται και ο δεύτερος στόχος του Κανονισμού: η οριοθέτηση των όρων «ανταγωνισμός» και «δίκαιες πρακτικές» για τη συγκεκριμένη Αγορά. Διότι, δεν επιδιώκεται μεν ο επαναπροσδιορισμός των όρων αυτών γενικά στο Δίκαιο Ανταγωνισμού της Ένωσης, αλλά εξ ανάγκης προκύπτουσας από την νομολογιακή ανασφάλεια, επιχειρείται μία συμπληρωματική και εξειδικευμένη, λόγω της φύσης της Ψηφιακής Αγοράς, διατύπωσή τους.

Συνδυαστικά με την επαναπλαισίωση των ανωτέρω όρων, εντοπίζουμε περιγραφές των καταχρηστικών συμπεριφορών των εταιριών στο σύνολο των αιτιολογικών παραγράφων, ήδη από τη 2^η, με βασικό κριτήριο αξιολόγησης την ύπαρξη ή διατήρηση ή μη-άρση εμποδίων εισόδου στην Αγορά από ανταγωνιστές. Αντίστοιχα, στο κυρίως σώμα του κειμένου, οι καταχρηστικές τακτικές αντιμετωπίζονται από την οπτική των «αρνητικών» υποχρεώσεων, τι δεν πρέπει να κάνουν και των «θετικών», τι υποχρεούνται να κάνουν. Δημιουργείται, πλέον, ένα εξίσου ερμηνευτικό όσο και θετό πλαίσιο για τη διαπίστωση Κατάχρησης Δεσπόζουσας Θέσης.

Οι ρυθμίσεις του Κανονισμού, συνεπώς, αποβλέπουν: στον ορισμό της Αγοράς, στον ορισμό των εμπλεκόμενων, στη δημιουργία μίας ειδικής βαθμίδας ελέγχου των εταιριών (θεμελιώδεις επιχειρήσεις που απολαμβάνουν θέση στην Αγορά τέτοια που τις καθιστά gatekeepers για τους λοιπούς χρήστες), στην περιγραφή των δυσλειτουργικών για τον Ανταγωνισμό συμπεριφορών, στη δημιουργία μηχανισμού ελέγχου-επιτήρησης και

τέλος, σε ένα πλαίσιο κυρώσεων-επιπτώσεων για όσες εμπίπτουν στο καθεστώς του gatekeeper και αδυνατούν να συμμορφωθούν με τις νέες τους υποχρεώσεις.

3.2 Ο Προληπτικός χαρακτήρας της DMA

Το χαρακτηριστικό του Κανονισμού είναι ο προληπτικός του χαρακτήρας. Με αυτήν την επισήμανση δεν αναφερόμαστε μόνο στο προληπτικά ρυθμιστικό πλαίσιο που αναπτύχθηκε στην υπο-ενότητα 1, αλλά σε μία ουσιώδη και σχεδόν πρωτότυπη νομικά πρόβλεψη εντός του ρυθμιστικού πλαισίου που αφορά την αξιολόγηση των εταιριών. Λαμβάνοντας υπόψη τις τεχνολογικές και οικονομικές εξελίξεις, αναγνωρίζοντας την ante portas απειλή για την ευρωπαϊκή αγορά από τις αμερικανικές και κινεζικές υπηρεσίες super-apps⁶², αποβλέποντας στην ex-ante συμμόρφωση των επιχειρήσεων (παρ.21, 22 και 26-28), θεσπίζεται στον Κανονισμό διαδικασία αξιολόγησης και απόδοσης του όρου gatekeeper για εταιρίες που μπορεί ακόμη (κατά το χρονικό σημείο αξιολόγησης) να μην πληρούν το σύνολο των κριτηρίων, αλλά δύνανται σε σύντομο χρόνο να τα πληρούν (αρ.3.2.c).

Πρόκειται ουσιαστικά για μία διασφάλιση που επιχειρείται από την Ευρ. Επιτροπή, με κριτήρια στατιστικής ανάλυσης και πιθανοτήτων επικράτησης. Προεξοφλώντας τη δυνατότητα κάποιας επιχείρησης να βρεθεί σε δεσπόζουσα θέση, σε διάστημα λιγότερο της τριετίας, από το ορόσημο αξιολόγησης, με δυνατότητες από την ίδια να καταχραστεί τη θέση της (θεμιτά ή αθέμιτα) στην Αγορά και να στρεβλώσει τον ανταγωνισμό. Η Πράξη, εξουσιοδοτεί σε αυτή την περίπτωση την Επιτροπή, να αποδώσει τον χαρακτηρισμό gatekeeper ώστε να προληφθούν τακτικές ή συνθήκες που δύναται να δημιουργήσουν εμπόδια στην Αγορά (αρ.3.4 & αρ.17.4).

Μία πτυχή του συγκεκριμένου χαρακτηριστικού της DMA, που σταδιακά αποδεικνύεται σημαντικότερη για τις επιχειρήσεις ακόμη και από τους ίδιους τους περιορισμούς που προβλέπονται, είναι η βελτίωση της διεθνούς χρηματιστηριακής και

⁶² Πλατφόρμες ή/και εφαρμογές που εσωκλείουν πλήθος άλλων εφαρμογών δημιουργώντας ψηφιακά οικοσύστημα, ικανές να παρέχουν σχεδόν ολοκληρωμένη εξυπηρέτηση για πάσης φύσης καθημερινή ανάγκη. Από ηλεκτρονικές αγορές λιανικής, υπηρεσίες τραπεζικών καρτών, εισιτήρια ταξιδιού, Μέσα Μαζικής Μεταφοράς και ευρύτερων υπηρεσιών μετακίνησης, έλεγχο έξυπνων οικιακών συσκευών και πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης. Τέτοια παραδείγματα συναντάμε κυρίως στην Ασία με το WeChat της Tencent και την Alibaba με τις επιπλέον εφαρμογές logistics.

εμπορικής τους θέσης. Οι διάφορες επιχειρήσεις που στο εξής φέρουν τον ευρωπαϊκό χαρακτηρισμό «gatekeeper», αποδεικνύουν και νομικά προς τα έξω την ισχύ τους και τη δυναμική εξέλιξή τους στην ψηφιακή αγορά. Υποχρεώνονται μάλιστα σε αυστηρότατους περιορισμούς και συνεχή επίβλεψη των εμπορικών τους τακτικών, αντιλαμβάνονται δε την προστιθέμενη αξία που προσδίδει ο συγκεκριμένος νομικός χαρακτηρισμός σε αυτές, αφού ανήκουν πλέον στο «βάθρο» των αναγνωρισμένων ισχυρών ρυθμιστών της Αγοράς. Ταυτοχρόνως, οι μη αναγνωρισμένες προς το παρόν εταιρίες, ως ρυθμιστές, αποβλέπουν στην συμπερίληψή τους στο πεδίο του gatekeeper, δίπλα από τις Microsoft, Apple, Amazon, Alphabet(Google), Meta(Facebook), Samsung και ByteDance(TikTok) αλλά δυσκολεύονται να αποδεχτούν το βάρος των υποχρεώσεων και περιορισμών που συνοδεύουν τον αποδιδόμενο «τίτλο».

Επιπλέον, λόγω ότι η συμπερίληψη μίας επιχείρησης στο πεδίο αναφοράς της DMA, αναγκάζει την επιχείρηση να «σπάσει» το κλειστό της οικοσύστημα και να αποδεχθεί τον κατακερματισμό των υπο-υπηρεσιών που παρέχει, διασφαλίζοντας ταυτόχρονα ίση πρόσβαση και αντιμετώπιση σε όλους τους χρήστες (επιχειρήσεις και τελικούς) (αρ.5 έως 7), πρακτικά διαμορφώνει τη συνολική «οικοδόμηση» - σύσταση της ψηφιακής αγοράς. Δεδομένου ότι όσο πιο ισχυρή γίνεται μία επιχείρηση, έχει παραπάνω πιθανότητες ανά πάσα στιγμή να κριθεί ως gatekeeper ακόμη και αν δεν έχει τη ίδια δυναμική με τις μεγάλες επτά. Οφείλει να προσαρμόζει το επιχειρηματικό της μοντέλο με τρόπο τέτοιο, ώστε η απόδοση του όρου να μην την αναγκάσει σε απότομη αλλαγή και μείωση της ποσότητας και ποιότητας των υπηρεσιών της, συνεπώς απώλεια χρηστών και κερδών.

Είναι σημαντικό να επισημανθεί ότι η Επιτροπή δεν αποτρέπει, πόσο δε μάλλον απαγορεύει, τις εταιρίες να απολαμβάνουν «δεσπόζουσα θέση», αντιθέτως επιδιώκει την αποσαφήνιση του όρου στη συγκεκριμένη αγορά. Ο προληπτικός χαρακτήρας της DMA ωφελεί τη διαφάνεια, λειτουργεί εποικοδομητικά για τις διαδικασίες συγχωνεύσεων ή/και εξαγορών, ενώ προβάλλει εσωτερικά και εξωτερικά της Ένωσης την κανονιστική της υπεροχή, αφού απευθύνεται σε πάσης έδρας επιχειρήσεις που έχουν και ευρωπαϊκή δραστηριότητα.

Σκοπός των προληπτικών κριτηρίων δεν είναι η παρεμπόδιση αύξησης της κερδοφορίας ή της επέκτασης των δραστηριοτήτων των ψηφιακών επιχειρήσεων, αλλά

η προβλεψιμότητα, η εξασφάλιση ίσου πεδίου μεταχείρισης των εταιριών και η σταδιακή άρση των εμποδίων εισόδου ή εκμετάλλευσης των πόρων της ψηφιακής αγοράς. Κυρίως διασφαλίζει τις μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις από τις επιθετικές εξαγορές ή εφαρμογές μεθόδων στρέβλωσης ανταγωνισμού, από επιχειρήσεις που αναπτύσσονται απότομα με ταχεία απόκτηση πελατολογίου, δίχως ωστόσο να έχουν την επιδεικνυόμενη κερδοφορία των πολύ ισχυρών. Δεδομένου ότι στον τεχνολογικό και δη στον ψηφιακό τομέα, αυτές οι απότομες και μεγάλης κλίμακας καθιερώσεις είναι συχνό φαινόμενο, κριτήρια προεξόφλησης όπως αυτά του Κανονισμού λειτουργούν θετικά και για τις ήδη καθιερωμένες ως gatekeepers, από περιπτώσεις εσκεμμένης χαμηλής τιμολογιακής πολιτικής. Εύλογα, όλα αυτά τα στοιχεία συνιστούν το πλαίσιο αξιολόγησης από πλευράς της Επιτροπής για την απόδοση του όρου gatekeeper και για τα κατάλληλα προς επιβολή μέτρα που οφείλουν να λάβουν οι αντίστοιχες εταιρίες.

3.3 Κριτήρια Αξιολόγησης

Επιχειρώντας να αποτυπώσουμε την ουσία του κανονιστικού πλαισίου και να διευκολύνουμε την μετέπειτα ανάλυση των συνεπειών τους, θα σταθούμε στην παρουσίαση των κυριότερων κριτηρίων αξιολόγησης. Ταυτόχρονα, η ανάδειξη τους, προσφέρει τη δυνατότητα να διαφανεί το νομοθετικό πνεύμα και η οπτική της Ένωσης για την προσέγγιση που επιλέγει σχετικά με τη ρύθμιση του ανταγωνισμού και τη φύση της ψηφιακής αγοράς.

Τα κριτήρια του Κανονισμού διαρθρώνονται στις εξής κατηγορίες:

1. εκείνα που ορίζουν την Αγορά - κριτήρια ένταξης στο πεδίο εφαρμογής,
2. κριτήρια περιγραφής μίας πλατφόρμας ως θεμελιώδη (core),
3. κριτήρια περιγραφής των χρηστών της πλατφόρμας,
4. ποσοτικά και ποιοτικά κριτήρια αξιολόγησης της εμπορικής θέσης μίας εταιρίας ή πλατφόρμας ως δεσπόζουσα
5. ποσοτικά και ποιοτικά κριτήρια αξιολόγησης της εμπορικής θέσης μίας εταιρίας ή πλατφόρμας ως δυνητικά δεσπόζουσα
6. κριτήρια αξιολόγησης των εμπορικών τακτικών που οδηγούν ή δύναται να οδηγήσουν σε κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης

7. κριτήρια επιβολής κυρώσεων
8. κριτήρια αξιολόγησης συμμόρφωσης

Για τον Κανονισμό, το πεδίο εφαρμογής είναι η ψηφιακή αγορά, η οποία ορίζεται εμμέσως στα επιμέρους στοιχεία της, αλλά ευθέως ως «ο ψηφιακός τομέας (...) εκτός από τους παρόχους και τις υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών/δικτύων⁶³». Η περαιτέρω εξειδίκευση του περιεχόμενου της αγοράς, προκύπτει από το άρθρο 2 και τους ορισμούς που δίνει για τις ανάγκες του Κανονισμού. Συγκεκριμένα ορίζει ως ψηφιακό τομέα, στο στοιχείο 4 του αρ.2, τον τομέα που «αποτελείται από προϊόντα και υπηρεσίες που παρέχονται με ή/και από μέσα της κοινωνίας της πληροφορίας».

Πρόκειται ουσιαστικά, όχι όμως αποκλειστικά, για υπηρεσίες-πλατφόρμες: κοινωνικών δικτύων, αναπαραγωγής ψηφιακού υλικού, ψηφιακές μηχανές αναζήτησης, φυλλομετρητές διαδικτύου (web browsers), ψηφιακούς βοηθούς, πιστοποίησης-ταυτοποίησης εξ αποστάσεως, ψηφιακών πληρωμών, πολυκάναλης ψηφιακής (με χρήση δικτύου) επικοινωνίας, διαμοιρασμού ψηφιακού υλικού και υπολογιστικά νέφη (clouds) αποθήκευσης – επεξεργασίας – υπολογιστικών διεργασιών (cloud computing), ψηφιακές υπηρεσίες διαμεσολάβησης τεχνολογικής υποστήριξης (tech support) πάσης φύσεως καθώς και όλα τα λογισμικά και τα συστήματα λογισμικού ψηφιακών αγορών εφαρμογών (software application stores ή app-stores), ενώ εντάσσονται και όλες οι υπηρεσίες (ψηφιακές ή μη) διαφήμισης στον ψηφιακό χώρο.

Έχοντας ορίσει την ψηφιακή αγορά για την εφαρμογή της DMA, οι ονομαζόμενες «θεμελιώδεις πλατφόρμες (παροχής ψηφιακών) υπηρεσιών» για τις οποίες εξετάζεται η απόδοση του όρου gatekeeper, μπορεί να ανήκουν στην οποιαδήποτε από τις ανωτέρω κατηγορίες με την προσθήκη όσων αποτελούν και υπηρεσίες λειτουργικών συστημάτων γενικά (operating systems). Στην πραγματικότητα, με τα σημερινά δεδομένα, καλύπτεται το σύνολο της ψηφιακής αγοράς με εξαίρεση τις εταιρίες παροχής υλικού εξοπλισμού. Αν όμως μία εταιρία προσφέρει υπηρεσία ψηφιακής σχεδίασης του κατάλληλου υλικού εξοπλισμού που θα κατασκευάσει ή εργαλεία διαχείρισης παραγγελιών ή κατασκευής του

⁶³ Αρ. 1 στοιχεία 1 και 3. Το στοιχείο 1 ορίζει το γενικό πλαίσιο ενώ το 3^ο θέτει τις εξαιρέσεις του πεδίου εφαρμογής.

εξοπλισμού με απαίτηση ψηφιακής σύνδεσης, τότε τα εργαλεία αυτά εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής και θεωρούνται ως θεμελιώδεις πλατφόρμες.

Για παράδειγμα, οι συσκευές της Apple ή της Google δεν εμπίπτουν στην κατηγορία των θεμελιωδών πλατφορμών, άπαξ όμως και ενεργοποιηθούν θα χρησιμοποιήσουν το λειτουργικό σύστημα της εταιρίας και τις επιμέρους εφαρμογές. Το πεδίο εφαρμογής του Κανονισμού, στο παράδειγμα, ξεκινά τη στιγμή της ενεργοποίησης της συσκευής. Εδώ όμως προκύπτει το ενδιαφέρον στοιχείο, όπου αν ο εξοπλισμός έχει κατασκευαστεί με προδιαγραφές αποκλεισμού για τρίτες ψηφιακές υπηρεσίες, πλέον ο ίδιος ο εξοπλισμός χρησιμοποιείται ως εμπορική τακτική στρέβλωσης του ανταγωνισμού σε δευτερογενές επίπεδο, που παραβιάζει τις επιταγές του Κανονισμού και η εταιρία οφείλει να τον τροποποιήσει καταλλήλως. Ένα καθημερινό παράδειγμα θα ήταν, η οριοθέτηση της αγοράς των Super-Markets, όπου αν ορίζονταν κάποιες αλυσίδες ως «κυρίαρχες», θα ήταν υποχρεωμένες να εγκαταλείψουν εμπορικές τακτικές όπως η ειδική διαμόρφωση ραφιών ή χρωματισμούς διαδρόμων για προώθηση προσυμφωνημένων προϊόντων και να αποδεχτούν την πώληση όλων των ανταγωνιστικών προϊόντων επί ίσων όρων.

Η κατηγορία των «πελατών», χρηστών, χωρίζεται σε δύο ξεκάθαρες ομάδες. Η πρώτη είναι οι τελικοί χρήστες, τα φυσικά ή νομικά πρόσωπα που χρησιμοποιούν όλα τις προαναφερόμενες υπηρεσίες με όποια χρήση πλην της εμπορικής⁶⁴. Ενώ οι εμπορικοί χρήστες καθορίζονται ως οι φυσικές ή νομικές οντότητες που δρουν εμπορικά ή επαγγελματικά ή ακαδημαϊκά και αξιοποιούν τα ψηφιακά εργαλεία με σκοπό ή στο πλαίσιο της εργασίας τους να πουλήσουν αγαθά – υπηρεσίες σε άλλους, τελικούς, χρήστες. Ενδιαφέρον είναι ότι οι ορισμοί τους δεν αναφέρονται σε Ευρωπαίους χρήστες, αλλά γενικά, δηλαδή παγκοσμίως.

Η μη διαφοροποίηση μεταξύ Ευρωπαίων και μη χρηστών, συνεισφέρει στα κριτήρια αξιολόγησης περί δεσπόζουσας θέσης στην ενιαία ευρωπαϊκή αγορά δηλαδή την απόδοση του όρου gatekeeper⁶⁵. Για να αξιολογηθεί μία εταιρία ως gatekeeper, σύμφωνα με το άρθρο 3, παρ.1 πρέπει:

⁶⁴ Αρ.2 στοιχείο 20

⁶⁵ Είναι σημαντικό να διαχωριστεί ο όρος «δεσπόζουσα θέση» γενικά και του gatekeeper. Στην εργασία χρησιμοποιείται ο όρος του gatekeeper για να υποδηλώσει τη δεσπόζουσα θέση μίας εταιρίας στην ενιαία

α. να έχει σημαντική επίδραση στην ενιαία αγορά

β. να παρέχει μία θεμελιώδη πλατφόρμα που να αποτελεί σημαντική πύλη για εμπορικούς και τελικούς χρήστες

γ. να απολαμβάνει μία μακροχρόνια και ανθεκτική θέση στις δραστηριότητές της ή στο σύντομο μέλλον να μπορεί να απολαύσει τέτοια θέση.»

Λεπτομέρειες αποσαφήνισης των κριτηρίων κατάταξης, περιέχονται στην δεύτερη (2^η) παράγραφο του άρθρου 3, όπου για το πρώτο στοιχείο ορίζονται τα οικονομικά όρια που καθιστούν την επίδραση μίας υπηρεσίας-πλατφόρμας σημαντική⁶⁶ και η συνδυαστική υποχρέωση της λειτουργίας της ίδιας πλατφόρμας-υπηρεσίας σε τρία τουλάχιστο Κράτη μέλη. Το δεύτερο στοιχείο, η σπουδαιότητα της υπηρεσίας ως πύλης, αναφέρεται στα ποσοτικά κριτήρια χρηστών. Τα κριτήρια εδώ αναφέρονται σε ευρωπαϊούς τελικούς ή εμπορικούς χρήστες (45 εκατομμύρια εγκατεστημένους ή διαμένοντες στην Ένωση τελικούς χρήστες το τελευταίο έτος και (συνδυαστικά) τουλάχιστο 10 χιλιάδες ενεργούς εμπορικούς χρήστες εγκατεστημένους στην ενιαία αγορά).

Το τρίτο στοιχείο, που αναλύθηκε και ως σημείο πρόληψης, συνδυάζει τα δύο προηγούμενα. Δηλαδή, για να αποδοθεί ο όρος της δεσπόζουσας θέσης και του gatekeeper ακόμη και αν δεν ικανοποιεί τα οικονομικά κριτήρια, αρκεί η εταιρία να περάσει τα όρια χρηστών του δεύτερου στοιχείου αλλά σε κάθε οικονομική χρονιά της τελευταίας τριετίας, αντί μόνο για την τελευταία. Αποσυνδέεται ουσιαστικά η κερδοφορία και η οικονομική αποτύπωση της εταιρίας και ενισχύεται το στοιχείο απόκτησης χρηστών.

ευρωπαϊκή αγορά, ενώ ο όρος της «δεσπόζουσας» θέσης μπορεί να αποδοθεί και σε μία εταιρία/υπηρεσία που τα λειτουργικά της χαρακτηριστικά την καθιστούν κυρίαρχη μεν, αλλά μόνο σε ένα ή δύο κράτη-μέλη. Για παράδειγμα, αν μία πλατφόρμα ηλεκτρονικής παραγγελίας φαγητού στην Ελλάδα έχει το 80% των χρηστών και το 70% των καταστημάτων που δρουν στο e-delivery, δύναται να κριθεί ότι έχει δεσπόζουσα θέση αλλά θα κριθεί με τα κριτήρια των αρ.101 και 102 της ΣΛΕΕ κι όχι με τον όρο του gatekeeper που αποδίδει η Πράξη. Τούτο διότι, η αγορά απεύθυνσης είναι μεμονωμένη με ειδικά χαρακτηριστικά. Εάν όμως πρόκειται για μία πλατφόρμα/εταιρία που λειτουργεί σε πάνω από τρία κράτη μέλη ή παγκοσμίως και απλά παρουσιάζει με μεταφρασμένο περιβάλλον την υπηρεσία σε όλες τις χώρες και όχι ως χωριστή οντότητα, τότε θεωρητικά εμπίπτει στην αξιολόγηση του gatekeeper.

⁶⁶ Ορίζεται ως gatekeeper όταν: ο ευρωπαϊκός τζίρος ανέρχεται σε τουλάχιστο 7,5 δις € σε κάθε χρηματοοικονομικό έτος της τελευταίας τριετίας, ή έχει χρηματιστηριακή αξία ή ίση αθροιστική αξία παγκοσμίως, με 75 δις €.

Τα παραπάνω κριτήρια λειτουργούν αθροιστικά μόνο για τις εταιρίες, που παρέχουν τις επιμέρους υπηρεσίες-πλατφόρμες. Αυτό διότι μία εταιρία μπορεί να προσφέρει πολλαπλές πλατφόρμες-υπηρεσίες και πρέπει να ενημερώσει χωριστά για κάθε πλατφόρμα της αν επαληθεύει τα όρια των χρηστών. Αν η εταιρία συνολικά έχει χαρακτηριστεί ως gatekeeper τότε πρέπει να ενημερώνει για όποια επιμέρους υπηρεσία της περάσει τα όρια των στοιχείων β ή/και γ (αρ.3 παρ3).

Τα κριτήρια που αναφέρθηκαν αναλύονται περαιτέρω στο Παράρτημα του Κανονισμού, ειδικότερα για τη φύση των χρηστών, καθώς και λεπτομέρειες για τις δυνατότητες και την αγορά απεύθυνσης τής κάθε υπό εξέταση πλατφόρμας ή/και εταιρίας παροχής τους. Στις επόμενες δύο υπο-ενότητες θα παρουσιαστούν και τα εναπομείναντα κριτήρια, των εμπορικών τακτικών, της επιβολής κυρώσεων και της συμμόρφωσης.

3.4 Διαδικασία Αξιολόγησης

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει δύο τρόπους να αποδώσει τον όρο gatekeeper σε μία εταιρία. Ο πρώτος αφορά την υποχρέωση όλων των εταιριών να ενημερώσουν εγκαίρως και αυτοβούλως την Επιτροπή για την επίτευξη των ορίων που αναλύθηκαν στην προηγούμενη υπο-ενότητα. Στο άρθρο 3 εκτός από τα κριτήρια, τίθεται και η διαδικασία οικειοθελούς ενημέρωσης από μεριάς των εταιριών για τη θέση τους στην Αγορά. Σε γενική κατεύθυνση, εντέλλονται εντός δύο (2) μηνών να ειδοποιούν την Επιτροπή ότι ανταποκρίνονται στις υποθέσεις ορίων της 2^{ης} παραγράφου και να παράσχουν όλες τις σχετικές πληροφορίες, είτε πρόκειται για τις ίδιες είτε για θυγατρικές τους ή για προϊόντα – υπηρεσίες λογιστικά διαχωρισμένες. Εάν αντιθέτως παραλείψουν να ενημερώσουν, η Επιτροπή δύναται να κρίνει με τις υπάρχουσες πληροφορίες εάν πρέπει να αποδώσει τον τίτλο του gatekeeper ή όχι. Σε κάθε περίπτωση, οφείλει να αποφασίσει μόλις σε 45 ημέρες για το καθεστώς της εταιρίας. Εξασφαλίζοντας δίκαιη αντιμετώπιση, προβλέπεται σειρά βημάτων αμφισβήτησης των στοιχείων ή και της απόφασης της Επιτροπής από την κρινόμενη επιχείρηση, εντός του χρονικού ορίου των 45 ημερών (αρ.3, παρ.5), με την επιφύλαξη αν η Επιτροπή δεν κρίνει τα αντι-επιχειρήματα επαρκή να μπορεί να αποφανθεί θετικά.

Ο δεύτερος μηχανισμός που μπορεί να ενεργοποιηθεί από την Επιτροπή, είναι η «Διερεύνηση της Αγοράς με σκοπό τη διαπίστωση(...)». Πρόκειται για διευρυμένη ελεγκτική και αξιολογική διαδικασία. Στον Κανονισμό τα άρθρα 17, 18 και 19 εξηγούν αναλυτικά τη διαδικασία ελέγχου, ορίζοντας τρία διαφορετικά πεδία αντίστοιχα. Το πρώτο πεδίο ελέγχου αφορά τον έλεγχο εταιριών που η Επιτροπή επιθυμεί να εξετάσει αν πληρούν τις προϋποθέσεις του αρ.3 παρ.1 και 2. Το δεύτερο πεδίο, στο άρθρο 18, είναι ο έλεγχος της Αγοράς για διαπίστωση περί μη συμμόρφωσης των gatekeeper με τις επιταγές του Κανονισμού. Τέλος, το τρίτο πεδίο αναφέρεται στην αξιολόγηση των διαφόρων πλατφορμών, ψηφιακών εργαλείων και τεχνολογιών που οφείλει να εξετάσει η Επιτροπή αν εμπίπτουν στο εξής στις εφαρμογές θεμελιώδους λειτουργίας (core platforms & gateways) και ελέγχου της ροής της πληροφορίας, ουσιαστικά αφορά την επέκταση του πεδίου εφαρμογής και αναφοράς με προληπτικό χαρακτήρα.

Το χρονικό περιθώριο αξιολόγησης και στις τρεις περιπτώσεις, οφείλει να μην ξεπερνά τους 12 μήνες, ενώ το αργότερο στους 6 μήνες έρευνας, η Επιτροπή υποχρεούται να εκδώσει προκαταρκτικά συμπεράσματα και να απευθύνει επιστολές και αναφορές στις υπό εξέταση εταιρίες με τα ευρήματά της. Ταυτόχρονα έχει δικαίωμα να απευθυνθεί σε ειδικούς του χώρου καθώς και σε ανταγωνιστικές εταιρίες-πλατφόρμες για συλλογή απόψεων, ενώ μπορεί να αξιοποιήσει ερωτηματολόγια, χρηματοπιστωτικές αναλύσεις, δημοσιεύματα, τεχνικές εκθέσεις και όποια άλλα εργαλεία κρίνει απαραίτητα. Όλα της τα αποτελέσματα δημοσιεύονται και αποστέλλονται προς το Ευρωκοινοβούλιο και το Συμβούλιο, με πρόταση για συγκεκριμένες δράσεις.

Η Επιτροπή, όπως αναφέρθηκε, έχει τη δυνατότητα να κρίνει μερική επιβολή μέτρων ή ολική, αναλόγως την έκθεση κίνδυνου στρέβλωσης του ανταγωνισμού που θα προκύψει από την διαπιστωτική της πράξη. Επιπλέον, μπορεί να επιβάλλει μερικό πλαίσιο απαγορεύσεων και υποχρεώσεων στις εταιρίες που κρίνει ότι δεν πληρούν ακόμη τα κριτήρια της παραγράφου 2 του άρθρου 3 αλλά δύνανται σε σύντομο χρόνο να πληρούν εκείνα, τα γενικότερα, της πρώτης παραγράφου του τρίτου άρθρου. Στην τελευταία περίπτωση όμως, πρέπει να επανεξετάσει εντός του έτους αν έχουν μεταβληθεί οι συνθήκες επιβολής των μερικών περιοριστικών μέτρων με ειδική έκθεση.

Σε αδρές γραμμές, η DMA συστήνει μία τεχνοκρατική διαδικασία ανάλυσης και εξέτασης των τεκμηρίων, δίχως να ορίζει κάθε πότε μπορεί και πρέπει να ενεργοποιείται το κάθε άρθρο (17, 18, 19), επιτρέποντας την αμφισβήτηση των προκαταρκτικών στοιχείων μεν, σε ασφυκτικά χρονικά πλαίσια δε, θέτοντας ταυτόχρονα προ των ευθυνών τους, τις ίδιες τις εταιρίες για έγκυρη ενημέρωση και σαφή πληροφόρηση.

3.5 Υποχρεώσεις

Η Digital Markets Act (DMA) περιγράφει συγκεκριμένες απαγορεύσεις για τους ρυθμιστές της πρόσβασης, gatekeepers, με σκοπό την πρόληψη αντι-ανταγωνιστικών πρακτικών. Συγκεκριμένα, το Τρίτο Κεφάλαιο της DMA αναφέρεται στις προβλεπόμενες απαγορευμένες για τους gatekeepers πρακτικές καθώς και στις υποχρεώσεις τους. Εντοπίζουμε δηλαδή αρνητικές και θετικές προβλέψεις. Οι αρνητικές εμπεριέχονται στο άρθρο 5 «Υποχρεώσεις των πυλωρών (ρυθμιστών πρόσβασης)», το άρθρο 6 περιγράφει αναλυτικότερες κατευθυντήριες ερμηνευτικές, ενώ το 7 καταγράφει τις θετικές υποχρεώσεις, όσα δηλαδή πρέπει να επιτρέπει και να εφαρμόζει μία εταιρεία.

Οι αρνητικές υποχρεώσεις (απαγορεύσεις) μπορούν να ομαδοποιηθούν στις εξής θεματικές:

1. χρήση – πρόσβαση – επεξεργασία προσωπικών δεδομένων
2. διεπαφή και διαλειτουργικότητα χρηστών – πλατφόρμα τρίτου – gatekeeper
3. ενημέρωση – διαφάνεια – λογοδοσία για τα στοιχεία απόδοσης των εταιριών-χρηστών των πλατφορμών του gatekeeper

Στην πρώτη ομάδα (αρ.5 παρ.2) οι απαγορεύσεις αφορούν τον συνδυασμό, τη διασταύρωση και την επεξεργασία των προσωπικών δεδομένων των επιχειρηματικών και τελικών χρηστών. Περιγράφονται ρητές απαγορεύσεις προς τους ρυθμιστές πρόσβασης να αντλούν δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα από μία τους υπηρεσία και να τα συνδυάζουν/διασταυρώνουν και επεξεργάζονται με μία άλλη. Δηλαδή, για παράδειγμα η Google Search (η γνωστή μηχανή αναζήτησης της Google) δεν επιτρέπεται πλέον να συνδυάζει τα προσωπικά (όχι λειτουργικά) δεδομένα που αντλεί από έναν χρήστη που ψάχνει στην πλατφόρμα της, με εκείνα του ιδίου που ψάχνει/χρησιμοποιεί μία άλλη πλατφόρμα της, όπως οι Google Maps (Χάρτες). Το ενδιαφέρον είναι ότι απαγορεύεται

ακόμη και να τα διασταυρώνει. Να προσπαθεί δηλαδή να εντοπίσει την ταυτότητα του χρήστη οριζόντια σε όλες τις τις υπηρεσίες. Το ίδιο ισχύει και για τη διεπαφή των πλατφορμών πρόσβασης, όπως οι browsers (φυλλομετρητές) με υπηρεσίες – σελίδες – πλατφόρμες τρίτων. Για παράδειγμα, το φαινόμενο που δημιουργείται με τα εικονίδια – κουμπιά των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις διάφορες ιστοσελίδες, το ονομαζόμενο «χρήστες φαντάσματα»(ghost users), όπου μία πλατφόρμα όπως η Facebook ή το νυν X παρακολουθούν και δημιουργούν προφίλ χρηστών ακόμη και αν δεν έχουν εγγραφεί ποτέ σε αυτές οι χρήστες, απλά και μόνο επειδή περιηγούνται σε ιστοσελίδες που «φιλοξενούν» τα συγκεκριμένα κουμπιά, πλέον θεωρείται παραβίαση των όρων. Το ίδιο ισχύει και για τις περιπτώσεις που το λογισμικό του τηλεφώνου ή του υπολογιστή ή της πλατφόρμας ψηφιακών καταστημάτων (όπως το AppStore – Google Play – AppGalary και το Android ή το iOS ή Windows OS) χρησιμοποιείται ως «πύλη» επαφής -αγοράς – απόκτησης – χρήσης υπηρεσίας ή πλατφόρμας τρίτου.

Η δεύτερη θεματική ομάδα επικεντρώνεται στην διαλειτουργικότητα και τη διεπαφή. Κύρια απαγόρευση είναι η έμμεση εκμετάλλευση της «πύλης πρόσβασης» για επιπλέον χρεώσεις ή εμπόδια απευθείας επικοινωνίας του τελικού χρήστη με την εξυπηρετούμενη από τον gatekeeper υπηρεσία-πλατφόρμα τρίτου, επιχειρηματικού χρήστη. Επειδή στην ψηφιακή αγορά το σύνηθες μοντέλο εξυπηρέτησης είναι τριαδικό, επιχείρηση-υπηρεσία-πλατφόρμα → λογισμικό-υπηρεσία-πλατφόρμα φιλοξενίας → τελικός/επιχειρηματικός χρήστης, οι πρόσφατες τακτικές και το μοντέλο που είχε ως τώρα δομηθεί, επέτρεπε ή έστω δεν εμπόδιζε τις επιχειρήσεις διαμεσολάβησης – φιλοξενίας, όπως οι μεγάλες γνωστές Alphabet, Amazon, Apple, Microsoft, Meta να χρησιμοποιούν τη θέση τους για να προωθούν συγκεκριμένες τρίτες εταιρίες – πλατφόρμες έναντι άλλων ή/και να εμποδίζουν την άμεση επαφή του τελικού χρήστη με τις τρίτες εταιρίες. Το εμπόδιο αυτό συνήθως συνίστατο στην απαγόρευση εκ μέρους των gatekeeper να αποδεχτούν πληρωμές – αγορές – εγγραφές εκτός του δικού τους περιβάλλοντος, υποχρεώνοντας τους χρήστες να αξιοποιούν μόνο τις πλατφόρμες τους για να αποκτήσουν ψηφιακές υπηρεσίες και αγαθά από τρίτες προσφερόμενες – φιλοξενούμενες εταιρίες. Ακόμη και αν μπορούσαν οι χρήστες να καταφύγουν απευθείας στις ιστοσελίδες των τρίτων εταιριών και αγόραζαν από εκεί, οι πάροχοι πρόσβασης, ιδίως στα λειτουργικά

συστήματα των τηλεφώνων, αρνούσαν την αποδοχή ενεργοποίησης των αποκτημένων υπηρεσιών ή κωδικών «ξεκλειδώματος» που είχαν αποκτηθεί εκτός της πλατφόρμας τους. Ο βασικός λόγος ήταν και είναι η χρέωση προμήθειας για κάθε συναλλαγή εντός του περιβάλλοντος των υπηρεσιών του gatekeeper. Μια χαρακτηριστική διαμάχη στο συγκεκριμένο πεδίο ήταν εκείνη μεταξύ Apple και Epic Games εξαιτίας του δημοφιλούς παιχνιδιού Fortnite. Η πρώτη, δίνοντας πρόσβαση στην πλατφόρμα παιχνιδιών της Epic Games, η οποία διαμοίραζε το παιχνίδι Fortnite, απαιτούσε από την Epic Games να πληρώνεται για κάθε αγορά που έκαναν οι παίκτες εντός του παιχνιδιού⁶⁷, με προμήθεια περίπου 20%, ενώ αρνούσαν την αναγνώριση αποκτημένων προϊόντων εκτός της πλατφόρμας της. Το ίδιο παρατηρούνταν σε όλες τις παιχνιδοσυσσκευές (Nintendo, Xbox) αλλά και σε άλλες πλατφόρμες, όπως διαμοιρασμού ήχου-μουσικής, προγραμμάτων γραφείου κτλ. Ο Κανονισμός πλέον εμποδίζει τέτοιες πρακτικές ενώ παράλληλα επιτάσσει τους gatekeepers να επιτρέπουν στους τρίτους να προωθούν προσφορές και συνδρομές, δίχως επιπλέον χρεώσεις από τη βασική χρέωση που ήδη καταβάλλουν. Τέλος, επιβάλλει στους ρυθμιστές να απέχουν από τακτικές εξαναγκασμού χρησιμοποίησης συγκεκριμένου λογισμικού από τους χρήστες για να έρθουν σε επαφή με τους τρίτους παρόχους.

Η τελευταία ομάδα υποχρεώσεων που όμως έχει θετικό χαρακτήρα, είναι οι απαιτήσεις που εγείρονται από πλευράς χρηστών και εξυπηρετούμενων τρίτων υπηρεσιών, όπως οι διαφημιζόμενοι, για παροχή πληροφορίας και στατιστικά απόδοσης. Οι ρυθμιστές πρόσβασης οφείλουν, σε γενικές γραμμές, να αποδίδουν δωρεάν και άμεσα κάθε πρόσφορη πληροφορία που τους ζητηθεί από τους πελάτες και τους χρήστες τους, ειδικότερα σε ό,τι αφορά την τιμολογιακή τους πολιτική και τις παρακρατήσεις εντός και εκτός πλατφόρμας – περιβάλλοντος του gatekeeper.

Το άρθρο 6 αναλύει περαιτέρω τις υποχρεώσεις ενώ θεσπίζει συγκεκριμένες υποχρεώσεις που αναμένεται να έχουν ισχυρό αντίκτυπο στην Ψηφιακή Αγορά και μεταβάλλουν το επιχειρηματικό μοντέλο των μεγάλων εταιριών στον πυρήνα του. Αρχικά, επιβάλλει τη δυνατότητα απεγκατάστασης όλων των μη-θεμελιωδών εφαρμογών,

⁶⁷ Το παιχνίδι δίδεται δωρεάν αλλά βασίζεται στις αγορές εντός παιχνιδιού, όπως πολεμικός εξοπλισμός και κατασκευαστικά υλικά ή χορευτικές κινήσεις και ενδυμασίες.

υποχρεώνει τους ρυθμιστές να επιτρέπουν την παραμετροποίηση, δηλαδή την αλλαγή των προεπιλεγμένων εφαρμογών για κατηγορίες ενεργειών⁶⁸, ενώ επιβάλλει στους gatekeepers να άρουν το όποιο εμπόδιο και συγχρόνως να διευκολύνουν τους τελικούς χρήστες στην άμεση εγκατάσταση τρίτου μη-επικίνδυνου λογισμικού. Στο ίδιο πλαίσιο, απαγορεύει στους ρυθμιστές να εμποδίζουν την ομαλή λειτουργία και διαλειτουργικότητα των τρίτων προγραμμάτων με τα συστήματά τους, ταυτοχρόνως με την ισόνομη κατάταξη και με διαφανείς όρους παρουσίαση των εναλλακτικών παρόχων στα ψηφιακά τους καταστήματα. Τέλος, η σημαντικότερη πρόβλεψη για τη διασφάλιση της διαφάνειας, βρίσκεται στις παραγράφους 12 και 13. Εκεί ορίζεται ότι οι gatekeepers οφείλουν να έχουν διαφανείς και γενικούς όρους στα καταστήματα εφαρμογών λογισμικού ή στις άλλες υπηρεσίες τους (αποκλείονται οι κρυφές συμφωνίες ή τακτικές αποκλεισμού) ενώ δεν επιτρέπεται ο σκιώδης τερματισμός μίας υπηρεσίας τρίτου ή η δυσανάλογη μεταχείριση με σκοπό τον τερματισμό παροχής πρόσβασης.

Τέλος, στο 7^ο άρθρο παρουσιάζεται το νέο απαιτούμενο πλαίσιο για τις υπηρεσίες επικοινωνίας και διαμοιρασμού περιεχομένου μεταξύ τελικών χρηστών. Ουσιαστικά αναφέρεται σε όλες τις υπηρεσίες μηνυμάτων, φωνητικών κλήσεων, βιντεοκλήσεων, αποστολής εικόνων-μουσικής-βίντεο και emails. Υποχρεώνει εντός προβλεπόμενων χρονικών διαστημάτων, οι gatekeepers να δημιουργήσουν τα πρωτόκολλα εκείνα που θα επιτρέπουν τη διεπαφή μεταξύ των διαφορετικών πλατφορμών επικοινωνίας αλλά και την απευθείας σύνδεση των χρηστών ως τερματική διεπαφή. Δηλαδή, να μπορεί κάποιο άτομο που χρησιμοποιεί το Messenger της Meta(Facebook) να στείλει μήνυμα απευθείας στο Messages (Μηνύματα) της Android (Google) ή στο Viber (Rakuten) και ιδίως, με απευθείας σύνδεση των τερματικών κρυπτογράφησης, δίχως τη διαμεσολάβηση άλλων server της εταιρίας παροχής πρόσβασης για αποθήκευση και επεξεργασία⁶⁹.

⁶⁸ Ένα βασικό παράδειγμα είναι η προεπιλογή φυλλομετρητή από το εκάστοτε σύστημα, δηλαδή τα Android προωθούσαν τον Chrome για να ανοίγει συνδέσμους ή η Microsoft τον Edge και η Apple το Safari. Το ίδιο ισχύει για το άνοιγμα εγγράφων, με την Adobe να προεγκαθιστά το AdobeReader σε όλες τα συστήματα και τη Microsoft να ωθεί τους χρήστες να χρησιμοποιούν τη σουίτα του Office (Word,Excel,PowerPoint) έναντι εναλλακτικών όπως το LibreOffice, ή το Pictures για την προβολή εικόνων στα συστήματα Windows.

⁶⁹ Global Partners Digital, 2022

Συνοπτικά, οι ρυθμιστές πρόσβασης απαγορεύεται να αντιμετωπίζουν τις δικές τους υπηρεσίες ή προϊόντα ευνοϊκότερα στην κατάταξη σε σύγκριση με τις προσφορές τρίτων στις πλατφόρμες τους. Δεν πρέπει να εμποδίζουν τους καταναλωτές να συνδέονται με επιχειρήσεις εκτός των πλατφορμών τους ή να περιορίζουν τους χρήστες από την απεγκατάσταση τυχόν προεγκατεστημένου λογισμικού ή εφαρμογών, εφόσον το επιθυμούν. Επιπλέον, απαγορεύεται στους ρυθμιστές της πρόσβασης να χρησιμοποιούν δεδομένα που συλλέγονται στις πλατφόρμες τους για να ανταγωνίζονται τους επιχειρηματικούς χρήστες τους. Δεν μπορούν να περιορίσουν τη δυνατότητα των χρηστών να έχουν πρόσβαση σε υπηρεσίες που ανταγωνίζονται τις υπηρεσίες του ρυθμιστή της πρόσβασης, ούτε μπορούν να δυσχεράνουν τους χρήστες να αλλάζουν μεταξύ διαφορετικών εφαρμογών λογισμικού και υπηρεσιών.

3.6 Συμμόρφωση και Κυρώσεις

Η διαδικασία συμμόρφωσης και επιτήρησης που προβλέπεται στην Digital Markets Act, είναι πολυεπίπεδη και αναλυτική. Στην παρούσα υπο-ενότητα θα παρουσιαστούν συνοπτικά τα στοιχεία της διαδικασίας, καθώς οι προβλέψεις διαρθρώνονται συνολικά σε 21 άρθρα, από το 8^ο έως το 29^ο.

Αρχικά, η Επιτροπή έχει την εκτελεστική εξουσία να εκκινήσει την διαδικασία έρευνας για τα μέτρα συμμόρφωσης που πρέπει να επιβληθούν ή/και εκείνα που τηρούνται και το βαθμό τους. Οι gatekeepers μπορούν αν το επιθυμούν να υποβάλλουν αίτημα ελέγχου ή σύνταξης υπομνήματος με υποδείξεις για συμμόρφωση με τα προβλεπόμενα μέτρα. Βασική αρχή των μέτρων προς επιβολή είναι η αναλογικότητα και η σκοπιμότητα αυτών (αρ.8). Επιπλέον το άρθρο 9 ορίζει τη διαδικασία αναστολής επιβαλλόμενων μέτρων, κυρίως για λόγους ασφαλείας και τεχνικών προδιαγραφών ή ακόμη και διακινδύνευσης του επιχειρηματικού μοντέλου της εταιρίας, με την προϋπόθεση της επαρκούς αιτιολόγησης και της επανεξέτασης κάθε έτος. Παρομοίως προβλέπεται και η διαδικασία απαλλαγής από τη συμμόρφωση με τα μέτρα των άρθρων 5 έως 7, με μοναδικές αιτιάσεις οι λόγοι δημόσιας ασφάλειας και υγείας. Η αποκλειστικότητα αυτών των αιτιών για να δικαιολογηθεί πράξη απαλλαγής, δεσμεύει αμφότερες τις πλευρές και διασφαλίζει τη μη κατάχρηση των μέτρων εξαιρέσης (αρ.10).

Οι «πυλωροί», gatekeepers, έχουν υποχρέωση ενημέρωσης για όλα τα ληφθέντα μέτρα συμμόρφωσης, εντός τριών (3) μηνών από την έκδοση πράξης συμμόρφωσης. Η Επιτροπή επιπλέον, μπορεί ανά διαστήματα να επικαιροποιεί τις υποχρεώσεις των άρθρων και να συντάσσει γενικότερες εκθέσεις συμμόρφωσης με προειδοποιητικές – προκαταρκτικές πράξεις ενημέρωσης των εμπλεκόμενων μερών (αρ. 11-12).

Το άρθρο 13, «Διατάξεις κατά της Καταστρατήγησης», είναι ένα από τα σημαντικότερα του Κανονισμού, καθώς στις οκτώ παραγράφους του, επιχειρεί να αποτρέψει πιθανές μεθόδους στρέβλωσης των προβλέψεων και ερμηνευτικές παρεκκλίσεις ικανές να επιτρέψουν νομικές επιδιώξεις άρσης των υποχρεώσεων. Κυρίαρχη πρόβλεψη, είναι η μη αναγνώριση τακτικών κατάτμησης, διαίρεσης, κατακερματισμού των υπηρεσιών που προσφέρει μία εταιρία – υπηρεσία – πλατφόρμα σε μικρότερες πλασματικές – εικονικές επιχειρηματικές μονάδες, με σκοπό την αποφυγή σωρευτικών κριτηρίων που ορίζονται από τα όρια του άρθρου 3. Επίσης εντέλει τους gatekeepers να απέχουν από σκιώδεις τακτικές, εμπορικές – νομικές – τεχνικές, που δυσκολεύουν τους τρίτους έναντι των δικών τους υπηρεσιών να εξυπηρετήσουν τους τελικούς χρήστες, καθώς επίσης απαγορεύει την πλασματική υποβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών για λόγους εμπορικού ανταγωνισμού ή επιδίωξης παράκαμψης των σωρευτικών κριτηρίων ορίου αξιολόγησης. Ουσιαστικά, μία εταιρία όπως η Meta δεν μπορεί να διαχωρίσει την υπηρεσία του Instagram από την εσωτερική λειτουργία του marketplace και των διαφημιστικών της εργαλείων, ούτε όμως να καθιστά την μετάβαση σε εμπορικούς συνδέσμους λιγότερο εύκολη σε κάποιους απ' ότι στα δικά της προϊόντα ή σε επιχειρήσεις με μεγαλύτερες εμπορικές συμφωνίες έναντι άλλων. Τέλος, υπάρχει η πρόβλεψη στο 14^ο άρθρο για την άμεση, πλήρη και διαφανή ενημέρωση της Επιτροπής για οποιαδήποτε προσπάθεια ή συμφωνία συγκέντρωσης, συγχώνευσης – απόκτησης άλλων εταιριών ή δικών της θυγατρικών, ενός gatekeeper.

Τα άρθρα 17 έως 29 περιγράφουν την διαδικασία διερεύνησης της Αγοράς, εντοπισμού και απόκτησης σχετικής πληροφορίας, τα χρονοδιαγράμματα δράσης και τις διαδικασίες έκδοσης διαπιστωτικών πράξεων.

Στις περιπτώσεις μη συμμόρφωσης προβλέπονται δύο επιλογές: 1. Επιβαλλόμενα μέτρα, όπως αναλύθηκαν και περιγράφονται στα άρθρα περί Συμμόρφωσης και 2.

Πρόστιμα. Τα άρθρα 30 και 31 είναι εκείνα που αναλύουν τις χρηματικές κυρώσεις. Στο 30^ο άρθρο η πρώτη κύρωση αντιστοιχεί στο έως 10% του παγκόσμιου κύκλου εργασιών κατά το προηγούμενο οικονομικό έτος. Οι λόγοι κύρωσης είναι η κάθε πιθανή παραβίαση των προβλεπόμενων στα άρθρα 5, 6, 7 καθώς και όποιας σύστασης – επιβαλλόμενου μέτρου και υποχρέωσης έχει προκύψει από τις εκθέσεις συμμόρφωσης, ακόμη και για όσες εταιρίες εμπίπτουν στο καθεστώς του «εν δυνάμει gatekeeper». Η δεύτερη κύρωση, δύναται να αγγίξει το 20% του παγκόσμιου οικονομικού κύκλου εργασιών μίας εταιρίας, εφόσον διαπιστωθεί ότι η υπό έλεγχο εταιρία με καθεστώς ρυθμιστή πρόσβασης, επανέλαβε την ίδια ή παρόμοια παραβίαση με εκείνες/η που είχε διαπράξει εντός 8 ετών. Τέλος, η μικρότερη δυνατή ως ανώτατο όριο ποινής, ορίζεται το 1% του παγκόσμιου κύκλου εργασιών, κυρίως για λόγους αποτυχίας έγκαιρης ενημέρωσης, απόκρυψης πληροφοριών, ανακριβείς δηλώσεις ή μη σύσταση υπηρεσιών συμμόρφωσης, όπως οφείλουν, για σκοπό της ομαλής παρακολούθησης. Ταυτόχρονα, στο άρθρο 31, προβλέπονται περιοδικές χρηματικές ποινές, που δεν μπορούν να υπερβαίνουν το 5% του μέσου ημερήσιου παγκόσμιου κύκλου εργασιών ενός gatekeeper, με στόχο την πίεση προς συμμόρφωση, καθώς επιβάλλονται ανά ημέρα μη συμμόρφωσης.

Ολοκληρώνοντας την παρουσίαση του νέου πλαισίου ρύθμισης ανταγωνισμού όπως προκύπτει από τη θεσπισμένη Digital Markets Act, μία πρώτη διαπίστωση είναι ότι πρόκειται για ένα κανονιστικό πλαίσιο που συγκεντρώνει την εμπειρία και τη νομολογιακή δυσκολία ετών, προσπαθεί να προσφέρει εργαλεία πρόβλεψης και προ-δράσης, ενώ στρέφεται κυρίως προς τις θεωρίες προστασίας του ανταγωνισμού παρά προς τις θεωρίες βλάβης, όπως συμβαίνει με το αμερικανικό νομικό σύστημα. Το ενδιαφέρον επικεντρώνεται στην ίση μεταχείριση των επιχειρήσεων από τους ρυθμιστές, λιγότερο στα οφέλη των τελικών χρηστών ή στην επαρκή δικαιολόγηση περί μη ύπαρξη βλάβης τους, ενώ η θέσπιση οριζόντιων, ενιαίων και κεντρικά οριζόμενων κανόνων από την Επιτροπή έναντι των κρατών-μελών, δημιουργεί ένα «ξεκάθαρο» πεδίο δράσης, clean and plain field, των ψηφιακών επιχειρήσεων εντός της E.E.

Στην επόμενη Ενότητα θα παρουσιαστούν ενδεικτικές περιπτώσεις που έχουν αναδειχθεί από την θέσπιση της DMA, συγκεκριμένα παραδείγματα και κατευθύνσεις που έχουν λάβει εταιρίες gatekeepers, ενώ στο τελευταίο Μέρος εμπεριέχεται η

προβληματική σχετικά με τις προβλέψεις του Κανονισμού, το διεθνές ρυθμιστικό πλαίσιο και οι τελευταίες εξελίξεις στο πεδίο της ψηφιακής αγοράς.

3.7 Εξελίξεις μετά τη θέσπιση της DMA

Στην προηγούμενη ενότητα αναλύθηκαν τα κύρια σημεία του Digital Markets Act , όπως ψηφίστηκε στις 14-09-2022 και τέθηκε σε ισχύ στην ολότητά της στις 06-03-2024. Ως την καταληκτική ημερομηνία συμμόρφωσης, 06 Μαρτίου του 2024, η DMA ήταν σε ισχύ αλλά όλες οι εταιρίες απολάμβαναν τη μεταβατική περίοδο και η Επιτροπή συνέλλεγε τα στοιχεία εκείνα που θα έθεταν τους gatekeepers προ των υποχρεώσεών τους.

Στις 06 Σεπτεμβρίου του 2023 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξέδωσε την πρώτη της διαπιστωτική πράξη για τον ορισμό των πρώτων gatekeepers, «πυλωρών». Για κάθε έναν που τεκμηριώθηκαν ως τέτοιοι, εξετάστηκαν οι επί μέρους υπηρεσίες τους και ορίστηκαν ποιες πληρούσαν τα κριτήρια για να χαρακτηριστούν ως «πύλες ροής» της πληροφορίας, gateways. Συγκεκριμένα χαρακτηρίστηκαν ως gatekeepers οι μητρικές εταιρίες: Alphabet, Amazon, Apple, ByteDance, Meta, Microsoft. Από αυτές προέκυψαν 22 πλατφόρμες – υπηρεσίες βασικής – θεμελιώδους λειτουργίας, core platform service, που ορίστηκαν ως «πύλες ροής»⁷⁰.

1. Για την Alphabet⁷¹: Google Play, Google Maps, Google Shopping, Google Search, YouTube, Android Mobile, Alphabet's online advertising service, Google Chrome.
2. Για την Amazon⁷²: Marketplace, Amazon Advertising.
3. Για την Apple Inc.⁷³: AppStore, iOS, Safari, iPadOS
4. Για την ByteDance Ltd⁷⁴: TikTok

⁷⁰ “DMA designated Gatekeepers,” n.d., βλ. Δικτυογραφία

⁷¹ Αποφάσεις για Alphabet: [DMA.100002](#), [DMA.100011](#), [DMA.100011](#), [DMA.100004](#), [DMA.100005](#), [DMA.100009](#), [DMA.100010](#)

⁷² Αποφάσεις για Amazon: [DMA.100010](#), [DMA.100010](#)

⁷³ Αποφάσεις για Apple: [DMA.100013](#), [DMA.100025](#), [DMA.100027](#), [DMA.100047](#)

⁷⁴ Αποφάσεις για TikTok: [DMA.100040](#)

5. Για την Meta Platforms, Inc⁷⁵: Facebook Marketplace, Facebook, Instagram, WhatsApp, Messenger, Meta Ads
6. Για την Microsoft Corporation⁷⁶: LinkedIn, Windows PC OS

Η Επιτροπή εξαίρεσε από τον χαρακτηρισμό ως κρίσιμες πλατφόρμες την υπηρεσία iMessage της Apple, τον φυλλομετρητή (browser) Edge της Microsoft και την μηχανή αναζήτησής της τον Bing μαζί με το αντίστοιχο διαφημιστικό εργαλείο. Οι λόγοι εξαίρεσης για αυτές τις δημοφιλείς υπηρεσίες, ήταν η χαμηλή αποδοχή – χρήση τους εντός της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Περιοχής. Ουσιαστικά, οι εταιρίες με τα υπομνήματά τους υπέδειξαν στην Επιτροπή ότι οι συγκεκριμένες υπηρεσίες τους δεν είναι εξίσου επιδραστικές στην ΕΕ όσο στον υπόλοιπο πλανήτη, συνεπώς δεν επιδρούν εξίσου και στην κερδοφορία τους. Οι παραδοχές των δύο εταιριών επιβεβαιώνουν την κοινή πεποίθηση ότι τα εργαλεία επικοινωνίας της Apple δεν είναι δημοφιλή στην Ευρώπη, ενώ η επιρροή της Microsoft στον τομέα της Αναζήτησης και της Διαφήμισης απέχει μακράν από εκείνη της Alphabet, μητρική της Google.

Τη μεγαλύτερη συμπερίληψη των υπηρεσιών της στις προβλέψεις της DMA, παρουσιάζει η Alphabet με 8 υπηρεσίες, δηλαδή το 36% του συνόλου. Ακολουθεί η Meta, μητρική της Facebook με μερίδιο 27%, συνολικά 6 υπηρεσίες-πλατφόρμες και ακολουθούν Amazon, Apple με μερίδια 13-18%, από τρεις – τέσσερις υπηρεσίες η κάθε μία, η Microsoft με μόλις δύο και 9% μερίδιο και η ByteDance με μοναδική πλατφόρμα της το TikTok. Η συγκεκριμένη διαστρωμάτωση δύναται να αποτελέσει έναν δείκτη κοινωνικής – οικονομικής – επιχειρηματικής θέσης των εταιριών στον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο, δεδομένου ότι όσο μεγαλύτερο είναι το ποσοστό της εταιρίας εντός του δείκτη, τόσο μεγαλύτερη είναι η διασπορά και η επιρροή του επιχειρηματικού της μοντέλου. Αυτό διότι δεν εξυπηρετούν όλες οι υπηρεσίες – πλατφόρμες τους ίδιους σκοπούς, ούτε απευθύνονται στους ίδια κοινά χρηστών. Το παράδειγμα της Google και της Microsoft είναι χαρακτηριστικά. Ενώ στους σταθερούς υπολογιστές η Microsoft απολαμβάνει μερίδιο αγοράς 74%⁷⁷ στην Ευρώπη, οι υπηρεσίες της Google είναι

⁷⁵ Αποφάσεις για Meta Platforms, Inc.: [DMA.100044](#), [DMA.100020](#), [DMA.100020](#), [DMA.100024](#), [DMA.100024](#), [DMA.100035](#)

⁷⁶ Αποφάσεις για Microsoft Corporation: [DMA.100017](#), [DMA.100026](#)

⁷⁷ “Desktop Operating System Market Share Europe,” n.d., βλ. Δικτυογραφία

πανταχού παρούσες στην Ψηφιακή Αγορά εκτοπίζοντας κάθε ανταγωνιστή τους, με τους χρήστες να αξιοποιούν τα βασικά της εργαλεία (Αναζήτηση, Χάρτες, Youtube, Google Play) σε καθημερινή βάση. Αντιστρόφως, οι Ευρωπαίοι προτιμούν τις πλατφόρμες επικοινωνίας της Meta, όπως το WhatsApp, το Facebook, το Messenger και το Instagram αντί του iMessage και του X (πρώην Twitter).

Υποχρεωμένες να ακολουθήσουν τις συμβατικές υποχρεώσεις που προκύπτουν από τον ορισμό των υπηρεσιών τους, οι gatekeepers έχουν ανακοινώσει το τελευταίο διάστημα, τελευταίο τέταρτο του 2023 με μέσα του 2024, σειρά αλλαγών στις πλατφόρμες τους.

Η βασική αλλαγή που οφείλουν να κάνουν οι κυρίαρχοι παίκτες, Apple – Microsoft – Alphabet, είναι να επιτρέψουν τα εναλλακτικά κανάλια αγοράς εφαρμογών (stores) να εγκαθίστανται και να διαλειτουργούν με τα λειτουργικά συστήματα των υπολογιστικών τους εξοπλισμών (σταθεροί υπολογιστές, laptops, έξυπνα κινητά τηλέφωνα, tablets). Πρακτικά, οι συσκευές Apple θα πρέπει να επιτρέπουν την εγκατάσταση του PlayStore της Google ή του AppGalaxy της Huawei ή της Samsung, αντιστοίχως οι Android συσκευές και οι υπολογιστές με λειτουργικό σύστημα Windows. Η υποχρέωση αυτή εκτείνεται και στην υποβοήθηση των προγραμματιστών να μετατρέψουν σε συμβατές τις εφαρμογές τους σε όλα τα λειτουργικά συστήματα, δίχως την περαιτέρω δημιουργία εμποδίων, όπως συνέβαινε μέχρι στιγμής. Η συγκεκριμένη αλλαγή, θεωρητικά, θα δημιουργήσει νέα ώθηση στους υπολογιστές και τις κινητές συσκευές, καθώς ένα από βασικότερα προβλήματα που αντιμετώπιζαν οι χρήστες ήταν η διαλειτουργικότητα μεταξύ Windows – Android - Apple(iOS) συστημάτων, οδηγώντας άλλους είτε σε περίπλοκες και κοστοβόρες επιλογές έμμεσης επικοινωνίας και ανταλλαγής πληροφοριών είτε σε λύσεις κλειστών οικοσυστημάτων, όπως αυτό της Apple. Αναγκαστική συνέπεια είναι το σταδιακό «σπάσιμο» του οικοσυστήματος της τελευταίας αλλά και η ενίσχυση των εφαρμογών για υπολογιστές Windows. Θεωρητικά, η Alphabet, κάτοχος του PlayStore, του ισχυρότερου καναλιού διάθεσης εφαρμογών, θα αποκτήσει μεγαλύτερη διείσδυση στην αγορά, αφού προϊόντα της θα διανέμονται απευθείας σε άλλα οικοσυστήματα, ενώ η Microsoft θα μπορέσει να ισχυροποιήσει τη θέση της σε όλες τις συσκευές με τη βοήθεια των εργαλείων της πλατφόρμας Office. Όλα αυτά εξαρτώνται

βεβαίως από την πολιτική τιμολόγησης και χρεώσεων προμήθειας που θα ακολουθήσει η κάθε εταιρία.

Η τελευταία επισήμανση, οδηγεί στην επόμενη αλλαγή που επιφέρει η DMA: διαφάνεια στην τιμολογιακή πολιτική και στην πληροφόρηση των χρηστών. Μέχρι σήμερα, για τους τελικούς χρήστες ήταν εξαιρετικά δύσκολο αν όχι αδύνατον να πληροφορηθούν αν η τιμή – χρέωση μίας ψηφιακής υπηρεσίας που διατίθεντο μέσω τρίτου παρόχου (όπως το PlayStore των Android κινητών ή το AppStore της Apple και το Store της Microsoft), ήταν η καλύτερη τιμή απόκτησης της υπηρεσίας ή επιβαρύνεται με κόστη προμήθειας έως και 30% (περιπτώσεις Apple). Πλέον οι υπηρεσίες των gatekeepers είναι υποχρεωμένες να επιτρέπουν την άμεση πληροφόρηση των χρηστών για εκπτώσεις ή προσφερόμενες τιμές μέσου άλλων πλατφορμών. Δηλαδή, ένας χρήστης iPhone που χρησιμοποιεί την υπηρεσία Spotify θα πρέπει να μπορεί να πληροφορηθεί ότι η υπηρεσία αν αποκτηθεί και χρησιμοποιείται μέσω του PlayStore της Google ή απευθείας ως μεμονωμένη εφαρμογή από την ιστοσελίδα του παρόχου μπορεί να κοστίζει λιγότερο. Το συγκεκριμένο παράδειγμα έχει προκύψει από την Απόφαση Επιβολής Προστίμου ύψους 1,8 δισεκατομμυρίων ευρώ, προς την Apple από την Επιτροπή, για λόγους παραβίασης ενημέρωσης χρηστών και στρέβλωσης του ανταγωνισμού έναντι της πλατφόρμας διαμοιρασμού μουσικής Spotify⁷⁸.

Παρομοίως, οι υπηρεσίες της Alphabet, Google, προσαρμόζονται σε νέες μεθόδους παρουσίασης αποτελεσμάτων κατά την χρήση της Αναζήτησης Google. Συγκεκριμένα, η εταιρία ανακοίνωσε ότι αφαιρεί το εργαλείο προώθησης κράτησης πτήσεων μέσω της Google καθώς και όλα τα σχετικά εργαλεία απευθείας παραπομπής στο δικό της περιβάλλον κρατήσεων (ξενοδοχεία, εισιτήρια κτλ), επιστρέφοντας στο πρωταρχικό της μοντέλο παρουσίασης των οικονομικότερων προσφορών, ανεξαρτήτως παρόχου. Τα συγκεκριμένα εργαλεία ήταν η «κρυφή» ναυαρχίδα της εταιρίας για άντληση κερδών από τις προμήθειες κλικαρίσματος. Επιπλέον εγκαινιάζει εργαλεία σύγκρισης τιμών κατά την αναζήτηση ενώ απελευθερώνει, υπό προϋποθέσεις, το ψηφιακό κατάστημα PlayStore από τις κλειστού – εντός οικοσυστήματος πληρωμές⁷⁹. Επιπρόσθετα θα επιτρέπει εντός

⁷⁸ “Commission fines Apple,” n.d., βλ. Δικτυογραφία

⁷⁹ “Complying with the Digital Markets Act,” 2024, βλ. Δικτυογραφία.

του φυλλομετρητή της Chrome την εύκολη εναλλαγή των μηχανών αναζήτησης (Google, Bing, Duck-Duck-Go, Ecosia κτλ), ενώ θα κρατά χωριστά τα στοιχεία χρήσης των χρηστών για κάθε της υπηρεσία. Επιπτώσεις των αλλαγών αυτών μπορούμε να εντοπίσουμε ήδη. Σε προηγούμενο χρόνο κατά την Αναζήτηση οδού, μπορούσαμε να μεταβούμε απευθείας από το περιβάλλον της Google στους Χάρτες της, κάτι που δεν είναι πλέον δυνατόν, αφού οφείλουμε είτε να ανοίξουμε πρώτα την υπηρεσία Χάρτες είτε να επιλέξουμε τον σύνδεσμο παραπομπής.

Αντιστοίχως, η Microsoft ενημέρωσε τους όρους διανομής ειδησεογραφικού περιεχομένου, επιτρέποντας τρίτες υπηρεσίες διανομής ενημερωτικού υλικού να εγκαθίστανται ως widgets, εργαλεία αναδυόμενων παραθύρων και μικρο-εφαρμογών. Επιπλέον, επιτρέπει πλέον την απεγκατάσταση και εύκολη εναλλαγή των βασικών της στοιχείων πρόσβασης στο διαδίκτυο, τον φυλλομετρητή Edge και την μηχανή αναζήτησης Bing. Ενώ ενημερώνει και τους όρους χρήσης και παροχής λογισμικού και εφαρμογών προς τους προγραμματιστές, επιτρέποντας μεγαλύτερη διαφάνεια και ευκολία στη δημιουργία και διανομή αντίστοιχων εργαλείων για τους τελικούς χρήστες, ενώ θα επιτρέπει και την απευθείας διαφήμιση και ανακατεύθυνση των χρηστών προς τις πλατφόρμες τρίτων μερών. Αλλαγές θα πραγματοποιήσει και στο επαγγελματικό κοινωνικό δίκτυο LinkedIn, αποσυνδέοντας τις παρεχόμενες από τη Microsoft λοιπές υπηρεσίες από τον πυρήνα χρήσης της πλατφόρμας, αφήνοντας τους χρήστες να επιλέγουν ποιες υπηρεσίες επιθυμούν να συνδέσουν. Πλέον όμως, δημιουργείται η ανάγκη να απαιτείται διαρκής συναίνεση των χρηστών, οριζόντια στις πλατφόρμες, για τη σύνδεσή τους με τις επιμέρους πλατφόρμες και η αποδοχή των όρων διαμοιρασμού των δεδομένων με τους λοιπούς παρόχους, οδηγώντας ουσιαστικά την εμπειρία σε χρήστη σε πολυπλοκότερα μοτίβα, αφού θα απαιτούνται περισσότερες ενέργειες από τους χρήστες και «κλικαρίσματα σε αναδυόμενα παράθυρα όρων και προϋποθέσεων», opt-clicks. Από την άλλη, η εταιρία της Microsoft φαίνεται σταδιακά να επιθυμεί να «σπάσει» τις υπηρεσίες και να τις διανέμει ως χωριστές, όπως συμβαίνει πρόσφατα με το Teams, την πλατφόρμα βιντεοκλήσεων, αποσυνδέοντάς την από το βασικό πακέτο της σουίτας Office. Παρομοίως μπορεί να πράξει και με την αναπτυσσόμενη τεχνολογία – εργαλείο Copilot, βασισμένο στις δυνατότητες της εργαλείου Τεχνητής Νοημοσύνης

Chat-GPT 4 ή/και με την υπηρεσία αποθηκευτικού νέφους, OneDrive. Μέχρι στιγμής το Copilot δίδεται με επιπλέον χρέωση σε εμπορικούς και μεμονωμένους τελικούς χρήστες, αλλά αν δεν ενσωματωθεί στα βασικά πακέτα, είτε του Edge είτε της σουίτας Office, θα μπορούσε να πωλείται σε τρίτες εταιρίες ή να λειτουργεί ανεξάρτητα, για παράδειγμα ως εργαλείο σε ένα Android ή Apple κινητό τηλέφωνο⁸⁰. Με αυτή τη μέθοδο κρατά εξ αρχής χωριστά τις πλατφόρμες της, επιτρέποντας τις να διαφεύγουν του χαρακτηρισμού gateways, πύλης ροής, που επιφέρει ισχυρότερες ρυθμίσεις.

Τον μεγαλύτερο προβληματισμό σχετικά με τη διαδικασία συμμόρφωσης, μοιάζει να τον επιδεικνύει η Apple Inc. Η εταιρία έχει στηρίξει όλη την τεχνολογική και εμπορική της τακτική σε δύο πυλώνες: 1. αποκλεισμό όσων δεν ανήκουν στο οικοσύστημα της Apple και 2. δημιουργία αίσθησης ανωτερότητας στους πελάτες της μέσω των διαρκώς αυξημένων τιμών και της αίσθησης του «ανήκειν» σε επιλεγμένη αποκλειστική ομάδα. Ενώ θεωρητικά το συγκεκριμένο μοντέλο θα μπορούσε να απομονωθεί στις εμπορικές τακτικές, εντούτοις επηρεάζει όλη την κουλτούρα και την τεχνολογική της εξέλιξη. Η Apple αναγκάζεται στην Ευρώπη να αποδεχτεί – παραδεχτεί ότι οι συσκευές της όντως μπορούν να λειτουργήσουν χωρίς πρόβλημα με συστήματα άλλων εταιριών και ότι η πολιτική αποκλεισμού που εφαρμόζει στους προγραμματιστές δεν αποτελεί κάτι διαφορετικό από ένα οικονομικό μοντέλο «εμπορικού εκφοβισμού». Ουσιαστικά ο νέος Κανονισμός υποχρεώνει την Apple να μετατρέψει τις συσκευές της σε μιμητές του μοντέλου Android και τους υπολογιστές της σε Windows. Το σημείο καμπής για την εταιρία θα είναι η «ανακάλυψη» των χρηστών της ότι οι συσκευές και οι υπηρεσίες που χρησιμοποιούσαν με αίσθημα υπεροχής, μπορούν να αντικατασταθούν από οικονομικότερες και ίσως περισσότερο καλοσχεδιασμένες και προσωποποιημένες λύσεις. Για τους ανωτέρω λόγους, η αγορά θεωρεί ότι η Apple θα συνεχίσει την επιθετική της πολιτική απέναντι στην Ε.Ε. ή θα προσπαθεί να εξαιρεί υπηρεσίες από την ήπειρο ή, όπως καταγράφεται τους τελευταίους μήνες, θα προσπαθεί να δημιουργεί οικονομικές απαιτήσεις προς τους προγραμματιστές – εμπορικούς – τελικούς χρήστες σημαντικού μεγέθους ώστε να αυτό-αποκλειστούν. Η συγκεκριμένη τακτική έχει βρεθεί στο

⁸⁰ Nelson, 2024, βλ. Δικτυογραφία.

στόχαστρο της Επιτροπής από τον Μάρτιο του 2024 ως προσπάθεια έμμεσης παραβίασης των όρων του Digital Markets Act. Διότι, η Apple, αποφάσισε να επιτρέπει μεν σε εφαρμογές τρίτων να εγκαθίστανται στις συσκευές της αλλά πληρώνοντας 0,5€ για κάθε μία εγκατάσταση ξεπερνώντας το πρώτο 1 εκατομμύριο εγκαταστάσεις, για κάθε έτος και ανά χρήστη. Ταυτοχρόνως απαιτεί για κάθε αγορά εντός του λογισμικού της να της αποδίδουν έως και 30% προμήθεια επί της αγοράς. Πρακτικά αυτό σημαίνει ότι καμία εφαρμογή δεν μπορεί να διανέμεται δωρεάν στους χρήστες αφού θα πρέπει να αποδώσει στη συνέχεια τεράστιο μέρος των κερδών από διαφημίσεις ή αγορές εντός εφαρμογής⁸¹, εκτός αν δεν έχει ή επιδιώκει κανένα έσοδο πάσης φύσεως από την χρήση – διανομή της εφαρμογής. Στο ίδιο πλαίσιο κινούνται και οι κινήσεις της εταιρίας για την αποδοχή μηδενικών προμηθειών από τη χρήση του ψηφιακού πορτοφολιού της με τραπεζικές κάρτες, αφού πλέον αναγκαστικά θα επιτρέπει τη χρήση της τεχνολογίας NFC (ανέπαφον συναλλαγών) για όλες τις πιστοποιημένες εφαρμογές, δίχως να απαιτείται ειδική σύμβαση προμηθειών με την εταιρία της Apple, αλλαγή που επίσης αναμένεται να διαταράξει τα έσοδα και το επιχειρηματικό της μοντέλο.

Οι τελευταίες σχετικές εξελίξεις αφορούν τις Alphabet, Apple και Meta. Στις 25 Μαρτίου του 2024, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αποφάσισε να ενεργοποιήσει τη διαδικασία έρευνας περί μη-συμμόρφωσης για τις τρεις αυτές εταιρίες. Συγκεκριμένα, η Επιτροπή θέλει να εξετάσει αν η Google εξακολουθεί να χρησιμοποιεί τον μηχανισμό αναζήτησης για να προωθεί – κατευθύνει στα προϊόντα της τους χρήστες, καταπατώντας τις διατάξεις του Κανονισμού περί άνισης προτεραιοποίησης των αποτελεσμάτων αναζήτησης. Παρομοίως για την Apple, θεωρεί ότι η εταιρία δεν έχει εξαλείψει τις απαγορεύσεις προς τους παρόχους τρίτων εφαρμογών να ανακατευθύνουν τους χρήστες σε εκτός-Apple περιβάλλοντα, επιτρέποντας τους να λαμβάνουν ευνοϊκότερους οικονομικούς όρους και παροχές, ενώ στο μικροσκόπιο της έρευνας εντάσσονται και οι νέες τιμολογιακές πολιτικές της Apple για την άδεια χρήσης του AppStore ως πλατφόρμα διανομής εφαρμογών. Επιπλέον, θα εξετάσει αν η Apple έχει σεβαστεί τους όρους σχετικά με τη διαλειτουργικότητα των εφαρμογών και την απαίτηση για εύκολη και απρόσκοπτη

⁸¹ Roth, 2024; Tar, 2024a; Tar, 2024b, βλ. Δικτυογραφία

απεγκατάσταση όσων εφαρμογών δεν είναι απολύτως απαραίτητες, προωθώντας ουσιαστικά τα δικά της προϊόντα έναντι τρίτων.

Η πιο καθοριστική, κατά τη γνώμη του συντάκτη της εργασίας, για το μέλλον των μεγάλων πλατφορμών και των οικονομικών τους μοντέλων, θα είναι η εξέταση του μοντέλου που υιοθέτησε πρόσφατα η Meta, μητρική της Facebook-Instagram-Messenger-WhatsApp. Η μητρική της Facebook αποφάσισε ότι θα προσφέρει στους χρήστες όλων των υπηρεσιών της δύο επιλογές: λογαριασμοί με συνδρομή όπου οι χρήστες θα απαλλαγθούν από διαφημίσεις και επεξεργασία των δεδομένων τους έναντι περίπου 10€/μήνα ή θα είναι υποχρεωμένοι να αποδεχθούν όλους τους όρους χρήσης (με οριζόντια διασταύρωση και επεξεργασία των δεδομένων τους) συν διαφημίσεις αν επιλέξουν το δωρεάν μοντέλο. Η Επιτροπή επιθυμεί να εξετάσει αν η τακτική η μη-αποδοχή των χρηστών για την οριζόντια χρήση και διασταύρωση των δεδομένων τους, υποχρεωτικά να οδηγεί στο μοντέλο συνδρομής, είναι σύνηθες με τις διατάξεις του 5^{ου} άρθρου ή αποτελεί καταχρηστική εμπορική επιλογή από μεριά της εταιρίας. Ο λόγος που η απόφαση, σχετικά με το μοντέλο της Meta κρίνεται σημαντική, είναι επειδή θα δώσει το αντίστοιχο σήμα στις υπόλοιπες εταιρίες για τα επιχειρηματικά μοντέλα που μπορούν αν επιλέγουν και τις μεθόδους προσέγγισης – παραμονής των χρηστών σε αυτές. Το ζήτημα προς διερεύνηση δεν είναι η επιλογή συνδρομής έναντι δωρεάν πρόσβασης, αλλά τα δικαιώματα – προτερήματα της μίας επιλογής έναντι της άλλης. Συγγενείς περιπτώσεις μπορεί να προκύψουν με το Netflix και το Amazon Prime, το Spotify, το Xbox ή άλλες πλατφόρμες περιεχομένου που προσφέρουν συνδρομητικά και δωρεάν πακέτα με κίνητρο είτε την απαλλαγή από διαφημίσεις (θεμιτό μοντέλο) είτε/και άνιση μεταχείριση των δεδομένων προσωπικής φύσεως των χρηστών (αθέμιτο μοντέλο). Διότι το πνεύμα του Κανονισμού αποσκοπεί να ορίζει ότι όλοι οι gatekeepers πρέπει να διαφυλάττουν και διαχωρίζουν τα δεδομένα των χρηστών τους, ανεξαρτήτως μοντέλου εγγραφής και να διασφαλίζουν όπου είναι δυνατόν την ανωνυμία ή κρυπτογράφηση της επικοινωνίας στις επιμέρους πλατφόρμες τους⁸².

⁸² “Commission opens non-compliance investigations against Alphabet, Apple and Meta under the Digital Markets Act - European Commission,” n.d., βλ. Δικτυογραφία.

Η πιο πρόσφατη εξέλιξη με την εφαρμογή του Digital Markets Act, είναι η ενεργοποίηση του εργαλείου γνωστοποίησης παραβάσεων – παραβιάσεων (whistleblower tool). Το συγκεκριμένο εργαλείο είναι μία σειρά μεθόδων, πρωτοκόλλων, αναφορών και βημάτων που απαιτούνται ώστε να συλλέγονται ανώνυμες ή και επώνυμες καταγγελίες σχετικά με καταπάτηση των όρων του Κανονισμού από τους gatekeepers, με κύριο μέλημα την προστασία ταυτότητας των καταγγελλόντων. Συγκεκριμένα ορίζονται «σημεία επαφής» τόσο στην Επιτροπή όσο και στις εθνικές αρχές ανταγωνισμού, όπου οι ενδιαφερόμενοι είτε με emails, ειδικές φόρμες, κατάθεση εγγράφων ή άλλο πρόσφορο μέσο, μπορούν να επισημάνουν στην Επιτροπή συγκεκριμένες παραβιάσεις⁸³.

Ολοκληρώνοντας την Ενότητα αναφορικά με τις εξελίξεις εφαρμογής του νέου πλαισίου ανταγωνισμού, διαπιστώνουμε ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση επιθυμεί να βρεθεί μπροστά από τις εξελίξεις αναφορικά με την εμπορική και οικονομική επέκταση των μεγάλων εταιριών ψηφιακών υπηρεσιών. Το νέο πεδίο που διαμορφώνεται καλύπτει εν μέρει την επιθετική πολιτική κάποιων εξ αυτών, με έμφαση στις μεθόδους αθέμιτου ανταγωνισμού. Οι τεχνητοί αποκλεισμοί περιεχομένου τρίτων παρόχων, οι μέθοδοι συμπίεσης της κερδοφορίας εταιριών ανταγωνιστικών προς τους κύριους παρόχους ροής δεδομένων, οι τακτικές περιχαράκωσης των χρηστών εντός κλειστών οικοσυστημάτων και η αναγκαστική, ουσιαστικά, μετακύληση χρηστών και δεδομένων τους από μία πλατφόρμα σε άλλη του ίδιου ισχυρού παίκτη της αγοράς, είναι οι κύριοι στόχοι της νεοθεσμοθετημένης DMA . Δίνοντας έμφαση στη διαλειτουργικότητα, τη διαφάνεια και την ίση μεταχείριση, η Ένωση μέσω της Επιτροπής, προσπαθεί να πετύχει ένα «σπάσιμο», κατά το de-coupling της περιόδου του 1990-2010 για τις κυρίαρχες – μονοπωλιακές κρατικές επιχειρήσεις, με επιταγές κανονιστικού περιεχομένου που δε θα θίγουν την ελεύθερη αγορά, τις εμπορικές σχέσεις με τις άλλες χώρες και την ψηφιακή συμπερίληψη των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων και χρηστών.

Το επόμενο Μέρος της εργασίας επικεντρώνεται στην αξιολόγηση του νέου Κανονισμού, το διεθνές πλαίσιο όπως διαμορφώνεται την τελευταία πενταετία, την

⁸³ “Commission launches Whistleblower Tools for Digital Services Act and Digital Markets Act - European Commission,” n.d., βλ. Δικτυογραφία.

επίδραση των ευρωπαϊκών πρωτοβουλιών στα τρίτα κράτη και αντιμετώπιση του νέου τοπίου από τις επιχειρήσεις και την ευρύτερη αγορά.

Κεφάλαιο 4: Αξιολόγηση του Υφιστάμενου Μοντέλου, Διεθνείς Ρυθμίσεις και Προσεγγίσεις.

Σε αυτό το κεφάλαιο επιχειρείται η κριτική αξιολόγηση του υφιστάμενου νομοθετικού και ρυθμιστικού περιβάλλοντος για τις Ψηφιακές Αγορές και την Ψηφιακή Οικονομία. Το κεφάλαιο θα περιγράψει 1. το γενικότερο πλαίσιο που είναι πλέον σε ισχύ, 2. τα ισχυρά και αδύναμα σημεία του Digital Markets Act, 3. την επιστημονική κριτική που ασκείται στον νέο Κανονισμό, 4. το διεθνές νομικό περιβάλλον και τις προσεγγίσεις των ΗΠΑ, Κίνας, Ινδίας και 5. τις πιθανές βελτιώσεις που μπορούν να προταθούν.

4.1 Γενικό ρυθμιστικό πλαίσιο για τις Ψηφιακές Αγορές.

Στην ενότητα 1.2 και 1.3 παρουσιάστηκε το κανονιστικό πλαίσιο για τη ρύθμιση του Ανταγωνισμού στην Ένωση. Κυρίαρχοι πυλώνες του είναι τα άρθρα 101 και 102 της ΣΛΕΕ, με οριζόντια και κάθετη εφαρμογή. Δηλαδή απευθύνονται σε όλα τα κράτη μέλη και για όλων των ειδών τις αγορές και τις επιχειρήσεις. Επίσης δεν παρουσιάζουν ενωσιακούς εδαφικούς περιορισμούς. Όπως περιεγράφηκε στα παραδείγματα των υποθέσεων Microsoft, Google, Amazon, δεν απαιτείται μία εταιρία να οριστεί ότι κατέχει δεσπόζουσα θέση σε πέραν από ένα κράτος μέλος ούτε να εμπλέκονται εταιρίες από επιπλέον κράτη μέλη για να ενεργοποιηθεί το άρθρο 102. Το ίδιο ισχύει και για το άρθρο 101, που απαγορεύει τις εταιρικές εναρμονισμένες πρακτικές (cartels). Μόνη προϋπόθεση είναι να επηρεάζεται το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών. Πέραν των άρθρων της ΣΛΕΕ, ο Ανταγωνισμός στον ευρωπαϊκό οικονομικό χώρο, επικουρείται από πολλές επιμέρους ρυθμίσεις με τη μορφή Οδηγιών και Κανονισμών, εφαρμοστικού χαρακτήρα των άρθρων. Η διαδικασία έρευνας, η στοιχειοθέτηση, τα πρόστιμα και οι συστάσεις – αποφάσεις της Επιτροπής διέπονται από τις προβλέψεις του άρθρου 103 της ΣΛΕΕ που ορίζει τις δυνατότητες της Επιτροπής Ανταγωνισμού και από τον Κανονισμό

του Συμβουλίου 1/2003 συναποτελούμενος από τις Οδηγίες για τη μεθοδολογία επιβολής προστίμων (The Guidelines on the method of setting fine)⁸⁴.

Είναι απαραίτητο να διευκρινιστεί, ότι από πλευράς ενωσιακού δικαίου, η έννοια Ανταγωνισμός (competition) και Ανταγωνιστικότητα (competitiveness) διαφέρουν ουσιαστικά και τυπικά. Ο Ανταγωνισμός αντιμετωπίζεται μέσα από το πρίσμα της παραβίασης των άρθρων 101 έως 109 της ΣΛΕΕ, οριοθετείτε δε από αποκλειστικά υπό το ερμηνευτικό πρίσμα της σχετικής νομολογίας για παραβιάσεις του 101 και του 102⁸⁵. Ρυθμίζει ζητήματα συμφωνιών εναρμονισμένων πολιτικών – καρτελ, κρατικών ενισχύσεων και κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης. Η Ανταγωνιστικότητα είναι στόχος, συστατικό της ελεύθερης αγοράς και αποτελεί καθοδηγητικό εργαλείο κατά τον νομοθετικό σχεδιασμό. Επιτυγχάνεται ή έστω προσεγγίζεται μέσω των Κανονισμών και των Οδηγιών που αποσκοπούν στη ρύθμιση συγκεκριμένων τομέων ή επιχειρηματικών δομών. Μπορεί να έχουν ευρύτερο χαρακτήρα (Κανονισμός για την Προστασία των Προσωπικών Δεδομένων) ή ειδικότερο (Πακέτα Οδηγιών για την Αγορά Ενέργειας). Η Επιτροπή αποφεύγει να χρησιμοποιεί ως αιτιολογική βάση για την θέσπιση Κανονισμών τον όρο «Ανταγωνισμός». Η αιτία έγκειται στη ρυθμιστική ικανότητα και τον δικαστικό έλεγχο. Ουσιαστικά δεν επιθυμεί να προσβληθεί η πράξη της στο Ευρωπαϊκό Δικαστήριο ως καταστρατήγηση των οριζόμενων από την Συνθήκη μέτρων⁸⁶.

Αποτέλεσμα της πρακτικής αυτής είναι πληθώρα Κανονισμών να επεμβαίνουν ρυθμιστικά στις διάφορες αγορές, ορίζοντας ουσιαστικά όμως και κανόνες-πλαίσια ανταγωνισμού⁸⁷. Ο συγκεκριμένος προβληματισμός αναδύεται ολοένα πιο έντονα στην πρόσφατη βιβλιογραφία, ειδικότερα με την υιοθέτηση «Πράξεων – Acts», όπου κανόνες που ρυθμίζουν, θεωρητικά, το πλαίσιο ανταγωνιστικότητας, προέρχονται και καταλήγουν από ρυθμίσεις και προβλέψεις των άρθρων περί παραβιάσεων των όρων του Ανταγωνισμού.

⁸⁴ The Guidelines on the method of setting fines, OJ C9, 14.01.1998, σελ.3-5 & The Guidelines on the method of setting fines, OJ C210, 1.09.2006, σελ.2-5

⁸⁵ “Competition policy | Fact Sheets on the European Union | European Parliament,” 2023, βλ. Δικτυογραφία.

⁸⁶ Bania, 2023; de Streel and Larouche, 2021, σελ.543-545; “Promoting fair competition – EU action | European Union,” n.d.; Schneider, 2018

⁸⁷ “How New Regulations are Shaping Europe’s Digital Landscape,” Global Competition Review, n.d., βλ. Δικτυογραφία.

Για παράδειγμα, σημαντικός πόρος παραγωγής την ψηφιακή οικονομία είναι τα δεδομένα. Ο Γενικός Κανονισμός για την Προστασία (προσωπικών) Δεδομένων (GDPR) ορίζει τη χρήση και τις απαγορεύσεις χρήσεων των δεδομένων φυσικών και νομικών προσώπων, ταυτόχρονα όμως περιορίζει τις τακτικές συλλογής και αξιοποίησης δεδομένων για εμπορικούς – επιχειρηματικούς σκοπούς χωρίς ρητή συγκατάθεση. Συνεπώς, όπως αναφέρθηκε στην υπόθεση της Amazon, δεν μπορεί μία εταιρία, ανεξαρτήτως της αγοραστικής δύναμης, να χτίσει το επιχειρηματικό της μοντέλο εκμεταλλευόμενη τα δεδομένα τρίτων δίχως τη συναίνεσή τους. Όμως η υπόθεση της Amazon, εν μέρει και της Google/Shopping, είχε πυρήνα της, τότε, τις παραβιάσεις περί Ανταγωνισμού, συνδυαστικά των άρθρων 101 και 102 της ΣΛΕΕ.

Μέρος των ρυθμίσεων για την ψηφιακή οικονομία είναι και ο Κανονισμός «P2B», 2019/1150, «Πλατφόρμα -σε- Εταιρίες»⁸⁸ που αποσκοπεί στη ρύθμιση διαδικασιών διαφάνειας μεταξύ των παρόχων δικτύου και μηχανών αναζήτησης έναντι των εμπορικών τους εταίρων. Ο P2B δεν στοχεύει γενικά τις υπηρεσίες και αγορές της ψηφιακής οικονομίας, ούτε ενδιαφέρεται για την οικονομική ισχύ τους, αλλά επιβάλλει όρους διαφάνειας οριζόντια στις κάθετες αγορές διαμεσολάβησης παροχής πρόσβασης στο διαδίκτυο και μηχανών αναζήτησης. Εκ των πραγμάτων όμως, αλλάζει τους όρους ανταγωνιστικότητας ή, ορθότερα, εμπορικής ηθικής και επιχειρηματικής ανάπτυξης.

Ακολούθως υπάρχουν οι Κανονισμοί: Digital Services Act (Πράξη για τις Ψηφιακές Υπηρεσίες, DSA) και Artificial Intelligence Act (Πράξη για την Τεχνητή Νοημοσύνη, AI Act)⁸⁹ που αναμένεται να θεσπιστεί έπειτα και από την έγκριση του Συμβουλίου στις 21-05-2024⁹⁰. Η πρώτη χρησιμοποιεί το εργαλείο του ορισμού των gatekeepers (δεν ταυτίζονται με τους ορισμένους από τον Κανονισμό Digital Markets Act) για να θεσπίζει κανόνες περιεχομένου, προστασίας ενηλίκων, προστασίας από το λόγο μίσους στο διαδίκτυο, προστασίας συναλλαγών, προστασίας από την παραπληροφόρηση. Η δεύτερη, ορίζει τους αποδεκτούς τρόπους δημιουργίας, ανάπτυξης και προσφοράς προς το ευρύ

⁸⁸ Regulation (EU) 2019/1150 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services (P2B Regulation) [2019] OJ L 186/57

⁸⁹ “Artificial Intelligence Act,” European Parliament 2024, βλ. Δικτυογραφία.

⁹⁰ “Artificial intelligence (AI) act,” European Council, 21-05-2024, βλ. Δικτυογραφία.

κοινό των μηχανών και συστημάτων Τεχνητής (Γενικής-Παραγωγικής) Νοημοσύνης. Θεσπίζει κριτήρια αξιολόγησης ισχύος-κινδύνου του κάθε μοντέλου, δημιουργεί κατηγορίες-βαθμίδες και εξ αυτών προκύπτουν υποχρεώσεις, απαγορεύσεις και δεσμεύσεις ηθικής και νομικής φύσεως. Τέλος, υπάρχει το εν ισχύ πακέτο Οδηγιών και Κανονισμών για τις τηλεπικοινωνίες, των δικτύων υποδομών και της ασφάλειας και προστασίας των επικοινωνιών.

Παράλληλα, το κάθε κράτος μέλος έχει δικαίωμα να θέτει κανόνες ελέγχου του ανταγωνισμού σε εθνικό επίπεδο, κανόνες λειτουργίας της εσωτερικής του αγοράς, ειδικές νομοθεσίες προστασίας χρηστών κατά την πλοήγησή τους στο διαδίκτυο. Οι εθνικοί νόμοι αποτελούν ένα πρόσθετο εργαλείο ρύθμισης της ψηφιακής οικονομίας και των αγορών της, με περιορισμένη γεωγραφική ισχύ και εκ των πραγμάτων περιορισμένης νομικής εφαρμογής. Διότι η αντιπαράθεση ενός κράτους και του δικαϊκού του συστήματος με έναν από τους κολοσσούς των αγορών της ψηφιακής οικονομίας, ειδικά όταν ενισχύει την εθνική παραγωγικότητα, καθίσταται δύσκολη και κοστοβόρα

Διερευνώντας το ευρύτερο πλαίσιο, υπάρχουν κανόνες για τις ψηφιακές τραπεζικές συναλλαγές που προέρχονται τόσο από την Επιτροπή όσο και από το ρυθμιστικό όργανο της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας, ενώ για θέματα ηλεκτρονικού εμπορίου, το παράγωγο δίκαιο για τη λειτουργία της ενιαίας αγοράς είναι εκτενέστατο, ειδικά σε θέματα προστασίας του καταναλωτή, επιστροφής προϊόντων, αποζημίωσης λόγω βλάβης ή καθυστερήσεων κτλ. Ίσως από θεωρητική σκοπιά να μην υπάρχει εμφανής σύνδεση των διαφορετικών αγορών ή ρυθμιστικών πεδίων, όπως όμως επισημάνθηκε στην εργασία, η Ψηφιακή Οικονομία ως χώρος αναφοράς, στις μέρες μας συμπεριλαμβάνει σχεδόν το σύνολο της κοινωνικής, οικονομικής και επιχειρηματικής δραστηριότητας, εσωκλείοντας ένα ψηφιδωτό ψηφιακών αγορών με όλο και πιο δυσδιάκριτα όρια της μίας από της άλλης.

Ο Digital Markets Act, σύμφωνα με το προοίμιο, οφείλει να λειτουργεί επικουρικά και δίχως εμπλοκή με τα υπόλοιπα κανονιστικά καθεστώτα της Ένωσης. Στη διεθνή βιβλιογραφία και επιστημονική κοινότητα, το συγκεκριμένο επιχείρημα τίθεται εν αμφιβόλω καθώς σε διάφορες πτυχές του Κανονισμού εντοπίζονται επικαλύψεις,

εξειδικεύσεις ή/και αντιφάσεις⁹¹. Επίσης αναπτύσσεται μία προβληματική για το κατά πόσο παραβιάσεις ex ante ρυθμίσεων, όπως της DMA, μπορούν να έρθουν σε σύγκρουση με ex post διαπιστώσεις παραβιάσεων των άρθρων 101 και 102, οδηγώντας την Επιτροπή στην παραβίαση της βασικής αρχής δικαίου ne bis in idem, δηλαδή «κανείς δεν κατηγορείται για το ίδιο σφάλμα εις διπλούν»⁹².

4.2 Αξιολόγηση και προσεγγίσεις για την Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές (DMA)

Με σκοπό να απαντήσουμε στα μεθοδολογικά ερωτήματα της παρούσης εργασίας, απαιτείται να εξετάσουμε πως το νέο κανονιστικό πλαίσιο, η DMA, επιδρά στις αγορές της ψηφιακής οικονομίας. Για την αξιολόγησή του, θα αξιοποιηθεί το εύχρηστο αναλυτικό εργαλείο SWOT, ώστε να εντοπιστούν τα κυριότερα ζητήματα που αναδεικνύονται από τη διεθνή μελέτη και τις κριτικές προσεγγίσεις. Το μοντέλο ανάλυσης Ισχυρών(σημείων), Αδυναμιών, Ευκαιριών και Απειλών, δεν αποτελεί τη μόνη αναλυτική προσέγγιση που ενδείκνυται, όμως για τους σκοπούς της εργασίας κρίθηκε αποδοτικότερο καθότι συνδυάζει απλότητα στην παρουσίαση των επιχειρημάτων και επιτρέπει την ενσωμάτωση πολλαπλών σημείων αξιολόγησης σε διαφορετικά επίπεδα⁹³.

Δυνατότητες/Ισχυρά σημεία:

Ενώ το γενικότερο νομοθετικό τοπίο για τις αγορές που εμπλέκονται στην ψηφιακή οικονομία αποτελείται από χωριστές, διακριτές και εξειδικευμένες κανονιστικές δέσμες, η DMA ορίζει ένα συνεκτικό και ευρύ πλαίσιο. Καλύπτει και απευθύνεται στο μεγαλύτερο εύρος των αγορών της ψηφιακής οικονομίας, ενοποιώντας ουσιαστικά τις διάφορες αγορές που προσδιορίζονταν μέσα στις δεκαετίες από την νομολογία και τις εκάστοτε Απόφασης της Επιτροπής. Γίνεται αντιληπτό ότι οι πρωτοβουλία της Επιτροπής συνενώνει στοιχεία προσδιορισμού των αγορών υπό τον ευρύ όρο «digital gateway – digital core platforms», δηλαδή ως πύλες ροής ψηφιακής πληροφορίας και θεμελιώδεις ψηφιακές πλατφόρμες⁹⁴. Στην ενότητα 2.1 που αναπτύχθηκαν οι περιπτώσεις δικαστικών εμπλοκών, διαπιστώθηκε η ανάγκη τεκμηριωμένης και

⁹¹ Bania, 2023, σελ.117, 118

⁹² Wils, 2003; Mayr, 2022

⁹³ Shabanova et al., 2015

⁹⁴ Bostoen, 2023, σελ.266-268; Deutscher, 2022, σελ.313,314

εντοπισμένης περιγραφής της «αγοράς» και των «σχετικών αγορών» για κάθε περίπτωση μεμονωμένα. Αντιθέτως, η DMA δεν αναφέρεται σε ειδικές «αγορές» αλλά χρησιμοποιεί τον όρο του τίτλου της για να περιγράψει και να ενσωματώσει είδη υπηρεσιών και επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Το συγκεκριμένο στοιχείο είναι μία αλλαγή που επιτρέπει στην Επιτροπή να ρυθμίζει, θεωρητικά, αποτελεσματικότερα τις αγορές της ψηφιακής οικονομίας και την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων. Πλέον δεν εναπόκειται στους ρυθμιζόμενους να αντιπαραβάλλουν επιχειρήματα ή να εντοπίσουν οι ίδιοι σε ποια αγορά ανήκουν, ούτε απαιτείται από την Επιτροπή να αντλήσει σωρεία δεδομένων για να κρίνει το επιχειρηματικό πεδίο της κάθε εταιρίας. Εφόσον οι δραστηριότητες ή μία από τις υπηρεσίες κάποιας εταιρίας εμπίπτει στο πεδίο αναφοράς, η Επιτροπή μπορεί να εξετάσει αν πρέπει να οριστεί ως gatekeeper⁹⁵.

Συναφές είναι και το θετικό αποτύπωμα στη διαφάνεια των προβλεπόμενων ρυθμίσεων. Το συνεκτικό πλαίσιο του Κανονισμού, επιτρέπει στις εταιρίες που είτε μέλλονται να ενταχθούν στους gatekeepers λόγω ισχύος, είτε εντάσσονται μετά από Απόφαση, να έχουν ένα διαφανές νομικό και επιχειρηματικό κώδικα συμπεριφοράς. Έχουν εκ των προτέρων γνώση των υποχρεώσεων και απαγορεύσεών τους. Το ίδιο ισχύει και για τα όργανα της Ένωσης αλλά και τους χρήστες, εμπορικούς ή τελικούς. Η διαφάνεια και προβλεψιμότητα των ρυθμίσεων κρίνεται σαφώς θετικά, με πολλαπλές συνέπειες για τη στρατηγική διαμόρφωση του τοπίου της ενιαίας ευρωπαϊκής ψηφιακής οικονομίας⁹⁶.

Πρόσθετο ισχυρό σημείο κατά την ανάλυση της DMA, είναι οι διαφανείς και ισχυρές χρηματικές κυρώσεις. Η μεθοδολογία των χρηματικών κυρώσεων – προστίμων, αποτελούσε και αποτελεί βασικό δικαστικό έρεισμα των εταιριών εναντίον των Αποφάσεων της Επιτροπής. Ενώ υπάρχει επίσης ισχυρό μεθοδολογικό εργαλείο για την επιβολή προστίμων λόγω παραβιάσεων των άρθρων 101 και 102 της ΣΛΕΕ, οι εταιρίες κατέφευγαν στο Δικαστήριο αμφισβητώντας τα ύψη τους, συνδυαστικά με τις αιτιολογικές βάσεις των αποφάσεων, αξιοποιώντας την πολυπλοκότητα του εργαλείου υπολογισμού. Η DMA συστήνει ένα περισσότερο απλουστευμένο μοντέλο υπολογισμού,

⁹⁵ Bania, 2023, σελ.124

⁹⁶ de Streel and Larouche, 2021; Ježová, 2017; Viktoria H. S. E. Robertson, 2020, σελ. 20–24

παρόμοιων όμως ποσοτώσεων με εκείνα που εκδικάζονταν σε αντίστοιχες υποθέσεις Κατάχρησης Δεσπόζουσας Θέσης. Πρόκειται, πιθανόν, για ακόμη ένα δεδομένο που αντλήθηκε από την εμπειρία της Ένωσης.

Αδυναμίες/Τρωτότητες:

Ενώ η ευρύτητα της DMA αντιστοιχεί στα ισχυρά σημεία της, η αναγκαία ασάφεια που εμπεριέχεται για να καλύψει το εύρος αναφοράς, ανήκει στις αδυναμίες της. Ορισμοί για τα επιμέρους στοιχεία του Κανονισμού εντοπίζονται σε όλο το παράγωγο δίκαιο της Ένωσης. Όροι όπως: δεδομένα, επιχείρηση, ψηφιακό, υπηρεσία, πλατφόρμα, δωρεάν παροχή, διαμοιρασμός, λειτουργικό, χρήστης κτλ, έχουν προσδιοριστεί και επαναπροσδιοριστεί είτε από τη διαδικασία παραγωγής κανόνων δικαίου είτε από τη νομολογία. Η DMA όμως δεν ενσωματώνει το σύνολο των ορισμών με απευθείας αναφορές, αλλά προσπαθεί μέσω γενικών περιγραφών να περιγράψει τη φύση τους, αξιοποιώντας θεωρητικά τη «συνέχεια δικαίου». Όμως, λόγω της πολυπλοκότητας και της ταχύτητας εξέλιξης του συγκεκριμένου πεδίου, οι ορισμοί του «χρήστη» ή του «επιχειρηματικού χρήστη» ή της «δωρεάν παροχής», εφόσον δεν είναι απολύτως περιγραφικοί, επιτρέπουν στις θιγόμενες εταιρίες πολλαπλές ερμηνείες. Για παράδειγμα, οι όροι «χρήστης» και «ευρωπαϊκή χώρα προέλευσης του χρήστη» πως ερμηνεύονται υπό το φαινόμενο των πολλαπλών λογαριασμών, των αυτοματοποιημένων λογαριασμών και της πρόσβασης μέσω απομακρυσμένων σερβερ τύπου VPN συνδέσεων; Είναι κοινή παραδοχή ότι οι πλατφόρμες κοινωνικών δικτύων έχουν ένα ποσοστό 10-20% πλασματικών λογαριασμών και ένα πρόσθετο 10-15% πολλαπλών λογαριασμών μεμονωμένων χρηστών. Επιπλέον, τι είναι «εμπορικός» χρήστης για αυτές τις πλατφόρμες; Μπορεί η Meta να επιβάλλει στους χρήστες να έχουν επαγγελματικό λογαριασμό αν επιδιώκουν κέρδη από τη δραστηριότητά τους, όμως δε συμβαίνει το ίδιο με το TikTok ή το Youtube, ούτε μπορεί να αποκλειστεί κάποιος χρήστης του Instagram που είναι δηλωμένος ως φυσικό πρόσωπο αλλά κερδίζει από προβολές και συμφωνίες εκτός του δικτύου⁹⁷.

⁹⁷ Bania, 2023; Binns et al., 2018; Botta and Wiedemann, 2019; Bradford, 2023; McLaughlin, 2009; Viktoria H.S.E. Robertson, 2020

Πρόσθετο χαρακτηριστικό της ανασφάλειας που προκύπτει από τις αναγκαστικές ασάφειες κάποιων ορισμών, είναι ο φόβος για ερμηνευτικές συγκρούσεις. Συγκεκριμένα η κριτική που ασκείται έγκειται στην ύπαρξη των διαφόρων ρυθμιστικών πλαισίων, που δεν συνενώνει η DMA αλλά για την κατηγορία των gatekeeper, μάλλον υπερκεράζει. Συγκεκριμένα, άλλες υποχρεώσεις προκύπτουν από τα άρθρα του Ανταγωνισμού, άλλες από τους Κανονισμούς / Οδηγίες για την προστασία των καταναλωτών και των δεδομένων και άλλες από την νέα DMA. Η αμφισβήτηση που γεννάται κατά τη μελέτη του Κανονισμού αφορά τις νομικές επικαλύψεις που προκύπτουν. Με τη δημιουργία της ταξινόμησης σε «ρυθμιστές» και μη, εκ των πραγμάτων ανακύπτει το ερώτημα ως προς ποιο ρυθμιστικό πλαίσιο είναι ισχυρότερο; Οι οριζόμενοι ως ρυθμιστές ακολουθούν και υποχρεούνται μόνο στην εφαρμογή των προβλέψεων της DMA ή, όπως αναφέρει πολλάκις η Επιτροπή, εξακολουθούν να υπάγονται και στο γενικότερο πλαίσιο; Σε περιπτώσεις σύγκρουσης εθνικών νόμων που επιβάλλουν συγκεκριμένους περιορισμούς ή διαπίστωσης παραβίασης των άρθρων της ΣΛΕΕ, τι θα επικρατήσει; Ουσιαστικά, εφόσον δημιουργείται ειδική κατηγορία, υφίσταται πλέον δυνατότητα χωριστής νομοθέτησης και ειδικής διαπίστωσης εκ των υστέρων παραβιάσεων ή όλα υπάγονται αποκλειστικά στις προβλέψεις του Digital Markets Act; Το συγκεκριμένο ερώτημα αναμένεται να απαντηθεί στο μέλλον, καθώς η ισχύς της DMA μετρά μόλις δύο έτη και μόλις τέσσερις μήνες σε ενεργοποίηση όλων των ρυθμίσεων της⁹⁸.

Απειλές:

Ως απειλές εννοούνται στην ανάλυση οι κίνδυνοι που επισημαίνονται, ως προς την εφαρμογή, το αποτέλεσμα στην επιχειρηματικότητα και τις διαδικασίες προσαρμογής του ίδιου του Κανονισμού. Αρχικά, μπορεί η DMA να καθορίζει τη μεθοδολογία που συνεπάγονται οι ρυθμιστές, αλλά αυτό δεν αποκλείει το δικαίωμα των εταιριών να αμφισβητήσουν δικαστικά την Απόφαση ορισμού τους. Είναι μεν δύσκολο για τους γνωστούς κολοσσούς να αποφύγουν τον χαρακτηρισμό, όμως σε περιπτώσεις μικρότερων εταιριών με μεγάλη επίδραση και τηρουμένων των κριτηρίων κατά βάση, υπάρχει ο κίνδυνος να προσφύγουν προσβάλλοντας τη μεθοδολογία υπολογισμού της

⁹⁸ Bania, 2023; Calzolari, 2021; Cantell, n.d.; Cini and Czulno, 2022; de Streel and Larouche, 2021; Deutscher, 2022; Kostecka-Jurezyk, 2021; Podszun, 2023

θέσης τους στην Ψηφιακή Οικονομία. Επιπλέον οι απαιτήσεις που θέτει το συνολικό ρυθμιστικό πλαίσιο της Ένωσης, ίσως αναγκάσει τις εταιρίες να διαφοροποιήσουν τα μοντέλα τους ανά οικονομική περιφέρεια και δικαιοσύνη σύστημα, εντείνοντας την ανασφάλεια των χρηστών και την άνιση μεταχείρισή τους από τις πλατφόρμες.

Ταυτοχρόνως, από τη φιλελεύθερη οπτική της ανοικτής οικονομίας και των σχετικών ακαδημαϊκών, επισημαίνεται ο κίνδυνος της υπερ-ρύθμισης της αγοράς και της αντι-παραγωγικότητας των ψηφιακών εργαλείων. Η κριτική που ασκείται αφορά τη δυσκολία παρακολούθησης και συμμόρφωσης με το σύνολο των προβλέψεων, τόσο για τις μικρο-μεσαίες εταιρίες ψηφιακού περιεχομένου, όσο και για τους ισχυρούς παίκτες που αναγκάζονται σε δραματικές αναπροσαρμογές. Επιπλέον, υπάρχει ο φόβος φυγής εταιριών από την ευρωπαϊκή αγορά ή/και επιβράδυνσης του δείκτη καινοτομίας, που ήδη υστερεί έναντι της Κίνας και των ΗΠΑ. Δεν είναι εύκολο να προβλεφθεί πως θα επιδράσουν οι νέες ρυθμίσεις στους εμπορικούς – επαγγελματικούς χρήστες, αφού από την μία πλευρά κερδίζουν σε διαφάνεια και ίσους όρους, από την άλλη εξαλείφεται, θεωρητικά, το προνόμιο για ειδικές συμφωνίες και επιχειρηματικά πλεονεκτήματα. Για τους τελικούς χρήστες επίσης, οι προσπάθειες των εταιριών να εξυπηρετήσουν όλες τις προβλέψεις, ίσως τους οδηγήσουν σε μοντέλα συνδρομών, περισσότερη πολυπλοκότητα και διάσπαση των εφαρμογών⁹⁹.

Η ταχύτητα της εξέλιξης της τεχνολογίας και οι κοινωνικές προσεγγίσεις των νέων γενεών σχετικά με την ιδιωτικότητα και την προτεραιοποίηση των αναγκών τους, απαιτούν από την Επιτροπή και τα αρμόδια όργανα της Ένωσης την επαγρύπνηση, μαζί με ταχείες διαδικασίες αναθεώρησης των πλαισίων. Ίσως η DMA και οι συγγενείς Κανονισμοί αποτέλεσαν την τελευταία οκταετία την απάντηση από μεριάς της Ένωσης στις ραγδαίες εξελίξεις, όμως ανατρέχοντας στις διαδικασίες επαναξιολόγησης των ίδιων των κειμένων, τα χρονικά διαστήματα είναι μεγάλα και απαιτητικά αναφορικά με τα απαιτούμενα βήματα. Ναι μεν βοηθά στη βέλτιστη τεκμηρίωση και ωρίμανση των προτάσεων προς αλλαγή, αλλά υπάρχει ο κίνδυνος της προσπάθειας να ρυθμιστούν συνθήκες ήδη διαμορφωμένες. Ένα παράδειγμα ταχείας απάντησης με μεγάλο ρίσκο

⁹⁹ Akman, n.d.; Bessen, 2022; Bradford, 2024; Browne, 2024; Fox, 2014; Loten, 2021; Satariano and Stevis-Gridneff, 2020

ανεπαρκούς προσέγγισης, είναι η τελευταία Πράξη για την Τεχνητή Νοημοσύνη. Το σχέδιο του Κανονισμού διαμορφώθηκε σε περίπου ένα έτος αλλά ήδη οι εταιρίες, μόλις σε επτά μήνες από την ανακοίνωση του ChatGPT (του ισχυρότερου προς το παρόν μοντέλου), έχουν αναπροσαρμόσει όλες τους τις πλατφόρμες και τα οικονομικά τους μοντέλα. Ταυτόχρονα, οι προβλέψεις που σχεδιάζονται για τη ρύθμιση του τοπίου, δέχονται σφοδρότατη κριτική ως προς την αυστηρότητα τους και την αδυναμία πρακτικής εφαρμογής τους.

Ευκαιρίες:

Στο αναλυτικό πλαίσιο προσέγγισης που χρησιμοποιείται, με τον όρο «ευκαιρίες» εννοούνται οι δυνατότητες που έχει το γενικότερο νομικό «οπλοστάσιο» και ειδικότερα ο Digital Markets Act να διαμορφώσει ένα επιχειρηματικό και εμπορικό τοπίο στην ψηφιακή οικονομία, ικανό να επιτρέψει την ανταγωνιστικότητα, να προσελκύσει κράτη – μιμητές και να προωθήσει την έννοια της «ρύθμισης» ως θετικό εργαλείο της τεχνολογικής ανάπτυξης.

Ανατρέχοντας στην ενότητα 2.3 με τις τρέχουσες εξελίξεις, έχοντας ενεργοποιηθεί στην πληρότητά της η DMA, μπορούμε να διακρίνουμε ότι οι εταιρίες με την ισχυρότερη θέση στις ψηφιακές αγορές, παρότι δεν κατονομάζεται η θέση τους ως «δεσπόζουσα», συμμορφώνονται προς στιγμή και προωθούν αλλαγές που επιτρέπουν στους χρήστες μεγαλύτερο έλεγχο των εφαρμογών. Η διαλειτουργικότητα εφόσον επιτευχθεί, δύναται να ωθήσει μικρότερες επιχειρήσεις λογισμικού να προωθήσουν τα προϊόντα τους και οι τελικοί χρήστες να τα αξιοποιήσουν δίχως την αγωνία της ορθής ανταπόκρισης του λογισμικού λόγω διαφορετικού υλικοτεχνικού εξοπλισμού ή κύριας λειτουργικής πλατφόρμας της συσκευής¹⁰⁰. Στις ευκαιρίες συγκαταλέγεται και η δυνατότητα ανάπτυξης των start-ups των ευρωπαϊκών κρατών, δεδομένου ότι όλα θα συναγωνίζονται τους ισχυρότερους επί ίσοις όροις και θα οι διαδικασίες διείσδυσης στην ψηφιακή οικονομία θα τείνουν να είναι περισσότερο διαφανείς και κατανοητές. Αντί, συνεπώς, να επιβραδυνθεί η καινοτομία επειδή περιορίζεται η ισχύς των ήδη κυρίαρχων εταιριών, να

¹⁰⁰ Global Partners Digital, 2022

αυξηθεί η ευρηματικότητα και η αμεσότητα επαφής των μικρότερων εταιριών με την αγορά και τους καταναλωτές.

Ακόλουθο και συνεπές αποτέλεσμα, εφόσον τηρηθούν οι προβλέψεις και η εφαρμογή τους, θα είναι το σταδιακό «σπάσιμο» των διασυνδεδεμένων προϊόντων που προσφέρουν οι ρυθμιστές της αγοράς, επιτρέποντας πιθανόν ευρύτερες συνεργασίες ανάπτυξης των υπαρχόντων προϊόντων, ως θυγατρικές πλέον αντί πυρηνικές υπηρεσίες. Ταυτοχρόνως, η τάση επιθετικών και μαζικών εξαγορών πιθανόν περιοριστεί, αφού το νέο πλαίσιο συστήνει αυστηρότερο έλεγχο και η συγκέντρωση αποτελεί «καμπανάκι» για την ενεργοποίηση ελέγχου από την Επιτροπή. Υπάρχει η δυνατότητα η Ευρωπαϊκή Ένωση να αναπτύξει ένα συνεργατικό πλαίσιο μεταξύ των ευρωπαϊκών εφαρμογών και των διεθνών παικτών, βασισμένο σε διαφανείς κανόνες, ωθώντας την ανταγωνιστικότητα μέσω της παροχής ασφάλειας δικαίου.

Στις ευκαιρίες προστίθεται και η σταδιακή εξέλιξη των κανονιστικών κειμένων τρίτων χωρών και οικονομικών περιφερειών. Ο Κανονισμός Digital Markets Act μπορεί να λειτουργήσει ως σχεδιάγραμμα και παράδειγμα καλής νομοθέτησης για υπόλοιπα κράτη. Νομικά συστήματα που θεωρούν ότι η ελεύθερη αγορά για να λειτουργεί αποδοτικά οφείλει να υπόκειται σε κάποιες ρυθμίσεις, θα έχουν στη διάθεσή τους μία μελέτη περίπτωσης και έναν πολιτικό «σύμμαχο» ώστε να εξελίξουν και τα δικά τους ρυθμιστικά εργαλεία. Εφόσον υπάρχει πλέον ένα πλαίσιο επιβολής κανόνων έναντι των μέχρι πρότινος μοναδικών ρυθμιστών της ψηφιακής οικονομίας, άλλες χώρες θα μπορέσουν να αντέξουν το πολιτικό και κοινωνικό βάρος να θεσπίσουν όρια λειτουργίας¹⁰¹. Οι κοινωνίες, επίσης, θα έχουν ως παράδειγμα τους ευρωπαίους χρήστες που θα «απολαμβάνουν» ιδιαίτερης νομικής προστασίας από τις καταχρηστικές συμπεριφορές των ιδίων εταιριών που χρησιμοποιούν κι εκείνοι. Είναι πιθανό, χρήσιμο για μελλοντική μελέτη, να δημιουργηθούν κοινωνικά ρεύματα που θα απαιτήσουν αλλαγές και παρόμοιες ρυθμίσεις. Παρόμοια συνθήκη δημιουργήθηκε και δημιουργείται στις Ηνωμένες Πολιτείες μετά την εφαρμογή στην Ε.Ε. του Γενικού Κανονισμού για την Προστασία των Δεδομένων. Η μέχρι πρότινος σχετικά αδιάφορη αμερικανική κοινωνία,

¹⁰¹ Bradford, 2023, 2020; Ciriani and Lebourges, 2018; Deutscher, 2022; Dunne, 2020

όλο και συχνότερα αναγνωρίζει ότι οι αλλαγές που αναγκαστικά εφάρμοσαν οι πλατφόρμες και στη χώρα τους, είναι προς όφελός τους και καλούν την αμερικανική κυβέρνηση να αναλάβει ρόλο ρυθμιστή, δεδομένο σπάνιο για την συγκεκριμένη οικονομία.

Στην τελευταία ενότητα του κεφαλαίου και της εργασίας, θα παρουσιαστεί το διεθνές πλαίσιο όπως διαμορφώνεται και οι σχετικές αλληλεπιδράσεις του με το ευρωπαϊκό καθεστώς. Πρέπει να τονιστεί ότι ενώ στην Ευρωπαϊκή Ένωση δεν εδράζεται καμία από τις κορυφαίες εταιρίες της ψηφιακής οικονομίας, ειδικότερα των «ρυθμιστών, εντούτοις η καταναλωτική βάση αποτελείται από περίπου 500εκατομμύρια χρήστες-καταναλωτές και περίπου 32 εκατομμύρια επιχειρήσεις¹⁰².

4.3 Αλληλεπιδράσεις του ευρωπαϊκού και διεθνούς κανονιστικού πλαισίου.

Οι ρυθμιστικές πρωτοβουλίες της Ένωσης αποτελούν μέρος μιας ευρύτερης τάσης όπου πολλές περιοχές του κόσμου προσαρμόζουν τις ρυθμιστικές προσεγγίσεις τους για να αντιμετωπίσουν τις μοναδικές προκλήσεις που θέτουν οι ψηφιακές αγορές. Ένα από τα κύρια ερωτήματα που προκύπτουν από την DMA, είναι το πώς θα αλληλεπιδράσει με τα ρυθμιστικά πλαίσια άλλων χωρών, ειδικότερα όσων έχουν σημαντική παρουσία ή επιρροή στην ψηφιακή αγορά, όπως οι Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, η Κίνα και η Ινδία.

Η έννοια του «φαινομένου των Βρυξελλών» αναφέρεται στον παγκόσμιο αντίκτυπο των κανονισμών της ΕΕ, όπου τρίτες χώρες υιοθετούν παρόμοια πρότυπα λόγω του μεγέθους της αγοράς της ΕΕ και της κανονιστικής αυστηρότητας. Το φαινόμενο αυτό είναι εμφανές στον τομέα των ψηφιακών αγορών, καθώς ο Κανονισμός της DMA δημιουργεί «προηγούμενο» για να ακολουθήσουν και λοιπές περιφερειακές δικαιοδοσίες. Οι αυστηρές απαιτήσεις της DMA για τους gatekeepers και τα πρότυπα διαλειτουργικότητας είναι πιθανό να επηρεάσουν ρυθμιστικές πρακτικές πέραν της Ευρώπης. Η προσοχή που δίδεται στην πρόληψη αθέμιτων πρακτικών από κυρίαρχες ψηφιακές πλατφόρμες, στη διασφάλιση της φορητότητας των δεδομένων και στην

¹⁰² “Business demography statistics,” Eurostat, n.d., βλ. Δικτυογραφία

ενίσχυση της προστασίας των καταναλωτών, παρακολουθείται στενά από τις ρυθμιστικές αρχές παγκοσμίως. Επιπλέον, δεδομένου ότι οι ψηφιακές αγορές είναι εγγενώς παγκόσμιες, οι ρυθμιστικές πρωτοβουλίες της Ένωσης συχνά υποχρεώνουν τις πολυεθνικές εταιρείες τεχνολογίας να εφαρμόζουν τα πρότυπα της σε όλες τις δραστηριότητές τους, ώστε να διατηρούν τη συνέπεια και την αποτελεσματικότητά τους με το μικρότερο δυνατό κόστος, που προκύπτει από συνθήκες διαφοροποίησης. Αυτή η *de facto* παγκόσμια υιοθέτηση ενισχύει το φαινόμενο των Βρυξελλών.

Στις Ηνωμένες Πολιτείες, το κανονιστικό πλαίσιο για τις ψηφιακές αγορές ήταν ιστορικά επιεικέστερο και πιο αποστασιοποιημένο από στενά ρυθμιστικά πλαίσιο, σε σχέση με την Ε.Ε. Η εστίαση ήταν κυρίως στους αντιμονοπωλιακούς νόμους, οι οποίοι επιβάλλονται από την Ομοσπονδιακή Επιτροπή Εμπορίου (FTC) και το Υπουργείο Δικαιοσύνης (DOJ), κυρίως μέσω της νομολογιακής οδού για υποθέσεις ανταγωνισμού. Ο τρόπος λειτουργίας των ΗΠΑ απέναντι σε ζητήματα αγοράς οριοθετείται κυρίως από αντίμετρα παρά από νομοθετικές παρεμβάσεις. Στην περίπτωση της αντιμετώπισης των προκλήσεων της Τεχνητής Νοημοσύνης, οι ΗΠΑ στρέφονται στην ανάπτυξη αντισυστημάτων κι όχι στον νομικό περιορισμό. Επίσης στις υποθέσεις παραβίασης και κατάχρησης των δεδομένων των χρηστών από τις μεγάλες εταιρίες, όπως στο σκάνδαλο που εμπλέκονταν η Facebook, οι Κυβέρνηση επέβαλλε εσωτερικό έλεγχο, άσκησε δίωξη και έθεσε την εταιρία υπεύθυνη να διαμορφώσει τους νέους κανόνες για τους χρήστες. Ωστόσο δεν προχώρησε σε ρυθμιστικές παρεμβάσεις. Τα τελευταία χρόνια, ωστόσο, έχει αυξηθεί ο έλεγχος των τεχνολογικών γιγάντων όπως η Alphabet, η Meta, η Apple και η Amazon, με εκκλήσεις για αυστηρότερους κανονισμούς για την αντιμετώπιση ζητημάτων όπως οι μονοπωλιακές πρακτικές, το απόρρητο των δεδομένων και η διαφάνεια των συναλλαγών των εταιριών. Έχουν υποβληθεί αρκετές νομοθετικές προτάσεις και πρωτοβουλίες για τη μεταρρύθμιση της υφιστάμενης αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας και τη θέσπιση νέων κανονισμών για την ψηφιακή οικονομία, όπως ο νόμος για τον τερματισμό των μονοπωλίων πλατφόρμας, ο αμερικανικός νόμος για την καινοτομία και την επιλογή στο διαδίκτυο και ο νόμος για τον ανταγωνισμό και τις ευκαιρίες στις πλατφόρμες. Αυτά τα νομοσχέδια αποσκοπούν στην αντιμετώπιση ορισμένων από τα ζητήματα που επιδιώκει επίσης να αντιμετωπίσει η DMA, όπως η αυτοπροτίμηση, η

πρόσβαση σε δεδομένα, η διαλειτουργικότητα και οι συγχωνεύσεις και εξαγορές. Ωστόσο, αυτά τα νομοσχέδια αντιμετωπίζουν σημαντικές προκλήσεις και αντίθεση από τις ίδιες τις πλατφόρμες, καθώς και από ορισμένους νομοθέτες και ομάδες συμφερόντων που τάσσονται υπέρ μιας πιο επιεικής και ευέλικτης προσέγγισης. Ως εκ τούτου, είναι αβέβαιο εάν αυτά τα νομοσχέδια θα περάσουν και πώς θα επηρεάσουν την ψηφιακή αγορά των ΗΠΑ και τις σχέσεις της με την ΕΕ. Παρά τις προσπάθειες για μία προορατική στάση όσον αφορά τη ρύθμιση των ψηφιακών αγορών, η προσέγγιση παραμένει κατακερματισμένη σε σύγκριση με τα ολοκληρωμένα μέτρα που παρατηρούνται στην ΕΕ¹⁰³.

Η Κίνα έχει διαφορετική προσέγγιση για τη ρύθμιση της ψηφιακής οικονομίας, η οποία βασίζεται σε έναν συνδυασμό κρατικού ελέγχου και ανταγωνισμού στην αγορά. Η Κίνα έχει προωθήσει την ανάπτυξη των δικών της εγχώριων πλατφορμών, όπως η Alibaba, η Tencent και η Baidu, οι οποίες συγκαταλέγονται στους παγκόσμιους ηγέτες στο ηλεκτρονικό εμπόριο, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τις διαδικτυακές υπηρεσίες. Ταυτόχρονα, η Κίνα έχει περιορίσει την πρόσβαση και τη λειτουργία ξένων πλατφορμών, όπως το Google, το Facebook και το X, οι οποίες είτε απαγορεύονται είτε λογοκρίνονται έντονα στη χώρα. Η Κίνα έχει επίσης εφαρμόσει ένα ολοκληρωμένο και αυστηρό κανονιστικό πλαίσιο για την ψηφιακή οικονομία, το οποίο καλύπτει πτυχές όπως η ασφάλεια των δεδομένων, η ασφάλεια στον κυβερνοχώρο, ο έλεγχος περιεχομένου, η προστασία των καταναλωτών και η αντιμονοπωλιακή νομοθεσία. Ο αντιμονοπωλιακός νόμος και τα μέτρα της Διοίκησης Κυβερνοχώρου της Κίνας αντικατοπτρίζουν ένα ισχυρό ρυθμιστικό περιβάλλον που αποσκοπεί στον περιορισμό της υπερβολικής ισχύος των τεχνολογικών ομίλων, στην προώθηση του θεμιτού ανταγωνισμού και στη διασφάλιση της εθνικής ασφάλειας. Η προσέγγιση της Κίνας για τη ρύθμιση της ψηφιακής οικονομίας καθοδηγείται σε μεγάλο βαθμό από τα δικά της πολιτικά και οικονομικά συμφέροντα και είναι μάλλον απίθανο να επηρεαστεί ή να ευθυγραμμιστεί με την DMA της ΕΕ.

¹⁰³ Daily, 2016; Harris, 2024; Satariano and McCabe, 2024; Staff, n.d.; “The EU and U.S. diverge on AI regulation,” n.d.; “The EU wants to set the rules for the world of technology,” n.d.; “With dueling approaches, the US and EU hit the tech giants hard,” 2024, βλ. Δικτυογραφία.

Η Ινδία έχει επίσης αναπτύξει τις δικές της εγχώριες πλατφόρμες, όπως οι Reliance Jio, Flipkart και Zomato, οι οποίες έχουν ανταγωνιστεί με επιτυχία ξένες πλατφόρμες, όπως η Amazon, η Uber και η Google. Το ρυθμιστικό της τοπίο εξελίσσεται ταχέως, με έμφαση στην προστασία των δεδομένων και στο δίκαιο του ανταγωνισμού στις ψηφιακές αγορές. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού της Ινδίας (CCI) δραστηριοποιείται στη διερεύνηση και τον περιορισμό των αντανταγωνιστικών πρακτικών, ενώ το νομοσχέδιο για την προστασία των προσωπικών δεδομένων στοχεύει στη θέσπιση ενός ολοκληρωμένου πλαισίου για την προστασία των δεδομένων, αντικατοπτρίζοντας ορισμένες πτυχές του Γενικού Κανονισμού Προστασίας Δεδομένων (GDPR) της ΕΕ. Η προσέγγιση της Ινδίας προσομοιάζει μια πράξη εξισορρόπησης μεταξύ της προώθησης της καινοτομίας και της διασφάλισης ότι οι ψηφιακές αγορές λειτουργούν δίκαια και με διαφάνεια¹⁰⁴.

Συμπερασματικά, οι αλληλεπιδράσεις μεταξύ ευρωπαϊκών και διεθνών ρυθμιστικών πλαισίων στις ψηφιακές αγορές υπογραμμίζουν ένα δυναμικό και διασυνδεδεμένο ρυθμιστικό περιβάλλον. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, μέσω του Digital Markets Act, θέτει ψηλά τον πήχη για τη ρύθμιση της ψηφιακής οικονομίας, επηρεάζοντας άλλες μεγάλες οικονομίες, όπως οι ΗΠΑ, η Κίνα και η Ινδία, να επαναξιολογήσουν και να προσαρμόσουν τις ρυθμιστικές προσεγγίσεις τους. Ο νέος Κανονισμός και ευρύτερο ρυθμιστικό πλαίσιο της ηπείρου μπορούν να έχουν θετικό αντίκτυπο στην ψηφιακή οικονομία, τόσο εντός όσο και εκτός της Ε.Ε., διασφαλίζοντας δίκαιες και ανοικτές ψηφιακές αγορές, προστατεύοντας τους καταναλωτές και τις επιχειρήσεις και προωθώντας την καινοτομία και τον ανταγωνισμό.

¹⁰⁴ “Big tech voices opposition to digital competition law in India,” 2024; “Why Big Tech Gets More Scrutiny in India Than Big Ports and Big Media,” 2024; Business, n.d.; Kalra et al., 2022, βλ. Δικτυογραφία.

Κεφάλαιο 5 : Συμπεράσματα

Η εργασία εξέτασε το ευρωπαϊκό κανονιστικό πλαίσιο για την Ψηφιακή Οικονομία, με έμφαση στις προβλέψεις για τον Ανταγωνισμό και στην Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές της ΕΕ (του Κανονισμού Digital Markets Act, της DMA). Ανέλυσε τα κύρια χαρακτηριστικά, τους στόχους και τις προκλήσεις της DMA, η οποία στοχεύει στη ρύθμιση της συμπεριφοράς μεγάλων διαδικτυακών πλατφορμών που λειτουργούν ως ρυθμιστές πρόσβασης για τις ψηφιακές υπηρεσίες και τα προϊόντα, καθώς και τις αλληλεπιδράσεις και τις επιπτώσεις αυτών, σε άλλες χώρες και οικονομικές περιοχές.

Τα κύρια πορίσματα τα οποία αποτελούν τη συνεισφορά αυτής της διπλωματικής εργασίας είναι τα ακόλουθα:

- Η Ψηφιακή Οικονομία είναι ένα σύνθετο και δυναμικό πεδίο που θέτει σημαντικές ευκαιρίες και προκλήσεις για την οικονομική ανάπτυξη, την κοινωνική ευημερία και την παγκόσμια διακυβέρνηση. Η ψηφιακή οικονομία χαρακτηρίζεται από την εμφάνιση και την κυριαρχία μεγάλων διαδικτυακών πλατφορμών, οι οποίες προσφέρουν μια ποικιλία ψηφιακών υπηρεσιών και προϊόντων, όπως μηχανές αναζήτησης, κοινωνικά δίκτυα, ηλεκτρονικό εμπόριο, υπολογιστικό νέφος και τεχνητή νοημοσύνη. Αυτές οι πλατφόρμες έχουν θετικά αποτελέσματα στην καινοτομία, τον ανταγωνισμό και τις επιλογές των καταναλωτών, αλλά εγείρουν επίσης ανησυχίες για την ισχύ στην αγορά, τις αθέμιτες πρακτικές, την προστασία δεδομένων, την ιδιωτικότητα, την ασφάλεια και τη δημοκρατία. Ως εκ τούτου, η ψηφιακή οικονομία και οι σχετικές αγορές της, απαιτούν κατά την ευρωπαϊκή θεώρηση, ένα ολοκληρωμένο και συνεκτικό ρυθμιστικό πλαίσιο που δύναται να εξισορροπεί τα συμφέροντα και τα δικαιώματα των διαφόρων εμπλεκομένων.

- Η ΕΕ είναι ηγετικός παράγοντας και ρυθμιστής στην ψηφιακή οικονομία, καθώς έχει αναπτύξει ένα ρυθμιστικό πλαίσιο και νομολογία, τα οποία καλύπτουν πτυχές όπως η προστασία δεδομένων, το ηλεκτρονικό εμπόριο, η ευθύνη των εταιριών για τη διαφάνεια συναλλαγών και επιχειρηματικών πρακτικών και η αντιμονοπωλιακή νομοθεσία. Τα κανονιστικά κείμενα της Ένωσης βασίζονται στις αρχές και τις αξίες της ΕΕ, όπως ο ανταγωνισμός και η ισότητα στην πληροφορία, η προστασία της ανταγωνιστικότητας και των χρηστών.

- Ο Κανονισμός της Digital Markets Act αποτελεί βασικό στοιχείο και καινοτομία του ρυθμιστικού πλαισίου της ΕΕ, καθώς εισάγει ένα νέο και στοχευμένο σύνολο κανόνων και υποχρεώσεων για τις μεγάλες διαδικτυακές πλατφόρμες. Στοχεύει στη διασφάλιση δίκαιων και ανοιχτών ψηφιακών αγορών, την προστασία των καταναλωτών και των επιχειρήσεων και την προώθηση της καινοτομίας και του ανταγωνισμού. Εφαρμόζει μια νέα και ευέλικτη μεθοδολογία για τον εντοπισμό και τον ορισμό των gatekeepers, βάσει ποσοτικών κριτηρίων, επιβάλλει επίσης μια λίστα με υποχρεώσεις και απαγορεύσεις για τους ρυθμιστές, ενώ συστήνει επιπλέον ένα εργαλείο επιβολής συστάσεων, κυρώσεων και προστίμων.

- Ωστόσο, η DMA αντιμετωπίζει ορισμένες προκλήσεις και αντιστάσεις τόσο από τις μεγάλες εταιρίες της ψηφιακής οικονομίας όσο και από άλλες χώρες, ειδικά εκείνες που έχουν διαφορετική προσέγγιση και προοπτική για τον τρόπο ρύθμισης της αγοράς, όπως οι ΗΠΑ και η Κίνα. Αυτές οι χώρες, μπορεί να αντιληφθούν τις πρωτοβουλίες της Επιτροπής ως απειλή ή εμπόδιο για τις δικές τους πλατφόρμες και συμφέροντα και ενδέχεται να ανταπαντήσουν με δικούς τους κανονισμούς ή ενέργειες, δημιουργώντας κατακερματισμό ή επιβράδυνση της καινοτομίας και της ψηφιακής ανάπτυξης.

Παρά τις προκλήσεις και την πολυπλοκότητα του ρυθμιστικού πλαισίου, οφείλουμε να τονίσουμε ότι η προσπάθεια για διαφάνεια και δημιουργία δίκαιων κανόνων για όλους τους φορείς, ενδέχεται να επιφέρει θετικές εξελίξεις για τις επιχειρήσεις και τους χρήστες. Σαφώς, παραμένει ανοικτό προς μελλοντική μελέτη, το ερώτημα αν τελικά η τάση για ρύθμιση της ψηφιακής οικονομίας θα αποδώσει το προσδοκώμενα ή θα περιπλέξει το τοπίο περαιτέρω.

Βιβλιογραφία

Διεθνής

- 100 versions of Chrome later: What we learned along the way [WWW Document], 2022. . Google. URL <https://blog.google/products/chrome/100-versions-chrome-later-what-we-learned-along-way/> (accessed 5.16.24).
- Akman, P., n.d. Regulating Competition in Digital Platform Markets: A Critical Assessment of the Framework and Approach of the EU Digital Markets Act.
- Amazon Europe: revenue 2023 [WWW Document], n.d. . Statista. URL <https://www.statista.com/statistics/934963/revenue-of-amazon-europe/> (accessed 5.20.24).
- Amazon Marketplaces Worldwide: Revenue & Growth [WWW Document], n.d. URL <https://www.blankspace.eu/blog-posts-en/amazon-marketplaces-worldwide> (accessed 5.20.24).
- Anderton, R., Jarvis, V., Labhard, V., Petroulakis, F., Rubene, I., Vivian, L., 2021. The digital economy and the euro area. Econ. Bull. Artic. 8.
- Antitrust: Amazon [WWW Document], n.d. . Eur. Comm. - Eur. Comm. URL https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2077 (accessed 5.20.24a).
- Antitrust: Commission accepts commitments by Amazon [WWW Document], n.d. . Eur. Comm. - Eur. Comm. URL https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_7777 (accessed 5.20.24b).
- Antitrust: EC opens formal investigation against Amazon [WWW Document], n.d. . Eur. Comm. - Eur. Comm. URL https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_19_4291 (accessed 5.20.24c).
- Armostrong, B., 2020. The digital economy is becoming ordinary. Best we understand it [WWW Document]. The Conversation. URL <https://theconversation.com/the-digital-economy-is-becoming-ordinary-best-we-understand-it-130398> (accessed 9.14.23).
- Artificial Intelligence Act: MEPs adopt landmark law | News | European Parliament [WWW Document], 2024. URL <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20240308IPR19015/artificial-intelligence-act-meps-adopt-landmark-law> (accessed 5.21.24).
- Artificial intelligence (AI) act: Council gives final green light to the first worldwide rules on AI [WWW Document], n.d. URL <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2024/05/21/artificial-intelligence-ai-act-council-gives-final-green-light-to-the-first-worldwide-rules-on-ai/> (accessed 5.21.24).

- Bania, K., 2023. Fitting the Digital Markets Act in the existing legal framework: the myth of the “without prejudice” clause. *Eur. Compet. J.* 19, 116–149. <https://doi.org/10.1080/17441056.2022.2156730>
- Banque de France, 2018. Systemic entities of the banking sector [WWW Document]. *Banq. Fr.* URL <https://acpr.banque-france.fr/en/supervision/banking-supervision/systemic-entities-banking-sector> (accessed 4.5.24).
- Bessen, J., 2022. *The New Goliaths: How Corporations Use Software to Dominate Industries, Kill Innovation, and Undermine Regulation*. Yale University Press.
- Big tech voices opposition to digital competition law in India [WWW Document], 2024. URL <https://www.computing.co.uk/news/4186321/big-tech-voices-opposition-digital-competition-law-india> (accessed 5.23.24).
- Binns, R., Zhao, J., Van Kleek, M., Shadbolt, N., 2018. Measuring third-party tracker power across web and mobile. *ACM Trans. Internet Technol.* 18. <https://doi.org/10.1145/3176246>
- Bonchek, M., Bapat, V., 2018. The Most Successful Brands Focus on Users — Not Buyers. *Harv. Bus. Rev.*
- Bostoen, F., 2023. Understanding the Digital Markets Act. *Antitrust Bull.* 68, 263–306. <https://doi.org/10.1177/0003603X231162998>
- Botta, M., Wiedemann, K., 2019. The Interaction of EU Competition, Consumer, and Data Protection Law in the Digital Economy: The Regulatory Dilemma in the Facebook Odyssey*. <https://doi.org/10.1177/0003603X19863590> 64, 428–446. <https://doi.org/10.1177/0003603X19863590>
- Bradford, A., 2024. The False Choice Between Digital Regulation and Innovation. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4753107>
- Bradford, A., 2023. *Digital Empires: The Global Battle to Regulate Technology*. *Fac. Books.*
- Bradford, A., 2020. *The Brussels Effect: How the European Union Rules the World*. *Fac. Books.*
- Browne, R., 2024. Big Tech goes from “teenager” to “grown-up” under landmark EU law. Here’s what you need to know [WWW Document]. *CNBC*. URL <https://www.cnbc.com/2024/03/07/what-the-eu-digital-markets-act-means-for-us-tech-giants-like-apple.html> (accessed 5.6.24).
- Business demography statistics [WWW Document], n.d. URL https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Business_demography_statistics (accessed 5.23.24).
- Business, O., n.d. THE BIG STORY 1 | Outlook Business [WWW Document]. <https://www.outlookbusiness.com/>. URL <https://www.outlookbusiness.com/the-big-story-1/lead-story-8/the-indian-way-of-regulating-big-tech-6696> (accessed 5.23.24).
- Calzolari, L., 2021. Sanctions in EU Competition Law: Ensuring Deterrence within the Decentralised Enforcement System of Articles 101 and 102 TFEU, in: *EU Law Enforcement: The Evolution of Sanctioning Powers*. pp. 241–265.
- Cantell, C.C., n.d. Abuse of Dominance in the Digital Era Different Ways for EU Competition Law to Control Gatekeepers.

- Cini, M., Czulno, P., 2022. Digital Single Market and the EU Competition Regime: An Explanation of Policy Change. *J. Eur. Integr.* 44, 41–57. <https://doi.org/10.1080/07036337.2021.2011260>
- Ciriani, S., Lebourges, M., 2018. The Market Dominance of US Digital Platforms: Antitrust Implications for the European Union. *SSRN Electron. J.* <https://doi.org/10.2139/SSRN.2977933>
- Commission fines Apple [WWW Document], n.d. . *Eur. Comm. - Eur. Comm.* URL https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_1161 (accessed 5.7.24).
- Commission launches Whistleblower Tools for Digital Services Act and Digital Markets Act - European Commission [WWW Document], n.d. URL https://digital-markets-act.ec.europa.eu/commission-launches-whistleblower-tools-digital-services-act-and-digital-markets-act-2024-04-30_en (accessed 5.11.24).
- Commission opens non-compliance investigations against Alphabet, Apple and Meta under the Digital Markets Act - European Commission [WWW Document], n.d. URL https://digital-markets-act.ec.europa.eu/commission-opens-non-compliance-investigations-against-alphabet-apple-and-meta-under-digital-markets-2024-03-25_en (accessed 5.9.24).
- Competition policy | Fact Sheets on the European Union | European Parliament [WWW Document], 2023. URL <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/82/competition-policy> (accessed 5.21.24).
- Complying with the Digital Markets Act [WWW Document], 2024. . Google. URL <https://blog.google/around-the-globe/google-europe/complying-with-the-digital-markets-act/> (accessed 5.7.24).
- Cornell, L., Halter, E., 2015. *Mass Effect: Art and the Internet in the Twenty-First Century*. MIT Press.
- Daily, I.B., 2016. How The EU’s War On U.S. Innovation Stifles European Creativity [WWW Document]. *Invest. Bus. Dly.* URL <https://www.investors.com/politics/commentary/how-the-eus-war-on-u-s-innovation-stifles-european-creativity/> (accessed 5.21.24).
- de Streel, A., Larouche, P., 2021. The European Digital Markets Act: A Revolution Grounded on Traditions. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3911361>
- Desktop operating system market share 2013-2024 [WWW Document], n.d. . Statista. URL <https://www.statista.com/statistics/218089/global-market-share-of-windows-7/> (accessed 5.7.24).
- Desktop Operating System Market Share Europe [WWW Document], n.d. . StatCounter Glob. Stats. URL <https://gs.statcounter.com/os-market-share/desktop/europe> (accessed 5.7.24).
- Deutscher, E., 2022. Reshaping Digital Competition: The New Platform Regulations and the Future of Modern Antitrust. *Antitrust Bull.* 67, 302–340. <https://doi.org/10.1177/0003603X221082742>
- DMA designated Gatekeepers [WWW Document], n.d. URL https://digital-markets-act.ec.europa.eu/gatekeepers_en (accessed 5.7.24).

- Dornean, A., Mărginean, M., n.d. EFFECTS ANALYSIS IN ABUSE OF DOMINANCE CASES IN EUROPEAN UNION.
- Dunne, N., 2020. Public Interest and EU Competition Law. *Antitrust Bull.* 65, 256–281. <https://doi.org/10.1177/0003603X20912883>
- European Central Bank, 2021. ECB Economic Bulletin, Issue 8 / 2020. ECB, Frankfurt.
- European Central Bank (ECB), 2019. Assessing the systemic footprint of euro area banks [WWW Document]. *Eur. Cent. Bank.* URL https://www.ecb.europa.eu/press/financial-stability-publications/fsr/special/html/ecb.fsrart201911_02~5fd45e4b5a.en.html (accessed 3.30.24).
- European Commission, 2008. COMP/M.4731 — Google/DoubleClick / Document 52008XC0722(03).
- Facts and figures, EU demographics | European Union [WWW Document], n.d. URL https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/key-facts-and-figures/life-eu_en (accessed 12.31.23).
- Fox, E.M., 2014. Monopolization and Abuse of Dominance: Why Europe is Different. *Antitrust Bull.* 59, 129–152. <https://doi.org/10.1177/0003603X1405900106>
- Global Partners Digital, 2022. The EU Digital Markets Act: is interoperability the way forward? [WWW Document]. URL <https://www.gp-digital.org/the-eu-digital-markets-act-is-interoperability-the-way-forward/> (accessed 5.5.24).
- Global retail e-commerce sales 2026 [WWW Document], n.d. . Statista. URL <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/> (accessed 12.26.23).
- Goldfarb, A., Tucker, C., 2019. Digital economics. *J. Econ. Lit.* 57, 3–43. <https://doi.org/10.1257/JEL.20171452>
- Guidelines on criteria to to assess other systemically important institutions (O-SIIs) | European Banking Authority [WWW Document], n.d. URL <https://www.eba.europa.eu/guidelines-criteria-assess-other-systemically-important-institutions-o-siis> (accessed 3.30.24).
- Harris, E., 2024. Big Tech Regulations: Efforts to Regulate Big Tech [WWW Document]. *Plur. Policy.* URL <https://pluralpolicy.com/blog/big-tech-regulations/> (accessed 5.23.24).
- How New Regulations are Shaping Europe’s Digital Landscape [WWW Document], n.d. URL <https://globalcompetitionreview.com/guide/digital-markets-guide/third-edition/article/how-new-regulations-are-shaping-europes-digital-landscape> (accessed 5.23.24).
- Ježová, D., 2017. EU Digital Single Market - are We There Yet?
- Joseph, W., 2013. *Information Technology and Collection Management for Library User Environments.* IGI Global.
- Kalra, A., Ahmed, A., Kalra, A., 2022. India nixes privacy bill that alarmed big tech companies, works on new law. Reuters.
- Kokkoris, I., 2017. The Google Case in the EU: Is There a Case? *Antitrust Bull.* 62, 313–333. <https://doi.org/10.1177/0003603X17708362>

- Kopf, D., 2019. Napster paved the way for our streaming-reliant music industry [WWW Document]. Quartz. URL <https://qz.com/1683609/how-the-music-industry-shifted-from-napster-to-spotify> (accessed 1.2.24).
- Kostecka-Jurczyk, D., 2021. Abuse of Dominant Position on Digital Market: Is the European Commission Going back to the Old Paradigm?, *European Research Studies Journal*.
- Lianos, I., Motchenkova, E., 2013. MARKET DOMINANCE AND SEARCH QUALITY IN THE SEARCH ENGINE MARKET. *J. Compet. Law Econ.* 9, 419–455. <https://doi.org/10.1093/joclec/nhs037>
- Lohr, S., 2020. This Deal Helped Turn Google Into an Ad Powerhouse. Is That a Problem? *N. Y. Times*.
- Loten, A., 2021. Corporate Tech Leaders Are Mixed on EU Artificial Intelligence Bill. *Wall Str. J.*
- Mayr, M., 2022. Redefining the Ne Bis in Idem Principle in EU Competition Law: bpost and Nordzucker. *J. Eur. Compet. Law Pract.* 13, 553–557. <https://doi.org/10.1093/jeclap/lpac053>
- McLaughlin, H., 2009. What’s in a Name: ‘Client’, ‘Patient’, ‘Customer’, ‘Consumer’, ‘Expert by Experience’, ‘Service User’—What’s Next? *Br. J. Soc. Work* 39, 1101–1117. <https://doi.org/10.1093/bjsw/bcm155>
- Moroz, M., 2017. The Level of Development of the Digital Economy in Poland and Selected European Countries: A Comparative Analysis. *Found. Manag.* 9, 175–190. <https://doi.org/10.1515/fman-2017-0014>
- NASDAQ Composite Index (COMP) Historical Data | Nasdaq [WWW Document], n.d. URL <https://www.nasdaq.com/market-activity/index/comp/historical> (accessed 12.26.23).
- Nelson, C., 2024. Microsoft implements DMA compliance measures [WWW Document]. EU Policy Blog. URL <https://blogs.microsoft.com/eupolicy/2024/03/07/microsoft-dma-compliance-windows-linkedin/> (accessed 5.6.24).
- OECD, 2020. Abuse of Dominance in Digital Markets.
- Podszun, R., 2023. From Competition Law to Platform Regulation - Regulatory Choices for the Digital Markets Act. *Economics* 17. <https://doi.org/10.1515/econ-2022-0037>
- Promoting fair competition – EU action | European Union [WWW Document], n.d. URL https://european-union.europa.eu/priorities-and-actions/actions-topic/competition_en (accessed 5.21.24).
- Robertson, Viktoria H.S.E., 2020. Antitrust Law and Digital Markets: A Guide to the European Competition Law Experience in the Digital Economy. *SSRN Electron. J.* <https://doi.org/10.2139/SSRN.3631002>
- Robertson, Viktoria H. S. E., 2020. Antitrust Law and Digital Markets: A Guide to the European Competition Law Experience in the Digital Economy. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3631002>
- Roth, E., 2024. Apple gives small developers more ways around its alternative app store tax [WWW Document]. *The Verge*. URL

- <https://www.theverge.com/2024/5/2/24147225/apple-ios-iphone-ipad-core-technology-fee-eu> (accessed 5.11.24).
- Satariano, A., McCabe, D., 2024. Forced to Change: Tech Giants Bow to Global Onslaught of Rules. N. Y. Times.
- Satariano, A., Stevis-Gridneff, M., 2020. Big Tech Turns Its Lobbyists Loose on Europe, Alarming Regulators. N. Y. Times.
- Schneider, G., 2018. Testing Art. 102 TFEU in the Digital Marketplace: Insights from the Bundeskartellamt’s investigation against Facebook. J. Eur. Compet. Law Pract. 9, 213–225. <https://doi.org/10.1093/JECLAP/LPY016>
- Shabanova, L.B., Ismagilova, G.N., Salimov, L.N., Akhmadeev, M.G., 2015. PEST - Analysis and SWOT - Analysis as the most important tools to strengthen the competitive advantages of commercial enterprises. Mediterr. J. Soc. Sci. 6, 705–709. <https://doi.org/10.5901/MJSS.2015.V6N3P705>
- Skare, M., de las Mercedes de Obesso, M., Ribeiro-Navarrete, S., 2023. Digital transformation and European small and medium enterprises (SMEs): A comparative study using digital economy and society index data. Vol. 68 68. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102594>
- Staff, A.J., n.d. Why is the US suing Apple? A ‘monopoly’ vs ‘innovation’ battle [WWW Document]. Al Jazeera. URL <https://www.aljazeera.com/news/2024/3/22/apple-13> (accessed 5.6.24).
- Tar, J., 2024a. Four Apple and Microsoft services to be left out of Digital Markets Act [WWW Document]. www.euractiv.com. URL <https://www.euractiv.com/section/digital/news/four-apple-and-microsoft-services-to-be-left-out-of-digital-markets-act/> (accessed 5.6.24).
- Tar, J., 2024b. EU Commission seeks feedback over Apple Pay’s commitments [WWW Document]. www.euractiv.com. URL <https://www.euractiv.com/section/competition/news/eu-commission-seeks-feedback-over-apple-pays-commitments/> (accessed 5.11.24).
- The “act-ification” of EU law: The (long-overdue) move towards “eponymous” EU legislation, 2021. Eur. Law Blog. URL <https://europeanlawblog.eu/2021/01/26/the-act-ification-of-eu-law-the-long-overdue-move-towards-eponymous-eu-legislation/> (accessed 3.24.24).
- The EU and U.S. diverge on AI regulation: A transatlantic comparison and steps to alignment [WWW Document], n.d. Brookings. URL <https://www.brookings.edu/articles/the-eu-and-us-diverge-on-ai-regulation-a-transatlantic-comparison-and-steps-to-alignment/> (accessed 5.23.24).
- The EU wants to set the rules for the world of technology, n.d. The Economist.
- Top Online Stores in Europe 2023: Net Sales & Market Share | ECDB.com [WWW Document], n.d. URL <https://ecommercedb.com/insights/top-online-stores-in-europe-key-players-market-shares/4647> (accessed 5.20.24).
- United Brands Company και United Brands Continentaal BV κατά Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, 1978.
- United Nations Conference on Trade and Development, 2019. Digital economy report 2019 : value creation and capture : implications for developing countries. United Nations Publications.

- What is digital economy? | Deloitte Malta | Technology [WWW Document], n.d. URL <https://www2.deloitte.com/mt/en/pages/technology/articles/mt-what-is-digital-economy.html> (accessed 9.14.23).
- What Is the Digital Economy? - Wharton Online [WWW Document], n.d. URL <https://online.wharton.upenn.edu/blog/what-is-the-digital-economy/> (accessed 9.14.23).
- Why Big Tech Gets More Scrutiny in India Than Big Ports and Big Media, 2024. . Bloomberg.com.
- Wils, W.P.J., 2003. The Principle of “Ne Bis in Idem” in EC Antitrust Enforcement: A Legal and Economic Analysis.
- With dueling approaches, the US and EU hit the tech giants hard [WWW Document], 2024. . POLITICO. URL <https://www.politico.com/news/2024/05/03/tech-companies-us-eu-battles-00156110> (accessed 5.23.24).
- Xia, L., Baghaie, S., Mohammad Sajadi, S., 2023. The digital economy: Challenges and opportunities in the new era of technology and electronic communications. *Ain Shams Eng. J.* <https://doi.org/10.1016/j.asej.2023.102411>
- Ζιάγκου, Μ., 2023. Ηλεκτρονικό εμπόριο: Η τάση που έγινε συνήθεια - 5 στους 10 ψωνίζουν online κάθε 15 μέρες [WWW Document]. Οικονομικός Ταχυδρόμος - Otgr. URL <https://www.ot.gr/2023/07/19/oikonomia/ilektroniko-emporio-i-tasi-pou-egine-synitheia-5-stous-10-psonizoun-online-kathe-15-meres/> (accessed 12.26.23).
- Μικρούλεα, Α., 2023. Ανταγωνισμός και Ρύθμιση στην Ψηφιακή Οικονομία. Νομική Βιβλιοθήκη.
- Στα 14 δισ. ευρώ έφτασε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα το 2021 [WWW Document], 2022. . Bus. Dly. URL https://www.businessdaily.gr/oikonomia/58276_sta-14-dis-eyro-eftase-ilektroniko-emporio-stin-ellada-2021 (accessed 12.26.23).

Δικτυογραφία

- 100 versions of Chrome later: What we learned along the way [WWW Document], 2022. . Google. URL <https://blog.google/products/chrome/100-versions-chrome-later-what-we-learned-along-way/> (accessed 5.16.24).
- Amazon Europe: revenue 2023 [WWW Document], n.d. . Statista. URL <https://www.statista.com/statistics/934963/revenue-of-amazon-europe/> (accessed 5.20.24).
- Amazon Marketplaces Worldwide: Revenue & Growth [WWW Document], n.d. URL <https://www.blankspace.eu/blog-posts-en/amazon-marketplaces-worldwide> (accessed 5.20.24).

Apple announces changes to iOS, Safari, and the App Store in the European Union [WWW Document], n.d. . Apple Newsroom Ελλάδα. URL <https://www.apple.com/gr/newsroom/2024/01/apple-announces-changes-to-ios-safari-and-the-app-store-in-the-european-union/> (accessed 5.6.24).

Are Enterprises Ready for Billions of Devices to Join the Internet? | WIRED [WWW Document], n.d. URL <https://www.wired.com/insights/2014/12/enterprises-billions-of-devices-internet/> (accessed 12.24.23a).

Are Enterprises Ready for Billions of Devices to Join the Internet? | WIRED [WWW Document], n.d. URL <https://www.wired.com/insights/2014/12/enterprises-billions-of-devices-internet/> (accessed 12.24.23b).

Bessen, J.E., n.d. How big technology systems are slowing innovation [WWW Document]. MIT Technol. Rev. URL <https://www.technologyreview.com/2022/02/17/1044711/technology-slowing-innovation-disruption/> (accessed 5.21.24).

Big tech voices opposition to digital competition law in India [WWW Document], 2024. URL <https://www.computing.co.uk/news/4186321/big-tech-voices-opposition-digital-competition-law-india> (accessed 5.23.24).

Browne, R., 2024. Big Tech goes from “teenager” to “grown-up” under landmark EU law. Here’s what you need to know [WWW Document]. CNBC. URL <https://www.cnbc.com/2024/03/07/what-the-eu-digital-markets-act-means-for-us-tech-giants-like-apple.html> (accessed 5.6.24).

Browne, R., 2022. Amazon avoids multibillion-dollar fine as it reaches EU antitrust settlement [WWW Document]. CNBC. URL <https://www.cnbc.com/2022/12/20/amazon-reaches-settlement-with-eu-on-antitrust-case.html> (accessed 5.20.24).

Business, O., n.d. THE BIG STORY 1 | Outlook Business [WWW Document]. <https://www.outlookbusiness.com/>. URL <https://www.outlookbusiness.com/the-big-story-1/lead-story-8/the-indian-way-of-regulating-big-tech-6696> (accessed 5.23.24).

- Complying with the Digital Markets Act [WWW Document], 2024. . Google. URL <https://blog.google/around-the-globe/google-europe/complying-with-the-digital-markets-act/> (accessed 5.7.24).
- Desktop operating system market share 2013-2024 [WWW Document], n.d. . Statista. URL <https://www.statista.com/statistics/218089/global-market-share-of-windows-7/> (accessed 5.7.24).
- Desktop Operating System Market Share Europe [WWW Document], n.d. . StatCounter Glob. Stats. URL <https://gs.statcounter.com/os-market-share/desktop/europe> (accessed 5.7.24).
- Digital transformation could grow EU economy by €2.8 trillion – POLITICO [WWW Document], n.d. URL <https://www.politico.eu/sponsored-content/digital-transformation-could-grow-eu-economy-by-e2-8-trillion/> (accessed 9.14.23).
- EU Digital Strategy - EU4Digital [WWW Document], n.d. URL <https://eufordigital.eu/discover-eu/eu-digital-strategy/> (accessed 9.14.23).
- European Commission, 2002. Commission fines Nintendo and seven of its European distributors [WWW Document]. Eur. Comm. - Eur. Comm. URL https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_02_1584 (accessed 12.31.23).
- European Union: Abuse of dominance and article 102 of the TFEU [WWW Document], n.d. URL <https://globalcompetitionreview.com/review/the-european-middle-east-and-african-antitrust-review/2023/article/european-union-abuse-of-dominance-and-article-102-of-the-tfeu> (accessed 1.2.24).
- Global retail e-commerce sales 2026 [WWW Document], n.d. . Statista. URL <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/> (accessed 12.26.23).
- Harris, E., 2024. Big Tech Regulations: Efforts to Regulate Big Tech [WWW Document]. Plur. Policy. URL <https://pluralpolicy.com/blog/big-tech-regulations/> (accessed 5.23.24).
- Hartmann, T., 2023. French antitrust watchdog strikes Apple's app tracking system [WWW Document]. www.euractiv.com. URL

- <https://www.euractiv.com/section/competition/news/french-antitrust-watchdog-strikes-apps-app-tracking-system/> (accessed 5.11.24).
- Heiber, J.G., 2023. Consistency Is Key to Countering Unfair Treatment of U.S. Companies Abroad [WWW Document]. URL <https://www.uschamber.com/international/trade-agreements/countering-unfair-treatment-of-american-companies-abroad> (accessed 5.23.24).
- How New Regulations are Shaping Europe’s Digital Landscape [WWW Document], n.d. URL <https://globalcompetitionreview.com/guide/digital-markets-guide/third-edition/article/how-new-regulations-are-shaping-europes-digital-landscape> (accessed 5.23.24).
- Internal energy market | Fact Sheets on the European Union | European Parliament [WWW Document], 2023. URL <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/45/internal-energy-market> (accessed 12.30.23).
- IoT connected devices worldwide 2019-2030 | Statista [WWW Document], n.d. URL <https://www.statista.com/statistics/1183457/iot-connected-devices-worldwide/> (accessed 12.24.23).
- Jacob, P.M., 2023. Tracing the Torrent: A Journey Through the Evolution of File-Sharing. Medium. URL <https://medium.com/@prislymj/tracing-the-torrent-a-journey-through-the-evolution-of-file-sharing-72e8c8e6f7ce> (accessed 1.2.24).
- Kopf, D., 2019. Napster paved the way for our streaming-reliant music industry [WWW Document]. Quartz. URL <https://qz.com/1683609/how-the-music-industry-shifted-from-napster-to-spotify> (accessed 1.2.24).
- Nelson, C., 2024. Microsoft implements DMA compliance measures [WWW Document]. EU Policy Blog. URL <https://blogs.microsoft.com/eupolicy/2024/03/07/microsoft-dma-compliance-windows-linkedin/> (accessed 5.6.24).
- Roth, E., 2024. Apple gives small developers more ways around its alternative app store tax [WWW Document]. The Verge. URL

- <https://www.theverge.com/2024/5/2/24147225/apple-ios-iphone-ipad-core-technology-fee-eu> (accessed 5.11.24).
- Staff, A.J., n.d. Why is the US suing Apple? A ‘monopoly’ vs ‘innovation’ battle [WWW Document]. Al Jazeera. URL <https://www.aljazeera.com/news/2024/3/22/apple-13> (accessed 5.6.24).
- Staff, V., 2024. The EU’s new competition rules are going live — here’s how tech giants are responding [WWW Document]. The Verge. URL <https://www.theverge.com/2024/3/6/24091592/eu-dma-competition-compliance-deadline-big-tech-policy-changes> (accessed 5.7.24).
- Tar, J., 2024a. EU Commission seeks feedback over Apple Pay’s commitments [WWW Document]. www.euractiv.com. URL <https://www.euractiv.com/section/competition/news/eu-commission-seeks-feedback-over-apple-pays-commitments/> (accessed 5.11.24).
- Tar, J., 2024b. Four Apple and Microsoft services to be left out of Digital Markets Act [WWW Document]. www.euractiv.com. URL <https://www.euractiv.com/section/digital/news/four-apple-and-microsoft-services-to-be-left-out-of-digital-markets-act/> (accessed 5.6.24).
- The “act-ification” of EU law: The (long-overdue) move towards “eponymous” EU legislation, 2021. . Eur. Law Blog. URL <https://europeanlawblog.eu/2021/01/26/the-act-ification-of-eu-law-the-long-overdue-move-towards-eponymous-eu-legislation/> (accessed 3.24.24).
- The Digital Economy and Its Disputes | Services | Berkeley Research Group [WWW Document], n.d. URL <https://www.thinkbrg.com/services/digital-economy/> (accessed 12.24.23).
- The Digital Economy and Society Index (DESI) | Shaping Europe’s digital future [WWW Document], n.d. URL <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi> (accessed 9.14.23).
- The EU and U.S. diverge on AI regulation: A transatlantic comparison and steps to alignment [WWW Document], n.d. . Brookings. URL

<https://www.brookings.edu/articles/the-eu-and-us-diverge-on-ai-regulation-a-transatlantic-comparison-and-steps-to-alignment/> (accessed 5.23.24).

What does liberalization of energy Markets mean? How has unbundling worked in Europe? What is still missing? These answers & more can be found here ➔ [WWW Document], n.d. URL <https://www.next-kraftwerke.com/knowledge/liberalization-energy-markets> (accessed 12.30.23).

What is digital economy? | Deloitte Malta | Technology [WWW Document], n.d. URL <https://www2.deloitte.com/mt/en/pages/technology/articles/mt-what-is-digital-economy.html> (accessed 9.14.23).

What Is the Digital Economy? - Wharton Online [WWW Document], n.d. URL <https://online.wharton.upenn.edu/blog/what-is-the-digital-economy/> (accessed 9.14.23).

With dueling approaches, the US and EU hit the tech giants hard [WWW Document], 2024. . POLITICO. URL <https://www.politico.com/news/2024/05/03/tech-companies-us-eu-battles-00156110> (accessed 5.23.24).

Γούναρη, Ξ., 2023. Ηλεκτρονικό εμπόριο: Ο χάρτης των online αγορών – Εννέα στους 10 Έλληνες στο διαδίκτυο [WWW Document]. Οικονομικός Ταχυδρόμος - Otgr. URL <https://www.ot.gr/2023/05/06/epixeiriseis/ilektroniko-emporio-o-xartiston-online-agoron-ennea-stous-10-ellines-sto-diadiktyo/> (accessed 12.26.23).

Ζιάγκου, Μ., 2023. Ηλεκτρονικό εμπόριο: Η τάση που έγινε συνήθεια - 5 στους 10 ψωνίζουν online κάθε 15 μέρες [WWW Document]. Οικονομικός Ταχυδρόμος - Otgr. URL <https://www.ot.gr/2023/07/19/oikonomia/ilektroniko-emporio-i-tasiprou-egine-synitheia-5-stous-10-psonizoun-online-kathe-15-meres/> (accessed 12.26.23).

Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου | Θεματολογικά δελτία για την Ευρωπαϊκή Ένωση | Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο [WWW Document], 2023. URL <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/el/sheet/161/the-european-union-and-the-world-trade-organization> (accessed 12.30.23).

Πολύζος, Γ., 2024a. Booking: Πρέπει να συμμορφωθεί στους κανόνες της Ευρώπης για τις ψηφιακές αγορές [WWW Document]. Οικονομικός Ταχυδρόμος - Otgr. URL

<https://www.ot.gr/2024/05/13/tehnologia/eyropaiki-epitropi-i-booking-prepei-na-symmorfothei-stous-kanones-tou-dma/> (accessed 5.13.24).

Πολύζος, Γ., 2024b. Microsoft: Ανεξάρτητη διάθεση του Teams από την σουίτα εφαρμογών Office [WWW Document]. Οικονομικός Ταχυδρόμος - Otgr. URL <https://www.ot.gr/2024/04/01/tehnologia/microsoft-aneksartiti-diathesi-tou-teams-apo-tin-souita-efarmogon-office/> (accessed 4.5.24).

Στα 14 δισ. ευρώ έφτασε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα το 2021 [WWW Document], 2022. . Bus. Dly. URL https://www.businessdaily.gr/oikonomia/58276_sta-14-dis-eyro-eftase-ilektroniko-emporio-stin-ellada-2021 (accessed 12.26.23).