



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΜΗΜΑ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών

«ΔΙΚΑΙΟ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ»

Ακαδημαϊκό έτος 2024-2025

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

της Κυριακής Χατζηαθανασίου (Α.Μ.: ΜΔΙ2460)

«ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑΧΡΗΣΗ
ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑΣ ΘΕΣΗΣ ΣΤΟ ΕΝΩΣΙΑΚΟ ΔΙΚΑΙΟ ΤΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΟΥ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ»

«PERSONAL DATA PROTECTION AND ABUSE OF DOMINANT
POSITION UNDER EU COMPETITION LAW»

Επιβλέπων:

Δημήτριος Κυριαζής

Πειραιάς, Μάιος 2026

Πίνακας περιεχομένων

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	4
ABSTRACT	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ: Η ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΜΕ ΤΟ ΔΙΚΑΙΟ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΩΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	6
1.1. Η έννοια του ανταγωνισμού και η οικονομική του σημασία.....	6
1.2. Τα προσωπικά δεδομένα στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον.....	8
1.3. Προσωπικά δεδομένα και ανταγωνισμός	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΤΟ ΕΝΩΣΙΑΚΟ ΔΙΚΑΙΟ ΤΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ	12
2.1. Το άρθρο 102 ΣΛΕΕ.....	12
2.2. Η έννοια της επιχείρησης.....	13
2.3. Η έννοια της δεσπόζουσας θέσης	13
2.4. Η έννοια της παρεμποδιστικής και καταχρηστικής εκμετάλλευσης	16
2.5. Ο επηρεασμός του ενωσιακού εμπορίου	19
2.6. Ο ρόλος Επιτροπής Ανταγωνισμού	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: Η ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ	23
3.1. Το παράδοξο της ιδιωτικότητας στον κυβερνοχώρο.....	23
3.2.Ο Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων (GDPR)	24
3.3. Τα δικαιώματα των Υποκειμένων	27
3.4. Οι υποχρεώσεις των επιχειρήσεων	30
3.4.1. Ο Υπεύθυνος και ο Εκτελών την επεξεργασία των προσωπικών δεδομένων	31
3.4.2. Η προστασία των προσωπικών δεδομένων εξ ορισμού (privacy by default) και από τον σχεδιασμό (privacy by design)	32
3.4.3 Η μελέτη εκτίμησης επιπτώσεων στην προστασία των προσωπικών δεδομένων και η δήλωση πολιτικής απορρήτου της επιχείρησης	34
3.4.4 Ο Υπεύθυνος Προστασίας προσωπικών δεδομένων	35

3.5. Ο ρόλος του EDPB.....	36
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ: Ο ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΣΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	37
4.1. Η μετάβαση στο ηλεκτρονικό εμπόριο.....	37
4.2.1. Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των δεδομένων	39
4.2.2. Η ψηφιακή ενιαία αγορά του 21 ^{ου} αιώνα	43
4.3. Η σύνδεση μεταξύ ανταγωνισμού και προσωπικών δεδομένων στο ψηφιακό επιχειρείν	44
4.3.1. Η συμπεριφορική οικονομική προσέγγιση στο δίκαιο ανταγωνισμού	46
4.3.2. Από τα αποτελέσματα δικτύου στις οικονομίες κλίμακας και φάσματος....	49
4.3.3. Η αξία της δευτερογενούς σχετικής αγοράς για τις ψηφιακές υπηρεσίες	51
4.3.4. Οι ιδιαιτερότητες των μηχανών αναζήτησης στον χώρο του διαδικτύου	51
4.3.5. Το μοντέλο «pay or consent» («πλήρωσε ή συναίνεσε»).....	53
4.3.6. Οι επιπτώσεις της κατάχρησης των δεδομένων για τον ανταγωνισμό στην ψηφιακή αγορά.....	55
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ: ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ-ΟΙ ΝΟΜΟΛΟΓΙΑΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ	57
5.1. Υπόθεση C-252/21 (Facebook κατά Bundeskartellamt).....	57
5.2. Υπόθεση T-66/25 (Facebook Marketplace).....	61
5.3. Υπόθεση T-612/17 (Google Shopping).....	62
5.4. Υπόθεση T-604/18 (Google Android).....	65
5.5. Υποθέσεις AT.40462/AT.40703 (Amazon)	67
5.6. Υπόθεση C-604/22 (IAB Europe κατά Gegevensbeschermingsautoriteit)	69
5.7. Υπόθεση C-673/17 (Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände–Verbraucherzentrale Bundesverband eV κατά Planet49 GmbH) .	70
5.8. Η περίπτωση του TIK TOK	71
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ: ΤΟ ΔΙΚΑΙΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Η ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΣΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΤΕΧΝΗΤΗΣ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗΣ-ΟΙ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ.....	74

6.1. Τα οφέλη του αλγοριθμικού συστήματος για καταναλωτές και επιχειρήσεις	75
6.2. Ο επαναπροσδιορισμός του κανονιστικού πλαισίου	76
6.2.1. Η Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές (DMA):.....	77
6.2.2. Η Πράξη για τις Ψηφιακές Υπηρεσίες (DSA):.....	79
6.2.3. Η Πράξη για την Τεχνητή Νοημοσύνη (AI Act):.....	80
6.2.4. Ο Κανονισμός για τα δεδομένα:.....	81
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ: ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	82
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	86

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι ανατρεπτικές τεχνολογικές εξελίξεις που χαρακτηρίζουν το ψηφιακό εμπόριο του 21ου αιώνα κλονίζουν τα στεγανά μεταξύ των επιμέρους δικαιοϋκών κλάδων. Η ανάγκη για μια ολιστική και διεπιστημονική προσέγγιση καθίσταται πλέον επιτακτική, καθώς τα σύγχρονα νομικά ζητήματα που ανακύπτουν χρήζουν ενιαίας ερμηνείας και αντιμετώπισης. Στο σύγχρονο ψηφιακό οικοσύστημα, η συσσώρευση, η επεξεργασία και οι επιμέρους χρήσεις τεράστιων όγκων προσωπικών δεδομένων αναδεικνύει, πλέον, μια διττή πραγματικότητα: τα δεδομένα λειτουργούν τόσο ως παράγοντας αγοραστικής ισχύος όσο και ως μέσο άσκησης καταχρηστικών πιέσεων με άμεσες συνέπειες στη δομή της αγοράς και στα θεμελιώδη δικαιώματα των Ευρωπαίων πολιτών. Έτσι, η παρούσα διπλωματική εργασία επικεντρώνεται στη δυναμική διασταύρωση δύο πεδίων του ενωσιακού δικαίου: του δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού και του δικαίου προστασίας προσωπικών δεδομένων. Ως η πλέον πρόσφορη μέθοδος ανάλυσης και ερμηνείας των κανόνων δικαίου και των πρόσφατων αποφάσεων του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΔΕΕ), της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και των εθνικών Εποπτικών Αρχών επιλέγεται η νομική δογματική μεθοδολογία.

ABSTRACT

The disruptive technological developments characterizing 21st-century digital commerce are unsettling the boundaries between distinct legal branches. The need for a holistic and interdisciplinary approach has become imperative, as contemporary legal issues require unified interpretation and treatment. In the modern digital ecosystem, the accumulation, processing, and specific uses of vast volumes of personal data reveal a dual reality: data functions both as a factor of market power and as a means of exercising abusive pressures, with direct consequences for market structure and the fundamental rights of European citizens. Consequently, this master's thesis focuses on the dynamic intersection of two fields of EU law: competition law and personal data protection law. Legal dogmatic methodology is selected as the most appropriate method for the analysis and interpretation of legal rules and recent decisions of the Court of Justice of the European Union (CJEU), the European Commission, and national Supervisory Authorities.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ: Η ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΜΕ ΤΟ ΔΙΚΑΙΟ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΩΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

1.1. Η έννοια του ανταγωνισμού και η οικονομική του σημασία

Η θεωρητική θεμελίωση του δικαίου του ανταγωνισμού εκκινεί από την πολιτική φιλοσοφία «Ordoliberalismus» της λεγόμενης «Σχολής του Freiburg» κατά τη δεκαετία του 1930, η οποία εισήγαγε την ιδέα της ελεύθερης αγοράς ως το απαραίτητο συστατικό μιας φιλελεύθερης και με ισχυρό κανονιστικό πλαίσιο κοινωνίας. Η φιλοσοφία αυτή επηρέασε καταλυτικά τον Γερμανικό Νόμο κατά των περιορισμών του ανταγωνισμού (GWB), ο οποίος συνιστά τον ιδεολογικό πυρήνα του ενωσιακού δικαίου ανταγωνισμού. Ο ανταγωνισμός¹ αποτελεί το συνεκτικό ιστό συγκράτησης των αντιτιθέμενων οικονομικών συμφερόντων σε λειτουργική συνοχή όταν η επιχείρηση προσπαθεί να κερδίσει την προτίμηση του καταναλωτικού κοινού. Είναι μια διαδικασία δυναμική και για να αναπτυχθεί προϋποθέτει ένα περιβάλλον αγοράς, δηλαδή έναν χώρο αμφίδρομης επικοινωνίας όπου συλλέγεται και αξιοποιείται πλήθος πληροφοριών σύμφωνα με τον κανόνα της προσφοράς και της ζήτησης έτσι ώστε να κατευθύνεται κατά τρόπο ανάλογο τόσο η συμπεριφορά των επιχειρήσεων και των καταναλωτών όσο και οι τιμές στα αγαθά και στις υπηρεσίες. Η οικονομία της αγοράς για να υπάρξει και να λειτουργήσει έχει ως αυτονόητη προϋπόθεση τη διασφάλιση της ελεύθερης οικονομικής δράσης, η οποία θεμελιώνεται στην ιδιωτική αυτονομία ως την απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη της επιχειρηματικής ελευθερίας, στην ιδιοκτησία (εμπράγματα δικαιώματα, βιομηχανική ιδιοκτησία κ.λπ.) ως το αναγκαίο μέσο για την αξιοποίηση των παραγωγικών συντελεστών και στον θεσμό του ανταγωνισμού, ως τη γενική οργανωτική αρχή του συστήματος².

¹ ως φυσική έκφραση ατομικιστικής συμπεριφοράς και στάσης που προσλαμβάνει τη μορφή και το περιεχόμενο αντιπαλότητας ανάμεσα στους εμπλεκόμενους οι οποίοι επιδιώκουν να ικανοποιήσουν προσωπικά συμφέροντα με τον τρόπο που θεωρούν πιο πρόσφορο και ορίζεται από κίνητρα επιθυμίας, ελευθερίας, ιδιοκτησίας, συμπάθειας και αλληλεγγύης προς τους άλλους, (φυσικοδικαιική θεωρία του Adam Smith)

² Η οικονομική ανάλυση του ανταγωνισμού, η κατανόηση θεμάτων που αφορούν τη ρύθμιση των αγορών και η πολιτική ανταγωνισμού βασίζεται στη Μικροοικονομική Θεωρία και ιδιαίτερα στον κλάδο της Εφαρμοσμένης Μικροοικονομικής θεωρίας που αναφέρεται ως Θεωρία Βιομηχανικής Οργάνωσης.

Ειδικότερα, το δίκαιο ανταγωνισμού της ΕΕ διέπεται από τρεις βασικές αρχές: την οικονομική ελευθερία, την οικονομική αποτελεσματικότητα και τη δημιουργία της κοινής αγοράς.³ Σύμφωνα με τη τάση της σύγχρονης οικονομίας⁴, υποστηρίζεται ως επιπλέον αρχή η επιδίωξη της ευημερίας του καταναλωτή, η οποία επιτυγχάνεται μέσω της διασφάλισης της παραγωγικής και κατανομητικής αποτελεσματικότητας. Εξετάζεται, δηλαδή, η επίδραση κάθε επιχειρηματικής πρακτικής στην οικονομική αποτελεσματικότητα μέσα από τη στάθμιση ανάμεσα σε οφέλη και απώλειες αποτελεσματικότητας σε συνάρτηση με το σκοπό της επιχείρησης σύμφωνα με τους κανόνες της λογικής που εφαρμόζονται *ad hoc*.⁵

Η ανάπτυξη ενός οικοσυστήματος⁶ στο δίκαιο του ανταγωνισμού συνήθως ακολουθεί τρεις φάσεις: επιβίωση, άνοδος, κατοχή δεσπόζουσας θέσης. Σε κάθε φάση ανάπτυξης η ικανότητα της επιχείρησης να προσαρμόσει τη στρατηγική της και να φέρει σε πέρας τις ρυθμιστικές απαιτήσεις αποτελεί ορόσημο για το αν θα καταφέρει να εδραιώσει μια θέση ισχύος στην αγορά και να «κλειδώσει» τους χρήστες στο οικοσύστημά της. Η έννοια του «ελεύθερου ανταγωνισμού» περιλαμβάνει, αφενός, την κατοχύρωση συνθηκών ανόθευτης, από ιδιωτικό ή κρατικό καταναγκασμό, άσκησης της επιχειρηματικής ελευθερίας όλων των εμπλεκομένων στην ανταγωνιστική διαδικασία παραγόντων και, αφετέρου, τη δυνατότητα ελεύθερης εισόδου στην αγορά εκείνων που δεν βρίσκονται ήδη

³ Τζουγανάτος Δ. *επιμελεια* (2020)

⁴ γνωστή ως "more economic approach"

⁵ Η επιδίωξη του ανταγωνισμού συνιστά για την ευημερία του καταναλωτή μέσο και στόχο που συνυπάρχει με λοιπούς στόχους του δικαίου του ανταγωνισμού, όπως η προστασία της δομής του ανταγωνισμού, η ολοκλήρωση της εσωτερικής αγοράς και η προστασία της οικονομικής ελευθερίας-αποτυπώνεται, μεταξύ άλλων, στις «Κατευθύνσεις σχετικά με τις Προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 102 ΣΛΕΕ» βλπ Β. «Αποκλεισμός που οδηγεί σε ζημία του καταναλωτή («αντιανταγωνιστικός αποκλεισμός»)» σκεψ. 19-26 [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52009XC0224\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52009XC0224(01)) και στους «κανόνες λογικής» ("rules of reasons")

⁶ «Ως οικοσύστημα ορίζεται: (α) ένα σύμπλεγμα αλληλένδετων και σε σημαντικό βαθμό αλληλοεξαρτώμενων οικονομικών δραστηριοτήτων διαφορετικών επιχειρήσεων με σκοπό την παροχή προϊόντων ή υπηρεσιών που επιδρούν στην ίδια ομάδα καταναλωτών ή (β) μία πλατφόρμα που συνδέει οικονομικές δραστηριότητες διαφορετικών επιχειρήσεων με σκοπό την παροχή ενός ή περισσότερων προϊόντων ή υπηρεσιών που επιδρά στους ίδιους χρήστες ή σε διαφορετικές ομάδες επιχειρηματικών ή τελικών χρηστών»

εγκατεστημένοι σ' αυτήν.⁷ Οι σχετικές διατάξεις, μάλιστα, στοχεύουν στην εκπλήρωση των εν στενή εννοία οικονομικών στόχων της πολιτικής του ανταγωνισμού για τη δημιουργία μιας ανταγωνιστικής οικονομίας ανοικτής αγοράς, η οποία, όμως, ταυτόχρονα χαρακτηρίζεται από τις αρχές της κοινωνικής προστασίας και συνοχής.⁸

1.2. Τα προσωπικά δεδομένα στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον

Η προστασία του απαραβίαστου της προσωπικής ζωής είναι κοινώς αποδεκτή, συνταγματικά κατοχυρωμένη στα περισσότερα κράτη του κόσμου και προστατευτέα διεθνώς ως θεμελιώδη αξία της ανθρώπινης κοινωνίας. Η προστασία των προσωπικών δεδομένων,⁹ ως έκφανση προστασίας του απαραβίαστου της ιδιωτικής ζωής, παρότι δεν είναι απόλυτο,¹⁰ συνιστά βασικό δικαίωμα, ιδίως για τα Υποκείμενα των δεδομένων που δραστηριοποιούνται στην ψηφιακή κοινωνία, μια κοινωνία που χαρακτηρίζεται από την έντονη τεχνολογική πρόοδο, την παγκοσμιοποίηση, την αυξημένη συλλογή και ανταλλαγή προσωπικών δεδομένων μεταξύ επιχειρήσεων και δημοσίων φορέων. Παρότι ο παγκόσμιος ιστός αποτελεί μια συναρπαστική νέα αγορά, χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς, με ευέλικτους και γρήγορους τρόπους συναλλαγής, συνδεσιμότητας και επικοινωνίας, η διαρκώς αυξανόμενη ροή των δεδομένων αυξάνει, αφενός, τον βαθμό ανησυχίας των πολιτών για ζητήματα προστασίας, κατάχρησης ή παράνομης χρήσης

⁷ Τριανταφυλλάκης Δ. Γεωργιος (2014)

⁸ άρθρο 353 ΣΕΕ, όπου καταγράφονται οι θεμελιώδεις σκοποί της Ένωσης, με ρητή αναφορά στην αειφόρο ανάπτυξη της Ευρώπης με γνώμονα, μεταξύ άλλων, την «κοινωνική οικονομία της αγοράς»-όρος γερμανικής φιλελεύθερης έμπνευσης, που αντανakλά αναμφισβήτητα την επιδίωξη μιας νέας ισορροπίας μεταξύ των στόχων του ελεύθερου ανταγωνισμού και της ανάγκης για κοινωνική προστασία (μικρομεσαίων επιχειρήσεων, καταναλωτών, ανηλίκων, ατόμων με ειδικές ανάγκες) ως ουσιώδους παράμετρο της αειφόρου αρμονικής και ισόρροπης ανάπτυξης.

⁹ Ως **προσωπικά δεδομένα** ορίζεται κάθε πληροφορία που αφορά ταυτοποιημένο ή ταυτοποιήσιμο φυσικό πρόσωπο (Υποκείμενο των δεδομένων): το ταυτοποιήσιμο φυσικό πρόσωπο είναι εκείνο του οποίου η ταυτότητα μπορεί να εξακριβωθεί, άμεσα ή έμμεσα (άρθρο 4 στ.1 ΓΚΠΔ) Ως **ευαίσθητα** χαρακτηρίζονται συγκεκριμένα δεδομένα που αναφέρονται στη φυλετική και εθνική προέλευση του ατόμου, στα πολιτικά του φρονήματα, στις θρησκευτικές και φιλοσοφικές του πεποιθήσεις, στη συμμετοχή του σε ενώσεις, σωματεία και συνδικαλιστικές οργανώσεις, στην υγεία του και σε παροχές κοινωνικής πρόνοιας, στον σεξουαλικό προσανατολισμό, στις ποινικές διώξεις ή και καταδίκες που το βαρύνουν (άρθρο 9 ΓΚΠΔ)

¹⁰ αιτ.σκέψ.4 ΓΚΠΔ «το δικαίωμα προστασίας προσωπικών δεδομένων δεν είναι απόλυτο δικαίωμα πρέπει να εκτιμάται σε σχέση με τη λειτουργία του στην κοινωνία και να σταθμίζεται με άλλα θεμελιώδη δικαιώματα, σύμφωνα με την αρχή της αναλογικότητας.»

των προσωπικών τους δεδομένων, δημιουργεί, αφετέρου, έλλειμμα εμπιστοσύνης στον τρόπο διαχείρισης των δεδομένων από τους εμπλεκόμενους σε πράξεις επεξεργασίας φορείς.¹¹ Αυτό συμβαίνει διότι κατά την περιπλάνηση στις σελίδες του παγκόσμιου ιστού, οι χρήστες αφήνουν, συνήθως εν αγνοία του, σκόρπια στοιχεία που σχετίζονται με την ταυτότητα, τις προτιμήσεις και εν γένει την προσωπικότητά τους.¹² Παρότι φαίνεται ακίνδυνο και βολικό, η άγνοια του τρόπου διαχείρισης των πληροφοριών καθώς και ο συνδυασμός τους με άλλες πληροφορίες εύκολα δημιουργεί μια πελώρια βάση δεδομένων που δύναται να διακινηθεί ελεύθερα και αδιαφανώς. Επιπρόσθετα, σε επίπεδο ΕΕ η ομοιόμορφη εφαρμογή των κανόνων προστασίας αποδείχθηκε καταλυτικής σημασίας για την επίτευξη ισοδύναμου επιπέδου προστασίας σε όλα τα κράτη-μέλη, την εμπέδωση του αισθήματος ασφάλειας δικαίου και την άρση των εμποδίων σχετικά με την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων για την αποτελεσματική άσκηση των οικονομικών δραστηριοτήτων πανευρωπαϊκά.¹³ Ως αδήριτη, ήδη από την δεύτερη δεκαετία του 21^{ου} αιώνα, παρουσιάστηκε η ανάγκη για ένα ισχυρό νομοθετικό πλαίσιο που θα εγγυάται την ασφάλεια των δεδομένων κατά τη διακίνησή τους, θα ενισχύει την εμπιστοσύνη των φυσικών προσώπων προς τους ισχύοντες κανόνες προστασίας της ιδιωτικότητας, θα διασφαλίζει τον έλεγχο και την ασφάλεια δικαίου για όλους τους εμπλεκόμενους φορείς και θα επιτρέπει, τελικά, στην ψηφιακή οικονομία να αναπτυχθεί συνολικά στην εσωτερική ευρωπαϊκή αγορά.¹⁴ Έτσι, την 25/05/2018 τέθηκε σε ισχύ ο Κανονισμός 2016/679, ευρύτερα γνωστός ως ΓΚΠΔ ή GDPR.

1.3. Προσωπικά δεδομένα και ανταγωνισμός

Στο σύγχρονο ψηφιακό οικοσύστημα, ο ελεύθερος ανταγωνισμός καθορίζεται από σύνθετες δυναμικές που επαναπροσδιορίζουν τα όρια της αντιμονοπωλιακής παρέμβασης. Τα προσωπικά δεδομένα έχουν μετεξελιχθεί σε έναν διττό καταλύτη τόσο

¹¹ Βαλσαμίδης Σταύρος/Καζανίδης Ιωάννης (2020)

¹² Μέσα από τα cookies, δηλαδή μικρά κομμάτια κώδικα που εγκαθιστούν οι απομακρυσμένες ιστοσελίδες στον σκληρό δίσκο του χρήστη τα οποία συλλέγουν και στέλνουν σ' αυτές κάθε πληροφορία που αφορά τις κινήσεις του, ώστε την επόμενη φορά να λάβει υλικό και πληροφορίες αντιστοιχες με τις προτιμήσεις που εκδήλωσε κατά την πρώτη επίσκεψη

¹³ Τσόλιας Γρ. (2018)

¹⁴ αιτ.σκεψ. 6&7 ΓΚΠΔ

για την ισχύ της επιχείρησης στην αγορά όσο και για τις πρακτικές άσκησης πιέσεων προς τους ανταγωνιστές, με άμεσες και πολυεπίπεδες συνέπειες όχι μόνο στη δομή της αγοράς, αλλά και στον πυρήνα των θεμελιωδών ατομικών, κοινωνικών και πολιτικών δικαιωμάτων.

Ο καπιταλισμός των δεδομένων αποτελεί, ως η κυρίαρχη μορφή παραγωγής, κατανάλωσης, αλληλεπίδρασης και κοινωνικής οργάνωσης του 21^{ου} αιώνα, την εξέλιξη του παραδοσιακού καπιταλιστικού μοντέλου. Διαθέτει, δε, τέσσερα βασικά χαρακτηριστικά: ανάπτυξη εκθετική λόγω του μηδαμινού οριακού κόστους της ψηφιακής παραγωγής, ισχυρά αποτελέσματα δικτύου που δημιουργούν κυρίαρχες οντότητες, χρήση κεφαλαίων που στοχεύουν στην κατάκτηση της αγοράς -όχι απλώς στη δημιουργία και διανομή κέρδους-, συνθήκες ανταγωνισμού που «κλειδώνουν» την αγορά εμποδίζοντας την είσοδο αλλά και τη δυναμική παρουσία νέων επιχειρηματιών.¹⁵ Επιπλέον, η συνεχής ένταξη της αυτοματοποιημένης τεχνολογίας στις επιχειρηματικές διαδικασίες με σκοπό τη βέλτιστη διαχείριση των δεδομένων προς διευθέτηση σύνθετων ζητημάτων καταδεικνύει καινοφανή τεχνολογικά και κοινωνικοπολιτικά ζητήματα.¹⁶ Η έννοια του αξιοκρατικού ανταγωνισμού στην ψηφιακή αγορά σε συνδυασμό με την αξιολόγηση του κριτηρίου της ζημίας των καταναλωτών όταν αυτός εξαλείφεται χωρίς το αντιστάθμισμα της οικονομικής αποτελεσματικότητας είναι μια σύνθετη έννοια που πρέπει να αξιολογείται ad hoc.¹⁷

Υπό το πρίσμα των ανωτέρω, η παρούσα μελέτη εκκινεί από την παραδοχή ότι η προστασία της ιδιωτικότητας δεν αποτελεί πλέον ένα απομονωμένο νομικό ζήτημα,

¹⁵ Harakka Timo (2023) <https://timoharakka.fi/wp-content/uploads/2023/06/Timo-Harakka-Data-capitalism-in-the-world-of-crises.pdf>

¹⁶ Μήτρου Λίλιαν (2023)

¹⁷ Για παράδειγμα στην περίπτωση του search box της Google-μιας υπηρεσίας που απαντά άμεσα στην ερώτηση του χρήστη, μειώνοντας το κόστος αναζήτησης στο Διαδίκτυο και βελτιώνοντας την εμπειρία της αναζήτησης-παρότι σηματοδοτεί εκ πρώτης όψεως μέγιστο όφελος για τους καταναλωτές, το κίνητρο της Google για καινοτομία πλήττεται αν γνωρίζει πως εν συνεχεία πρέπει να μοιραστεί με ανταγωνιστές της την ιδιαίτερη ωφέλεια που αντλεί από αυτή την καινοτομία (free rider problem) ενώ, παράλληλα, η υποβάθμιση της θέσης των ανταγωνιστικών ιστοσελίδων μπορεί να προκαλέσει ως παρεπόμενη πιθανή συνέπεια την υποβάθμιση της ποιότητας της παρεχόμενης υπηρεσίας αναζήτησης καθώς και έλλειψη κινήτρου για καινοτομία στις υπηρεσίες που (και) οι ίδιοι παρέχουν, βλάπτοντας, εν κατακλείδι τα συμφέροντα των καταναλωτών.

αλλά μια κρίσιμη παράμετρο ποιότητας που καθορίζει την ευημερία του καταναλωτή. Ειδικότερα, εξετάζονται, κατ' αρχήν, οι βασικοί πυλώνες του δικαίου του ανταγωνισμού υπό το πρίσμα του άρθρου 102 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ), ακολουθεί η ανάλυση των βασικών σημείων του Γενικού Κανονισμού Προστασίας Δεδομένων (ΓΚΠΔ), ενώ επισημαίνεται ο ρόλος των Εποπτικών Αρχών του εκάστοτε ρυθμιστικού πεδίου. Στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος τίθεται η αξία των προσωπικών δεδομένων για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, με ιδιαίτερη έμφαση στις νομολογιακές εξελίξεις. Τέλος, στο επίκεντρο τίθενται οι εξελίξεις του κανονιστικού πλαισίου για την προάσπιση του θεσμού του ανταγωνισμού και του δικαιώματος του Υποκειμένου στην πληροφοριακή αυτοδιάθεση σε μια εποχή όπου ακμάζει η Τεχνητή Νοημοσύνη και η αυτοματοποίηση. Η μελέτη καταλήγει σε μια κριτική αποτίμηση της σύνδεσης μεταξύ ανταγωνισμού και προστασίας προσωπικών δεδομένων προς όφελος τόσο του καταναλωτή όσο και της ψηφιακής καινοτομίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΤΟ ΕΝΩΣΙΑΚΟ ΔΙΚΑΙΟ ΤΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

2.1. Το άρθρο 102 ΣΛΕΕ

Το 102 ΣΛΕΕ¹⁸ συνιστά τον δεύτερο πυλώνα του ενωσιακού δικαίου ανταγωνισμού. Αποσκοπεί στη δημιουργία ενός συστήματος ανόθευτου ανταγωνισμού, στην προάσπιση της οικονομικής ελευθερίας, στην εγκαθίδρυση μιας ενιαίας εσωτερικής αγοράς¹⁹ και, αντανakλαστικά, στην προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών. Η ενεργοποίηση της απαγόρευσης πραγματοποιείται όταν αναδύεται κίνδυνος βλάβης ή σοβαρής απειλής και περιλαμβάνει την εξέταση τεσσάρων κρίσιμων στοιχείων: 1) ύπαρξη μίας ή περισσότερων υπό εξέταση επιχειρήσεων 2) δεσπόζουσα θέση εντός της κοινής αγοράς ή σε σημαντικό τμήμα αυτής 3) παρεμποδιστική ή καταχρηστική εκμετάλλευση της δεσπόζουσας θέσης 4) δυνατότητα επηρεασμού του ενωσιακού εμπορίου. Αξίζει να επισημανθεί ότι η πρόθεση της δεσπόζουσας επιχείρησης δεν λαμβάνεται υπόψη, καθώς υπό το πρίσμα των κατευθυντηρίων γραμμών της Επιτροπής και των τεκμηρίων του ΔΕΕ εξετάζεται μόνο το αντικειμενικό περιοριστικό αποτέλεσμα που εκδηλώνεται στην αγορά *ad hoc*.²⁰ Όσον αφορά τον χειρισμό των παραβάσεων απαιτούνται χρονοβόρες διαδικασίες λεπτομερούς έρευνας και ανάλυσης ενώπιον της Επιτροπής.²¹ Βέβαια, ο

¹⁸ «Είναι ασυμβίβαστη με την εσωτερική αγορά και απαγορεύεται, κατά το μέτρο που δύναται να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών, η καταχρηστική εκμετάλλευση από μία ή περισσότερες επιχειρήσεις της δεσπόζουσας θέσης τους εντός της ενωσιακής αγοράς ή σημαντικού τμήματός της. Η κατάχρηση αυτή δύναται να συνίσταται ιδίως: 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 εμπορικώς συναλλασσομένων, με αποτέλεσμα να περιέρχονται αυτοί σε μειονεκτική θέση στον ανταγωνισμό, δ) στην εξάρτηση της συνάψεως συμβάσεων από την αποδοχή, εκ μέρους των συναλλασσομένων, πρόσθετων παροχών που εκ φύσεως ή σύμφωνα με τις εμπορικές συνήθειες δεν έχουν σχέση με το αντικείμενο των συμβάσεων αυτών»

¹⁹ κατά το άρθρο 26§2 ΣΛΕΕ νοείται ως ο κοινός οικονομικός χώρος «χωρίς εσωτερικά σύνορα, μέσα στον οποίο εξασφαλίζεται η ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων, των προσώπων, των υπηρεσιών και των κεφαλαίων (...)», όπου καταργούνται τα εμπόδια κυκλοφορίας εμπορευμάτων, προσώπων, υπηρεσιών και κεφαλαίων και τα εσωτερικά τελωνειακά σύνορα/συνοριακοί έλεγχοι

²⁰ Χριστιανός, Κουσκούνα, Παπαδοπούλου, Περάκης (2011)

²¹ Στην από 20/10/2011 Ανακοίνωση της Επιτροπής προβλέπονται οι βέλτιστες πρακτικές και διαδικασίες χειρισμού των εικαζόμενων παραβάσεων κατά τα άρθρα ΣΛΕΕ 101&102, με στόχο την αύξηση της αποτελεσματικότητας των ερευνών και τη διασφάλιση υψηλού βαθμού διαφάνειας και προβλεψιμότητας [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011XC1020\(02\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011XC1020(02))

κανόνας του 102 ΣΛΕΕ είναι άμεσου αποτελέσματος,²² υπό την έννοια ότι η αντι-ανταγωνιστική συμπεριφορά απαγορεύεται έστω και χωρίς προηγούμενη προς τούτο απόφαση της Επιτροπής ή της εκάστοτε Αρχής Ανταγωνισμού, η οποία μάλιστα (απόφαση) είναι απλώς αναγνωριστικού/δηλωτικού χαρακτήρα.²³

2.2. Η έννοια της επιχείρησης

Οι επιχειρήσεις²⁴ που ελέγχονται είναι όσες ασκούν μια οικονομική δραστηριότητα προσφοράς αγαθών ή υπηρεσιών²⁵ σε μια συγκεκριμένη αγορά. Η ανάγκη για ρυθμιστικό έλεγχο των κραταίων επιχειρήσεων, ο οποίος παράλληλα αντανakλά και μια ανάλογη πολιτική στόχευση, πηγάζει από τον κίνδυνο ποδηγέτησης της αγοράς εις βάρος τόσο των μικρομεσαίων ανταγωνιστών τους όσο και των καταναλωτών.

2.3. Η έννοια της δεσπόζουσας θέσης

Ως προς την έννοια της δεσπόζουσας θέσης, αυτή περιλαμβάνει τόσο τις επιχειρήσεις μονοπωλιακής ισχύος όσο και τις επιχειρήσεις με ισχύ στην αγορά, με συνέπεια να καταλείπεται ευρύ δικαιοπλαστικό νομολογιακό πεδίο για την προσέγγιση του όρου.²⁶

²² Κοτσίρης Ε. Λάμπρος (2003)

²³ άρθρο 1§3 ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ (ΕΚ) αριθ. 1/2003 για την εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού που προβλέπονται στα άρθρα 81 και 82 της Συνθήκης, όπως ισχύει <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/ALL/?uri=celex%3A32003R0001> με το οποίο ο νομοθέτης θέλησε να άρει την αμφισβήτηση σχετικά με το νομικό χαρακτήρα της πράξης: «Η καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης όπως αναφέρεται στο άρθρο 82 Της συνθήκης (πλέον άρθρο 102 ΣΛΕΕ) απαγορεύεται, χωρίς να είναι αναγκαία η προηγούμενη έκδοση σχετικής απόφασης».

²⁴ ως λειτουργική έννοια προσεγγίζεται ερμηνευτικά έμμεσα από τον σκοπό των σχετικών κανόνων: περιλαμβάνει κάθε φυσικό πρόσωπο ή οικονομική ενότητα που ασκεί εμπορική ή άλλη οικονομική δραστηριότητα σε συγκεκριμένη αγορά, με οργανωμένο και σταθερό τρόπο μέσα από ένα σύνολο μέσων παραγωγής, αναλαμβάνοντας τον οικονομικό κίνδυνο από τη δράση αυτή προς επιδίωξη-ανεξάρτητα από το νομικό καθεστώς και τον τρόπο χρηματοδότησης-συγκεκριμένου οικονομικού σκοπού, την αποκόμιση κέρδους (με το τελευταίο να έχει υποστηριχθεί ότι δεν συνιστά αναγκαίο κριτήριο). Στην ανωτέρω έννοια περιλαμβάνονται και όσες είναι επιφορτισμένες με τη διαχείριση υπηρεσιών γενικού οικονομικού συμφέροντος ή έχουν χαρακτήρα δημοσιονομικού μονοπωλίου κατά την έννοια του άρθρου 106§2 ΣΛΕΕ (Απόφαση της 1.7.2008 στην Υπόθεση C-49/07 περί συνδυαστικής εφαρμογής των άρθρων 102 και 106 ΣΛΕΕ).

²⁵ άρθρο 57 ΣΛΕΕ

²⁶ Η Επιτροπή στην υπόθεση Continental Can (Υπόθεση 6/72) όρισε τη δεσπόζουσα θέση ως τη δυνατότητα μιας επιχείρησης να λειτουργεί με πλήρη ανεξαρτησία στην αγορά, χωρίς να λαμβάνει υπόψη της τη συμπεριφορά άλλων ανταγωνιστών, αγοραστών ή προμηθευτών της. Το ΔΕΕ στην Υπόθεση United Brands κατά Επιτροπής (Υπόθεση 27/76-αιτ. σκεψ. 65) χαρακτήρισε τη δεσπόζουσα θέση ως: «θέση οικονομικής ισχύος που κατέχει μια επιχείρηση, πράγμα που της επιτρέπει να εμποδίζει τη διατήρηση αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην οικεία αγορά και της

Μια επιχείρηση πρέπει να χαρακτηρίζεται δεσπόζουσα όταν η συμπεριφορά της δεν χαλιναγωγείται κατά τρόπο φυσικό από τις δυνάμεις της αγοράς, όταν δύναται να διατηρεί τις τιμές πάνω από τα ανταγωνιστικά επίπεδα με απόλυτη-ή σχεδόν απόλυτη-ελευθερία οικονομικής και εμπορικής δράσης. Μάλιστα, η εκτίμηση της δυνατότητας μακροχρόνιας κατάχρησης της μονοπωλιακής ισχύος προϋποθέτει και τη θεώρηση της μακροχρόνιας εξέλιξης του δυνητικού ανταγωνισμού σε συνάρτηση με την ένταση της αναμενόμενης τεχνολογικής εξέλιξης. Εκτός από τα μερίδια αγοράς,²⁷ εξετάζεται ένας συνδυασμός διαφόρων παραγόντων οι οποίοι συνηγορούν υπέρ της ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης, όπως: ο βαθμός καθετοποίησης, το μερίδιο αγοράς και το εύρος του φάσματος προϊόντων εκάστου ανταγωνιστή στη σχετική αγορά, το κόστος μεταφορών και κατά πόσον αυτό μπορεί να περιορίσει τις πωλήσεις ή να αποκλείσει εκ των προτέρων τον δυνητικό ανταγωνισμό, νομικοί-πραγματικοί-τεχνολογικοί φραγμοί εισόδου και επιβίωσης νέων ανταγωνιστών στη σχετική αγορά, η συναλλακτική και εμπορική πολιτική, η οικονομική δύναμη της φήμης ή του σήματος²⁸ και η τεχνολογική υπεροχή της δεσπόζουσας επιχείρησης σε συνάρτηση με την αντισταθμιστική αγοραστική ισχύς των πελατών ως το κρίσιμο αντίβαρο προς τη δεσπόζουσα θέση.²⁹

Για τον υπολογισμό των μεριδίων αγοράς και, κατ' επέκταση τη διαπίστωση της δεσπόζουσας θέσης κρίσιμος παράγοντας είναι ο ορισμός της σχετικής αγοράς³⁰ εντός

προσφέρει, σε σημαντικό βαθμό, τη δυνατότητα ανεξάρτητης, έναντι των ανταγωνιστών της, των πελατών της και τελικά των καταναλωτών, συμπεριφοράς» και στην Υπόθεση Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής (Υπόθεση 85/76-αιτ.σκεψ. 38) ως «την κατάσταση οικονομικής ισχύος μιας επιχείρησης, που της δίνει την εξουσία να εμποδίζει τη διατήρηση αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην εν λόγω αγορά, παρέχοντας της τη δυνατότητα να συμπεριφέρεται σε σημαντική έκταση ανεξάρτητα έναντι των ανταγωνιστών, των πελατών της και, τελικά, των καταναλωτών».

²⁷ το ύψος των οποίων συνιστά έναν τεκμαρτό δείκτη για την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης, χωρίς να δεσμεύει την Επιτροπή ή τα Δικαστήρια.

²⁸ Υποθέσεις Coca-Cola 3E (Απόφαση 762/2021)/Tasty Foods (Απόφαση 520/2011) Ελληνικής Επιτροπής Ανταγωνισμού

²⁹ Τριανταφυλλάκης Δ. Γεωργιος (2014) και Τζουγανάτος Δ. *επιμελεια* (2020)

³⁰ Σύμφωνα με την C/2024/1645 ανακοίνωση της Επιτροπής:
σχετική αγορά προϊόντων/υπηρεσιών (relevant product market): περιλαμβάνει προϊόντα ή υπηρεσίες που παρουσιάζουν σε μεγάλο βαθμό όμοια φυσικά ή τεχνικά χαρακτηριστικά και είναι εναλλάξιμα ή αμοιβαία υποκαταστατά λόγω των χαρακτηριστικών, των τιμών ή της χρήσης τους. Μάλιστα, για την ένταξη δύο ή περισσότερων προϊόντων σε μια αγορά δεν είναι αναγκαίο να αποδεικνύεται η δυνατότητα απόλυτης αλλά αρκεί και η διαπίστωση σημαντικού βαθμού υποκατάστασης,

της οποίας η επιχείρηση αναπτύσσει τη δράση της. Με τον ορισμό της σχετικής αγοράς προσδιορίζονται οι ανταγωνιστές, οι οποίοι είναι σε θέση να επηρεάσουν τη συμπεριφορά των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων και να τις εμποδίσουν να ενεργούν ανεξάρτητα από τις πιέσεις του πραγματικού ανταγωνισμού και τα όρια, εντός των οποίων ασκείται ο ανταγωνισμός μεταξύ επιχειρήσεων συνδυαστικά με την εκάστοτε εθνική και ενωσιακή πολιτική ανταγωνισμού. Κατά πάγια πρακτική και νομολογία, η σχετική αγορά περιλαμβάνει το σύνολο των προϊόντων ή υπηρεσιών που θεωρούνται, από τον καταναλωτή, στα πλαίσια του ουσιαστικού ανταγωνισμού τόσο αντικειμενικά όσο και βάσει της δυναμικής μεταξύ ζήτησης και προσφοράς, εναλλάξιμα ή δυνάμενα να υποκατασταθούν μεταξύ τους λόγω των χαρακτηριστικών, της τιμής ή της σκοπούμενης χρήσης τους.³¹ Η εκ μέρους της Επιτροπής διαπίστωση των ορίων της σχετικής αγοράς όπου ενεργεί η δεσπόζουσα επιχείρηση, κατόπιν σχετικής ανάλυσης της αγοράς και του υφιστάμενου ανταγωνισμού, μολονότι μπορεί έμπρακτα να ασκήσει επιρροή για τη μελλοντική εμπορική πολιτική και στρατηγική της επιχείρησης, δεν παράγει δεσμευτικά έννομα αποτελέσματα,³² με συνέπεια να μην θεωρείται παραδεκτή η προσφυγή κατά της διαπίστωσης αυτής.³³

Βασικό νομικό και οικονομικό εργαλείο των Αρχών Ανταγωνισμού και της Επιτροπής για να ορίσουν την σχετική αγορά, πέραν από μελέτες αγοράς ή στατιστικές μελέτες, είναι το τεστ του «Υποθετικού Μονοπωλητή», γνωστό υπό τον όρο SSNIP test (Small but Significant and Non-transitory Increase in Price).³⁴ Ενόψει της υπό στοιχεία C/2024/1645

σχετική γεωγραφική αγορά (relevant geographical market): περιλαμβάνει την περιοχή όπου οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις συμμετέχουν στην προμήθεια προϊόντων ή υπηρεσιών και οι όροι του ανταγωνισμού είναι επαρκώς ομοιογενείς.

σχετική χρονική αγορά (relevant temporal market): έκφανση της σχετικής αγοράς που δεν τυγχάνει επίσημης αναγνώρισης και ανάλυσης από την Επιτροπή διότι πολλές αγορές δεν μπορούν να καταταμηθούν σε χρονικές ή εποχιακές ζώνες, ενώ κάποιες φορές η χρονική παράμετρος είναι εγγενής στον καθορισμό της σχετικής αγοράς προϊόντων/υπηρεσιών

³¹ Τζουγανάτος Δ. *επιμελεια* (2020)

³² Κοτσίρης Ε. Λάμπρος (2003)

³³ απόφαση της 22.3.2000, συνεκδ. υποθ. T-125/97 και T-127/97, The Coca Cola Company κ.ά. κατά Επιτροπής ΕΚ, Συλλ. 2000, σ. 11-17

³⁴ Στην πιθανή υποψήφια αγορά μιας υπόθεσης, τίθεται το ερώτημα εάν η φερόμενη ως δεσπόζουσα επιχείρηση (υποθετικός μονοπωλητής) θα μπορούσε να προβεί σε μια μικρή αλλά σημαντική και διαρκή αύξηση στις τιμές του προϊόντος ή της υπηρεσίας που προσφέρει, με τους όρους παροχής των ανταγωνιστικών προϊόντων να παραμένουν σταθεροί και κατά πόσο οι

ανακοίνωσης, η Επιτροπή επικαιροποίησε τη μεθοδολογία της ώστε αυτή να ανταποκρίνεται στις προκλήσεις της ψηφιακής οικονομίας και της πράσινης μετάβασης, όπου η τιμή –ιδίως στις αναδυόμενες ψηφιακές αγορές με "μηδενική τιμή" (zero-price markets)- δεν αποτελεί πάντοτε τη βασική παράμετρο ανταγωνισμού. Σε αυτό το πλαίσιο, υιοθέτησε επισήμως το τεστ SSNDQ (Small but Significant and Non-transitory Degradation of Quality), το οποίο αξιολογεί τη δυνατότητα υποκατάστασης προϊόντων/υπηρεσιών εξετάζοντας την αντίδραση των χρηστών σε μια μικρή αλλά σημαντική και μη παροδική υποβάθμιση ποιοτικών –και όχι τιμολογιακών- χαρακτηριστικών, όπως είναι η ακρίβεια των αποτελεσμάτων αναζήτησης, το επίπεδο προστασίας των προσωπικών δεδομένων, η συχνότητα εμφάνισης διαφημίσεων. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται πλέον σε σύγχρονους δείκτες μέτρησης της ισχύος μιας επιχείρησης, καθώς στις ψηφιακές αγορές πέρα από τον όγκο και την αξία των πωλήσεων συνεκτιμώνται άλλοι εξίσου σημαντικοί παράμετροι, όπως ο αριθμός των ενεργών χρηστών ή των επισκέψεων στους ιστότοπους. Καταληκτικά, σημασία έχει η αντικειμενική ικανότητα της δεσπόζουσας επιχείρησης και όχι η υποκειμενική πρόθεσή της να παρακωλύσει τις συνθήκες ανταγωνισμού. Η δεσπόζουσα θέση μπορεί να είναι ατομική, όταν μια μόνο επιχείρηση έχει τη δυνατότητα ανεξάρτητης συμπεριφοράς σε μια συγκεκριμένη αγορά, ή συλλογική όταν τη δεσπόζουσα θέση κατέχουν από κοινού περισσότερες επιχειρήσεις, με ιδιαίτερα σημαντικό μερίδιο σχετικής αγοράς.

2.4. Η έννοια της παρεμποδιστικής και καταχρηστικής εκμετάλλευσης

Οι στόχοι του ανταγωνισμού είναι η διατήρηση της ανταγωνιστικής διαδικασίας είτε ως αυτοσκοπός είτε ως μέσο για ευημερία των καταναλωτών, η οικονομική ελευθερία και η μεγιστοποίηση της αποτελεσματικότητας. Εξ ορισμού, ο θεσμός δεν έχει ως σκοπό να απαγορεύσει *per se* σε μία επιχείρηση την κατάκτηση δεσπόζουσας θέσης σε μία αγορά

καταναλωτές θα στρέφονταν εξαιτίας αυτής της αύξησης σε προϊόντα υποκατάστασης. Εάν ο υποθετικός μονοπωλητής μπορεί επικερδώς να αυξήσει τις τιμές παρά την ανυπαρξία των περιορισμών της προσφοράς και της ζήτησης, η υποψήφια αγορά θεωρείται ως η σχετική αγορά, διαφορετικά θα χρειαστεί να διευρυνθεί, προκειμένου συμπεριλάβει συγγενή προϊόντα, και, συνεπώς, το Τεστ εφαρμόζεται εκ νέου στη διευρυμένη, πλέον, αγορά. Για την ορθή εφαρμογή του ανωτέρω εργαλείου, καθίσταται αναγκαία η αναγωγή στην ανταγωνιστική τιμή, δηλαδή σε εκείνη που θα επικρατούσε υπό συνθήκες υγιούς ανταγωνισμού, διασφαλίζοντας έτσι την αξιοπιστία της ανάλυσης, αφού η τρέχουσα τιμή ενδέχεται να βρίσκεται ήδη σε καταχρηστικά υψηλά επίπεδα εξαιτίας της δεσπόζουσας επιχείρησης.

ή να την αποτρέψει ώστε να διαφυλάξει τα εμπορικά συμφέροντά της, προβαίνοντας στις ενδεδειγμένες νόμιμες ενέργειες οι οποίες ενδέχεται να προκαλέσουν την εξαφάνιση ή την περιθωριοποίηση των λιγότερο αποτελεσματικών ανταγωνιστών της. Στα πλαίσια ενός υγιούς ανταγωνισμού ο κανόνας είναι ότι η δεσπόζουσα επιχείρηση φέρει ειδική/ιδιαιτέρη ευθύνη για τη διατήρηση της ανταγωνιστικής διαδικασίας: να μην καταχράται την ισχύ της με παρεμποδιστικό ή εκμεταλλευτικό τρόπο, αλλά μόνο με αξιοκρατικό. Οι πρακτικές, δηλαδή, που είναι σε θέση να εφαρμόζει δεν πρέπει να θίγουν τα συμφέροντα των ανταγωνιστών της εκτοπίζοντας τους εξίσου αποτελεσματικούς ανταγωνιστές από την αγορά. Μάλιστα, η εξέλιξη των οικονομικών συνθηκών έχει αναδείξει ότι δεν είναι πλέον αναγκαία η εμμονή σε *per se* απαγορεύσεις νόθευσης του ανταγωνισμού, αλλά η έρευνα αντι-ανταγωνιστικών και ανταγωνιστικών συνεπειών μιας εμπορικής πρακτικής, προκειμένου να εκτιμηθεί αν υπάρχει πράγματι νόθευση ή περιορισμός των συνθηκών του ανταγωνισμού³⁵. Η έκταση αυτής της ευθύνης εκτιμάται *ad hoc*, ήτοι από το εκάστοτε πλαίσιο και τις συγκεκριμένες περιστάσεις κάθε υπόθεσης.³⁶ Τρεις είναι οι βασικές παράμετροι της κατάχρησης: η εκμετάλλευση, η παρεμπόδιση, ο αποκλεισμός από την αγορά και την οικονομική αποτελεσματικότητα. Στην θεωρία η κατάχρηση διακρίνεται σε παρεμποδιστική και εκμεταλλευτική, ανάλογα με τον τρόπο εκδήλωσής της με ασαφή συνήθως όρια διάκρισης. Η εκμεταλλευτική κατάχρηση αφορά τις σχέσεις της δεσπόζουσας επιχείρησης με τους προμηθευτές και τους πελάτες της προς απόκτηση οικονομικών πλεονεκτημάτων. Αντίθετα, η παρεμποδιστική κατάχρηση αφορά όλες τις πρακτικές μιας επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση που βλάπτουν τους τρίτους, υπό την έννοια ότι είτε εκτοπίζουν τον τρίτο είτε παρεμποδίζουν την πρόσβαση του στην σχετική αγορά.³⁷

Η έννοια της καταχρηστικής εκμετάλλευσης είναι αντικειμενική³⁸ και, σε αντίθεση με την έννοια της δεσπόζουσας θέσης, απολαμβάνει νομοθετικής ερμηνείας και

³⁵ Αποφάσεις ΔΕΕ: Post Danmark A/S κατά Konkurrencerådet (Υπόθεση C-23/14 αιτ.σκέψ.65-66) και European Commission v Intel Corporation Inc. (Υπόθεση C-240/22 αιτ.σκέψ. 139-140)

³⁶ Υπόθεση C-413/14 P, Intel κατά Επιτροπής αιτ.σκέψ. 133-136 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62014CJ0413>

³⁷ Μικρουλέα Π. Αλεξάνδρα (2023)

³⁸ απόφαση Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής (Υπόθεση 85/76) αιτ.σκέψ.91: «Η έννοια της καταχρηστικής εκμεταλλεύσεως είναι αντικειμενική έννοια, η οποία αφορά τη συμπεριφορά

επεξήγησης σε επίπεδο ενδεικτικών παραδειγμάτων στη δεύτερη παράγραφο του άρθρου 102 ΣΛΕΕ.³⁹ Αφορά πρακτικές που κατηγοριοποιούνται στα πλαίσια μιας οικονομικής προσέγγισης εδραιωμένης στις αρνητικές συνέπειες για τον θεσμό του ανταγωνισμού και, κατ' επέκταση, για την ευημερία των καταναλωτών με συνέπεια να χαρακτηρίζονται ως ασυμβίβαστες με την εσωτερική αγορά και απαγορευτικές.⁴⁰

Η Επιτροπή⁴¹ στα πλαίσια της θεωρίας για την πραγματική ή πιθανή καταναλωτική ζημία προωθεί ένα πλαίσιο οικονομικά προσανατολισμένης ανάλυσης, βασισμένο σε αποδεικτικά στοιχεία ποιοτικής και ποσοτικής φύσης για τις καταχρηστικές πρακτικές, το οποίο στηρίζεται στην έννοια του «αντι-ανταγωνιστικού αποκλεισμού», ήτοι του ανταγωνισμού που παρουσιάζει αρνητικό αντίκτυπο στην ευημερία του καταναλωτή είτε σε επίπεδο τιμής είτε σε άλλα επίπεδα όπως η μειωμένη ποιότητα, ο περιορισμός της

επιχειρήσεως που κατέχει δεσπόζουσα θέση και είναι ικανή να επηρεάσει τη δομή μιας αγοράς όπου, λόγω ακριβώς της υπάρξεως της εν λόγω επιχειρήσεως, ο ανταγωνισμός είναι ήδη εξασθενημένος και η οποία εμποδίζει τη διατήρηση του ανταγωνισμού που υπάρχει ακόμη στην αγορά ή την ανάπτυξη του ανταγωνισμού αυτού, με τη βοήθεια μέσων που είναι διαφορετικά από αυτά που διέπουν ένα φυσιολογικό ανταγωνισμό των προϊόντων ή υπηρεσιών βάσει των παροχών των επιχειρηματιών». Ωστόσο ειδικότερα στοιχεία (όπως εσωτερικά έγγραφα, emails, στρατηγικά σχέδια) είναι σημαντικά, καθώς συμβάλλουν στην κατανόηση της εφαρμοσθείσας οικονομικής λογικής-στρατηγικής, στην απόδειξη της πραγματικής πρόθεσης (διαφύλαξη εύλογων εμπορικών συμφερόντων ή ηθελήμενος αποκλεισμός ανταγωνιστών) και την πρόβλεψη των πιθανών αποτελεσμάτων μιας συμπεριφοράς>Προτάσεις του Γενικού Εισαγγελέα J.Mazák της 02/02/2012, στην υπόθεση C-549/10 P, Tomra Systems ASA κ.λπ. κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, αιτ.σκέψ.10

³⁹ «Η κατάχρηση αυτή δύναται να συνίσταται ιδίως: 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 εμπορικώς συναλλασσομένων, με αποτέλεσμα να περιέρχονται αυτοί σε μειονεκτική θέση στον ανταγωνισμό, δ)στην εξάρτηση της συνάψεως συμβάσεων από την αποδοχή, εκ μέρους των συναλλασσομένων, πρόσθετων παροχών που εκ φύσεως ή σύμφωνα με τις εμπορικές συνήθειες δεν έχουν σχέση με το αντικείμενο των συμβάσεων αυτών». Ειδικότερα πρόκειται για: συμφωνίες αποκλειστικότητας (exclusive dealing), υποχρέωση αποκλειστικής αγοράς (exclusive purchasing), χορήγηση εκπτώσεων υπό προϋποθέσεις (conditional rebates), πρακτικές δέσμευσης και δεσμοποίησης (tying & bundling), πρακτικές εξόντωσης (predation), άρνηση πώλησης (refusal to supply) και συμπίεση περιθωρίου κέρδους (price/margin squeeze), καταχρηστική/παρελκυστική προσφυγή στη δικαιοσύνη, επηρεασμός της νομοθετικής/εκτελεστικής εξουσίας, συγκεντρώσεις επιχειρήσεων.

⁴⁰ Χριστιανός, Κουσκουνά, Παπαδοπούλου, Περάκης (2011)

⁴¹ Ανακοίνωση Προτεραιοτήτων της Επιτροπής (2023) [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52023XC0331\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52023XC0331(01)): τροποποιήσεις στις κατευθυντήριες γραμμές που είχε ήδη εκδώσει το 2008 για την εφαρμογή της νομοθεσίας σε σχέση με τους καταχρηστικούς αποκλεισμούς λόγω δεσπόζουσας θέσης

καινοτομίας, η μείωση των επιλογών. Ειδικότερα, συγκρίνει την πραγματική με την πιθανή-μελλοντική κατάσταση της σχετικής αγοράς μέσα από αναλύσεις στηριζόμενες στην απουσία της σχετικής συμπεριφοράς (counterfactual analysis), εισάγει ένα ποσοτικό μεθοδολογικό κριτήριο για τις καταχρήσεις τιμολογιακού χαρακτήρα -το τεστ του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή (as-efficient competitor test)- και παραθέτει ενδεικτικά παραδείγματα τιμολογιακών αλλά μη παρεμποδιστικών και εκμεταλλευτικών πρακτικών.

Οι επιχειρήσεις με δεσπόζουσα θέση φέρουν το βάρος να αποδείξουν ότι η συμπεριφορά τους είναι αντικειμενικά δικαιολογημένη βάσει γενικών δικαιολογητικών λόγων-δημόσιο ή ιδιωτικό συμφέρον άξιο προστασίας- ή ειδικών δικαιολογητικών λόγων που άπτονται της οικονομικής αποδοτικότητας/αποτελεσματικότητας, όπου το όφελος υπερακοντίζει τις αρνητικές συνέπειες στον ανταγωνισμό και στους καταναλωτές.⁴²

2.5. Ο επηρεασμός του ενωσιακού εμπορίου

Η κατάχρηση, ως μέρος της γενικότερης στρατηγικής και συμπεριφοράς της δεσπόζουσας επιχείρησης, πρέπει να επηρεάζει το εμπόριο μεταξύ κρατών-μελών είτε άμεσα είτε έμμεσα. Το Δικαστήριο ερμηνεύοντας την ανωτέρω έννοια στην υπόθεση *Commercial Solvents*⁴³ επισήμανε ότι η εξαφάνιση (ή η απειλή εξαφάνισης) ενός ανταγωνιστή δεν αποτελεί μια μεμονωμένη βλάβη εθνικής εμβέλειας, όταν εξαιτίας της δεσπόζουσας επιχείρησης αλλοιώνεται η ανταγωνιστική δομή της ενιαίας αγοράς, με συνέπεια να ορίζεται ανάλογα το πεδίο εφαρμογής των κοινοτικών διατάξεων. Επιπλέον, αρκεί και η σοβαρή πιθανότητα βάσει ενός συνόλου συγκεκριμένων αντικειμενικών, νομικών ή πραγματικών στοιχείων *in concreto*, χωρίς να είναι υποχρεωτικό ή αναγκαίο να υπολογιστεί ο πραγματικός όγκος του εμπορίου

⁴² Υποστηρίζεται ότι η βελτίωση της αποτελεσματικότητάς προς ιδίων (επιχειρηματικό) όφελος και όχι προς όφελος των καταναλωτών δεν κρίνεται επαρκής.

⁴³ JOINED CASES 6 AND 7/73 https://unctad.org/system/files/information-document/ccpb_training_judges_albania_training_material_commercial_solvents_case_en.pdf,

μεταξύ των κρατών-μελών που επηρεάζεται. Τέλος, περιλαμβάνει και περιπτώσεις στις οποίες η συμφωνία ή η πρακτική αφορά τις εισαγωγές και εξαγωγές με τρίτες χώρες.⁴⁴

2.6. Ο ρόλος Επιτροπής Ανταγωνισμού

Ήδη με τον προϊσχύσαντα Κανονισμό 17/1962, η αρμοδιότητα εφαρμογής των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης ΕΚ. –πλέον 101&102 ΣΛΕΕ- ανατέθηκε ως «ενιαία αρμοδιότητα» για λόγους αποτελεσματικότητας και αμεροληψίας στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η οποία στα πλαίσια της δραστηριότητάς της κατά την αρχή της χρηστής διοίκησης φέρει τη γενική υποχρέωση να φροντίζει την εφαρμογή των διατάξεων της Συνθήκης και ιδίως των γενικών αρχών περί ανταγωνισμού.⁴⁵ Οι αρμοδιότητες της Επιτροπής και οι ειδικές εξουσίες της για να φτάσει στην επιδιωκόμενη οικονομική ανάλυση της αγοράς όταν της κοινοποιείται ή της καταγγέλλεται μια παράνομη ανταγωνιστική συμπεριφορά από φυσικά ή νομικά πρόσωπα που επικαλούνται σχετικό προς τούτο έννομο συμφέρον προβλέπονται στον Κανονισμό 1/2003.⁴⁶

Ειδικότερα, η Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (European Commission-DG COMP)⁴⁷ είναι το αρμόδιο όργανο για την επιβολή των κανόνων ανταγωνισμού εντός της Ένωσης. Υπό την καθοδήγηση του αρμόδιου Επιτρόπου Ανταγωνισμού, ελέγχει υποθέσεις που αφορούν την εφαρμογή της αντι-μονοπωλιακής νομοθεσίας, ήτοι υποθέσεις συμπράξεων (καρτέλ), κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης, ελέγχου συγχωνεύσεων, αλλά και τον έλεγχο των κρατικών ενισχύσεων, προς διασφάλιση της εύρυθμης λειτουργίας της εσωτερικής αγοράς. Έχει τη διακριτική ευχέρεια να εκδίδει αποφάσεις για την παύση μιας παράβασης ή/και την πρόσκληση της εμπλεκόμενης επιχείρησης να αναλάβει δεσμεύσεις για την άρση της παράβασης, την επιβολή μέτρων ορθής συμπεριφοράς ή διορθωτικού χαρακτήρα, τη λήψη προσωρινών μέτρων λόγω κινδύνου σοβαρής και ανεπανόρθωτης βλάβης του ανταγωνισμού ή τη διαπίστωση περί ανεφάρμοστου της σχετικής διάταξης. Όταν τα στοιχεία για τη

⁴⁴ Καρύδης Σπ. Γεώργιος (2020)

⁴⁵ Κοτσίρης Ε. Λάμπρος (2003)

⁴⁶ Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1/2003 όπως ισχύει <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/ALL/?uri=celex%3A32003R0001> και συμπληρώνεται από την Οδηγία (ΕΕ) 2019/1 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=celex:32019L0001>

⁴⁷ https://competition-policy.ec.europa.eu/index_en?prefLang=el

θεμελίωση του παρανόμου της ανταγωνιστική συμπεριφοράς δεν επαρκούν, έχει τη δυνατότητα να συνεργάζεται με τις εθνικές αρχές ανταγωνισμού, τα κράτη-μέλη και τα εθνικά δικαστήρια με σκοπό τη συλλογή πληροφοριών, τη διενέργεια ελέγχων, τη διεξαγωγή ακροάσεων και την ευρύτερη έρευνα ανά κλάδο οικονομίας ή τύπο συμφωνιών. Μάλιστα, για τη συλλογή πληροφοριών και τη διενέργεια ελέγχου προβλέπονται δύο φάσεις: πρώτα η Επιτροπή απευθύνεται με αίτηση ή διαταγή προς την επιχείρηση και σε περίπτωση άρνησης ή μη συμμόρφωση της επιχείρησης εκδίδει απόφαση για την παράβαση⁴⁸. Ειδικά για το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, η απόφασή της πρέπει να έχει τέτοιο περιεχόμενο ώστε η εκτέλεσή της από πλευράς της επιχείρησης να καθίσταται εφικτή είτε με παράλειψη είτε με θετική ενέργεια. Πριν την έκδοση απόφασης, ζητά γνώμη και πραγματοποιεί διαβουλεύσεις με τη συμβουλευτική επιτροπή συμπράξεων και δεσποζουσών θέσεων, σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 14 του Κανονισμού. Τέλος, πέραν της εξουσίας διαπιστώσεως –ήτοι τυπικής αναγνώρισης- και παύσης της παράβασης έχει τη δυνατότητα επιβολής κυρώσεων.⁴⁹ Ειδικότερα, το μεν πρόστιμο, ως μέτρο κατασταλτικού χαρακτήρα, τιμωρεί την ήδη γενόμενη παράβαση, η δε χρηματική ποινή, ως μέτρο προληπτικό λόγω συνεχούς παράνομης συμπεριφοράς, αποβλέπει στην αποτροπή μιας εκ νέου μελλοντικής παράβασης των κανόνων ανταγωνισμού από την επιχείρηση. Το σύνολο των εξουσιών της Επιτροπής περιορίζονται στο μέτρο του «απαραίτητου» για το σκοπό που επιδιώκει και προς υπεράσπιση των δικαιωμάτων των φυσικών προσώπων,⁵⁰ με την σκέψη ότι είναι αδύνατο να ασκήσει εξουσιαστικά δικαιώματα για την οργάνωση και την κατεύθυνση της οικονομίας στην κοινή ευρωπαϊκή αγορά χωρίς πλήρη και σαφή γνώση επί των κρίσιμων γεγονότων. Αξίζει να αναφερθεί ότι από το 2024, είναι η μοναδική αρχή επιβολής των ex ante κανόνων που προβλέπει η Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές (DMA)

⁴⁸ Η διαφορά μεταξύ των δύο μέτρων είναι ότι για τη συλλογή πληροφοριών οι φάσεις είναι αναγκαστικά διαδοχικές, ενώ για τον έλεγχο μόνο δυνητικά διαδοχικές.

⁴⁹ άρθρα 23 και 24 Κανονισμού 1/2003

⁵⁰ αρχή της διασφάλισης του πλήρους σεβασμού των δικαιωμάτων άμυνας της ενδιαφερόμενης επιχείρησης και τεκμήριο αθωότητας-αιτ.σκεψ.37 συνδυαστικά με άρθρα 2 και 27 Κανονισμού 1/2003

προτού εκδηλωθεί η καταχρηστική συμπεριφορά, σε συνεργασία και με την συνδρομή των εθνικών αρμόδιων αρχών.⁵¹

⁵¹ αιτ.σκέψ.91 DMA

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: Η ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ

3.1. Το παράδοξο της ιδιωτικότητας στον κυβερνοχώρο

Η ρύθμιση της ιδιωτικότητας αφορά τη διαχείριση των διαπροσωπικών ορίων για την επίτευξη της επιθυμητής κοινωνικής αλληλεπίδρασης και την ισορροπία ανάμεσα στην αποκάλυψη και την προστασία προσωπικών πληροφοριών. Ως μια δυναμική διαδικασία εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το εκάστοτε ισχύον πλαίσιο. Σ' έναν διαδικτυακό κόσμο όπου τίποτα δεν παρέχεται κατ' ουσία δωρεάν, οι μέσοι καταναλωτές-χρήστες αποδέχονται την εμπορευματοποίηση των προσωπικών τους δεδομένων, χωρίς να ενδιαφέρονται για το πότε και με ποιο τρόπο αυτά θα χρησιμοποιηθούν ή για το γεγονός ότι μπορεί να βρεθούν αντιμέτωποι με ένα μη επαρκώς επικαιροποιημένο ψηφιακό-συμπεριφορικό και ψυχολογικό-προφίλ. Πράγματι, οι χρήστες, και δη οι ανήλικοι, αδυνατούν ελλείψει σχετικής ψηφιακής παιδείας και ευαισθητοποίησης να συνειδητοποιήσουν και να αναλάβουν τους συχνά αφανείς κινδύνους που προκαλείται από τη διαδικτυακή τους δραστηριότητα, κυρίως αναφορικά με την προστασία της ιδιωτικότητάς τους,⁵² η απώλεια της οποίας δεν προκαλεί συλλογικά την ίδια συναισθηματική αντίδραση που προκαλούν άλλα κοινωνικά προβλήματα, όπως η κλιματική αλλαγή. Παράλληλα, οι αμοιβαίοι κοινωνικοί κανόνες και οι διαισθητικές συμπεριφορές που λειτουργούν στον φυσικό κόσμο δεν τυγχάνουν απαραίτητα εφαρμογής στον ψηφιακό.

Το κοινωνικό και πολιτικό φαινόμενο που καλείται ως παράδοξο της ιδιωτικότητας (Privacy Paradox) καταδεικνύει ένα δίπολο του ψηφιακού γίγνεσθαι: οι χρήστες σε θεωρητικό επίπεδο επιθυμούν την αυστηρή προστασία της ιδιωτικότητας αλλά στην πράξη με μεγάλη ευκολία επιδεικνύουν αμελή συμπεριφορά κοινοποιώντας πληθώρα προσωπικών πληροφοριών. Ενώ, δηλαδή, στον φυσικό (offline) κόσμο, η προστασία του προσωπικού χώρου και των προσωπικών δεδομένων είναι διαχρονικά ενστικτώδης με τις σχετικές παραβιάσεις να προκαλούν έντονες αντιδράσεις,⁵³ στον ψηφιακό (online) κόσμο

⁵² Κοτσαλής Γ. Λεωνίδα/συνεργάτες έργου Σπύρος Βλαχόπουλος [κ.α.] (2016)

⁵³ Altman (1975): η «επιθυμητή ιδιωτικότητα» ενδέχεται να μη συμπίπτει με την «επιτυγχανόμενη ιδιωτικότητα», και οι συμπεριφορές στην αγορά μπορεί να μην αντικατοπτρίζουν πάντα τις υποκείμενες προτιμήσεις για ιδιωτικότητα

οι καταναλωτές δεν είναι συνήθως πρόθυμοι να πληρώσουν για την προστασία των δεδομένων τους⁵⁴ ή επιλέγουν να παραχωρούν προσωπικά δεδομένα με αντάλλαγμα μικρές ευκολίες ή ανταμοιβές.⁵⁵ Αυτό αποδίδεται, κυρίως, στην έλλειψη άμεσων και απτών συνεπειών που έχει ένα περιστατικό παραβίασης δεδομένων, στον διάχυτο εφησυχασμό που στηρίζεται στην παραδοχή ότι «η ιδιωτικότητα έχει πεθάνει», στην τάση των κρατιών επιχειρήσεων να διαδραματίζουν κεντρικό ρόλο στο κοινωνικοπολιτικό γίγνεσθαι και στο περιεχόμενο των κανονιστικών ρυθμίσεων, πολλές από τις οποίες τείνουν να ευνοούν τις μεγάλες επιχειρήσεις εις βάρος των καταναλωτών.⁵⁶

Σε καμία περίπτωση, βέβαια, η προστασία της ιδιωτικότητας δεν προϋποθέτει πλήρη μυστικότητα, φόβο ή αποχή. Ωστόσο, η διακίνηση της πληροφορίας και ο τρόπος πρόσβασης σε αυτήν χρήζει ελέγχου ανάλογα με το εύρος του κύκλου αποδοχής της, προκειμένου να αποφευχθεί ο προσδιορισμός των προσωπικών χαρακτηριστικών και, συνακόλουθα, η εξατομίκευση του εκάστοτε χρήστη. Έτσι, η ενημέρωση για τα αποτελέσματα χρήσης και η ενεργή συμμετοχή στη ρυθμιστική επίλυση ζητημάτων που αφορούν τη σχέση προστασίας των προσωπικών δεδομένων και τεχνολογίας είναι επιτακτικής σημασίας ώστε οι χρήστες να μην αντιμετωπίζονται απλώς ως οιονεί συναινούντες.⁵⁷

3.2.Ο Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων (GDPR)

Ο Κανονισμός 2016/679 για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών, γνωστός με τα αρχικά ΓΚΠΔ (ή GDPR-General Data Protection Regulation) με άμεση ισχύ στα κράτη-μέλη αντικατέστησε την προϊσχύσασα Οδηγία 95/46/EK. Στόχος του ήταν η ενδυνάμωση και επικαιροποίηση των δικαιωμάτων του

⁵⁴ Beresford et al. (2012)/Preibusch et al.(2013)

⁵⁵ Athey et al.(2017)

⁵⁶ Acquisti Alessandro/Brandimarte Laura/Loewenstein George (2020)

⁵⁷ «Αντί να επικεντρωθούμε σε οποιαδήποτε υποτιθέμενη σύγκρουση μεταξύ της ιδιωτικής ζωής και της καινοτομίας, θα πρέπει να επικεντρωθούμε στον προσδιορισμό του ποιες από τις καινοτομίες βλάπτουν τι αρχές της προστασίας της ιδιωτικής ζωής, δημιουργώντας δυσφορία, ανησυχία και αρνητικές συνέπειες που δεν είχαμε προβλέψει και πώς θα τις καταργήσουμε ή θα τις μετριάσουμε» (Friedman 2008).

Υποκειμένου συνδυαστικά με την απελευθέρωση της κυκλοφορίας των δεδομένων εντός της Ένωσης⁵⁸ προς όφελος της καινοτομίας με όριο το θεμελιώδες δικαίωμα στην ιδιωτική ζωή και την άσκηση των τεσσάρων ευρωπαϊκών ελευθεριών.⁵⁹ Η θέσπιση αυτής της σύνθετης νομοθεσίας έλαβε χώρα σ' ένα ταχέως μεταβαλλόμενο περιβάλλον τεχνολογικών εξελίξεων όπου η ψηφιακή οικονομία αναδύει σημαντικούς κινδύνους για τα δικαιώματα και τις ελευθερίες και, ταυτόχρονα, ευκαιρίες για τη δημιουργία αξίας, την προώθηση της ευημερίας και την ενίσχυση διαφόρων κοινωνικών στόχων επέφερε εξ αρχής σημαντικές προκλήσεις.⁶⁰

Η σημασία του Κανονισμού⁶¹ έγκειται, κατ' αρχήν, στην ανάγκη αντιμετώπισης των προκλήσεων της νέας ψηφιακής πραγματικότητας, όπου η απόλαυση του δικαιώματος συμμετοχής στην Κοινωνία της Πληροφορίας πρέπει να οριοθετείται κατά τρόπο ανάλογο και μη καταχρηστικό σε συνάρτηση με λοιπά δικαιώματα και ελευθερίες,⁶² παρότι η ανεύρεση μιας απόλυτα δίκαιης λύσης στα πλαίσια της διανεμητικής δικαιοσύνης δεν καθίσταται πάντα εφικτή. Ζητούμενο ήταν, αφενός, η εγκαθίδρυση – έστω συμβολικά– της νέας ψηφιακής πραγματικότητας και η ουσιαστική ρύθμιση των νέων κοινωνικών, πολιτικών και οικονομικών σχέσεων, αφετέρου.

Το δικαίωμα προστασίας από παράνομη και αθέμιτη χρήση προσωπικών δεδομένων συνιστά έναν βασικό φραγμό⁶³ μεταξύ της αχαλίνωτης απόλαυσης του δικαιώματος πρόσβασης στις τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών (ΤΠΕ) και της ενάσκησης άλλων δικαιωμάτων.⁶⁴ Με τον ΓΚΠΔ, δεν επιχειρήθηκε απλώς ο εκσυγχρονισμός των

⁵⁸ Επισημαίνεται ότι οι διατάξεις του είναι ασύμβατες με το περιβάλλον που δημιουργεί η διαθεσιμότητα των Μεγάλων Δεδομένων, με συνέπεια οι πρακτικές που βασίζονται στα τελευταία να μην ρυθμίζονται επαρκώς στον ΓΚΠΔ

⁵⁹ της ελεύθερης κυκλοφορίας εμπορευμάτων, προσώπων, υπηρεσιών και κεφαλαίων κατά την ΣΛΕΕ

⁶⁰ Zarsky Z. Tal (2017) https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3022646

⁶¹ Παναγοπούλου-Κουτνατζή Φερενίκη (2018)

⁶² Ευρωπαϊκή διακήρυξη για τα ψηφιακά δικαιώματα και τις ψηφιακές αρχές (2023/C 23/01) https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=OJ:JOC_2023_023_R_0001 σε συνδυασμό με άρθρο 11 ΧΘΔ της ΕΕ

⁶³ μαζί με άλλους δύο εξίσου σημαντικούς περιορισμούς, τα δικαιώματα προστασίας του απορρήτου των επικοινωνιών και των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας

⁶⁴ Γιαννόπουλος Ν. Γεώργιος (2018)

διαδικασιών για την κατάργηση της περιττής γραφειοκρατίας αλλά η εγκαθίδρυση μιας κουλτούρας προληπτικής προστασίας των προσωπικών δεδομένων από όλους τους εμπλεκόμενους στις πράξεις επεξεργασίας φορείς, με σκοπό τη συνειδητή συμμόρφωση και την υιοθέτηση μιας υπεύθυνης στάσης απέναντι σε κρίσιμα για την ιδιωτική ζωή δεδομένα. Ειδικότερα, η προστασία προσωπικών δεδομένων επεκτάθηκε σε νέες-συγκριτικά με την προϊσχύσασα Οδηγία- κατηγορίες όπως τα δεδομένα θέσης, τα αναγνωριστικά ταυτότητας σε απ' ευθείας σύνδεση (online identifiers) και τα δεδομένα που προσδιορίζουν τη σωματική, φυσιολογική, γενετική, ψυχολογική, οικονομική, πολιτιστική και κοινωνική ταυτότητα των Υποκειμένων, με αποτέλεσμα να επηρεάζεται πλήθος οργανισμών και επιχειρήσεων για την αναπροσαρμογή των πολιτικών τους.⁶⁵ Με την προληπτική ή, έστω, κατασταλτική αντιμετώπιση των ζητημάτων ασφάλειας των προσωπικών δεδομένων, περιορίζονται οι επιχειρηματικοί κίνδυνοι, προλαμβάνονται πιθανές ζημιές στη φήμη και μειώνονται οικονομικές απώλειες, γεγονός που επιτρέπει στην επιχείρηση να αναπτυχθεί με ασφάλεια.⁶⁶

Καταληκτικά, ο ΓΚΠΔ επιδιώκει να είναι τεχνολογικά ουδέτερος και περιεκτικός,⁶⁷ με απώτερο στόχο να καταστήσει την ευρωπαϊκή νομοθεσία προστασίας προσωπικών δεδομένων ευρύτερη, ισχυρότερη και βαθύτερη. Μάλιστα, σηματοδοτεί μια έντονη αντίδραση στις πρακτικές των εταιρειών που εδρεύουν σε ΗΠΑ και Κίνα, οι οποίες αντιμετωπίζονται με αυξανόμενη δυσπιστία από την ευρωπαϊκή έννομη τάξη. Οι απαιτήσεις του ανταποκρίνονται σ' ένα σύστημα συμμόρφωσης που στοχεύει σε αλλαγές στην επιχειρησιακή συνήθεια και κουλτούρα, καθότι ο καταναλωτής που επιτρέπει την συλλογή και επεξεργασία των δεδομένων του από μια εταιρεία δεν παραιτείται από το πλέγμα προστασίας που ως φυσικό πρόσωπο δικαιούται. Έτσι, η παγκόσμια εμβέλεια του Κανονισμού, ενόψει του Brussels Effect, καλύπτει κάθε επεξεργασία προσωπικών δεδομένων που αφορά τη δραστηριότητα ευρωπαίων χρηστών στο διαδίκτυο ή την παρακολούθηση της συμπεριφοράς τους εντός της ΕΕ.⁶⁸

⁶⁵ άρθρα 2&4 ΓΚΠΔ

⁶⁶ Francisco Arga e Lima (2025)

⁶⁷ Μήτρου Λίλιαν (2023)

⁶⁸ Kaminski Margot (2020)

3.3. Τα δικαιώματα των Υποκειμένων

Τα δικαιώματα που προβλέπονται στον Γενικό Κανονισμό άπτονται του ευρύτερου δικαιώματος πληροφοριακού αυτοκαθορισμού, με απώτερο στόχο τη διευκόλυνση της κυκλοφορίας των δεδομένων με περισσότερη διαφάνεια και έλεγχο για την αποτελεσματική προστασία της ιδιωτικότητας.⁶⁹ Ειδικής αναφοράς, στα πλαίσια της παρούσας έρευνας, χρήζουν τα κατωτέρω δικαιώματα:⁷⁰

Το δικαίωμα στην λήθη (άρθρο 17 ΓΚΠΔ)⁷¹ συνιστά απόρροια της γενικότερης ελευθερίας στην ανάπτυξη της προσωπικότητας, κατά το οποίο το άτομο δικαιούται να μπορεί να σβήσει από το διαδίκτυο προσωπικές του πληροφορίες που αφενός δεν επιθυμεί να είναι δημόσια προσβάσιμες και αφετέρου δεν είναι χρήσιμες για την πληροφόρηση του κοινού. Ουσιαστικά πρόκειται για ένα δικαίωμα στη διαμόρφωση της ψηφιακής παρουσίας στον διαδικτυακό κόσμο, με όριο την ελευθερία του πληροφορείν και πληροφορείσθαι και την εν γένει ελευθερία της έκφρασης. Ζητούμενο είναι μην υποβάλλονται απεριορίστες ατομικές πληροφορίες σε διαδικασία έρευνας από δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς, με παρεπόμενο κίνδυνο την εργαλειοποίηση του Υποκειμένου για την εξυπηρέτηση άλλων –λόγου χάρη εμπορικών– σκοπών σε σχέση με τον σκοπό για τον οποίο τα δεδομένα παραχωρήθηκαν εξ αρχής.

Το δικαίωμα περιορισμού της επεξεργασίας (άρθρο 18 ΓΚΠΔ) είναι ένα δικαίωμα προσωρινής προστασίας του Υποκειμένου. Ασκείται όταν το Υποκείμενο είτε αμφισβητεί την ακρίβεια των δεδομένων του είτε ζητά τον περιορισμό λόγω παράνομου χαρακτήρα της επεξεργασίας είτε χρειάζεται τα δεδομένα, τα οποία δεν είναι πλέον χρήσιμα για τον Υπεύθυνο Επεξεργασίας, για τη θεμελίωση, την άσκηση ή υποστήριξη νομικών

⁶⁹ Κοτσαλής Γ. Λεωνίδας/συνεργάτες έργου Σπύρος Βλαχόπουλος [κ.α.] (2016)

⁷⁰ Φερενίκη Παναγοπούλου-Κουτνατζή (2018)

⁷¹ Η νομολογιακή κατοχύρωση του συγκεκριμένου δικαιώματος πραγματοποιήθηκε στην υπόθεση C-131/12 «Google Spain». Το Δικαστήριο θέσπισε έναν γενικό κανόνα εξισορρόπησης, κατά τον οποίο τα δικαιώματα του Υποκειμένου υπερισχύουν, κατά τρόπο σχετικό και όχι απόλυτο καταρχήν, του οικονομικού συμφέροντος της μηχανής αναζήτησης αλλά και του δικαιώματος πρόσβασης του κοινού στην πληροφορία. (Ομάδα Εργασίας του άρθρου 29 για την προστασία των δεδομένων (11/2014)-<https://ec.europa.eu/newsroom/article29/items/667236/en> και <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62012CA0131>)

αξιώσεων είτε έχει αντιρρήσεις για την επεξεργασία στα πλαίσια του δικαιώματος του άρθρου 21§1 ΓΚΠΔ.

Το δικαίωμα στην φορητότητα (άρθρο 20 ΓΚΠΔ), ως προέκταση του δικαιώματος προσβάσεως, αφορά τη δυνατότητα μεταφοράς των δεδομένων από έναν πάροχο υπηρεσίας σ' έναν άλλο. Απορρέει από την ανάγκη του ατόμου να ελέγχει και να λαμβάνει τα προσωπικά δεδομένα που το αφορούν και τα οποία έχει παράσχει στον Υπεύθυνο Επεξεργασίας, ο οποίος πρέπει να αναπτύσσει δομημένους, κοινώς χρησιμοποιούμενους, αναγνωρίσιμους και διαλειτουργικούς μορφότυπους που επιτρέπουν τη φορητότητα, προκειμένου να εξαλειφθούν τα εμπόδια που παρατηρούνται στη διασυνοριακή ροή δεδομένων.⁷²

Το δικαίωμα εναντίωσης (άρθρο 21 ΓΚΠΔ), ως έκφανση του δικαιώματος για τον περιορισμό της επεξεργασίας των προσωπικών δεδομένων ή της κατάρτισης προφίλ, μπορεί να ασκηθεί ανά πάσα στιγμή για λόγους που αφορούν την ιδιαίτερη κατάσταση του Υποκειμένου. Μόνη ρητή εξαίρεση για τη συνέχιση της επεξεργασίας κατόπιν της άσκησης του ανωτέρω δικαιώματος συνιστά η ανάδειξη από τον Υπεύθυνο Επεξεργασίας επιτακτικών και νόμιμων λόγων που υπερισχύουν των συμφερόντων, των δικαιωμάτων και των ελευθεριών του Υποκειμένου ή που αφορούν τη θεμελίωση, άσκηση ή υποστήριξη νομικών αξιώσεων. Ωστόσο, ρητά προβλέπεται ότι για τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που υποβάλλονται σε επεξεργασία για σκοπούς απευθείας εμπορικής προώθησης, το Υποκείμενο δικαιούται να αντιταχθεί ανά πάσα στιγμή στην επεξεργασία, χωρίς να προβλέπεται οιαδήποτε εξαίρεση που να δικαιολογεί τη συνέχιση της επεξεργασίας.

Το δικαίωμα στην ανθρώπινη παρέμβαση (άρθρο 22 ΓΚΠΔ) αποτελεί το αντιστάθμισμα απέναντι στο φόβο εργαλειοποίησης του φυσικού προσώπου καθώς και στην έμφυτη δυσπιστία προς την απρόσωπη αλγοριθμική κρίση. Συνιστά, αφενός, ένα ιδιότυπο δικαίωμα εναντίωσης στην αυτοματοποιημένη επεξεργασία προσωπικών δεδομένων για λήψη απόφασης ή κατάρτιση προφίλ και ένα βασικό προαπαιτούμενο για την άσκηση

⁷² Βέβαια, το δικαίωμα δε νοείται όταν η επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα είναι αναγκαία για τη συμμόρφωση με νομική υποχρέωση στην οποία υπόκειται ο Υπεύθυνος Επεξεργασίας ή για την εκπλήρωση καθήκοντος που εκτελείται προς το δημόσιο συμφέρον ή κατά την άσκηση δημόσιας εξουσίας που του έχει ανατεθεί.

του δικαιώματος διαγραφής από την εκάστοτε λίστα αναζητήσεως, αφετέρου. Ο σεβασμός της ανθρωπίνης ουσίας και η αναγνώριση ότι τα φυσικά πρόσωπα, ως αυτενεγούντα όντα με προσωπικότητα, είναι κάτι πιο σύνθετο από τα δεδομένα που παράγουν καταδεικνύουν την ουσία του εν λόγω δικαιώματος. Βέβαια, υποστηρίζεται εξίσου ότι ζητούμενο δεν θα πρέπει να είναι τόσο η ανθρώπινη παρέμβαση όσο η αλγοριθμική ουδετερότητα, καθώς η ταχύτητα και η μέγιστη προγνωστική ακρίβεια αποτελούν τα αναγκαία της ψηφιακής οικονομίας, ενώ αθέμιτοι παράγοντες αξιολόγησης ικανοί να οδηγήσουν σε διακρίσεις δύνανται να εισχωρήσουν στα συστήματα μέσω του ανθρώπου.

Το δικαίωμα ενημέρωσης για παραστατικά παραβιάσεως αφορά, πλέον, τόσο το Υποκείμενο (άρθρο 34 ΓΚΠΔ) όσο και την αρμόδια εθνική Εποπτική Αρχή (άρθρο 33 ΓΚΠΔ). Μέσω του δικαιώματος αυτού καταδεικνύεται η σημασία του τρόπου χειρισμού ενός περιστατικού παραβίασης προσωπικών δεδομένων που λαμβάνει χώρα σ' ένα περιβάλλον τεχνολογικής διακινδυνεύσεως. Έτσι, ο Υπεύθυνος Επεξεργασίας υποχρεούται να κοινοποιήσει τα περιστατικά παραβίασης εντός συγκεκριμένης προθεσμίας εβδομήντα δύο (72) ωρών, η οποία λόγω ανέφικτου μπορεί να παραταθεί συνοδεία σχετικής αιτιολογίας, ενημερώνοντας, παράλληλα, για τις υπάρχουσες καταγεγραμμένες διαδικασίες αντιμετώπισης και χειρισμού του περιστατικού, για τα διορθωτικά μέτρα και τα υπάρχοντα μέτρα ασφάλειας, τα στοιχεία επικοινωνίας του και μελλοντικές ενέργειες στις οποίες θα προχωρήσει.

Για την υπέρβαση πρακτικών και οικονομικών εμποδίων δικαστικής διεκδίκησης των αναγνωρισμένων δικαιωμάτων των Υποκειμένων, αφενός, και για τη διασφάλιση της ενισχυμένης συμμόρφωσης των επιχειρήσεων, αφετέρου, έχει εισαχθεί ένας κρίσιμος μηχανισμός συλλογικής προστασίας⁷³ κατά τα πρότυπα των ενώσεων καταναλωτών. Ειδικότερα, κατοχυρώνεται τόσο το δικαίωμα του Υποκειμένου να αναθέτει την εκπροσώπησή του σε μη κερδοσκοπικούς φορείς ή οργανώσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα της προστασίας δεδομένων για την υποβολή καταγγελιών, την άσκηση ενδίκων βοηθημάτων και τη διεκδίκηση αποζημίωσης όσο και η διακριτική ευχέρεια των κρατών-μελών να αναγνωρίζουν στις προαναφερθείσες οντότητες το δικαίωμα

⁷³ άρθρο 80 ΓΚΠΔ

αυτεπάγγελτης παρέμβασης (*actio popularis*) σε περίπτωση παραβίασης του Κανονισμού.⁷⁴

3.4. Οι υποχρεώσεις των επιχειρήσεων

Η γενική αρχή της διαφάνειας,⁷⁵ άρρηκτα συνυφασμένη με τις αρχές της δικαιοσύνης και της λογοδοσίας, δημιουργεί εμπιστοσύνη στο Υποκείμενο για τη νομιμότητα της επεξεργασίας των δεδομένων του και εξυπηρετεί την ενάσκηση των επαυξημένων δικαιωμάτων που πλέον διαθέτει. Οι ανωτέρω αρχές συνιστούν, παράλληλα, τον βασικό πυλώνα για τον καθορισμό των υποχρεώσεων του Υπευθύνου Επεξεργασίας, του Εκτελούντος την Επεξεργασία και του Υπεύθυνου Προστασίας προσωπικών δεδομένων σύμφωνα με τον ΓΚΠΔ,⁷⁶ η παραβίαση των οποίων επισύρει εξαιρετικά υψηλά διοικητικά πρόστιμα.⁷⁷

Η εγκαθίδρυση διαδικασιών συνεχούς ανάπτυξης και ενσωμάτωσης βάσει ολοκληρωμένων και αξιόπιστων τεστ, η εξουσιοδοτημένη πρόσβαση και η αυθεντικοποίηση των χρηστών, η αξιοποίηση μεθόδων ψευδωνυμοποίησης και ανωνυμοποίησης, ο έλεγχος ποιότητας των δεδομένων και αξιοπιστίας των πηγών τους, η πρόβλεψη σχεδίου ελέγχου (*audit*) με διαδικασίες ανθρώπινης επίβλεψης πρέπει να διακατέχουν τόσο τη σχεδίαση και την λειτουργία κάθε εταιρικού συστήματος που διαχειρίζεται προσωπικά δεδομένα όσο και τον απαραίτητο εξοπλισμό χρήσης αυτού.⁷⁸ Βέβαια, στο σύστημα «οιονεί αυτορρύθμισης» που εισάγεται με τον Κανονισμό η έκταση και η πολυπλοκότητα των προληπτικών και διορθωτικών μέτρων, με τα οποία οι φορείς εκπληρώνουν τις ευθύνες τους, ενδέχεται να διαφέρει ανάλογα με τους διαθέσιμους

⁷⁴ Τσόλιας Γρ. (2018)

⁷⁵ όπως αναφέρεται στην αιτ.σκ.39 και στο άρθρο 5§1 στοιχ.α', εξειδικεύεται, δε, στα άρθρα 12- 14 του ΓΚΠΔ

⁷⁶ Παναγοπούλου-Κουτνατζή Φερενίκη (2018)

⁷⁷ όπως ορίζει το άρθρο 83 ΓΚΠΔ

⁷⁸ CNIL (2024) «PRACTICE GUIDE GDPR/SECURITY OF PERSONAL DATA Version 2024», https://www.cnil.fr/sites/default/files/2024-03/cnil_guide_securite_personnelle_ven_0.pdf

πόρους και τη σοβαρότητα της ενδεχόμενης επίδρασης που οι υπηρεσίες και τα συστήματά τους μπορεί να έχουν στα ανθρώπινα δικαιώματα.⁷⁹

3.4.1. Ο Υπεύθυνος και ο Εκτελών την επεξεργασία των προσωπικών δεδομένων

Για τον Υπεύθυνο Επεξεργασίας (ΥΕ-Data Controller) ισχύει ένα πλαίσιο αντικειμενικής ευθύνης για την εφαρμογή κατάλληλων τεχνικών και οργανωτικών μέτρων που διασφαλίζουν και αποδεικνύουν, σύμφωνα με την αρχή της λογοδοσίας, ότι η επεξεργασία διενεργείται κατά τα οριζόμενα στον ΓΚΠΔ.⁸⁰ Ειδικότερα, το καθεστώς «λογοδοσίας» στο οποίο υπόκειται συνδέεται και με την εφαρμογή κατάλληλων εσωτερικών πολιτικών, την υιοθέτηση κωδίκων δεοντολογίας και εφαρμογή μηχανισμών πιστοποίησης της επιχείρησης στην προστασία δεδομένων⁸¹ προς διασφάλιση και απόδειξη του σύννομου της επεξεργασίας.⁸² Επιπλέον, επωμίζεται μια δέσμη ειδικότερων υποχρεώσεων⁸³ για την τήρηση των γενικών αρχών προστασίας των δεδομένων «από τον σχεδιασμό» και «εξ ορισμού», την παροχή κατ' αρχήν έγγραφης πληροφόρησης προς τα Υποκείμενα σε γλώσσα απλή και κατανοητή για πράξεις επεξεργασίας, διόρθωσης ή διαγραφής δεδομένων και περιστατικά παραβιάσεων, την τήρηση αρχείων δραστηριοτήτων επεξεργασίας ανάλογων του μεγέθους της επιχείρησης ή των πράξεων επεξεργασίας και την εκπόνηση μελέτης εκτίμησης των επιπτώσεων στην προστασία δεδομένων πριν από οποιαδήποτε επεξεργασία.⁸⁴ Μάλιστα, εφόσον προκύπτει υψηλός κίνδυνος για τα δικαιώματα ή τις ελευθερίες του Υποκειμένου που δεν δύναται να μετριαστεί επαρκώς με τα υπάρχοντα τεχνικά ή οργανωτικά μέτρα, ο ΥΕ υποχρεούται να ζητήσει τη γνώμη της εθνικής Εποπτικής Αρχής πριν την επεξεργασία.⁸⁵

⁷⁹ Recommendation CM/Rec (2020) 1 of the Committee of Ministers to member States on the human rights impacts of algorithmic systems

⁸⁰ άρθρο 24§1 ΓΚΠΔ

⁸¹ άρθρα 40-43 ΓΚΠΔ

⁸² Γιαννόπουλος Γ./Μήτρου Λ. (2018)

⁸³ άρθρα 13, 14, 19, 24, 25, 33, 34, 30, 35 και 36 αντίστοιχα

⁸⁴ Γιαννόπουλος Γ. (2018)

⁸⁵ άρθρο 36 ΓΚΠΔ Παρόμοια υποχρέωση «διαβούλευσης» με την Αρχή προβλέπεται για τα κράτη-μέλη κατά την εκπόνηση νομοθεσίας που αφορά στην επεξεργασία προσωπικών δεδομένων.

Ο Εκτελών την Επεξεργασία (Εκτε-Data Processor) επεξεργάζεται δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα για λογαριασμό και σύμφωνα με τις εντολές του ΥΕ. Παρέχει αντίστοιχες διαβεβαιώσεις για την εφαρμογή κατάλληλων τεχνικών και οργανωτικών μέτρων στα πλαίσια της νόθου αντικειμενικής ευθύνης που φέρει ενώ ευθύνεται-για σκοπούς αποτελεσματικής αποζημίωσης-εις ολόκληρον με τον ΥΕ σε περίπτωση υλικής ή μη ζημίας κάθε Υποκειμένου. Παρεπόμενη υποχρέωση του συνιστά η αμελλητί ενημέρωση του ΥΕ σε περίπτωση περιστατικού παραβίασης δεδομένων.⁸⁶

Περαιτέρω, ο ΓΚΠΔ περιλαμβάνει κανόνες για την ευθύνη εις ολόκληρον και τις σχετικές αναγωγικές αξιώσεις μεταξύ περισσότερων ΥΕ ή Εκτε.⁸⁷ Τέλος, αξίζει να αναφερθεί η επέκταση της ανωτέρω ευθύνης σε ΥΕ και Εκτε εταιριών που εδρεύουν εκτός ΕΕ,⁸⁸ όταν η επεξεργασία προσωπικών δεδομένων αφορά Υποκείμενα που διαμένουν στην Ένωση σχετικά με την προσφορά, ανεξαρτήτως ανταλλάγματος, αγαθών και υπηρεσιών, ή την παρακολούθηση της συμπεριφοράς τους. Μάλιστα, για τις εταιρείες αυτές υφίσταται, παράλληλα, υποχρέωση έγγραφου ορισμού ενός εκπροσώπου του ΥΕ ή του Εκτε εντός της Ένωσης.⁸⁹

3.4.2. Η προστασία των προσωπικών δεδομένων εξ ορισμού (privacy by default) και από τον σχεδιασμό (privacy by design)

Η ραγδαία ανάπτυξη των ΤΠΕ θέτει διαρκώς σε δοκιμασία την αποτελεσματικότητα των νομικών κανόνων προστασίας της πληροφοριακής ιδιωτικότητας. Οι αρχές της ελαχιστοποίησης των δεδομένων⁹⁰ και του περιορισμού του σκοπού της επεξεργασίας⁹¹ θέτουν αυστηρά όρια ελέγχου και αναδεικνύουν την ανάγκη μετάβασης από

⁸⁶ άρθρα 82, 28, 33 και 27ΓΚΠΔ

⁸⁷ άρθρο 82§4 και §5 αντίστοιχα

⁸⁸ και στις οποίες περιλαμβάνονται οι κρατικοί του Internet (μηχανές αναζήτησης, κοινωνικά δίκτυα, ενημερωτικά ιστολόγια κλπ.)

⁸⁹ άρθρα 3 και 27§1 Κανονισμού αντίστοιχα

⁹⁰ όπως ορίζεται στο άρθρο 5§1 περ.γ' ΓΚΠΔ

⁹¹ όπως κατοχυρώνεται στο άρθρο 8 παράγραφος 2 του ΧΘΔ της ΕΕ καθώς και στο άρθρο 5 παράγραφος 1 περ. β' του ΓΚΠΔ

προληπτικούς (ex post) μηχανισμούς περιορισμού σε κατασταλτικούς (ex ante) μηχανισμούς ελέγχου του τρόπου χρήσης των δεδομένων.⁹²

Η συζήτηση για τις τεχνολογίες ενίσχυσης της ιδιωτικότητας μετεξελίχθηκε σε συζήτηση για την προστασία της ιδιωτικότητας εκ σχεδίου και δια σχεδιασμού, δηλαδή προστασία από τη στιγμή σύλληψης και προσδιορισμού των χαρακτηριστικών, του σκοπού, των επιχειρησιακών διαδικασιών και πρακτικών ενός συστήματος επεξεργασίας ώστε αυτό να ανταποκρίνεται σε ανάγκες και απαιτήσεις που έχουν προδιατυπωθεί και συνακόλουθα να καταστήσει δυνατή την εκπλήρωσή τους. Η λήψη κατάλληλων τεχνικών και οργανωτικών μέτρων και η τήρηση διαδικασιών που άπτονται των αρχών και των εγγυήσεων προστασίας αποτελούν υποχρέωση για τον ΥΕ.⁹³ Η εμβέλεια της ανωτέρω υποχρέωσης ακολουθεί την προσέγγιση με βάση τον κίνδυνο (risk-based approach), οριοθετείται δηλαδή από την ύπαρξη και τον βαθμό του κινδύνου που απειλεί τα προσωπικά δεδομένα. Έτσι, γίνεται αντιληπτό ότι η προστασία εκ σχεδιασμού και η μετέπειτα αξιολόγηση των επιπτώσεων της επεξεργασίας μέσω της μελέτης αντικτύπου τελούν σε άμεση μεταξύ τους σχέση.

Η προστασία προσωπικών δεδομένων εξ ορισμού σημαίνει την αξίωση για διασφάλιση της πληροφορικής ιδιωτικότητας ως βασική και, κατά κανόνα, ενσωματωμένη επιλογή σ' ένα σύστημα ή μια εφαρμογή, χωρίς να απαιτούνται πρόσθετες ενέργειες από τον χρήστη. Ειδικότερα, ο ΥΕ οφείλει να εφαρμόζει κατάλληλα μέτρα για την προστασία των συλλεχθέντων δεδομένων τηρώντας την αρχή της ελαχιστοποίησης τόσο ως προς τον όγκο των δεδομένων σε συνδυασμό με τη διάρκεια τήρησης αυτών όσο και ως προς την ένταση και έκταση της επεξεργασίας τους.⁹⁴ Η κατοχύρωση των προδιαγραφών προστασίας εξ ορισμού είναι καταλυτικής σημασίας ώστε να αποφευχθεί η αλόγιστη

⁹² Zarsky Z. Tal (2017) https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3022646

⁹³ Αιτ.σκ. 78 και άρθρο 25 §1 ΓΚΠΔ. Ο ΥΕ πρέπει, κατόπιν στάθμισης σύμφωνα με την αρχή της αναλογικότητας, να λαμβάνει υπόψη τις τελευταίες εξελίξεις, το κόστος εφαρμογής των μέτρων, τη φύση, το πεδίο εφαρμογής, το πλαίσιο, τους σκοπούς της εκάστοτε επεξεργασίας, καθώς και τη πιθανότητα/σοβαρότητα των κινδύνων για τα δικαιώματα του Υποκειμένου.

⁹⁴ άρθρο 25 §2 Κανονισμού

πρόσβαση αόριστου αριθμού προσώπων σε προσωπικά δεδομένα χωρίς την συγκατάθεση του Υποκειμένου αυτών.⁹⁵

3.4.3 Η μελέτη εκτίμησης επιπτώσεων στην προστασία των προσωπικών δεδομένων και η δήλωση πολιτικής απορρήτου της επιχείρησης

Η έννοια του κινδύνου,⁹⁶ όπως οριοθετεί κατά περιεχόμενο τις βασικές υποχρεώσεις του ΥΕ και του ΕκΤΕ κατά την εκτέλεση των καθηκόντων τους συνδυαστικά με την αρχή λογοδοσίας, καθορίζει κατά περιεχόμενο την υποχρέωση εκπόνησης μελέτης για την εκτίμηση των επιπτώσεων στην προστασία δεδομένων (Data Protection Impact Assessment-DPIA) από τις σχεδιαζόμενες πράξεις επεξεργασίας, πριν αυτές εκτελεστούν.⁹⁷ Ειδικότερα, πρόκειται για μια ανάλυση αναφορικά με τη φύση, το πεδίο εφαρμογής και τους σκοπούς επεξεργασίας, με την οποία εξετάζεται αν η εκάστοτε επεξεργασία είναι αναγκαία και ανάλογη, εκτιμάται η σοβαρότητα και η πιθανότητα επέλευσης κάποιου κινδύνου για τα δικαιώματα και τις ελευθερίες των Υποκειμένων και καθορίζονται τα απαραίτητα οργανωτικά και τεχνικά μέτρα που πρέπει να ληφθούν για τη συμμόρφωση με τον ΓΚΠΔ.⁹⁸

Με σκοπό την υποστήριξη των ΥΕ, η Ομάδα Εργασίας του άρθρου 29 (ΟΕ29)– πλέον Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Προστασίας Δεδομένων- είχε εκδώσει κατευθυντήριες γραμμές και εννέα κριτήρια για το σύννομο της επεξεργασίας σε συνάρτηση με το είδος δεδομένων, τον σκοπό που επιδιώκεται και τα μέσα που αξιοποιούνται, ώστε να προκύψουν οι πιθανότητες επέλευσης υψηλού κινδύνου για τα δικαιώματα και τις ελευθερίες των Υποκειμένων και, συνακόλουθα, η υποχρεωτικότητα της εκτίμησης αντικτύπου.⁹⁹ Ως γενικός κανόνας αναφέρεται ότι επεξεργασίες που πληρούν τουλάχιστον δύο από τα κριτήρια πρέπει να υποβάλλονται σε προηγούμενη εκτίμηση

⁹⁵ Για παράδειγμα τα ψηφιακά κοινωνικά δίκτυα με τις εξ ορισμού προκαθορισμένες ρυθμίσεις μπορούν να καθορίσουν τις επιλογές των χρηστών και, κατ' επέκταση, τις αντιλήψεις τους για την προστασία της ιδιωτικότητας.

⁹⁶ αιτ.σκ. 75 και άρθρο 6 στοιχείο 9 Οδηγίας (ΕΕ) 2002/2555

⁹⁷ αιτ.σκεψ. 84 και 89 και άρθρο 35 ΓΚΠΔ. Αξίζει να επισημανθεί ότι ο Κανονισμός δεν αντιμετωπίζει το ζήτημα του κόστους για την εκπόνηση της μελέτης αυτής.

⁹⁸ Ζορκάδης Β. (2018)

⁹⁹ <https://www.lawspot.gr/loipa-nomika/kateythyntiries-grammes-omadas-ergasias/>

αντικτύπου, χωρίς να αποκλείεται η υφιστάμενη υποχρέωση ακόμα κι αν πληρείται μόνο ένα. Περαιτέρω, σύμφωνα με την παράγραφο 4 του άρθρου 35, «Η εποπτική αρχή καταρτίζει και δημοσιοποιεί κατάλογο με τα είδη των πράξεων επεξεργασίας που υπόκεινται στην απαίτηση για διενέργεια εκτίμησης αντικτύπου σχετικά με την προστασία των δεδομένων δυνάμει της παραγράφου. Η εποπτική αρχή ανακοινώνει τον εν λόγω κατάλογο στο Συμβούλιο Προστασίας Δεδομένων που αναφέρεται στο άρθρο 68». Απόφαση περί μη εκπόνησης εκτίμησης αντικτύπου πρέπει να περιλαμβάνεται στα αρχεία δραστηριοτήτων επεξεργασίας,¹⁰⁰ να αιτιολογείται και να τεκμηριώνεται επαρκώς.

Η δήλωση της Πολιτικής Προστασίας Δεδομένων αποτελεί την επικοινωνία επιχείρησης-καταναλωτών και περιλαμβάνει τον τρόπο διαχείρισης και χρήσης των προσωπικών δεδομένων για την πλήρη ενημέρωση του Υποκειμένου. Η δήλωση αυτή κρίνεται απαραίτητη και πρέπει να εμπεριέχει επαρκή έκταση κατάλληλων πληροφοριών ταξινομημένων με σειρά προτεραιότητας, να είναι εύκολα προσβάσιμη, κατανοητή, και να ανανεώνεται όποτε απαιτείται.¹⁰¹

3.4.4 Ο Υπεύθυνος Προστασίας προσωπικών δεδομένων

Για τον περιορισμό απρόσφορων διοικητικών διαδικασιών προβλέφθηκε στα πλαίσια της εσωτερικής οργάνωσης εκάστοτε οργανισμού ή επιχείρησης ο διορισμός ενός προσώπου που φέρει τον τίτλο «Υπεύθυνος Προστασίας Δεδομένων» (ΥΠΔ-Data Protection Officer/DPO),¹⁰² ο οποίος διαθέτοντας ειδικές γνώσεις σε θέματα δικαίου και πρακτικών προστασίας δεδομένων, έχει ως αποστολή να διασφαλίζει, κατά τρόπο ανεξάρτητο, την παρακολούθηση της συμμόρφωσης προς τον ΓΚΠΔ, να συνδράμει -ως ένα συμβουλευτικό όργανο εσωτερικού αυτοελέγχου- τον Υπεύθυνο και τον Εκτελούντα την επεξεργασία στο έργο του, να επικοινωνεί και να συνεργάζεται με την εθνική Εποπτική Αρχή.¹⁰³ Μάλιστα, ο ρόλος αυτός -υποχρεωτικός σε υπηρεσίες του δημοσίου τομέα και σε ιδιωτικούς φορείς που προβαίνουν σε συστηματική παρακολούθηση ή επεξεργασία ευαίσθητων δεδομένων μεγάλης κλίμακας- θεωρείται καταλυτικός για την αυξημένη

¹⁰⁰ όπως τηρούνται βάσει άρθρου 30 ΓΚΠΔ

¹⁰¹ Βαλσαμίδης Σταύρος/Καζανίδης Ιωάννης (2020)

¹⁰² Τσόλιας Γρ. (2018)

¹⁰³ αιτ.σκ. 97 σε συνδυασμό με άρθρα 37-39 ΓΚΠΔ

εμπιστοσύνη των καταναλωτών προς την επιχείρηση η οποία διαχειρίζεται προσωπικά τους δεδομένα.

3.5. Ο ρόλος του EDPB

Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Προστασίας Δεδομένων (EDPB)¹⁰⁴ είναι ο ανεξάρτητος ευρωπαϊκός φορέας που παρακολουθεί και διασφαλίζει την ομοιόμορφη εφαρμογή του ΓΚΠΔ σε ολόκληρη την Ένωση. Αποτελείται από τον προϊστάμενο της αρμόδιας για την προστασία δεδομένων εποπτικής αρχής κάθε κράτους-μέλους και από τον Ευρωπαϊό Επόπτη Προστασίας Δεδομένων (EDPS) ή τους αντίστοιχους εκπροσώπους τους. Οι αρμοδιότητές του επικεντρώνονται στην έκδοση κατευθυντήριων γραμμών, συστάσεων και βέλτιστων πρακτικών για κρίσιμα ζητήματα που άπτονται, ενδεικτικά, της προστασίας προσωπικών δεδομένων, της διαχείρισης παραβιάσεων δεδομένων, τις διαβιβάσεις σε τρίτες χώρες, τον καθορισμό διοικητικών προστίμων λόγω παράβασης των προβλεπόμενων υποχρεώσεων. Παράλληλα, ασκεί συμβουλευτικό έργο προς την Επιτροπή ενώ διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στον μηχανισμό συνεκτικότητας, εκδίδοντας δεσμευτικές αποφάσεις για την επίλυση διαφορών μεταξύ εθνικών εποπτικών αρχών. Επιπλέον, προωθεί τη συνεργασία και την ανταλλαγή γνώσεων σε διεθνές επίπεδο, ενθαρρύνει την υιοθέτηση κωδίκων δεοντολογίας και μηχανισμών πιστοποίησης, μεριμνά για τη διαφάνεια μέσω της τήρησης δημόσιων μητρώων διαπιστευμένων φορέων και δικαστικών αποφάσεων. Με τις ανωτέρω ενέργειες, διασφαλίζει ότι η προστασία των φυσικών προσώπων παραμένει σε υψηλό και ομοιόμορφο επίπεδο σε συνάρτηση με την τεχνολογική εξέλιξη και πρόοδο.¹⁰⁵

¹⁰⁴ https://www.edpb.europa.eu/edpb_en

¹⁰⁵ Άρθρα 68-76 ΓΚΠΔ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ: Ο ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΣΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

4.1. Η μετάβαση στο ηλεκτρονικό εμπόριο

Χάρης στο διαδίκτυο¹⁰⁶ ικανοποιούνται σύγχρονες ανάγκες επικοινωνίας, ανταλλαγής περιεχομένου, ενημέρωσης, συναλλαγής, πληροφόρησης και ψυχαγωγίας. Παρ' ότι η Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο¹⁰⁷ εκδόθηκε με πρωταρχικό σκοπό την εγκαθίδρυση μιας αγοράς παροχής προϊόντων και υπηρεσιών στην Κοινωνία της Πληροφορίας χωρίς εσωτερικά σύνορα για την επίτευξη ενός υψηλού επιπέδου κοινοτικής ολοκλήρωσης,¹⁰⁸ εξυπηρετεί παράλληλα τη θεμελιώδη αρχή του κοινοτικού κεκτημένου που εξειδικεύεται ως κεκτημένο προστασίας του καταναλωτή.¹⁰⁹

Η μεταφορά της εμπορικής επιχείρησης στην ηλεκτρονική σφαίρα επιλύει τρία βασικά ζητήματα: την κατάτμηση της αγοράς, την ανάγκη για άμεση διεκπεραίωση των συναλλαγών, την ενίσχυση της διαφάνειας στις αλυσίδες των εμπορικών πράξεων. Ειδικότερα, οι τεχνολογίες ηλεκτρονικού εμπορίου¹¹⁰ συμβάλλουν πρωτίστως στη μείωση της ασυμμετρίας στην πληροφόρηση αλλά και στην απελευθέρωση της αγοράς τόσο από τα στενά όρια ενός φυσικού χώρου όσο και από πολιτιστικά, περιφερειακά ή εθνικά σύνορα. Επιπλέον, διακρίνονται για τα παγκόσμιας εμβέλειας πρότυπα και το ιδιαίτερα χαμηλό κόστος χρήσης που επιτρέπει την εύκολη είσοδο στη σχετική αγορά, την αμφίδρομη επικοινωνία εμπόρου-καταναλωτή αλλά και των καταναλωτών μεταξύ τους και, τέλος, την μαζική εξατομίκευση με άμεσο τρόπο, χάρις στην οποία η σχεδίαση, η

¹⁰⁶ ενός καθολικού μέσου παροχής-τουλάχιστον φαινομενικά-δωρεάν υπηρεσιών στο οποίο δεν υπάρχει ένα κεντρικό σύστημα οργάνωσης με συνέπεια να δοκιμάζονται τα όρια των παραδοσιακών οικονομικών, κοινωνικών, και επομένως και νομικών παραδοχών

¹⁰⁷ Οδηγία 2000/31/EK <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/ALL/?uri=celex:32000L0031>

¹⁰⁸ Ένωση Ελλήνων Νομικών e- ΘΕΜΙΣ (2011)

¹⁰⁹ άρθρ. 1§3 Οδηγίας: «..δεν θίγει το επίπεδο προστασίας, ιδίως της δημόσιας υγείας και των συμφερόντων του καταναλωτή, όπως θεσπίζεται σε κοινοτικές πράξεις και στις εθνικές νομοθετικές πράξεις, που εκδόθηκαν για την εφαρμογή τους, στο μέτρο που δεν περιορίζεται έτσι η ελευθερία παροχής των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας»

¹¹⁰ Ο όρος ηλεκτρονικό εμπόριο αναφέρεται στις ολοκληρωμένες συναλλαγές αγορών, πωλήσεων, διανομής και μάρκετινγκ προϊόντων και υπηρεσιών με ανταλλακτική αξία που υποστηρίζονται και εκτελούνται ψηφιακά (Zwass, 1996)

προσαρμογή, η δημιουργία προϊόντων και υπηρεσιών σε συνδυασμό με το αντίστοιχο διαφημιστικό μήνυμα λαμβάνουν χώρα σύμφωνα με τις αναγνωρισμένες απαιτήσεις και προτιμήσεις του καταναλωτή-στόχου βάσει της σχετικής συμπεριφοράς που έχει ήδη εκδηλώσει.

Βέβαια, η αξιοποίηση των δυνατοτήτων που παρέχει το ηλεκτρονικό εμπόριο απαιτεί αλλαγές στην επιχειρησιακή νοοτροπία και κουλτούρα, αφού ο τρόπος οργάνωσης και δράσης συνδυαστικά με την κοινωνία κινδύνων που δημιουργείται διαφέρει από της παραδοσιακής αγοράς.¹¹¹ Έτσι, η λήψη αποφάσεων και ο προσδιορισμός της στρατηγικής που θα εφαρμοστεί πρέπει να ανταποκρίνεται στις δυνατότητες, στις αδυναμίες, στις ευκαιρίες και στις απειλές του νέου εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης σε συνάρτηση με τα χαρακτηριστικά και τη διαπραγματευτική ισχύ των ανταγωνιστών της. Τελικό ζητούμενο είναι ο προσδιορισμός των αναμενόμενων ευνοϊκών ή δυσμενών εξελίξεων κατά τη διάρκεια της ανταγωνιστικής διαδικασίας.¹¹² Ενδεικτικά, οι ζημίες του κυβερνοεγκλήματος και ζητήματα διεθνούς δικαιοδοσίας και εφαρμοστέου δικαίου¹¹³ όσον αφορά τις ψηφιακές συναλλαγές ενέχουν κινδύνους για τα συμφέροντα του μέσου, τουλάχιστον, καταναλωτή και, κατ' επέκταση, για την εσωτερική ευρωπαϊκή αγορά, καθιστώντας δικαιολογημένη τη δυσπιστία απέναντι στις ηλεκτρονικές συναλλαγές.¹¹⁴

Οι ψηφιακές συναλλαγές που υποστηρίζονται με μέσα ΤΠΕ και ψηφιακής τεχνολογίας, έχουν οδηγήσει το μάρκετινγκ σε τεχνικές νέας γενιάς. Οι επιχειρήσεις πλέον μπορούν να διαχειρίζονται αυτόνομα τα ηλεκτρονικά τους καταστήματα (άμεσο μάρκετινγκ) ή να διαφημίζουν και να διανέμουν τα προϊόντα τους μέσα από εξειδικευμένους μεσάζοντες (έμμεσο μάρκετινγκ), να συνδυάζουν τη φυσική με την ψηφιακή τους παρουσία, να

¹¹¹ Βαλσαμίδης Σταύρος/Καζανίδης Ιωάννης (2020)

¹¹² μέθοδος ανάλυσης «SWOT» https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%BD%CE%AC%CE%BB%CF%85%CF%83%CE%B7_SWOT

¹¹³ Κανονισμοί Ρώμη II (αριθ. 864/2007) για τις εξωσυμβατικές ενοχές <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/ALL/?uri=CELEX:32007R0864> και Ρώμη I (αριθ. 593/2008) για τις συμβατικές ενοχές <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/ALL/?uri=celex:32008R0593>

¹¹⁴ Ένωση Ελλήνων Νομικών e-ΘΕΜΙΣ (2011)

αντικαθιστούν τη βιτρίνα του φυσικού τους καταστήματος από εξελιγμένους ψηφιακούς καταλόγους με λεπτομερείς πληροφορίες και προηγμένες δυνατότητες αναζήτησης. Πέραν από τις υποδομές, οι τεχνικές προσέλκυσης πελατών έχουν εξελιχθεί σε σύγκριση με τα παραδοσιακά μέσα (περιοδικά, Τύπος, τηλεόραση, ραδιόφωνο). Έμφαση, πλέον, δίνεται στη δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης και στην ενίσχυση της συμμετοχής των καταναλωτών κατά τη διαφημιστική και συναλλακτική διαδικασία:¹¹⁵ ο όρος Web 2.0 χρησιμοποιείται για να περιγράψει τη νεότερη γενιά του Παγκόσμιου Ιστού που βασίζεται στην αμοιβαία αλληλεπίδραση και τη συνεργασία των χρηστών για την ελεύθερη παραγωγή, διάδοση και επαναχρησιμοποίηση περιεχομένου, γεγονός που αυξάνει την οικονομική αξία του Διαδικτύου.

4.2.1. Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των δεδομένων

Τα δεδομένα¹¹⁶ έχουν χαρακτηριστεί ως πηγή ζωής για την παγκόσμια οικονομία του 21^{ου} αιώνα. Ο όρος "Big Data"¹¹⁷ αναφέρεται σε δεδομένα των οποίων η ποσότητα απαιτεί, καθ' υπέρβαση των δυνατοτήτων ενός τυπικού λογισμικού, τη χρήση μεγάλης κλίμακας υπολογιστικής ισχύος για την εξαγωγή αξίας εντός εύλογου χρόνου. Η αξία των μεγάλων δεδομένων στην αξιολόγηση της δεσπόζουσας θέσης είναι αμφιλεγόμενη. Από τη μία υποστηρίζεται ότι δεν αποτελούν -ως μη αποκλειστικά και μη ανταγωνιστικά- εμπόδιο εισόδου στην αγορά καθώς συγκεντρώνονται εύκολα από οποιοδήποτε ανταγωνιστή ενώ διαδραματίζουν καίριο ρόλο για την καινοτομία, η οποία μάλιστα θα διακινδύνευε από οποιαδήποτε παρέμβαση του ανταγωνισμού. Από την άλλη θεωρείται

¹¹⁵ Permission marketing (μάρκετινγκ με άδεια), Affiliate marketing (συνεργατικό μάρκετινγκ), Viral Marketing (μεταδοτικό μάρκετινγκ), Blog Marketing (μάρκετινγκ μέσω προσωπικής ιστοσελίδας), Social technology/Social Media Marketing (η κοινωνική τεχνολογία/το μάρκετινγκ των μέσων κοινωνικής δικτύωσης)-Βαλσαμίδης Σταύρος/Καζανίδης Ιωάννης (2020)

¹¹⁶ Ως ένα σύνολο διακριτών στοιχείων που περιγράφουν ή αντιπροσωπεύουν ποσότητες, έννοιες, ιδέες, αντικείμενα, γεγονότα, καταστάσεις και λειτουργίες.

¹¹⁷ Ως σύνολο τόσο των επιμέρους συνιστώσεων (επιμέρους δεδομένων), όσο (και κυρίως) των συνισταμένων του συνόλου των συνδυασμών αυτών των συνιστωσών. Στη σύγχρονη θεωρία (emchenko de Mauro) τα βασικά γνωρίσματα των μεγάλων δεδομένων είναι τα ακόλουθα: ο όγκος (**volume**), η ταχύτητα (**velocity**) διακίνησής τους από μηχανές αναζήτησης/μέσα κοινωνικής δικτύωσης/αλληλεπίδραση υπολογιστή και χρήστη, η ποικιλία (**variety**)>τρεις κατηγορίες: δομημένα (structured), ημι-δομημένα (semi-structured) και αδόμητα (unstructured), η αξιοπιστία (**veracity**) βάσει πηγών, περιεχομένου και μεθόδου ανάλυσης και επεξεργασίας, η μεγάλη αξία (**value**) και η ευπάθεια (**vulnerability**) τόσο από άποψη κινδύνου διαρροής χωρίς τη συγκατάθεση των Υποκειμένων τους, όσο και από άποψη γνησιότητας, του περιεχομένου τους.

ότι σε αγορές με έντονα συγκεντρωτικό χαρακτήρα –όπως οι ψηφιακές- η κατοχή μεγάλων δεδομένων καθίσταται ικανή να ενισχύσει την μονοπωλιακή θέση ενός ανταγωνιστή, αφού υπερισχύει η λογική «ο νικητής να τα παίρνει όλα». Το ουσιώδες δεν είναι η συγκέντρωση αυτή καθαυτή αλλά η ικανότητα της επιχείρησης μέσω της τεχνογνωσίας και των δυνατοτήτων ανάλυσης που διαθέτει να ομαδοποιεί έγκαιρα και γρήγορα μέσα από έναν μεγάλο όγκο πολυποίκιλων δεδομένων την αναγκαία πληροφορία ώστε να προβεί σε προβλέψεις μελλοντικών περιστατικών, τάσεων και απειλών ή διατυπώσεις οικονομικών, κοινωνικών, τεχνολογικών και νομικών αξιώσεων, σε στοχευμένες προσφορές προς τους καταναλωτές και, κατ' επέκταση, στην απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.¹¹⁸ Έτσι, η στρατηγική συλλογή, επεξεργασία και πολλαπλή χρήση μεγάλου όγκου δεδομένων σε συνδυασμό με την κατοχύρωση δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας (είτε αυτοτελώς είτε ως *sui generis*) λογίζεται ικανή για τη δημιουργία (τεχνικών ή νομικών) φραγμών εισόδου και την εμφάνιση φαινομένων παρασιτικού ανταγωνισμού (*free riding*). Σε κάθε περίπτωση, οι επιχειρήσεις τάσσονται υπέρ της ανάλυσης των Μεγάλων Δεδομένων, προσαρμόζοντας τις λειτουργίες τους στο νέο περιβάλλον, υποστηρίζοντας ότι το εύρος ανάπτυξης της βιομηχανίας των Big Data δεν προάγει απλώς την αποδοτικότητα και την ευημερία αλλά συνεπάγεται ανάλογα οφέλη για το κοινωνικό σύνολο.¹¹⁹ Ωστόσο, ο χρήστης, εν αγνοία του οποίου λαμβάνουν χώρα τα ανωτέρω, δεν λαμβάνει οικονομικό αντάλλαγμα¹²⁰ ενώ,

¹¹⁸ Μικρουλέα Π. Αλεξάνδρα (2023)

¹¹⁹ Zarsky Z. Tal (2017) https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3022646

¹²⁰ Σχέδια ιδιοκτησιοποίησης των δεδομένων έχουν προταθεί από τα μέσα της δεκαετίας του 1990, με στόχο την αποτελεσματική διαχείριση της ιδιωτικότητας. Ο Laudon (1996) πρότεινε τη δημιουργία αγορών προσωπικών δεδομένων, όπου οι καταναλωτές θα αντάλλασσαν δικαιώματα με οργανισμούς σχετικά με τη συλλογή και τη χρήση των πληροφοριών τους, «μετατρέποντας» έτσι τα δεδομένα τους σε χρηματική αξία. Παρόλο που η ιδέα είναι ελκυστική υφίστανται σημαντικά πρακτικά εμπόδια που άπτονται τόσο της ικανότητας των καταναλωτών να αποδώσουν δίκαιες και λογικές αξίες στα δεδομένα τους, να πάρουν αποφάσεις αναφορικά με τη διαδικασία της πώλησης ή το πρόσωπο του αγοραστή, όσο και του κινδύνου επιδείνωσης των ανισοτήτων. Βέβαια, αμφιλεγόμενο είναι και το ζήτημα του παραδεκτού ως προς την απόδοση χρηματικής αξίας στην ιδιωτικότητα, την στιγμή μάλιστα που τα πολυτιμότερα δεδομένα είναι συμφραζόμενα, δυναμικά και, ως επί το πλείστον, αποτέλεσμα αλληλεπίδρασης μεταξύ των καθιερωμένων παρόχων υπηρεσιών και των καταναλωτών-Acquisti Alessandro/Brandimarte Laura/Loewenstein George (2020)

παράλληλα, βιώνει τις εξωτερικές επιδράσεις της ιδιωτικότητας, αδυνατώντας να αυτοδιαχειριστεί τα προσωπικά δεδομένα του.

Η συνήθης διάκριση των δεδομένων βασίζεται στο σημασιολογικό του περιεχόμενο ανάλογα με τον προσωπικό ή μη χαρακτήρα τους. Τα προσωπικά δεδομένα¹²¹ προστατεύονται, όπως ήδη αναλύθηκε, βάσει ειδικών κανόνων για τον περιορισμό της συλλογής, χρήσης και επεξεργασίας τους, οι οποίοι δεν τυγχάνουν εφαρμογής για τα δεδομένα μη προσωπικού χαρακτήρα,¹²² η ροή των οποίων είναι ελεύθερη. Στην ψηφιακή αγορά τα όρια μεταξύ των δύο αυτών κατηγοριών γίνονται ολοένα και περισσότερο δυσδιάκριτα, ιδίως όταν υπάρχουν μεικτά σύνολα δεδομένων.¹²³ Μια δεύτερη διάκριση σχετίζεται με τον προσδιορισμό του δημιουργού τους και αφορά δεδομένα που οι χρήστες δίνουν στις πλατφόρμες εθελοντικά μέσα από του προσωπικούς τους λογαριασμούς (volunteered data), δεδομένα που συλλέγονται από την παρατήρηση των διαδικτυακών δραστηριοτήτων του χρήστη (observed data) και δεδομένα που βασίζονται σε συμπεράσματα της πλατφόρμα κατόπιν συγκέντρωσης, ανάλυσης και επεξεργασίας των δεδομένων που έχει στη διάθεσή της (inferred data). Μια τρίτη διάκριση στηρίζεται στην προέλευσή τους και αφορά δεδομένα από την «πηγή» (first party), όσα δηλαδή συλλέγονται απευθείας από τον χρήστη σχετικά με τη συμπεριφορά, τις ενέργειες και τα ενδιαφέροντά του όπως προβάλλονται μέσα από τους ιστοτόπους ή τις εφαρμογές, και δεδομένα προερχόμενα από τρίτους (third party), όσα δηλαδή αγοράζονται από ιστοσελίδες συγκέντρωσης δεδομένων και εν συνεχεία μεταπωλούνται. Τέλος, ανάλογα με τον σκοπό προορισμού τους τα δεδομένα διακρίνονται ως εισροή, προϊόν ή άσχετα. Το μεγαλύτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα δεδομένα-προϊόντα, αφού μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο οικονομικής εκμετάλλευσης. Ειδικότερα, οι έμποροι δεδομένων, συλλέγοντας δεδομένα από διάφορες πηγές του αναλογικού και του

¹²¹ Γενικός Κανονισμός(ΕΕ) 679/2016

¹²² Κανονισμός(ΕΕ) 2018/ 1807

¹²³ Η Επιτροπή εξέδωσε στις 29/05/2019 Κατευθυντήριες Γραμμές, προσφέροντας έναν πρακτικό οδηγό ως προς τη διαχείριση των μεικτών συνόλων δεδομένων τους, ενώ ο Κανονισμός 1807/2018 ΕΕ ορίζει ότι «στην περίπτωση μεικτών συνόλων δεδομένων, ο ως άνω Κανονισμός θα εφαρμόζεται στο μέρος του συνόλου δεδομένων που αφορά τα δεδομένα μη προσωπικού χαρακτήρα, εκτός κι αν αυτά είναι άρρηκτα συνδεδεμένα με τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα, οπότε θα εφαρμόζεται με την επιφύλαξη του ΓΚΠΔ».

ψηφιακού κόσμου παρέχουν στις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις πολύτιμες πληροφορίες για το μάρκετινγκ, τις διαφημιστικές πρακτικές, την εκτίμηση και αξιολόγηση κινδύνων.¹²⁴ Ως προς τα δεδομένα εισροής η αξία τους έγκειται στον μετασχηματισμό τους σε νέα προϊόντα ή υπηρεσίες κατόπιν κατάλληλης επεξεργασίας.

Οι εγγυήσεις προστασίας της ιδιωτικής υπόστασης των δεδομένων πρέπει να ισοσταθμίζονται με τα οφέλη του διαμοιρασμού τους για την αποτελεσματική λειτουργία της αγοράς. Έτσι, είναι σημαντικό οι ΥΕ να παρέχουν στους καταναλωτές σαφείς εξηγήσεις ως προς την αξία των υπηρεσιών που προσφέρονται με αντάλλαγμα την παροχή πρόσβασης στα εν λόγω δεδομένα και να εφαρμόζουν ορθά τις προβλεπόμενες πολιτικές κυβερνοασφάλειας,¹²⁵ αναλαμβάνοντας το αντίστοιχο κόστος. Και αυτό διότι οι αντιλήψεις περί ανεπαρκούς προστασίας ή ασφάλειας της ιδιωτικής ζωής στον κυβερνοχώρο συνεπάγονται μια εξωτερικότητα που μειώνει την εμπιστοσύνη και την προθυμία των χρηστών να μοιραστούν τα δεδομένα τους, επιφέροντας μεγαλύτερη ζημία στο σύστημα της αποδοτικής ψηφιακής οικονομίας συγκριτικά με την άμεση ζημία που προκαλείται στον χρήστη. Από την άλλη, παραμένει δυσχερής η εκτίμηση της αξίας της ιδιωτικής ζωής, με τα ίδια τα Υποκείμενα να της δίνουν πολύ χαμηλότερη αξία συγκριτικά με την αξία που εκτιμούν ότι έχει η συμμετοχή τους σε κοινότητες ή η πρόσβαση σε διαδικτυακές πλατφόρμες. Σε κάθε περίπτωση, το ουσιώδες είναι η εξουσία του Υποκειμένου-καταναλωτή να παρέχει μια πραγματικά ενημερωμένη και ελεύθερη συγκατάθεση.¹²⁶

Το ενδιαφέρον της σύγχρονης οικονομίας επικεντρώνεται στη νομική προστασία της κυριότητας των δεδομένων, καθώς ιδιοκτήτες δεδομένων δεν αποτελούν μόνο οι διαδικτυακοί χρήστες αλλά και εταιρείες τηλεπικοινωνιών ως υπεύθυνες για τη συλλογή και τη διαβίβαση των σχετικών δεδομένων καθώς και πάροχοι εφαρμογών λογισμικού,

¹²⁴ Για παράδειγμα τα δεδομένα που αναλύουν την καταναλωτική συμπεριφορά (behavioral data) προσλαμβάνουν ιδιαίτερη αξία για επιχειρηματικούς χρήστες που χρησιμοποιούν πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου με σκοπό την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών. Οι πληροφορίες που βασίζονται σε δεδομένα χρηστών παραμερίζουν σημαντικά την αβεβαιότητα στον ανταγωνισμό, που διαφορετικά μόνο μέσω δοκιμής και λάθους (trial and error) θα μπορούσε να αρθεί.

¹²⁵ Όπως η χρήση εφαρμογών κρυπτογράφησης και ανωνυμοποίησης όταν η διατήρηση της ταυτότητας του Υποκειμένου κατά την διαδικασία της επεξεργασίας δεν είναι απαραίτητη.

¹²⁶ Μικρουλέα Π. Αλεξάνδρα (2023)

οι οποίοι δημιουργούν νέα δεδομένα. Τόσο τα κανονιστικά κείμενα για την προστασία των βάσεων δεδομένων¹²⁷ και του εμπορικού απορρήτου¹²⁸ όσο και ο Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων δεν αγγίζουν το θέμα του ιδιοκτησιακού καθεστώτος των δεδομένων. Αξίζει να επισημανθεί ότι σύμφωνα με τον ΓΚΠΔ δεν παρασχέθηκαν στα Υποκείμενα των δεδομένων πλήρη δικαιώματα κυριότητας παρά μονάχα συγκεκριμένα δικαιώματα επεξεργασίας και φορητότητας, ενώ φαίνεται να εκχωρούνται de facto (και όχι de jure) δικαιώματα ιδιοκτησίας επί των προσωπικών δεδομένων στον συλλέκτη τους.

4.2.2. Η ψηφιακή ενιαία αγορά του 21^{ου} αιώνα

Στα πλαίσια των άρθρων 179-180 ΣΛΕΕ, η Ένωση έχει θέσει ως προτεραιότητα τη βέλτιστη αξιοποίηση των δεδομένων ως μοχλού οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης, με σκοπό τη δημιουργία ψηφιακών ευκαιριών για άτομα και επιχειρήσεις.¹²⁹ Κεντρική επιδίωξη της αποτελεί η θεσμοθέτηση μιας Ψηφιακής Ενιαίας Αγοράς, στην οποία αίρεται ο κανονιστικός κατακερματισμός των επιμέρους εθνικών νομοθεσιών και ενσωματώνεται η ασφάλεια και η ελευθερία ως δομικά της στοιχεία. Εντός αυτού του συνεκτικού και ενιαίου πλαισίου κανόνων όπου οι διασυνοριακές ψηφιακές συναλλαγές υπερβαίνουν τη στενή έννοια των συναλλαγών, η απρόσκοπτη διεξαγωγή του ηλεκτρονικού εμπορίου έχει καταδείξει τη σημασία του στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της καινοτομίας σε ενωσιακό επίπεδο. Στόχος είναι καταναλωτές και επιχειρήσεις να δραστηριοποιούνται χωρίς τους περιορισμούς των εθνικών συνόρων¹³⁰ σε μια «ανοιχτή» αγορά με ποικίλες εναλλακτικές επιλογές όπου δεν ευνοείται η δημιουργία ενός μοναδικού αναπόφευκτου παρόχου.¹³¹

¹²⁷ άρθρο 5 της Συνθήκης Wipo/Οδηγία 9/1996 ΕΚ ("Database Directive")

¹²⁸ Αιτ. σκεψ. 2 και άρθρο 2 Οδηγίας 94/3/2016 (για την προστασία της τεχνογνωσίας και των επιχειρηματικών πληροφοριών που δεν έχουν αποκαλυφθεί - εμπορικό απόρρητο)

¹²⁹ <https://eur-lex.europa.eu/summary/chapter/31.html?locale=el> «Ψηφιακή ενιαία αγορά»

¹³⁰ <https://www.consilium.europa.eu/el/policies/digital-single-market/> «Ψηφιακή ενιαία αγορά για την Ευρώπη»

¹³¹ Για παράδειγμα, κατά τον Francesco Ducci, η κυριαρχία της Amazon, η οποία δραστηριοποιείται σε μία μεγάλη διαδικτυακή πλατφόρμα με πολλούς –εξίσου ισχυρούς- ανταγωνιστές σε διαφορετικούς τομείς της αγοράς (Craigslist, Alibaba, Google Shopping, Walmart, eBay κ.α.) παρά το γρήγορο και αποτελεσματικό σύστημα διανομής της οφείλεται στην αποτελεσματικότητά της και όχι σε μια εγγενή φυσική αδυναμία της αγοράς να φιλοξενήσει τις ανταγωνιστικές επιχειρήσεις.

4.3. Η σύνδεση μεταξύ ανταγωνισμού και προσωπικών δεδομένων στο ψηφιακό επιχειρείν

Ο ανταγωνισμός στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον καθορίζεται από δυναμικές που δημιουργούν νέες προκλήσεις για την εφαρμογή των κανόνων της αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας, με τα προσωπικά δεδομένα να λειτουργούν, πλέον, τόσο ως παράγοντας αγοραστικής ισχύος όσο και ως μέσο άσκησης πίεσης με άμεσες συνέπειες στη δομή της αγοράς και στα θεμελιώδη ατομικά, κοινωνικά και πολιτικά δικαιώματα.

Ο θεσμός του ανταγωνισμού δεν πλήττεται, κατ' αρχήν, όταν μια επιχείρηση ενεργεί προς ενίσχυση της προστασίας των προσωπικών δεδομένων σύμφωνα με τους ισχύοντες δεσμευτικούς κανόνες και, ταυτόχρονα, προάγει συνθήκες ανταγωνισμό. Και αυτό διότι, μια επιχείρηση δε νοείται να υποχρεωθεί σε σκόπιμη παραβίαση ενός έτερου νομικού πλαισίου, η ύπαρξη του οποίου στοχεύει στην εξάλειψη καταχρηστικών ανταγωνιστικών δραστηριοτήτων.¹³² Ωστόσο, όπου οι επιχειρήσεις έχουν διακριτική ευχέρεια για την εφαρμογή του ΓΚΠΔ, ενδέχεται να υπάρξει κατάχρηση της επιχειρηματικής τους ελευθερίας κατά την έννοια του ΣΛΕΕ 102, όταν επιδιώκουν ένα συγκεκριμένο –φιλικό προς την προστασία δεδομένων– επιχειρηματικό μοντέλο που ενισχύει την προστασία δεδομένων αλλά δεν επιβάλλεται ενώ υπάρχει εναλλακτική επιλογή με λιγότερες αντι-ανταγωνιστικές συνέπειες ή επειδή χρησιμοποιούν το συγκεκριμένο μοντέλο ως πρόσχημα για επίδειξη αντι-ανταγωνιστικής συμπεριφοράς.

Η ροή προσωπικών δεδομένων μεταξύ επιχειρήσεων είναι περιορισμένη εξ ορισμού, καθόσον η επεξεργασία τους είναι σύννομη όταν ο ΥΕ επικαλείται μια νομική βάση σύμφωνα με το άρθρο 6§1 ΓΚΠΔ. Ενώ η άρνηση πρόσβασης σε δεδομένα μπορεί να παραβιάζει το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, η ανταλλαγή δεδομένων μπορεί, ανάλογα την περίπτωση, να προάγει την καινοτομία και τον ανταγωνισμό. Η νομοθεσία περί προστασίας προσωπικών δεδομένων απαιτεί εκ φύσεως μια στάθμιση συμφερόντων. Κατά την εφαρμογή της νομικής βάσης επεξεργασίας πρέπει να αξιολογείται ο τρόπος με τον οποίο επηρεάζονται τα δικαιώματα των χρηστών καθώς και η οποιαδήποτε υλική ή άυλη βλάβη μπορεί να προκληθεί σε αυτούς από τις πράξεις επεξεργασίας. Όταν μια επιχείρηση δεν μοιράζεται δεδομένα των πελατών της με άλλη, ενέργεια που προκαλεί

¹³² Βάσει αιτ.σκ. 80 της υπόθεσης C-280/08 P (Deutsche Telekom AG κατά Επιτροπής)

ανταγωνιστικές πιέσεις, πρέπει να εξετάζεται η σαφήνεια της νομικής κατάστασης και των υποχρεώσεων που πρέπει να εκπληρωθούν σε συνάρτηση με το περιθώριο συμμετοχής στη διαδικασία του ανταγωνισμού, δεδομένου ότι ο ΓΚΠΑ προβλέπει τα αναγκαία μέτρα συμμόρφωσης ώστε μια πράξη επεξεργασίας να είναι σύννομη και σύμφωνη με τα θεμελιώδη δικαιώματα των Υποκειμένων. Στην έκταση που μια εταιρεία δεν έχει άλλη επιλογή από τη συμμόρφωση με τον κανονισμό προστασίας δεδομένων, δεν μπορεί να κατηγορηθεί για βλάβη της διαδικασίας ανταγωνισμού. Το δύσκολο, δηλαδή, είναι να καθοριστεί ποια συμπεριφορά είναι αυστηρά επιβεβλημένη και σε ποιο βαθμό οι εταιρείες εξακολουθούν να έχουν περιθώριο για την εφαρμογή των ανταγωνιστικών τους πρακτικών. Σε κάθε περίπτωση, το άρθρο 102 ΣΛΕΕ δεν αποτελεί *per se* επαρκή νομική υποχρέωση για κοινοποίηση δεδομένων σύμφωνα με το άρθρο 6§1γ'.

Τέλος, η εταιρεία ενδέχεται να επιχειρεί την εφαρμογή ενός κατ' επίφαση υψηλότερου επιπέδου προστασίας δεδομένων από αυτό που απαιτείται νομικά, επιδεικνύοντας συμπεριφορά με αντι-ανταγωνιστικές πιέσεις ικανές να πλήξουν τον θεσμό του ανταγωνισμού. Το επιχείρημα υπέρ του ανωτέρω πλαισίου, ως μια συμπεριφορά αναγκαία για την προστασία θεμιτών επιχειρηματικών συμφερόντων και την υλοποίηση μέρους του επιχειρηματικού της μοντέλου,¹³³ φαίνεται ικανό να δικαιολογήσει μια κατ' αρχήν καταχρηστική βάση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ συμπεριφορά,¹³⁴ όταν τα εφαρμοσθέντα μέτρα είναι αναγκαία και ανάλογα, χωρίς βέβαια να υφίσταται κάποιου είδους ιεραρχία μεταξύ του δικαιώματος προστασίας προσωπικών δεδομένων και του στόχου

¹³³ Βλπ προτάσεις του Γενικού Εισαγγελέα Ruiz-Jarabo Colomer στην Υπόθεση C-52/07 «οι δεσπόζουσες επιχειρήσεις μπορούν να στηριχθούν σε τρεις λόγους για να δικαιολογήσουν τη συμπεριφορά τους: λόγους που σχετίζονται με την αγορά στην οποία λειτουργούν, τη θεμιτή προστασία των επιχειρηματικών τους συμφερόντων και απόδειξη καθαρού θετικού οικονομικού αποτελέσματος»

¹³⁴ Όπως κρίθηκε από τη Γαλλική Αρχή Ανταγωνισμού με τη σύμφωνη γνώμη της Γαλλικής Αρχής Προστασίας Δεδομένων (CNIL) ως προς το πλαίσιο Apple App Tracking Transparency (ATT): η πολιτική της Apple θεωρήθηκε λογική και δικαιολογημένη, επειδή εξισορροπεί τα συμφέροντα της πλατφόρμας, των διαφημιζομένων και των χρηστών, προωθώντας την ιδιωτικότητα χωρίς να παραβιάζει αδικαιολόγητα τους κανόνες του ελεύθερου ανταγωνισμού *Autorité de la concurrence*, Decision 21-D-07 of 17/03/2021 <https://www.autoritedelaconcurrence.fr/en/decision/regarding-request-interim-measures-submitted-associations-interactive-advertising-bureau> Βέβαια, στην υπόθεση Facebook, η γερμανική αρχή ανταγωνισμού παρενέβη θεωρώντας ότι η Meta (πρώην Facebook) χρησιμοποίησε τη δεσπόζουσα θέση της για να επιβάλει εκμεταλλευτικούς όρους, με τη συγκέντρωση δεδομένων να κρίνεται καταχρηστική βάσει του ΓΚΠΑ

διασφάλισης μιας ανοιχτής αγοράς με ελεύθερο ανταγωνισμό. Επιπλέον, το ΔΕΕ σε μια προσπάθεια εξισορρόπησης της επιχειρηματικής ελευθερίας με την προστασία του ανταγωνισμού έχει επισημάνει ότι μια επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση δεν μπορεί να αποστερηθεί του δικαιώματός της να προστατεύει τα εμπορικά της συμφέροντα, όταν αυτά δέχονται επίθεση, λαμβάνοντας, στο μέτρο του δυνατού, κατάλληλα μέτρα. Εντούτοις, επισημαίνει ότι δεν μπορούν να γίνουν δεκτές συμπεριφορές με αντικειμενικό σκοπό την ενίσχυση αυτής της δεσπόζουσας θέσης και την κατάχρησή της.¹³⁵ Καίριο ερώτημα είναι κατά πόσο το ίδιο επίπεδο προστασίας δεδομένων μπορεί να επιτευχθεί με μέσα λιγότερο επιβλαβή για τον ανταγωνισμό, ιδίως όταν η δεσπόζουσα εταιρεία, η οποία υποχρεώνει τρίτους να συμμορφώνονται με κανόνες φιλικούς –και μη υποχρεωτικούς βάσει ΓΚΠΔ- προς την προστασία δεδομένων, δεν τους εφαρμόζει ή αρνείται κατ' επίφαση να μοιραστεί προσωπικά δεδομένα χρηστών της προκαλώντας αντι-ανταγωνιστικές επιπτώσεις. Το κρίσιμο, τελικά, είναι η αυτόνομη δράση εταιρειών, όπως η Apple και η Google, με τεράστια ποσότητα δεδομένων και οικονομική δύναμη, γεγονός που τους επιτρέπει να θέτουν κανόνες προς ενίσχυση των συμφερόντων τους, τους οποίους μάλιστα οι ανταγωνιστές τους πρέπει να ακολουθούν.¹³⁶

4.3.1. Η συμπεριφορική οικονομική προσέγγιση στο δίκαιο ανταγωνισμού

Ένας τρόπος προσμέτρησης της αξίας των προσωπικών δεδομένων και της ιδιωτικότητας στον θεσμό του ανταγωνισμού είναι οι διδαχές της συμπεριφορικής οικονομικής, καθώς οι καταναλωτές δεν συμπεριφέρονται πάντα όπως πρεσβεύει η συμβατική θεωρία των οικονομικών αλλά εμφανίζουν μη έλλογη συμπεριφορά και προκαταλήψεις, ασταθείς προτιμήσεις, ανησυχίες για τους θεσμούς, τάσεις άλλοτε για επιλεκτική και άλλοτε για υπερβολική πληροφόρηση, κακή εκτίμηση της σχέσης μεταξύ μελλοντικών ωφελημάτων και κόστους. Οι «αποκαλυπτόμενες προτιμήσεις» βάσει του τρόπου περιήγησής τους εντός της ψηφιακής αγοράς αντικατοπτρίζουν τις πραγματικές αποτιμήσεις των καταναλωτών όπως εκδηλώνονται μέσα από τη συμπεριφορά τους. Έτσι, η

¹³⁵ Αιτ.σκέψ. 189 απόφασης C-27/76 (United Brands Company, και United Brands Continentaal BV κατά Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων)

¹³⁶ Wiedemann Klaus (2023) https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4520608

συμπεριφορική οικονομική μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο σε θέματα πολιτικής ανταγωνισμού τόσο για τους στόχους,¹³⁷ όσο και για τις αστοχίες ή τις ζημιές στην αγορά. Η ενσωμάτωση των ευρημάτων της συμπεριφορικής προσέγγισης στο δίκαιο του ανταγωνισμού εξασφαλίζει μια ρεαλιστικότερη προσέγγιση και αποτύπωση της συμπεριφοράς των παραγόντων στην ανταγωνιστική διαδικασία προκειμένου η επιχείρηση να συμβαδίζει με τις απαιτήσεις της σύγχρονης πραγματικότητας. Όσον αφορά την επιχείρηση, στο επίκεντρο του οικονομικού συμπεριφορισμού τίθεται η συμβατότητα της συμπεριφοράς της με το παραδοσιακό μοντέλο του ορθολογισμού, δηλαδή κατά πόσο στο επίκεντρο της πολιτικής της βρίσκεται η μεγιστοποίηση του κέρδους σε συνδυασμό με τη δυνατότητα απαλλαγής από τις γνωσιακές της προκαταλήψεις, καθόσον μια ευάλωτη επιχείρηση που αδυνατεί να υπερσκελίσει τις ανταγωνίστριες επιχειρήσεις αποβάλλεται από την αγορά.¹³⁸

Στην ψηφιακή οικονομία τα δεδομένα ως πρώτη ύλη μπορούν να επαναχρησιμοποιηθούν αμέτρητες φορές για την ανάπτυξη ή τη βελτίωση διαφορετικών/ξεχωριστών προϊόντων. Πλέον, οι παράμετροι ανταγωνισμού μετατοπίζονται από τον ανταγωνισμό για τη βέλτιστη αναλογία τιμής-ποιότητας¹³⁹ στον ανταγωνισμό για την προσέλκυση χρηστών.¹⁴⁰ Συνεπώς, πέραν των νομικών, οικονομικών και τεχνολογικών πτυχών της

¹³⁷ Ενδεικτικά, η Ολλανδική Αρχή Ανταγωνισμού στην υπόθεση "The Chicken of Tomorrow" επικαλέστηκε συμπεριφορικές πληροφορίες για την αξιολόγηση της αυξανόμενης τιμής των πουλερικών που παράγονται με βιώσιμο τρόπο.

¹³⁸ Μικρουλέα Π. Αλεξάνδρα (2023)

¹³⁹ Σύμφωνα με το δίκαιο του ανταγωνισμού, οι αγορές λειτουργούν, αναγκάζοντας την τιμή να κινηθεί κοντά στα επίπεδα του οριακού κόστους με στόχο τη λήψη ενός εύλογου κέρδους. Στην περίπτωση των πλατφορμών το σταθερό κόστος είναι υψηλό εν αντιθέσει με το οριακό, με τον πωλητή να οφείλει να ανακτήσει το σταθερό κόστος.

¹⁴⁰ Ένα ιδιαίτερο εμπόδιο εισόδου στις συγκεκριμένες αγορές συνδέεται με το «φαινόμενο μηδενικής τιμής». Έρευνες της συμπεριφορικής οικονομικής έχουν αναδείξει ότι οι καταναλωτές αντιμετωπίζουν μια μηδενική τιμή πολύ διαφορετικά από οποιαδήποτε άλλη, θεωρώντας ότι το προϊόν που τη συνοδεύει διαθέτει αυξημένη αξία, αγνοώντας το βραχυπρόθεσμο ή μακροπρόθεσμο κόστος αποκάλυψης προσωπικών τους πληροφοριών σε τρίτους. Μάλιστα, το γεγονός ότι έχει εδραιωθεί η πολιτική περί μη καταβολής αντιτίμου σε ψηφιακές υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης ή διαδικτυακής αναζήτησης, ανεξαρτήτως της θέσης ισχύος της διαδικτυακής πλατφόρμας που τις παρέχει –όπως επιβεβαιώθηκε στην υπόθεση COMP/M.7217 για τη συγκέντρωση Facebook/WhatsApp– αποδεικνύει συγχρόνως την επιρροή της τιμής στη δημοτικότητα της πλατφόρμας, αφού οι χρήστες προσβλέπουν οι εν λόγω υπηρεσίες να παρέχονται δωρεάν, κάτι που καθορίζει τις επιλογές τους. (Ohm Paul, 2014 <https://perma.cc/C4LB-KMJQ>)

ανάλυσης, συμπεριφορικές πτυχές στο περιβάλλον του διαδικτύου εμπλέκονται στο δίκαιο του ανταγωνισμού. Και αυτό διότι οι πλατφόρμες ανταγωνίζονται για να προσελκύσουν την προσοχή, δηλαδή τον χρόνο, το ενδιαφέρον και τα δεδομένα των χρηστών σε μία ευρύτερη αγορά προσέλκυσης προσοχής (attention market) ή, άλλως, αγορά δύο όψεων (two-sided market), λειτουργώντας ως διαμεσολαβητές προσέλκυσης («attention brokers») μεταξύ των μη συνδεδεμένων χρηστών της δωρεάν υπηρεσίας αναζήτησης προϊόντων ή υπηρεσιών και των διαφημιστών.¹⁴¹ Η εμπορική τους αξία συναρτάται με τον αριθμό των χρηστών τους και αντλούν έσοδα από τις υπηρεσίες στοχευμένης διαφήμισης. Βέβαια, η μεθοδολογία της ποσοτικής τεχνικής του «τεστ SSNIP» δεν κρίνεται επαρκώς αποτελεσματική¹⁴² για την ανάλυση του ανταγωνισμού και της ισχύος των τεχνολογικά αναπτυσσόμενων αγορών, αφού στη μία όψη της αγοράς παρέχονται τεράστια δωρεάν οφέλη στους καταναλωτές, δίχως να προσφέρουν υποκαταστατά προϊόντα ή υπηρεσίες με θέματα αύξησης τιμής ενώ στην άλλη όψη ο παραγωγός εισπράττει κέρδη.¹⁴³ Συμπερασματικά, οι χρήστες-καταναλωτές που απολαμβάνουν τις ψηφιακές υπηρεσίες μια πλατφόρμας δεν πληρώνουν με βάση τους κλασικούς οικονομικούς όρους, αλλά μέσω της προσοχής που αφιερώνουν στις διαφημίσεις ή μέσω της παροχής προσωπικών δεδομένων που επιτρέπουν στις πλατφόρμες να συλλέγουν. Εξωτερικές επιδράσεις και οικονομικοί παράγοντες που σχετίζονται με τα φαινόμενα δικτύου (network effects), τον εγκλωβισμό σε μια υπηρεσία (lock-in effect), την ψυχολογία απέναντι στην ιδιωτικότητα επιδεινώνουν τα συμπεριφορικά εμπόδια, προσφέροντας σε ορισμένες εταιρείες περισσότερα δεδομένα, μεγαλύτερη προσοχή, περισσότερο έλεγχο και, τελικά, αυξημένη ικανότητα να επηρεάζουν τη συμπεριφορά των καταναλωτών.¹⁴⁴ Και αυτό διότι ο τρόπος με τον οποίο

¹⁴¹ Καθοριστικής σημασίας είναι οι διάκριση των διαφημίσεων σε διαφημίσεις αναζήτησης και προβολής, οι οποίες τείνουν να θεωρούνται από τους διαφημιστές συμπληρωματικές υπηρεσίες και όχι υποκατάστατες, με τις πρώτες να συνδέονται στενότερα με την πρόθεση ενός καταναλωτή να αγοράσει και τις δεύτερες να συνδέονται στενότερα με την αύξηση της αναγνωρισιμότητας της επωνυμίας της επιχείρησης.

¹⁴² Τζουγανάτος Δ. *επιμελεια* (2020)

¹⁴³ Η Επιτροπή στις υποθέσεις Google Shopping και Google Android δεν εφάρμοσε για τον ορισμό της σχετικής αγοράς το τεστ του Υποθετικού Μονοπωλητή, αλλά στηρίχθηκε στο τεστ μικρής αλλά σημαντικής μη παροδικής υποβάθμισης ποιότητας (Small but Significant, non-transitory quality degradation).

¹⁴⁴ Acquisti Alessandro/Brandimarte Laura/Loewenstein George (2020)

οι καταναλωτές συμπεριφέρονται, δείχνουν τις προτιμήσεις ή τις ανάγκες τους, επιλέγουν δίνοντας προσοχή, αυξημένη επισκεψιμότητα και επιδραστικότητα με συγκεκριμένες ιστοσελίδες μετουσιώνεται σε σημαντικό παράγοντα αξιολόγησης του επιπέδου του ελεύθερου ανταγωνισμού τόσο άμεσα στις λεγόμενες αγορές προσέλκυσης προσοχής όσο και έμμεσα σε αγορές των συνδεδεμένων προϊόντων και υπηρεσιών.

4.3.2. Από τα αποτελέσματα δικτύου στις οικονομίες κλίμακας και φάσματος

Το χαμηλό κόστος παραγωγής και τα υψηλά μερίδια αγοράς των ψηφιακών πλατφορμών οφείλονται στον συνδυασμό των αποτελεσμάτων δικτύου και των οικονομιών κλίμακας και φάσματος.

Αφενός, τα αποτελέσματα δικτύου, άμεσα και έμμεσα, έχουν πολλαπλασιαστική δράση στον κυβερνοχώρο, καθώς η αξία μιας ψηφιακής πλατφόρμας εξαρτάται από την πρόσβαση σε δεδομένα και, άρα, από τον αριθμό των χρηστών της, οι οποίοι παρέχουν τη συναίνεσή τους για τις πράξεις επεξεργασίας μέσω των αποθηκευόμενων cookies. Η απόκτηση μεγαλύτερης βάσης δεδομένων συμβάλει στη βελτίωση της ποιότητας της παρεχόμενης υπηρεσίας και στην αύξηση της δημοφιλίας της πλατφόρμας, με συνέπεια την αύξηση των χρηστών της (άμεσα αποτελέσματα δικτύου).¹⁴⁵ Παράλληλα με την αύξηση των χρηστών επιτυγχάνεται και η προσέλκυση νέων διαφημιστών, οι οποίοι αποδίδουν οικονομικά ανταλλάγματα στην πλατφόρμα προκειμένου να λάβουν πρόσβαση στα δεδομένα με στόχο τη βελτίωση των διαφημίσεών τους για τη στόχευση στο κατάλληλο καταναλωτικό κοινό, επενδύοντας συγχρόνως στην καλύτερη ποιότητα των προϊόντων ή υπηρεσιών τους προκειμένου να αυξήσουν την πελατειακή βάση τους (έμμεσα αποτελέσματα δικτύου).¹⁴⁶ Μάλιστα, η κατοχή μεγάλου όγκου δεδομένων δημιουργεί το φαινόμενο που καλείται "βρόχος ανατροφοδότησης δεδομένων" (data feedback loop) που ενισχύει σημαντικά τα αποτελέσματα δικτύου και δημιουργεί

¹⁴⁵ Μικρουλέα Π. Αλεξάνδρα (2023)

¹⁴⁶ Χαρακτηριστικό το παράδειγμα της Amazon που συνιστά την μεγαλύτερη διαδικτυακή αγορά καθώς και τον μεγαλύτερο διαδικτυακό έμπορο λιανικής στον κόσμο. Δραστηριοποιείται σε ποικίλες πτυχές του ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως οι υπηρεσίες παραγωγής, πώλησης, παράδοσης, πληρωμής, μεταφοράς, διάθεσης χώρου διαδικτυακής αποθήκευσης δεδομένων (cloudspace). Λόγω του μεγάλου όγκου δεδομένων που λαμβάνει έχει καταφέρει να επιτύχει μεγάλη βελτίωση των υπηρεσιών της ενώ η ισχύς της μεγαλώνει συνεχώς, με το 75% των Αμερικανών να χρησιμοποιούν την εν λόγω πλατφόρμα για τις αγορές τους.

σημαντικούς φραγμούς εισόδου στην αγορά. Καθώς η κυρίαρχη πλατφόρμα βελτιώνει συνεχώς τις υπηρεσίες της μέσω της ανάλυσης των δεδομένων, η απόσταση από τους ανταγωνιστές καθίσταται μη αναστρέψιμη, ιδίως όταν σχηματίζονται μονοπώλια βασισμένα σε δεδομένα (data-driven monopolies).¹⁴⁷

Αφετέρου, οι οικονομίες κλίμακας (Economies of Scale) λειτουργούν πιο επιθετικά σε σύγκριση με την παραδοσιακή βιομηχανία, καθώς αρκεί η ανάπτυξη της εκάστοτε υποδομής με τη δημιουργία του απαιτούμενου αλγορίθμου (υψηλό σταθερό κόστος) και εν συνεχεία είναι δυνατή η εξυπηρέτηση κάθε επιπλέον πελάτη με την αναπαραγωγή του εκάστοτε προϊόντος (με ελάχιστο οριακό κόστος). Μάλιστα, όσο περισσότερα δεδομένα συλλέγονται τόσο καλύτερα εκπαιδεύεται ο αλγόριθμος με συνέπεια να προσελκύονται ακόμα περισσότεροι χρήστες και έτσι το μέσο κόστος ανά μονάδα προϊόντος να μειώνεται καθώς αυξάνεται ο όγκος παραγωγής. Επιπλέον, όσον αφορά τις οικονομίες φάσματος (Economies of Scope) μια πλατφόρμα με δραστηριότητα σε πολλές αγορές μπορεί να συγχωνεύσει και να συνδυάσει διαφορετικά σύνολα δεδομένων ώστε να εξασφαλίσει την είσοδό της σε μια νέα αγορά ή να αναπτύξει νέα καινοτόμα προϊόντα, μειώνοντας το οριακό κόστος παραγωγής τους και το μέγεθος της επένδυσης.¹⁴⁸ Τα ισχυρά αποτελέσματα δικτύου συνδυαστικά με τις ισχυρές οικονομίες κλίμακας και φάσματος προκαλούν το φαινόμενο "tipping", όταν δηλαδή μια πλατφόρμα φθάνει στην κορυφή με ισχυρή θέση στην αγορά, την οποία μπορεί να χρησιμοποιήσει για να παρεμποδίσει τους ανταγωνιστές της ή για να αποκτήσει επιπλέον κέρδος. Έτσι, ο ανταγωνισμός εντός της αγοράς (competition in the market) μετατρέπεται σε ανταγωνισμό για την αγορά (competition for the market) με τους καταναλωτές να επωφελούνται παροδικά για όσο οι εταιρείες θα ανταγωνίζονται μέχρι την ανάδειξη του «νικητή».

¹⁴⁷ Maurice E. Stucke/Allen P. Grunes (2016)

¹⁴⁸ Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι αφενός της Google, η οποία χρησιμοποιεί τα δεδομένα που συλλέγονται μέσω της μηχανής αναζήτησής της για τον προσδιορισμό της θέσης των χρηστών στην αγορά συστημάτων πλοήγησης (Google maps) και αφετέρου της Amazon που εξελίχθηκε από επιγραμμική πλατφόρμα-marketplace σε παραγωγό ταινιών και τηλεοπτικών σειρών (Amazon Prime Video).

4.3.3. Η αξία της δευτερογενούς σχετικής αγοράς για τις ψηφιακές υπηρεσίες

Στις διεκδικήσιμες αγορές (contestable markets), όπως χαρακτηρίζονται και οι αγορές των ψηφιακών υπηρεσιών, όπου δεν υπάρχουν αποτελεσματικοί φραγμοί εισόδου-εξόδου, με αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις να εισέρχονται και να εξέρχονται εύκολα, γρήγορα και χωρίς ιδιαίτερο κόστος, τα πολύ υψηλά μερίδια αγοράς δεν αποτελούν ασφαλή ένδειξη για την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης.¹⁴⁹ Έτσι, ένα ακόμα σημείο ενδιαφέροντος είναι η ανάλυση ισχύος μιας επιχείρησης σε στενά συνδεδεμένες αγορές. Με δεδομένο ότι η ελεγχόμενη επιχείρηση ενδέχεται να έχει μικρό ή μεσαίο μερίδιο αγοράς στην πρωτογενή, αλλά υψηλότατο ή μονοπωλιακό μερίδιο αγοράς στη δευτερογενή (aftermarket), η σύνδεση μεταξύ των δύο πεδίων ενδέχεται να καθορίζει τη δεσπόζουσα θέση της.¹⁵⁰ Σε αυτές τις περιπτώσεις, η ικανότητα της επιχείρησης να «κλειδώνει» τον χρήστη στο οικοσύστημά της (lock-in effect) καθιστά τη δευτερογενή αγορά το κατεξοχήν πεδίο ελέγχου της αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας, καθώς εκεί η έλλειψη εναλλακτικών λύσεων ενισχύει τη δυνατότητα μονοπωλιακής εκμετάλλευσης.¹⁵¹

4.3.4. Οι ιδιαιτερότητες των μηχανών αναζήτησης στον χώρο του διαδικτύου

Γίνεται δεκτό ότι η μηχανή αναζήτησης αποτελεί ένα «είδος βασικής διευκόλυνσης», σύμφωνα με τα οριζόμενα στην απόφαση Bronner (C-7/97),¹⁵² στο οποίο τόσο οι ανταγωνιστικές ειδικές μηχανές αναζήτησης όσο και οι ιστότοποι πρέπει να έχουν ισότιμη πρόσβαση. Και αυτό διότι έχει μία δομή κόστους που μοιάζει με αυτή των φυσικών μονοπωλίων (σημαντικό σταθερό κόστος, υψηλό κόστος αρχικής επένδυσης και χαμηλό οριακό κόστος), και μια δραστηριότητα με σημαντικά εμπόδια εισόδου, καθώς οι ανταγωνιστές δεν είναι σε θέση, κατ' αρχήν, να κατασκευάσουν με ίδια μέσα μηχανές

¹⁴⁹ Τριανταφυλλάκης Δ. Γεωργιος (2014)

¹⁵⁰ Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν, αφενός, ο κλάδος των έξυπνων κινητών τηλεφώνων (smartphones), όπου iPhone ή Android λειτουργούν ως πύλες για μια κερδοφόρα δευτερογενή αγορά που περιλαμβάνει, ενδεικτικά, τις επί πληρωμή εφαρμογές (App Store, Google Play), τις συνδρομές αποθήκευσης (iCloud, Google One) και τις υπηρεσίες περιεχομένου και, αφετέρου ο κλάδος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπου πλατφόρμες όπως η Meta και το LinkedIn αποτελούν το βασικό προϊόν, ενώ η δευτερογενής δραστηριότητα στις οποίες, ενδεικτικά, περιλαμβάνονται οι στοχευμένες διαφημίσεις, τα analytics και premium εργαλεία (π.χ. LinkedIn Recruiter), συνιστά την κύρια πηγή εσόδων τους.

¹⁵¹ Καρύδης Σπ. Γεώργιος (2020)

¹⁵² (αιτ.σκεψ. 45-46). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:61997CJ0007>

αναζήτησης αντίστοιχης αξίας για την προώθηση των ιστοσελίδων τους.¹⁵³ Επιπλέον, μπορεί να εκμεταλλευτεί τη δύναμή της στην αγορά μέσω της αύξησης του κόστους διάθεσης των διαφημίσεων ή της μείωσης της ποιότητας των προϊόντων αναζήτησης, τα οποία, ως προϊόντα αξιοπιστίας, εξαρτώνται από την αντιστοίχιση προσφοράς-ζήτησης. Βέβαια, ακόμα και στην περίπτωση της Google ο χαρακτηρισμός της ως υποδομή απαραίτητη για την πρόσβαση στο διαδίκτυο δεν είναι απλή περίπτωση, καθώς υπάρχουν διαθέσιμες εναλλακτικές επιλογές όπως η χρήση άλλων μηχανών αναζήτησης, η δυνατότητα άμεσης επίσκεψης στον ιστότοπο, ενώ η αναπαραγωγή μιας νέας μηχανής αναζήτησης είναι τεχνικά εφικτή με μη απαγορευτικό κόστος.¹⁵⁴

Τα νομικά ζητήματα που σχετίζονται με την ιδιαίτερη φύση των μηχανών αναζήτησης είναι τρία: το πρώτο αφορά την ευθύνη που έχει η μηχανή αναζήτησης όταν χρησιμοποιεί ορισμένες λέξεις-πιθανές αναζητήσεις που συνδέονται με διαφημιζόμενους που πλήρωσαν γι' αυτό (AdWords) στα πλαίσια της εμπορικής δραστηριότητας.¹⁵⁵ Η σύνδεση αυτών των λέξεων με εμπορικά σήματα και επωνυμίες ανταγωνιστικών επιχειρήσεων που στόχο έχει την αύξηση των διαφημιστικών εσόδων και την εμφάνιση διαφημιστικών καταχωρήσεων σε επιλεγμένες αναζητήσεις χρηστών έχει απασχολήσει έντονα το ΔΕΕ.¹⁵⁶ Το δεύτερο νομικό ζήτημα είναι η προστασία των δικαιωμάτων πνευματικής και βιομηχανικής ιδιοκτησίας, τα οποία δεν στερούνται αντικειμένου στον ψηφιακό κόσμο

¹⁵³ Κατά την άποψη του Francesco Ducci (2020) κύρια επιχειρήματα υπέρ του φυσικού μονοπωλίου της Google είναι τόσο η δομή του κόστους της –όπου υπάρχει ένα υψηλό πάγιο κόστος και ένα εικονικά μηδενικό οριακό κόστος (virtually zero marginal cost)- όσο και οι άμεσες και έμμεσες θετικές εξωτερικότητες δικτύου (network externalities), αφού η αύξηση του αριθμού των χρηστών της μηχανής αναζήτησης συνεπάγεται την αύξηση των διαφοροποιημένων δεδομένων, τα οποία συλλέγονται και αναλύονται για τις προγνώσεις της οριζόντιας αναζήτησης, συμβάλλοντας επακόλουθα στη βελτίωση των ερωτημάτων της εξειδικευμένης αναζήτησης και, τελικά, στη βελτίωση του ίδιου του αλγορίθμου.

¹⁵⁴ Μικρουλέα Π. Αλεξάνδρα (2023)

¹⁵⁵ Οδηγία 2000/31/EK σε συνδυασμό με Κανονισμούς (ΕΕ) 2022/2065 και 2022/1925 για την ευθύνη των μηχανών αναζήτησης και των ψηφιακών πλατφορμών.

¹⁵⁶ α)Υποθέσεις C-236/08-C-238/08 Google France κατά Viaticum SA και Luteciel SARL/Google France SARL κατά CNRRH SARL και λοιπών για την ευθύνη της μηχανής αναζήτησης ως ουδέτερου παρόχου υπηρεσιών αναφορικά με το περιεχόμενο της διαφήμισης και την αποφυγή παραπλανητικών τεχνικών που προκαλούν σύγχυση στον καταναλωτή και β)Υπόθεση C-48/22 P, Google και Alphabet κατά Επιτροπής για τη νομική ευθύνη της μηχανής αναζήτησης ως κυρίαρχου στην αγορά παίκτη ικανού να νοθεύσει τον ανταγωνισμό ανάλογα με τον τρόπο παρουσίασης των διαθέσιμων πληροφοριών.

αλλά χρήζουν αντίστοιχης με τον αναλογικό κόσμο προάσπισης. Έτσι, η παροχή κατευθύνσεων προς τις καταλογοποιημένες ιστοσελίδες για να αντλήσουν οι χρήστες παράνομα περιεχόμενο προστατευμένο με δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας δεν νοείται ως σύννομο αν σταθμιστεί με το δικαίωμα πληροφόρησης ή χρήσης των τεχνολογιών ΤΠΕ. Το τρίτο νομικό ζήτημα σχετίζεται με την προστασία των προσωπικών δεδομένων, καθώς το αρχείο αναζητήσεων, δημιουργούμενο από τις συσχετίσεις των ερωτημάτων και της προσωπικής διεύθυνσης IP¹⁵⁷ του χρήστη, διατηρείται οργανωμένο δημιουργώντας ένα πλήρες προφίλ με απεριορίστες περαιτέρω χρήσης ιδίως για εμπορικούς σκοπούς. Επιπλέον, θέματα ανακύπτουν τόσο για τον τρόπο διατήρησης όσο και για τους όρους επεξεργασίας αυτών των δεδομένων, σύμφωνα με τα οριζόμενα στον Γενικό Κανονισμό Προστασίας Δεδομένων. Αν και οι χρήστες εξοικονομούν χρήματα δαπανώντας μηδέν ευρώ για κάθε αναζήτησή τους, το έμμεσο τίμημα της εμπορικής εκμετάλλευσης των προσωπικών τους δεδομένων δεν είναι άνευ σημασίας, καθώς ωθείται στα άκρα όρια του νόμιμου και του θεμιτού με σημαντικές κοινωνικοπολιτικές διαστάσεις.¹⁵⁸

4.3.5. Το μοντέλο «pay or consent» («πλήρωσε ή συναινέσε»)

Μία σύγχρονη πρακτική που εφαρμόζουν οι μεγάλοι οργανισμοί¹⁵⁹ είναι να βάζουν τους χρήστες αντιμέτωπους με ένα δίλημμα: η μια επιλογή απαιτεί να συναινέσουν στην επεξεργασία των προσωπικών τους δεδομένων για να έχουν πρόσβαση σε ψηφιακές υπηρεσίες, ιδίως για σκοπούς διαφημιστικής στόχευσης (*behavioral advertising*),¹⁶⁰ ενέργεια που, όπως προαναφέρθηκε, επιφέρει διαφημιστικά έσοδα για την επιχείρηση, ενώ η

¹⁵⁷ η οποία, πλέον, ως επιγραμμικό αναγνωριστικό ταυτότητας ορίζεται ρητά ως δεδομένο προσωπικού χαρακτήρα (άρθρο 4 στ.1 ΓΚΠΔ)

¹⁵⁸ Ένωση Ελλήνων Νομικών e-ΘΕΜΙΣ (2011)

¹⁵⁹ Meta/Spotify/TikTok/LinkedIn

¹⁶⁰ «Διαφήμιση που βασίζεται στην παρατήρηση της συμπεριφοράς των ατόμων σε βάθος χρόνου. Η διαφημιστική στόχευση βάσει συμπεριφοράς επιδιώκει να μελετήσει τα χαρακτηριστικά αυτής της συμπεριφοράς μέσω των ενεργειών τους (επαναλαμβανόμενες επισκέψεις σε ιστότοπους, αλληλεπιδράσεις, λέξεις-κλειδιά, δημιουργία διαδικτυακού περιεχομένου κ.λπ.), προκειμένου να αναπτυχθεί ένα συγκεκριμένο προφίλ και έτσι να παρέχονται στα υποκείμενα των δεδομένων διαφημίσεις προσαρμοσμένες στα συμπερασματικά τους ενδιαφέροντα.», όπως ορίστηκε στην Γνώμη 2/2010 της Ομάδας του Άρθρου 29 (πλέον Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Προστασίας Δεδομένων) https://ec.europa.eu/justice/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2010/wp171_en.pdf

δεύτερη επιλογή προσφέρει μια επί πληρωμή εναλλακτική με την καταβολή κάποιας συνδρομής ή εφάπαξ πληρωμής, αποκλείοντας –τουλάχιστον σε θεωρητικό επίπεδο– την επεξεργασία προσωπικών δεδομένων για διαφημιστικούς σκοπούς, χωρίς να αποκλείεται η επεξεργασία για άλλους σκοπούς, όπως η βελτίωση της λειτουργικότητας του ιστότοπου. Ταυτόχρονα, εν μέσω της προσοχής που τα μέσα ενημέρωσης δίνουν στα περιστατικά αυξανόμενων καταχρήσεων σε προσωπικά δεδομένα και της κριτικής που η ακαδημαϊκή κοινότητα ασκεί στο μοντέλο των δωρεάν διαδικτυακών υπηρεσιών, κάποιοι χρήστες είναι πρόθυμοι να δαπανήσουν ένα μικρό χρηματικό ποσό έναντι της ιδιωτικότητάς τους προκειμένου όχι μόνο να αποφύγουν τις διαφημίσεις αλλά και για να διασφαλίσουν την προστασία των προσωπικών τους δεδομένων από πρακτικές αθέμιτης πρόσβασης ή κατάχρησης.¹⁶¹

Το μοντέλο «pay or consent» φαίνεται, όμως, πως μετατρέπει την ιδιωτικότητα σε εμπορεύσιμο αγαθό, προκαλώντας έντονες συζητήσεις σχετικά με την εγκυρότητα της «ελεύθερης» συγκατάθεσης,¹⁶² τον κίνδυνο εξαναγκασμού και τη διασφάλιση των θεμελιωδών δικαιωμάτων κάθε χρήστη στον ψηφιακό χώρο, όπου η ιδιωτικότητα παρουσιάζεται συχνά ως δευτερεύουσας αξίας.¹⁶³ Ειδικά για την αξιολόγηση της συμβατότητας του μοντέλου με τον ΓΚΠΔ, το μέγεθος της πλατφόρμας είναι βασική παράμετρος συνδυαστικά με την αγοραστική της ισχύ, καθώς σε μεγάλες πλατφόρμες οι έννοιες της ανισορροπίας δυνάμεων και της ζημίας είναι πιο εμφανείς και κρίσιμες για την εγκυρότητα της συγκατάθεσης, ειδικά όταν η επί πληρωμή επιλογή δεν είναι οικονομικά εφικτή για πολλούς χρήστες. Έτσι, η χρήση του μοντέλου χρήζει εξέτασης, όταν υφίσταται κίνδυνος κατάχρησης αυτού ώστε να εξαναγκάζονται οι χρήστες να δώσουν τη συναίνεσή τους για την επεξεργασία των δεδομένων τους, ενέργεια που θα αποτελούσε παράβαση στα πλαίσια τόσο του ΓΚΠΔ όσο και του δικαίου ανταγωνισμού.

¹⁶¹ Kenneth A. Bamberger/Serge Egelman/Catherine Han/Amit Elazari/Irwin Reyes (2020)

¹⁶² Το EDPB τονίζει διαρκώς ότι κάθε επεξεργασία δεδομένων πρέπει να βασίζεται σε νόμιμους και συγκεκριμένους σκοπούς και να συμμορφώνεται με τις νόμιμες βάσεις επεξεργασίας που προβλέπονται στο Άρθρο 6 του ΓΚΠΔ. (Γνώμη 8/2024 https://www.edpb.europa.eu/system/files/2024-04/edpb_opinion_202408_consentorpay_en.pdf)

¹⁶³ Βάσει του Άρθρου 8 ΧΘΔ της ΕΕ «Κάθε άτομο έχει το δικαίωμα στην προστασία των προσωπικών δεδομένων που το αφορούν».

4.3.6. Οι επιπτώσεις της κατάχρησης των δεδομένων για τον ανταγωνισμό στην ψηφιακή αγορά

Στη δυναμική αγορά της ψηφιακής οικονομίας ερευνητέα θεωρείται, κατ' αρχήν, η σύνδεση της παρεμποδιστικής κατάχρησης δεδομένων με την παράβαση της νομοθεσίας περί προσωπικών δεδομένων. Η άρνηση ισότιμης πρόσβασης σε δεδομένα ελλείπει σχετικής εκ του νόμου υποχρέωσης κρίνεται καταχρηστική όταν τα δεδομένα, ως βασική υποδομή, είναι αναγκαία για την άσκηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας του ανταγωνιστή, ο οποίος δεν μπορεί να τα αποκτήσει με εναλλακτικό τρόπο,¹⁶⁴ με συνέπεια η καταχρηστική συμπεριφορά να οδηγεί είτε στον αποκλεισμό της εισαγωγής ενός νέου προϊόντος ή μιας νέας υπηρεσίας είτε στον καθορισμό του βαθμού δημιουργίας ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος είτε σε νέα εμπόδια εισόδου για τους δυνητικούς ανταγωνιστές και, άρα, στον περιορισμό κάθε αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην αγορά.¹⁶⁵ Σε κάθε περίπτωση συνεκτιμάται η απουσία αντικειμενικής αιτιολόγησης για την άρνηση πρόσβασης σε συνάρτηση με την κείμενη νομοθεσία και τα περιθώρια διακριτικής ευχέρειας της επιχείρησης για αυτόνομη συμπεριφορά.¹⁶⁶ Βέβαια, όπως προαναφέρθηκε, ισχυρή μερίδα της θεωρίας¹⁶⁷ υποστηρίζει ότι τα δεδομένα, ως μη ανταγωνιστικά, μη αποκλειστικά, φθηνά προς απόκτηση, μικρής διάρκειας ζωής και

¹⁶⁴ Στην υπόθεση Google-DoubleClick (COMP/M.4731), η Επιτροπή έκρινε ότι δεν υπήρχε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σχετικά με τη συμπεριφορά αναζήτησης των χρηστών στη διαφήμιση, δεδομένου ότι υπάρχουν ανταγωνιστές της Google που διαθέτουν παρόμοια δεδομένα, όπως οι Microsoft και Yahoo (αιτ. σκεψ. 364-366) https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m4731_20080311_20682_en.pdf

¹⁶⁵ Στην υπόθεση της Microsoft (T-201/04), η Επιτροπή εξέτασε τον βαθμό διαλειτουργικότητας που απαιτείτο για τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό στη δευτερογενή αγορά και στη συνέχεια εκτίμησε εάν η διαλειτουργικότητα που αρνήθηκε η Microsoft ήταν απαραίτητη (αιτ. σκεψ. 369 έως 422) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62004TJ0201>. Στην ίδια υπόθεση τόσο η Επιτροπή όσο και το Γενικό Δικαστήριο δέχτηκαν ότι αρκεί μία απλή «τεχνική ανάπτυξη» για να πληρωθεί η προϋπόθεση του νέου προϊόντος (αιτ. σκεψ. Σκέψη 647) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62004TJ0201>

¹⁶⁶ Στην υπόθεση Deutsche Telekom (C-280/08P) ο γερμανικός πάροχος τηλεπικοινωνιών, προσπάθησε να δικαιολογήσει την υπό εξέταση συμπεριφορά του (χρέωση υψηλών τιμών χονδρικής πώλησης στους ανταγωνιστές της, εξαιτίας των οποίων εκείνοι δεν θα μπορούσαν να ανταγωνιστούν τις χαμηλές τιμές λιανικής της) στις ειδικές ρυθμίσεις της γερμανικής ρυθμιστικής αρχής τηλεπικοινωνιών με βάση συναφείς ειδικότερους κανονισμούς. Ωστόσο, η Επιτροπή κατέληξε ότι καταχράστηκε τη δεσπόζουσα θέση του (αιτ.σκεψ. 80-85 / 88-89) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62008CJ0280>

¹⁶⁷ Lerner (2014)-Balto/Lane (2016) και Sokol/Comerford (2016)

άφθονα, δεν μπορούν εκ φύσεως να μονοπωληθούν και δημιουργούν μικρά εμπόδια εισόδου, με συνέπεια μια στοιχειώδη τεχνολογική καινοτομία να είναι ικανή να ανατρέψει τα δεδομένα της αγοράς.¹⁶⁸ Σε κάθε περίπτωση, η πρόσβαση και ο τρόπος χρήσης των δεδομένων σε μια δεδομένη χρονική στιγμή για τη συμπλήρωση ή τη δημιουργία νέου προϊόντος ή μιας υπηρεσίας που απευθύνεται σε περισσότερες σχετικές αγορές πρέπει να συνεκτιμάται από τις αρχές και τα δικαστήρια, όταν οι τελευταίες καλούνται να εφαρμόσουν είτε την ΣΛΕΕ είτε τον ΓΚΠΔ.

¹⁶⁸ Εταιρείες όπως οι Slack, Snapchat, Tinder, που κατάφεραν με μία μικρή διείσδυση στις ανάγκες των καταναλωτών να εισέλθουν στην αγορά και να αποκτήσουν τεράστια επιτυχία παρά τα καθιερωμένα αποτελέσματα δικτύου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ: ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ-ΟΙ ΝΟΜΟΛΟΓΙΑΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

Η μετάβαση από την παραδοσιακή οικονομία στο ψηφιακό επιχειρείν αναδεικνύει διαρκώς την ανάγκη αναπροσαρμογής του πλαισίου εφαρμογής του δικαίου ανταγωνισμού, εγείροντας συγχρόνως προβληματισμούς αναφορικά για τη σύνδεση της αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας με τη νομοθεσία περί προστασίας προσωπικών δεδομένων. Τόσο το δίκαιο προστασίας δεδομένων όσο και το δίκαιο ανταγωνισμού σταθμίζουν τα εκατέρωθεν συμφέροντα μερών, τα οποία δεν έχουν ίση διαπραγματευτική ισχύ, στάθμιση που αποκτά αυξημένη σημασία όταν εκτυλίσσεται σ' ένα ψηφιακό περιβάλλον.

5.1. Υπόθεση C-252/21 (Facebook κατά Bundeskartellamt)

Η υπόθεση αυτή σηματοδοτεί μια στροφή από την «ποσοτική» στην «ποιοτική» ανάλυση του ανταγωνισμού, σε μια εποχή που το δίκαιο του ανταγωνισμού δεν καλείται μόνο να προστατεύσει τους ανταγωνιστές από τον αποκλεισμό, αλλά και τους ίδιους τους καταναλωτές από μονομερείς καταχρηστικούς όρους που θίγουν την ιδιωτικότητά τους.

Ειδικότερα, με την απόφαση της γερμανικής Αρχής Ανταγωνισμού (Bundeskartellamt) την 06-02-2019 διαπιστώθηκε η κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης της Facebook στην αγορά των κοινωνικών δικτύων.¹⁶⁹ Κρίθηκε ότι η εξάρτηση της εγγραφής και χρήσης των υπηρεσιών της πλατφόρμας από τη χορήγηση καθολικής συγκατάθεσης για τη συλλογή, επεξεργασία, αποθήκευση και σύνδεση των δεδομένων δραστηριότητας του χρήστη σε ιστοσελίδες και εφαρμογές συμφερόντων της Facebook ή τρίτων¹⁷⁰ συνιστά περίπτωση παρεμποδιστικής (ποσοτικής) κατάχρησης εις βάρος των ανταγωνιστών, αφενός, και εκμεταλλευτικής (ποιοτικής) κατάχρησης εις βάρος των χρηστών, αφετέρου.¹⁷¹

¹⁶⁹ Bundeskartellamt (2019) Case Summary-B6-22/16

https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Fallberichte/Missbrauchsaufsicht/2019/B6-22-16.pdf?__blob=publicationFile&v=2

¹⁷⁰ WhatsApp, Oculus, Masquerade, Instagram και ιστοσελίδες τρίτων μέσω των Facebook Business Tools

¹⁷¹ Με την 10η τροποποίηση του γερμανικού νόμου περί ανταγωνισμού υιοθετήθηκε ο όρος «κατάχρηση», γεγονός που σημαίνει ότι όλες οι περιπτώσεις της εκμεταλλευτικής κατάχρησης, όπως και η επιβολή μη εύλογων όρων δεν προϋποθέτουν ότι η καταχρηστική συμπεριφορά προκαλείται αποκλειστικά λόγω της δεσπόζουσας θέσης. Μάλιστα, στην περίπτωση της εκμεταλλευτικής κατάχρησης, η αιτιολογική έκθεση αναφέρεται σε τελολογικό μέτρο για την εξεύρεση νομοθετικού σκοπού βάσει ενός τριπλού σκοπού του νόμου, ήτοι την προστασία του

Παράλληλα, κρίθηκε ως ερευνητέο αλλά διακριτό ζήτημα η παραβίαση των διατάξεων περί αναποτελεσματικής προστασίας των προσωπικών δεδομένων σε συνάρτηση με τη στοιχειοθέτηση μια αυτοτελούς καταχρηστικής συμπεριφοράς.

Το σκεπτικό της απόφασης στηρίχθηκε στο γεγονός ότι η σύναψη της σύμβασης με την πλατφόρμα εξαρτάται από την αποδοχή προσθέτων παροχών που «εκ φύσεως ή σύμφωνα με τις εμπορικές συνήθειες δεν έχουν σχέση με το αντικείμενο της σύμβασης κατά την έννοια του άρθρου 19§1 GWB».¹⁷² Ειδικότερα, η καταχρηστική πολιτική δεδομένων της Facebook, εταιρεία δεσπόζουσας θέσης στη σχετική αγορά των κοινωνικών δικτύων, χαρακτηρίστηκε ως μορφή εκμεταλλευτικών όρων συναλλαγής¹⁷³ η οποία σύμφωνα με τον ΓΚΠΔ και το άρθρο 19§1 GWB συνεπάγεται ζημία τόσο σε επίπεδο ιδιωτικότητας όσο και σε επίπεδο υγιούς ανταγωνισμού.¹⁷⁴ Και αυτό διότι η εκτεταμένη επεξεργασία προσωπικών δεδομένων από τρίτες εταιρείες που επιτρέπει, μεταξύ άλλων, τη δημιουργία προφίλ και την ανασκόπηση της δραστηριότητας του χρήστη παραβιάζει τις απαιτήσεις προστασίας του ΓΚΠΔ ως μη αναγκαία τόσο για την παροχή υπηρεσιών του κοινωνικού δικτύου όσο και για τη δημιουργία εσόδων μέσω της εξατομικευμένης διαφήμισης, ενώ απαιτεί την ελεύθερη συγκατάθεση των χρηστών.¹⁷⁵ Μάλιστα, σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Προστασίας Δεδομένων, λαμβάνεται υπόψιν και η διαπραγματευτική ισχύς της εταιρείας να επιβάλλει όρους

αντισυμβαλλομένου-καταναλωτή, την προστασία της ελευθερίας επιλογής (αναφορά στην απόφαση Facebook) και την προστασία έναντι του ετεροκαθορισμού από τον δυνατό αντισυμβαλλόμενο. <https://dserver.bundestag.de/btd/19/234/1923492.pdf>

¹⁷² Gesetz Gegen Wettbewerbsbeschränkungen-Νόμος περί Ανταγωνισμού, το οποίο άρθρο προσομοιάζει στο άρθρο 102§6 ΣΛΕΕ

¹⁷³ σύμφωνα με τη νομολογία του Ομοσπονδιακού Δικαστηρίου της Γερμανίας (BGH) όπως έχει αναγνωρίσει την κατάχρηση όρων συναλλαγής –βλπ υπόθεση VBL-Gegenwert (Απόφαση 6ης Νοεμβρίου 2013 – KZR 58/11) https://www.bundesgerichtshof.de/SharedDocs/Entscheidungen/DE/UebrigeSenate/KartS/2011/KZR_58-11.pdf?__blob=publicationFile&v=3

¹⁷⁴ Μάλιστα, η Αρχή τόνισε ότι οι διατάξεις του ΓΚΠΔ δεν αναστέλλουν τον ειδικότερο έλεγχο κατάχρησης, αφήνοντας περιθώρια εξέτασης από άλλες αρχές ή υπό άλλα νομικά κριτήρια.

¹⁷⁵ Η γερμανική Αρχή ανέδειξε δύο αιτιώδεις συνάφειες: την κανονιστική αιτιώδη συνάφεια (Normative Causality) ανάμεσα στη δεσπόζουσα θέση της εταιρείας και στον περιορισμό του δικαιώματος αυτοδιάθεσης των χρηστών αλλά και την αιτιώδη συνάφεια ως προς το αποτέλεσμα (Effect-based Causality), με το σκεπτικό ότι η συμπεριφορά της εταιρείας εμποδίζει τους ανταγωνιστές να εισέλθουν αποτελεσματικά στη σχετική αγορά.

εκτεταμένης επεξεργασίας δεδομένων τους οποίους οι χρήστες, μη διαθέτοντας εναλλακτικούς μηχανισμούς ελέγχου και αυτοδιάθεσης των πληροφοριών τους, δεν μπορούν να αποτρέψουν.

Το Facebook, ως υπεύθυνο επεξεργασίας αυτών των δεδομένων, δεν παρουσίασε ούτε τεκμηρίωσε ουσιαστικά σχετικές δικαιολογίες κατά τη διάρκεια της διαδικασίας ενώ στα πλαίσια μιας συνολικής στάθμισης συμφερόντων τα συμφέροντά του δεν κρίθηκαν ως υπεράξια των χρηστών. Έτσι, η υπό εξέταση επεξεργασία θεωρήθηκε ακατάλληλη και συνεπώς καταχρηστική, αναδεικνύοντας συγχρόνως το πως η παραβίαση των προσωπικών δεδομένων αποτελεί κριτήριο διαπίστωσης της αντι-ανταγωνιστικής συμπεριφοράς ενός κυρίαρχου στην αγορά παίκτη. Η γερμανική Αρχή απαγόρευσε στις Facebook Inc. (Menlo Park, ΗΠΑ), Facebook Ireland Ltd. (Δουβλίνο, Ιρλανδία) και Facebook Germany GmbH (Αμβούργο, Γερμανία) να εξαναγκάζουν τους χρήστες στη Γερμανία να αποδέχονται, ως όρο για τη χρήση του κοινωνικού δικτύου, τη μαζική συλλογή και συνδυασμό δεδομένων τους μέσα από το κοινωνικό δίκτυο και από τις προαναφερθείσες εξωτερικές πηγές, διατάσσοντας την πραγματοποίηση των αναγκαίων αλλαγών για την αναπροσαρμογή των πολιτικών τους.¹⁷⁶

Το Εφετείο του Ντίσελντορφ, κατόπιν έφεσης της Facebook, δεν δέχτηκε ότι μια πιθανή παραβίαση των κανόνων απορρήτου από εταιρεία δεσπόζουσα θέσης θα προκαλούσε αυτόματα παραβίαση των αντιμονοπωλιακών κανόνων, με το σκεπτικό ότι οι καταναλωτές αποφασίζουν αυτόνομα αν συμφωνούν με τους όρους και τις προϋποθέσεις της Facebook κατά την εγγραφή τους στην πλατφόρμα, επομένως η συλλογή δεδομένων δεν ήταν εκμεταλλευτική. Τέλος, αποφάνθηκε ότι η γερμανική Αρχή δεν απέδειξε πως οι πρακτικές αυτές έβλαψαν τον ανταγωνισμό. Το Bundeskartellamt άσκησε αναίρεση, με τον Ανώτατο Ακυρωτικό (Bundesgerichtshof, BGH) να κρίνει ότι οι όροι παροχής υπηρεσιών στερούσαν από τους χρήστες της Facebook την ελευθερία επιλογής με σοβαρές συνέπειες στην αγορά των κοινωνικών δικτύων, στις δυνητικές διαδικτυακές διαφημιστικές αγορές και, κατ' επέκταση, στον θεσμό του ανταγωνισμού. Ειδικότερα, το δικαστήριο υιοθέτησε μία λιγότερο αυστηρή κανονιστική προσέγγιση

¹⁷⁶ Το 2018, ο αριθμός των καθημερινά ενεργών χρηστών στη Γερμανία ήταν 23 εκατομμύρια, ενώ 32 εκατομμύρια χρήστες χαρακτηρίστηκαν ως μηνιαίως ενεργοί.

αναφορικά με την αιτιώδη συνάφεια μεταξύ δεσπόζουσας θέσης και επιβολής καταχρηστικών όρων, επισημαίνοντας ότι ενόψει των ιδιαίτερων συνθηκών της αγοράς για να κριθεί μια συμπεριφορά ως εκμεταλλευτική κατάχρηση αρκεί η δεσπόζουσα θέση της εταιρίας, η οποία προκαλεί στην αγορά αποτελέσματα που δεν θα συνέβαιναν αν λειτουργούσε υπό κανονικές συνθήκες ο ανταγωνισμός.¹⁷⁷

Βέβαια, το BGH υπέβαλε προδικαστικό ερώτημα στο ΔΕΕ αναφορικά με την αρμοδιότητα των Αρχών Ανταγωνισμού για την εξέταση, κυρίως ή παρεμπιπτόντως, της επιχειρηματικής συμπεριφοράς υπό το πρίσμα των διατάξεων του ΓΚΠΔ. Με την απόφασή του το ΔΕΕ¹⁷⁸ υπογράμμισε ότι η παραβίαση της προστασίας των προσωπικών δεδομένων των χρηστών μπορεί να αποτελέσει ένδειξη αντι-ανταγωνιστικής συμπεριφοράς, με την Αρχή Ανταγωνισμού να υποχρεούται σε καλόπιστη συνεργασία με τις Αρμόδιες Εποπτικές Αρχές Προστασίας Δεδομένων προς διασφάλιση της ενότητας της ερμηνείας του νόμου, καθώς οι ψηφιακοί κολοσσοί δεν μπορούν να επικαλούνται γενικούς συμβατικούς όρους για να νομιμοποιήσουν τη μαζική συλλογή δεδομένων χρηστών.¹⁷⁹ Κατά την κρίση του δικαστηρίου, αν και η δεσπόζουσα θέση δεν ακυρώνει per se, τη συγκατάθεση συνιστά έναν κρίσιμο παράγοντα αμφισβήτησης της εγκυρότητάς της, εφόσον εκδηλώνεται σε ένα περιβάλλον μονοπωλιακής ισχύος, και, συνεπώς, πρέπει να εξετάζεται με αυξημένη αυστηρότητα. Έτσι, η προσέγγιση αυτή αντανάκλα την σημασία της άμεσης παρέμβασης των αρχών, όταν μια κυρίαρχη πλατφόρμα στερεί από την αγορά τη δυνατότητα να προσφέρει εναλλακτικές λύσεις με σεβασμό στα προσωπικά δεδομένα.

¹⁷⁷ BGH, Απόφαση της 23/06/2020, KVR 69/19, *Facebook κατά Bundeskartellamt* αιτ.σκέψ. 93-99 https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Entscheidungen/BGH-KVR-69-19.pdf?__blob=publicationFile&v=1

¹⁷⁸ Απόφαση του Δικαστηρίου (τμήμα μείζονος συνθέσεως) της 4/07/2023 [αίτηση του Oberlandesgericht Düsseldorf (Γερμανία) για την έκδοση προδικαστικής αποφάσεως]—Meta Platforms Inc., πρώην Facebook Inc., Meta Platforms Ireland Limited, πρώην Facebook Ireland Ltd., Facebook Deutschland GmbH κατά Bundeskartellamt <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62021CA0252>

¹⁷⁹ <https://daily.nb.org/nomothesia-nomologia/kataxrisi-despozousas-thesis-apo-to-facebook/>

5.2. Υπόθεση AT.40684 (Facebook Marketplace)

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και η Αρχή Ανταγωνισμού του Ηνωμένου Βασιλείου ξεκίνησαν, με πρόθεση στενής συνεργασίας, παράλληλες αλλά ανεξάρτητες έρευνες αγοράς κατά της Facebook (πλέον Meta) τον Ιούνιο του 2021. Στο επίκεντρο τέθηκε το κατά πόσο είναι αθέμιτες και αντι-ανταγωνιστικές πρακτικές η συλλογή, επεξεργασία και χρήση δεδομένων χρηστών από τρίτους διαφημιζόμενους προς όφελος των υπηρεσιών Facebook Marketplace και Facebook Dating εις βάρος των ανταγωνιστών της και της καταναλωτικής ευημερίας. Η Επιτροπή, μέσα από την έκθεση αιτιάσεων που απέστειλε τον Δεκέμβριο του 2022 προς την εταιρεία Meta, εστίασε, αφενός, στην παραβίαση των διατάξεων του δικαίου ανταγωνισμού μέσω υιοθέτησης πρακτικών tying και, αφετέρου, στην ύπαρξη μονομερώς αθέμιτων, αδικαιολόγητων, δυσανάλογων και μη αναγκαίων εμπορικών όρων στους ανταγωνιστές διαδικτυακών αγγελιών που διαφημίζονται στο Facebook ή στο Instagram.¹⁸⁰ Εν συνεχεία, με απόφασή της¹⁸¹ η Επιτροπή αποφάσισε την επιβολή προστίμου ύψους 797,72 εκατ. ευρώ στη Meta για κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης της,¹⁸² εστιάζοντας στους δύο ανωτέρω βασικούς πυλώνες παράνομης πρακτικής: την παράνομη σύνδεση υπηρεσιών (Tying), ήτοι του Facebook Marketplace με το κοινωνικό δίκτυο Facebook με συνέπεια τη δημιουργία ενός αθέμιτου πλεονεκτήματος διανομής που άλλες πλατφόρμες δεν μπορούν να ανταγωνιστούν και την μονομερή επιβολή αθέμιτων όρων συναλλαγών, με τη χρήση δεδομένων που παράγονται από τις διαφημίσεις των ανταγωνιστών της για την απόκτηση στρατηγικού πλεονεκτήματος. Το ύψος του προστίμου καθορίστηκε με βάση τη σοβαρότητα και τη διάρκεια της παράβασης, τον κύκλο εργασιών που σχετίζεται άμεσα με το Facebook Marketplace και τον συνολικό κύκλο εργασιών της Meta, ώστε το πρόστιμο να λειτουργήσει αποτελεσματικά και αποτρεπτικά. Η Meta άσκησε τον Μάρτιο του 2025 προσφυγή με

¹⁸⁰ Μικρουλέα Π. Αλεξάνδρα (2023)

¹⁸¹ C(2024) 8053 final της 14/11/2024, δυνάμει του άρθρου 102 της ΣΛΕΕ και του άρθρου 54 της Συμφωνίας για τον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο, στην υπόθεση AT.40684 -Facebook Marketplace

¹⁸² Case AT.40684 – Facebook Marketplace
https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/ip_24_5801

κύριο αίτημα την ακύρωση της απόφασης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής,¹⁸³ οπότε και αναμένεται η έκδοση της απόφασης (Υπόθεση T-66/25).

5.3. Υπόθεση T-612/17 (Google Shopping)

Στην υπόθεση Google Shopping εξετάστηκε αν η τεχνική διαμόρφωση αποτελεσμάτων γενικής αναζήτησης με τους σχετικούς υπερσυνδέσμους να κατευθύνουν τους χρήστες κατά προτεραιότητα στις ιστοσελίδες της Google και να κατατάσσουν χαμηλά τους ανταγωνιστικούς κάθετους διαδικτυακούς ισotoπούς συνιστά μια μορφή έμμεσης δέσμευσης, περιορίζοντας το μερίδιο αγοράς και δημιουργώντας δυνητικό κίνδυνο αποστέρησης κινήτρων για καινοτομία. Κατ' αρχήν επισημάνθηκε ότι η παροχή υπηρεσιών γενικής αναζήτησης είναι οικονομική δραστηριότητα. Τα προσωπικά δεδομένα εμπορευματοποιούνται προς εξυπηρέτηση μιας εμπορικής στρατηγικής που ελλοχεύεται πίσω από τον δωρεάν χαρακτήρα των υπηρεσιών γενικής αναζήτησης: τη διάθεση διαφημιστικού χώρου επί πληρωμή σε εταιρείες που ενδιαφέρονται να προσεγγίσουν εμπορικά τους χρήστες σε μια αγορά όπου ο ανταγωνισμός βασίζεται σε μη τιμολογιακής φύσεως παραμέτρους, όπως είναι η συνάφεια και η ταχύτητα των αποτελεσμάτων, η ελκυστικότητα της διεπαφής του χρήστη με την πλατφόρμα καθώς επίσης, το βάθος της ευρετηρίασης του ιστού.

Για τον ορισμό της σχετικής αγοράς η Επιτροπή βασίστηκε, αφενός, στη θεωρία της βλάβης, κατά την οποία η Google, ούσα κυρίαρχη στην οριζόντια αγορά γενικής αναζήτησης, εκμεταλλεύτηκε την ισχύ της ως «μοχλό» για να επεκτείνει το μονοπώλιό της και στη διακριτή αγορά της κάθετης -εξειδικευμένης- αναζήτησης χρησιμοποιώντας πρακτικές αυτοπροτίμησης των δικών της υπηρεσιών κάθετης αναζήτησης/σύγκρισης τιμών και, αφετέρου, στο γεγονός ότι οι σχετικές υπηρεσίες παρέχονται στους χρήστες από μη συνναλλακτικές πολυμερείς πλατφόρμες, άνευ χρηματικού ανταλλάγματος, οι οποίες παράλληλα διαθέτουν επ' αμοιβή χώρους διαφήμισης για τους διαφημιζόμενους.¹⁸⁴ Βέβαια, καίριας σημασίας ήταν η κατανόηση των ορίων και της σύνδεσης των δύο διακριτών σχετικών προϊόντικών αγορών: της αγοράς υπηρεσιών γενικής αναζήτησης (όπου η Google διαθέτει αδιαμφισβήτητα δεσπόζουσα θέση) και της

¹⁸³ Υπόθεση T-66/25 https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=OJ:C_202501555

¹⁸⁴ Μικρουλέα Π. Αλεξάνδρα (2023)

αγοράς υπηρεσιών σύγκρισης τιμών (ως αγορά παροχής υπηρεσιών εξειδικευμένου αντικειμένου),¹⁸⁵ ώστε να αξιολογηθούν τα περιθώρια υποκαταστασιμότητας ανάμεσα στις δύο αγορές.¹⁸⁶ Και αυτό διότι για τη στοιχειοθέτηση της παράβασης του άρθρου 102 περ.δ ΣΛΕΕ πρέπει να αποδειχθεί ότι πρόκειται για παροχή διακριτών υπηρεσιών. Επισημαίνεται ότι η Google δεν αμφισβήτησε τον ορισμό της Επιτροπής για τις προϊόντικές αγορές αλλά το γεγονός ότι εντός των ορίων της αγοράς αναζήτησης προϊόντων και σύγκρισης τιμών η Επιτροπή έπρεπε να συμπεριλάβει και τις επιγραμμικές πλατφόρμες/διαδικτυακές αγορές προκειμένου να αξιολογηθούν οι ανταγωνιστικές τους πιέσεις. Η Επιτροπή διευκρίνισε ότι οι υπηρεσίες σύγκρισης τιμών και οι επιγραμμικές πλατφόρμες/διαδικτυακές αγορές (market places) εξυπηρετούν διαφορετικούς σκοπούς και δεν μπορούν να θεωρηθούν ως υποκαταστατές: οι υπηρεσίες σύγκρισης τιμών λειτουργούν ως μεσάζοντες μεταξύ των χρηστών και των επιγραμμικών λιανοπωλητών/εμπορικών πλατφορμών, δεν προσφέρουν στους χρήστες τη δυνατότητα να αγοράσουν ένα προϊόν απευθείας από τον ιστότοπό τους, δεν προσφέρουν υπηρεσίες υποστήριξης μετά την πώληση και συνήθως παραθέτουν μόνο τις προσφορές των πωλητών για τα νέα προϊόντα. Το ΔΕΕ επιβεβαίωσε και επικύρωσε την ανωτέρω κρίση, υποστηρίζοντας ότι οι υπηρεσίες σύγκρισης τιμών δεν διαθέτουν οι ίδιες τα προϊόντα, αλλά περιορίζονται στην απλή ενημέρωση των καταναλωτών για την παρουσία του συνόλου των οικονομικών προσφορών σε όλη τη διαδικτυακή αγορά. Επιπρόσθετα, αναγνώρισε ότι οι πωλητές μπορούν και προσφέρουν τα προϊόντα τους τόσο μέσω χρήσης των υπηρεσιών σύγκρισης τιμών όσο και μέσω των διαδικτυακών αγορών σε συμπληρωματική βάση και όχι επειδή εκτιμάται ότι μία διαδικτυακή αγορά θεωρείται ως λειτουργικά εναλλάξιμη.

¹⁸⁵ Υπόθεση AT.39740 (Google Search Shopping)/απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής –Ενότητα 5.2.1. «The market for general search services» και Ενότητα 5.2.2. «The market for comparison shopping services» https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/39740/39740_14996_3.pdf

¹⁸⁶ Από τη μια, οι υπηρεσίες γενικής αναζήτησης στοχεύουν στην παροχή όλων των δυνατών σχετικών αποτελεσμάτων για τα ερωτήματα που θέτει ο χρήστης, χρησιμοποιούν το σύνολο του διαθέσιμου πληροφοριακού περιεχομένου του ιστού και συγκεντρώνουν τα έσοδά τους από τη διαφήμιση. Από την άλλη, οι μηχανές εξειδικευμένης αναζήτησης επικεντρώνονται στην παροχή συγκεκριμένων πληροφοριών που περιορίζονται σε μία συγκεκριμένη κατηγορία περιεχομένου, τα αποτελέσματα της αναζήτησης, κατόπιν εισόδου του ίδιου του χρήστη, βασίζονται σε πληροφοριακό περιεχόμενο που παρέχεται από κάποιον τρίτο και τα έσοδα αντλούνται με το κόμιστρο ένταξης στο πληροφοριακό περιεχόμενο ή άλλη αμοιβή ή προμήθεια που καταβάλλεται.

Η Επιτροπή τον Ιούνιο 2017 επέβαλε πρόστιμο € 2,42 δις στην Google και την υποχρέωση άρσης αυτής της προνομιακής εύνοιας, απόφαση που επικυρώθηκε από το Γενικό Δικαστήριο την 10.11.2021 με πιο ξεκάθαρη αιτιολογία (T-612/17). Ειδικότερα, το Δικαστήριο αναγνώρισε την Google ως οιονεί «βασική υποδομή» για την επιβίωση των ψηφιακών επιχειρήσεων, επιλέγοντας, όμως, να τιμωρήσει τη στρέβλωση της κατάταξης των ανταγωνιστών της ως πρακτική νόθευσης του επί ίσοις όροις ανταγωνισμού, χωρίς να απαιτείται να αποδειχθεί ότι οι ανταγωνιστές είναι εξίσου οικονομικά αποδοτικοί με τον κολοσσό της Google, καθώς η τελευταία δεν υποχρεούται απλώς να «δέχεται» τους ανταγωνιστές, αλλά υποχρεούται να μην μεροληπτεί σε βάρος τους υπέρ των δικών της υπηρεσιών. Εμμένοντας στη θέση του, τόνισε ότι η συμπεριφορά της Google δεν πρέπει να κρίνεται με τα αυστηρά περιοριστικά κριτήρια της «άρνησης συναλλαγής» (δόγμα Bronner) ή της «διακριτικής μεταχείρισης»,¹⁸⁷ αλλά στα πλαίσια μιας αυτοτελούς, πλέον, μορφής κατάχρησης/θεωρίας βλάβης στην ψηφιακή αγορά, ήτοι της καταχρηστικής μόχλευσης διά της αυτοπροτιμησιακής συμπεριφοράς (self-preferencing).¹⁸⁸ Τέλος, αναφορικά με το κριτήριο του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή το Δικαστήριο απέρριψε την ανάγκη εφαρμογής του διότι η αντι-ανταγωνιστική πρακτική της Google ήταν μη τιμολογιακή, ενώ το συγκεκριμένο τεστ μπορεί να παράξει αντικειμενικά αποτελέσματα μόνο όταν ο ανταγωνισμός δεν έχει ήδη στρεβλωθεί από την ίδια την αντι-ανταγωνιστική συμπεριφορά.¹⁸⁹

¹⁸⁷ καθώς δεν υφίσταται νομική υποχρέωση της επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση να μην φέρεται με ευνοϊκή μεταχείριση στον εαυτό της και κατ' επέκταση με διακριτική μεταχείριση στους ανταγωνιστές της, ενώ κατά πάγια νομολογία η διακριτική μεταχείριση δεν μπορεί αυτή καθ' αυτή να συνιστά παρεμποδιστική κατάχρηση-βλπ Υπόθεση C-209/10 (Post Danmark I) αιτ.σκέψ. 30)

¹⁸⁸ αιτ.σκέψ. 239-240 Υπόθεσης T-612/17 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62017TJ0612>

¹⁸⁹ αιτ.σκέψ. 538-543 Υπόθεσης T-612/17 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62017TJ0612>

5.4. Υπόθεση T-604/18 (Google Android)

Η Επιτροπή το 2016 εξέδωσε απόφαση για την κίνηση διαδικασίας στο πλαίσιο έρευνας¹⁹⁰ για την Google Android, αποστέλλοντας κοινοποίηση αιτιάσεων προς την Google και τη μητρική της εταιρεία *Alphabet* λόγω κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης της Google.¹⁹¹

Η έρευνα, στηριζόμενη στην εφαρμογή της ευρωπαϊκής αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας, επικεντρώθηκε στην αξιολόγηση των περιορισμών που η εταιρεία επέβαλε προς τους κατασκευαστές συσκευών Android και τους παρόχους δικτύων κινητής τηλεφωνίας, σε συνάρτηση με τις συνέπειες που αυτοί είχαν στον ανταγωνισμό, στην καινοτομία και, κατ' επέκταση, στα συμφέροντα των καταναλωτών.¹⁹² Πιο συγκεκριμένα, η Επιτροπή αξιολόγησε τρία είδη καταχρηστικής συμπεριφοράς:

- πρώτον, την επιβολή παράνομων περιορισμών σε κατασκευαστές συσκευών Android (OEMs) και φορείς εκμετάλλευσης δικτύων κινητής τηλεφωνίας αναφορικά με την προεγκατάσταση όλων των εφαρμογών της Google Mobile Services (GMS) ως προεπιλογές, στρατηγική που υποδηλώνει μια διαδικασία Tying (Σύνδεση προϊόντων), με την Google Play να συνιστά το δεσμεύον προϊόν και εφαρμογές όπως το Google Search και Google Chrome να συνιστούν τα δεσμευόμενα προϊόντα,
- δεύτερον, την ανάληψη υποχρεώσεων μη κατακερματισμού, ως όρο για την παραχώρηση άδειας χρήσης του Play Store και της εφαρμογής Google Search, απαγορεύοντας σε κατασκευαστές να πωλούν συσκευές που ενσωμάτωναν τροποποιημένες εκδόσεις του Android (Android forks) για τις οποίες δεν είχαν την έγκρισή της

¹⁹⁰ διακριτή και ανεξάρτητη από την επίσημη έρευνα της Επιτροπής βάσει των αντιμονοπωλιακών κανόνων της ΕΕ σχετικά με άλλες πτυχές της συμπεριφοράς της Google στον ΕΟΧ

¹⁹¹ Δελτίο Τύπου της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (04/2016)
https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_16_1492

¹⁹² Η Επίτροπος Margrethe Vestager, υπεύθυνη για την πολιτική ανταγωνισμού το 2016, δήλωσε: «Ένας ανταγωνιστικός τομέας κινητού διαδικτύου αποκτά ολοένα και μεγαλύτερη σημασία για τους καταναλωτές και τις επιχειρήσεις στην Ευρώπη. Με βάση την μέχρι στιγμής έρευνά μας, πιστεύουμε ότι η συμπεριφορά της Google στερεί από τους καταναλωτές μια ευρύτερη επιλογή εφαρμογών και υπηρεσιών για κινητά και εμποδίζει την καινοτομία από άλλους παράγοντες, κατά παράβαση των αντιμονοπωλιακών κανόνων της ΕΕ. Αυτοί οι κανόνες ισχύουν για όλες τις εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην Ευρώπη. Η Google έχει πλέον την ευκαιρία να απαντήσει στις ανησυχίες της Επιτροπής».

- τρίτον, την υπογραφή συμφωνητικών για ποσοστά επί των κερδών με κατασκευαστές και φορείς εκμετάλλευσης δικτύων κινητής τηλεφωνίας υπό τον όρο της προεγκατάστασης της εφαρμογής Google Search στις συσκευές που εμπορεύονταν¹⁹³

Η Επιτροπή, εν τέλει, έκρινε¹⁹⁴ ότι η εταιρεία χρησιμοποίησε το λειτουργικό σύστημα «Android» ως το μέσο για να εδραιώσει την κυριαρχία της μηχανής αναζήτησης Google εις βάρος των ανταγωνιστών της και την 18.11.2018 της επιβάλλει πρόστιμο 4,34 δις Ευρώ για τις ανωτέρω πρακτικές.

Η Google προσέφυγε κατά της ανωτέρω απόφασης, με το Γενικό Δικαστήριο, ωστόσο να επικυρώνει τις θέσεις της Επιτροπής για τις πρακτικές της εταιρείας.¹⁹⁵ Ειδικότερα, το Δικαστήριο επιβεβαίωσε ότι οι δύο πρώτες πρακτικές¹⁹⁶ έβλαπταν τον ανταγωνισμό και την καινοτομία, λαμβάνοντας υπόψιν ότι σύμφωνα με τις αναδυόμενες τάσεις η ποιότητα, η καινοτομία και η εμπειρία του χρήστη αποτελούν πλέον το επίκεντρο της ανταγωνιστικής διαδικασίας και ορόσημο για την οριοθέτηση των ψηφιακών αγορών με ακρίβεια, ωστόσο μείωσε ελαφρώς το ποσό του επιβληθέντος προστίμου.

Τον Νοέμβριο του 2022 οι Google και Alphabet άσκησαν αναίρεση κατά της απόφασης του Γενικού Δικαστηρίου.¹⁹⁷ Η Γενική Εισαγγελέας Juliane Kokott εξέδωσε το καλοκαίρι του 2025 την πρότασή της, με την οποία εισηγείται το Δικαστήριο να απορρίψει την ασηκηθείσα αναίρεση, υποστηρίζοντας ότι το Γενικό Δικαστήριο ορθώς έκρινε πως οι πρακτικές της Google ήταν ικανές να αποκλείσουν τον ανταγωνισμό. Πλέον αναμένεται

¹⁹³ Μικρουλέα Π. Αλεξάνδρα (2023)

¹⁹⁴ Περίληψη της απόφασης της Επιτροπής της 18/07/2018 σχετικά με διαδικασία βάσει του άρθρου 102 της ΣΛΕΕ και του άρθρου 54 της συμφωνίας για τον ΕΟΧ (Υπόθεση AT.40099—Google Android) [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019XC1128\(02\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019XC1128(02))

¹⁹⁵ Απόφαση του Γενικού Δικαστηρίου της 14/09/2022—Google και Alphabet κατά Επιτροπής (Υπόθεση T-604/18 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62018TA0604>

¹⁹⁶ πλην της τρίτης που αφορούσε τις συμφωνίες διαμοιρασμού εσόδων κρίνοντας ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε επαρκώς τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών στο συγκεκριμένο σημείο

¹⁹⁷ (Υπόθεση C-738/22 P): Αναίρεση που άσκησαν στις 30/11/2022 οι Google LLC, Alphabet, Inc. κατά της αποφάσεως που εξέδωσε το Γενικό Δικαστήριο (έκτο πενταμελές τμήμα) στις 14/09/2022 στην υπόθεση T-604/18, Google και Alphabet κατά Επιτροπής (2023-C 83/13) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62022CN0738>

η έκδοση της τελεσίδικης απόφασης με το δικαστήριο να βρίσκεται στο στάδιο της διάσκεψης.

5.5. Υποθέσεις AT.40462/AT.40703 (Amazon)

Η περίπτωση της Amazon αναδεικνύει τους κινδύνους που απορρέουν από τον διττό ρόλο μιας επιχείρησης ως διαμεσολαβητή-παρόχου υποδομής και ταυτόχρονα ως λιανοπωλητή εντός της ίδιας πλατφόρμας. Ειδικότερα, τον Νοέμβριο του 2020 η Επιτροπή απέστειλε έκθεση αιτιάσεων προς την εταιρεία Amazon, ενημερώνοντάς την σχετικά με την πιθανή παραβίαση της ευρωπαϊκής αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας στις διαδικτυακές αγορές λιανικής πώλησης λόγω της καταχρηστικής πρόσβασής της σε μη δημόσια δεδομένα ανεξάρτητων λιανοπωλητών που χρησιμοποιούσαν την πλατφόρμα, με συνέπεια την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στην αγορά των διαδικτυακών πωλήσεων λιανικής (Υπόθεση *Amazon-Marketplace data*/AT.40462).¹⁹⁸ Εν προκειμένω, η πρόσβαση σε μη δημόσια επιχειρηματικά δεδομένα τρίτων πωλητών, όπως ο όγκος παραγγελιών, ο κύκλος εργασιών, οι καταναλωτικές αξιώσεις, και η διαβίβασή τους στα αυτοματοποιημένα συστήματα των παραρτημάτων λιανικής επέτρεψε στην Amazon να εξαλείψει το στοιχείο της επιχειρηματικής αβεβαιότητας. Και αυτό διότι η εταιρεία, προσδιορίζοντας σε μεγάλο βαθμό την ίδια την επιχειρηματική στρατηγική της σε επίπεδο λιανικής και αξιοποιώντας την δεσπόζουσα θέση της στην αγορά παροχής υπηρεσιών λιανικής σε Γαλλία και Γερμανία, σκοπό είχε την ενίσχυση της θέσης της και στην παραπλήσια αγορά της άμεσης λιανικής πώλησης. Σύμφωνα με την Επιτροπή, πρόκειται για πρακτική «καθαυτή» αντι-ανταγωνιστική μέσω της οποίας η επιχείρηση μπορεί να παρακάμψει ή να αποφύγει τους συνήθεις κινδύνους του ανταγωνισμού στο λιανεμπόριο και, συνεπώς, "σκληροπυρηνική" παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ. Το νομικό παράδοξο της υπόθεσης είναι ότι επιχειρηματικές ενέργειες μπορεί να κριθούν σύμφωνες σε μία ολιγοπωλιακή αγορά όπου υπάρχουν συνθήκες διαφάνειας, αλλά παράνομη όταν διενεργείται από μια κυρίαρχη πλατφόρμα εις βάρος των χρηστών της. Την ίδια περίοδο, η Επιτροπή εκκίνησε και μία δεύτερη έρευνα σχετικά με πιθανολογούμενη κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης της Amazon σε Γαλλία, Γερμανία και Ισπανία αναφορικά με την πιθανή προνομιακή μεταχείριση των πωλητών της

¹⁹⁸ <https://competition-cases.ec.europa.eu/cases/AT.40462>

επιγραμμικής πλατφόρμας που χρησιμοποιούσαν την υπηρεσία «Εκτέλεση από την Amazon» (Fulfillment by Amazon-FBA) έναντι άλλων υπηρεσιών υλικοτεχνικής υποστήριξης από εξωτερικούς παρόχους (Merchant Fulfilment Network-MFN) (Υπόθεση *Amazon - Buy Box / AT.40703*).¹⁹⁹ Η έρευνα επικεντρώθηκε στα κριτήρια επιλογής των πωλητών που είχαν πρόσβαση στο σύστημα «Buy Box» (επιλογή «Προσθήκη στο Καλάθι») το οποίου τους παρείχε τη δυνατότητα πώλησης προϊόντων σε χρήστες του προγράμματος πίστης «Prime», συμμετοχή σε προσφορές και εκπτώσεις και αποφυγή αυστηρών ελέγχων απόδοσης. Η Amazon στο πλαίσιο των ανωτέρω υποθέσεων πρότεινε ένα σύνολο δεσμεύσεων, οι οποίες έγιναν αποδεχτές και νομικά δεσμευτικές από την Επιτροπή στις 20/12/2022.²⁰⁰

Αξιοσημείωτο είναι ότι η Επιτροπή εξαίρεσε από τα γεωγραφικά όρια έρευνάς της την Ιταλία, όπου η ιταλική Αρχή Ανταγωνισμού (AGCM) είχε ήδη εκκινήσει δική της έρευνα για την Amazon και συγκεκριμένα για το «BuyBox» και το πρόγραμμα Prime, ώστε να προχωρήσουν οι συγκεκριμένες αυτοτελείς διαδικασίες έρευνας. Μάλιστα, τον Οκτώβριο του 2021, το Γενικό Δικαστήριο της ΕΕ απέρριψε προσφυγή της Amazon που ζητούσε να συνδυαστούν οι έρευνες της Επιτροπής με της Ιταλικής Αρχής. Στις 9/12/2021, η ιταλική Αρχή εξέδωσε απόφαση με την οποία διαπίστωσε ότι η Amazon, εκμεταλλευόμενη την ισχύ της στην αγορά υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου απέκτησε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά υπηρεσιών logistics εφαρμόζοντας πρακτικές αυτοπροτίμησης.

¹⁹⁹ <https://competition-cases.ec.europa.eu/cases/AT.40703>

²⁰⁰ Μεταξύ των δεσμεύσεων σημειώνεται ότι η Amazon δεσμεύθηκε: 1. Βελτίωση της παρουσίας της δεύτερης ανταγωνιστικής προσφοράς Buy Box, 2. Αύξηση της διαφάνειας και της έγκαιρης ροής πληροφοριών προς τους πωλητές και τους μεταφορείς σχετικά με τις δεσμεύσεις και τα νεοαποκτηθέντα δικαιώματά τους, 3. Καθορισμό μέσων απευθείας επικοινωνίας ανεξάρτητων μεταφορέων με τους πελάτες τους στην Amazon, σύμφωνα με τους κανόνες προστασίας δεδομένων, 4. Βελτίωση της προστασίας των δεδομένων των μεταφορέων από τη χρήση τους από τις ανταγωνιστικές υπηρεσίες logistics της Amazon, 5. Αύξηση των εξουσιών του εντολοδόχου παρακολούθησης με την εισαγωγή περαιτέρω υποχρεώσεων κοινοποίησης, 6. Εισαγωγή κεντρικού μηχανισμού υποβολής καταγγελιών, ανοιχτού σε όλους τους πωλητές και τους μεταφορείς, 7. Επταετή διάρκεια των δεσμεύσεων που αφορούν την Prime και τη δεύτερη ανταγωνιστική προσφορά Buy Box, 8. Να μην χρησιμοποιεί μη δημόσια δεδομένα που σχετίζονται με ή προέρχονται από τις δραστηριότητες των ανεξάρτητων πωλητών στην αγορά του, για τις λιανικές του δραστηριότητες (είτε μέσω αυτοματοποιημένων εργαλείων είτε μέσω υπαλλήλων της), 9. Να μην χρησιμοποιεί τα εν λόγω δεδομένα για τους σκοπούς της πώλησης επώνυμων προϊόντων, καθώς και των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_7777

Αξιοσημείωτο, αναντίλεκτα, από νομικής σκοπιάς είναι ο χαρακτηρισμός της συμπεριφοράς της εταιρείας ως αυτοπροτιμησιακή παραπέμποντας στα πορίσματα της Επιτροπής στην υπόθεση Google Shopping. Η τακτική της Amazon κρίθηκε ότι ως παραβίαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ αφού ο περιορισμός της ελεύθερης επιλογής προκαλεί ζημία στους τρίτους ανταγωνιστές που παρείχαν υπηρεσίες logistics στον χώρο του ηλεκτρονικού εμπόριο ενώ απορρίφθηκε το επιχείρημα περί αντικειμενικής υπεροχής της υπηρεσίας logistics FBA ως προς τα ποιοτικά της χαρακτηριστικά. Επιπλέον, διαπιστώθηκε ότι εξαιτίας της συμπεριφοράς της η Amazon επέκτεινε την ισχύ της στην αγορά υπηρεσιών logistics, εμποδίζοντας την εμφάνιση πιο αποτελεσματικών παρόχων στις εν λόγω υπηρεσίες. Το αποτέλεσμα ήταν ο υπερδιπλασιασμός των μεριδίων της εταιρείας στην αγορά παράδοσης δεμάτων ηλεκτρονικού εμπορίου μέσα σε χρονικό διάστημα τριών ετών, γεγονός που καταδεικνύει τη ζημία των ανταγωνιστών της. Έτσι, η ιταλική Αρχή επέβαλε πρόστιμο 1,2 δισεκατομμυρίων ευρώ και διέταξε, παράλληλα, την Amazon να σταματήσει την αθέμιτη τακτική της και να εξασφαλίσει ίση μεταχείριση για όλους τους πωλητές.²⁰¹ Με απόφαση του Διοικητικού Δικαστηρίου του Λάτσιο εκδοθείσα τον Σεπτεμβρίου 2025, η προσφυγή που άσκησε η Amazon έγινε εν μέρει δεκτή, με συνέπεια τη μείωση του προστίμου στο ποσό των 752,4 εκατομμυρίων ευρώ.²⁰²

5.6. Υπόθεση C-604/22 (IAB Europe κατά Gegevensbeschermingsautoriteit)

Στην υπόθεση «IAB Europe κατά Gegevensbeschermingsautoriteit»²⁰³ κεντρικής σημασίας ήταν η ανάλυση των τεχνικών προτύπων ως μέσα ικανά να ασκήσουν έλεγχο και επιρροή στη σχετική αγορά της διαφήμισης μέσω δημοπρασίας σε πραγματικό χρόνο (Real-Time Bidding-RTB). Ειδικότερα, το ΔΕΕ ανέλυσε, μεταξύ άλλων, πώς ο καθορισμός των τεχνικών προδιαγραφών συγκατάθεσης καθορίζει σε σημαντικό βαθμό τα μέσα επεξεργασίας των προσωπικών δεδομένων των χρηστών και, κατ' επέκταση, τον έλεγχο ροής των δεδομένων στην διαφήμιση-ένα οικοσύστημα που σχετίζεται με μία από τις σπουδαιότερες τάσεις του ψηφιακού Marketing, κατά το οποίο δημοπρατούνται σε

²⁰¹ Υπόθεση: A528-FBA AMAZON <https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2021/12/A528>

²⁰² https://www.hwupgrade.it/news/web/amazon-il-tar-del-lazio-riduce-la-maxi-multa-antitrust-da-1-13-miliardi-di-euro_142869.html

²⁰³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62022CJ0604>

πραγματικό χρόνο διαφημιστικές τοποθεσίες επικεντρωμένες στο προφίλ των χρηστών.²⁰⁴ Πιο συγκεκριμένα, το δικαστήριο έκρινε ότι η κωδικοποιημένη συμβολοσειρά που αποθηκεύει τις προτιμήσεις συναίνεσης εκάστοτε χρήστη σχετικά με την επεξεργασία δεδομένων του (TC String), όταν συνδυάζεται με την προσωπική του διεύθυνση IP, επιτρέπει την ταυτοποίηση και τη δημιουργία προφίλ και, εν συνεχεία, τη στόχευση των διαφημιστικών μηνυμάτων με ακρίβεια, καταδεικνύοντας τη φύση των τεχνικών μεταδεδομένων, αφενός, ως προσωπικά δεδομένα και, αφετέρου, ως οικονομικά αγαθά και παράγοντες αγοραστικής ισχύος για την επιχείρηση που δραστηριοποιείται στη συγκεκριμένη αγορά. Έτσι, το Δικαστήριο έκρινε ότι ο οργανισμός IAB Europe θεωρείται υπεύθυνος επεξεργασίας από κοινού με τους διαφημιστές που λάμβαναν τα δεδομένα,²⁰⁵ στον βαθμό που καθορίζει τις τεχνικές προδιαγραφές και τους κανόνες του πλαισίου TC, φέροντας νομική ευθύνη για τυχόν παραβιάσεις του ΓΚΠΔ εντός αυτού του οικοσυστήματος.

5.7. Υπόθεση C-673/17 (Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände–Verbraucherzentrale Bundesverband eV κατά Planet49 GmbH)

Η υπόθεση Planet49 (C-673/17)²⁰⁶ αποτελεί σταθμό για την ερμηνεία της έννοια της συγκατάθεσης στον ψηφιακό κόσμο, καθώς το ΔΕΕ κλήθηκε να αποσαφηνίσει αν η παθητική συμπεριφορά του χρήστη αρκεί για τη νομιμοποίηση της επεξεργασίας των δεδομένων του. Ειδικότερα, η γερμανική ομοσπονδία οργανώσεων καταναλωτών προσέφυγε δικαστικά, υποστηρίζοντας ότι η προεπιλεγμένη συναίνεση σε πράξεις επεξεργασίας που η εταιρεία ζητούσε ήταν παράνομη. Με τη σειρά του το ΔΕΕ έκρινε ότι η συγκατάθεση μέσω προσυμπληρωμένων εικονιδίων-επιλογών (pre-ticked boxes), τα οποία ο χρήστης καλείται να αποεπιλέξει ώστε να αποφύγει την επεξεργασία των προσωπικών του δεδομένων, δεν είναι έγκυρη. Και αυτό διότι η παθητική συλλογή προσωπικών δεδομένων με την επιλογή εξόδου (opt-out) στηρίζεται σε μια επιχειρηματική πρακτική κατά την οποία προϋποτίθεται ότι ο χρήστης συμφωνεί εκ

²⁰⁴ <https://www.skroutz.gr/blog/posts/183-real-time-bidding-stocheymeni-epitychia-se-pragmatiko-chrono>

²⁰⁵ Κρίση που επιβεβαίωσε την απόφαση της βελγικής Αρχής Ανταγωνισμού (GBA) για την επιβολή προστίμου ύψους 250.000 ευρώ προς τον οργανισμό λόγω παράβασης του ΓΚΠΔ.

²⁰⁶ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62017CJ0673>

προεπιλογής αν δεν αντιταχθεί. Αν και σύνηθες για το συγκεντρωτικό μοντέλο που εφαρμόζουν οι μεγάλες πλατφόρμες, η πρακτική αυτή βασίζεται στη λογική ενός σκοτεινού μοτίβου (Dark Pattern) με σκοπό την χειραγώγηση των επιλογών του χρήστη, στηριζόμενο στη γνωστική αδράνεια, τη βιασύνη ή την απροσεξία του τελευταίου καθ' υπέρβαση των απαιτήσεων του ΓΚΠΔ. Έτσι, το δικαστήριο επισήμανε τη σημασία της συγκατάθεσης ως πράξη σαφούς θετικής ενέργειας και ελεύθερης βούλησης, η οποία δε νοείται ως ένα αποτέλεσμα αλγοριθμικής χειραγώγησης ή κυριαρχίας εις βάρος των δικαιωμάτων του χρήστη.²⁰⁷ Πρόκειται για απόφαση-σταθμό που επέβαλε το μοντέλο της προστασίας προσωπικών δεδομένων εξ ορισμού σε όλη την ευρωπαϊκή ψηφιακή αγορά.²⁰⁸

5.8. Η περίπτωση του TIK TOK

Στην περίπτωση του TikTok²⁰⁹ ένα πρώτο σημείο ενδιαφέροντος σχετίζεται με την Πολιτική Απορρήτου, κείμενο που θεωρήθηκε ως σχεδιασμένο να προκαλεί σύγχυση, με συστημικές ελλείψεις και ζητήματα νομιμότητας στις πρακτικές προστασίας και επεξεργασίας προσωπικών δεδομένων, προκειμένου η εταιρεία, ως ΥΕ, να εξασφαλίζει τη μέγιστη δυνατή συλλογή δεδομένων με την ελάχιστη δυνατή λογοδοσία. Τα ζητήματα που εντοπίστηκαν αφορούσαν, ενδεικτικά, το έλλειμμα σαφούς και πλήρους ενημέρωσης των χρηστών ως προς τους όρους χρήσης της εφαρμογής–ιδίως αναφορικά με το χρονικό διάστημα πραγματικής διατήρησης των δεδομένων τους, την ασαφή σύνδεση μεταξύ δεδομένων, νόμιμης βάσης και σκοπού επεξεργασίας-και την απουσία ισχυρών εγγυήσεων τόσο για την προστασία των ανηλίκων όσο και για την επεξεργασία ειδικών κατηγοριών δεδομένων, ζητήματα που έπλητταν την εγκυρότητα της συγκατάθεσης, δημιουργώντας κινδύνους αθέμιτης εμπορικής εκμετάλλευσης των συλλεχθέντων δεδομένων και παραβίασης της ιδιωτικότητας των χρηστών. Μάλιστα, ως κατάφωρη παραβίαση της αρχής της διαφάνειας θεωρήθηκε η συλλογή εκτεταμένων τεχνικών πληροφοριών και αναγνωριστικών συσκευών–ακόμα και από χρήστες που δεν τηρούσαν

²⁰⁷ αιτ.σκέψ. 52/54/62 απόφασης ΔΕΕ (υπόθεση C-673/17)

²⁰⁸ Στις 28/05/2020, το γερμανικό ομοσπονδιακό δικαστήριο, συμμορφούμενο με την καθοδήγηση του ΔΕΕ, εξέδωσε την τελική του απόφαση, κρίνοντας ότι η Planet49 δεν είχε λάβει έγκυρη συγκατάθεση και απαγορεύοντας την εν γένει χρήση προσυμπληρωμένων τετραγωνιδίων.

²⁰⁹ μια εφαρμογή κοινής χρήσης βίντεο σύντομης μορφής, που επικεντρώνεται σε μια ισχυρή μηχανή προτάσεων και εξατομίκευσης, ιδιαίτερα δημοφιλής σε νεαρής ηλικίας χρήστες

λογαριασμό στην εφαρμογή-χωρίς, αφενός, να αποσαφηνίζεται η σύνδεση των συγκεκριμένων δεδομένων με τη νόμιμη βάση επεξεργασίας τους και, αφετέρου, να παρέχονται εγγυήσεις ασφάλειας από τον σχεδιασμό και εξ ορισμού. Η εταιρία εμφανώς προσπάθησε να περιοριστεί μονομερώς στην εξυπηρέτηση του δικού της επιχειρηματικού σκοπού, αγνοώντας τη νομολογία του ΔΕΕ και τις κατευθυντήριες γραμμές του EDPB, κατά τα οποία το εμπορικό συμφέρον δεν μπορεί, από μόνο του, να υπερτερεί συστηματικά έναντι άλλων δικαιωμάτων και συμφερόντων, όπως το δικαίωμα προστασίας της ιδιωτικότητας. Έτσι, οι αλληπάλληλες μεταβολές της Πολιτικής της θεωρήθηκαν επιβεβλημένες προκειμένου να συμμορφωθεί με τις επιταγές του ΓΚΠΔ και τις πιέσεις των αρμόδιων ευρωπαϊκών αρχών.²¹⁰

Ένα δεύτερο σημείο ενδιαφέροντος είναι οι μεταφορές προσωπικών δεδομένων χρηστών της Ευρωπαϊκής Ένωσης μέσω απομακρυσμένης πρόσβασης από προσωπικό του ομίλου ByteDance προς την Κίνα.²¹¹ Σε απόφασή της η Ιρλανδική Επιτροπή Προστασίας Δεδομένων (DPC), κατόπιν σχετικής εκούσιας νομική έρευνα στα πλαίσια του άρθρου 60 του ΓΚΠΔ και υποβολής σχεδίου της απόφασης στις αρμόδιες Εποπτικές Αρχές, διαπίστωσε ότι η TikTok, αφενός, παραβίασε το Άρθρο 46§1 ΓΚΠΔ,²¹² αφού πραγματοποίησε τις μεταφορές χωρίς να επαληθεύσει, να εγγυηθεί και να αποδείξει ότι τα προσωπικά δεδομένα των χρηστών της ΕΕ προστατεύονταν σε επίπεδο ουσιαστικά

²¹⁰ Dr.J. Ausloos & Dr.V. Verdoodt (2021)

²¹¹ Έρευνα για την TikTok Technology Limited-Απρίλιος 2025 (IN-21-9-2)

²¹² καθώς το άρθρο 45§1 ΓΚΠΔ προβλέπει ότι η διαβίβαση προσωπικών δεδομένων σε τρίτη χώρα μπορεί να επιτραπεί με απόφαση της Επιτροπής που ορίζει ότι η χώρα αυτή εξασφαλίζει επαρκές επίπεδο προστασίας («Απόφαση Επάρκειας»). Η Κίνα δεν έχει αποτελέσει αντικείμενο τέτοιας Απόφασης Επάρκειας, ενώ κατόπιν σχετικής αξιολόγησης κρίθηκε ότι το νομικό πλαίσιο της Κίνας (ενδεικτικά σύμφωνα με τον Νόμο κατά της Τρομοκρατίας, τον Νόμο περί Αντικατασκοπείας, τον Νόμο για την Κυβερνοασφάλεια και τον Νόμο περί Εθνικής Πληροφοριών) αποκλείει τη διαπίστωση ουσιαστικής ισοδυναμίας με το ευρωπαϊκό δίκαιο. Η TikTok υποστήριξε ότι με την εφαρμογή συμπληρωματικών μέτρων, διασφάλισε την αποτελεσματικότητα των SCCs και παρείχε στα δεδομένα χρηστών του ΕΟΧ επίπεδο προστασίας ουσιαστικά ισοδύναμο, ωστόσο η Αρχή έκρινε ότι η εταιρία, λόγω της αποτυχίας της να αξιολογήσει επαρκώς το επίπεδο προστασίας που παρέχεται από το κινεζικό δίκαιο και τις κινεζικές πρακτικές στα προσωπικά δεδομένα των χρηστών του ΕΟΧ, δεν απέδειξε ότι τα συμπληρωματικά μέτρα και οι SCCs ήταν αποτελεσματικά

Data Protection Commission Reference: IN-18-08-3/TikTok Technology Limited («TikTok») <https://www.dataprotection.ie/sites/default/files/uploads/2025-10/Summary%20TikTok%20Technology%20Limited%2030%20April%202025.pdf>

ισοδύναμο με αυτό που διασφαλίζεται στην Ένωση²¹³ και, αφετέρου, παραβίασε το Άρθρο 13§1στ ΓΚΠΔ-από τις 29/07/2020 έως την 1/12/2022–καθώς δεν παρείχε στους χρήστες τις απαιτούμενες πληροφορίες για τις μεταφορές δεδομένων και, ιδίως, για την απομακρυσμένη πρόσβαση σε προσωπικά δεδομένα φυλασσόμενα στη Σιγκαπούρη και στις ΗΠΑ από προσωπικό που βρισκόταν στην Κίνα. Έτσι, η Αρχή διέταξε την αναστολή των μεταφορών των δεδομένων και την συμμόρφωση της επεξεργασίας με τον ΓΚΠΔ προκειμένου να σταματήσουν οι επεξεργασίες στην Κίνα ενώ επέβαλε, σύμφωνα με τα οριζόμενα στο άρθρο 83 ΓΚΠΔ, δύο διοικητικά πρόστιμα²¹⁴ ως τα πλέον αποτελεσματικά, αναλογικά και αποτρεπτικά.

²¹³ όπως απαιτείται και διευκρινίζεται στο σκεπτικό της απόφασης SchremsII του ΔΕΕ αναφορικά με τις διαβιβάσεις που βασίζονται σε Τυποποιημένες Συμβατικές Ρήτρες (SCCs)

²¹⁴ Για την παράβαση του Άρθρου 46§1 πρόστιμο 485 εκατομμυρίων ευρώ και για την παράβαση του Άρθρου 13§1στ, πρόστιμο 45 εκατομμυρίων ευρώ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ: ΤΟ ΔΙΚΑΙΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Η ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΣΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΤΕΧΝΗΤΗΣ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗΣ-ΟΙ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

Στα πλαίσια της Τέταρτης Βιομηχανικής Επανάστασης²¹⁵ η χρήση της Τεχνητής Νοημοσύνης (TN)²¹⁶ δημιουργεί μια νέα αλγοριθμική πραγματικότητα που επιδρά άμεσα στο δίκαιο του ανταγωνισμού. Ειδικά η γενετική TN (GenAI)²¹⁷ αποτελεί μια πολύτιμη ψηφιακή βοηθό, η ενσωμάτωση της οποίας, σε συστήματα άσκησης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, απαιτεί κατάλληλη εξωτερική υποστήριξη για την ανάπτυξη και εφαρμογή της. Ωστόσο, η χρήση της τεχνολογίας αυτής συνεπάγεται, ταυτόχρονα, τεράστια εταιρική ευθύνη αναφορικά με τον τρόπο χρήσης, τη συνεχή παρακολούθηση, την τεκμηρίωση και τη λήψη προληπτικών μέτρων.²¹⁸ Παρ' ότι η TN αντιμετωπίζεται, κατ' αρχήν, ως αντικειμενική και ουδέτερη αφού στηρίζεται σε μαθηματικές αλληλουχίες και επιστημονικές παραδοχές της λογικής, μια από τις σημαντικότερες προκλήσεις για τη δημοκρατία και τα ανθρώπινα δικαιώματα είναι η «αλγοκρατία»,²¹⁹ όπου αλγοριθμικά συστήματα χρησιμοποιούνται για τη συλλογή, οργάνωση και ανάλυση δεδομένων, με

²¹⁵ όπου ο άνθρωπος εξελίσσεται και μετατρέπεται σταδιακά από Homo sapiens σε Homo digitalis, δηλαδή σε «ψηφιακό» άνθρωπο, του οποίου οι δραστηριότητες πραγματοποιούνται σε μεγάλο βαθμό, σε ψηφιακά περιβάλλοντα, με χρήση ψηφιακών εργαλείων, τα οποία συλλέγουν και επεξεργάζονται σε ευρεία κλίμακα προσωπικά δεδομένα

²¹⁶ Άρθρο 3§1 Κανονισμού 2024/1689 (AI Act): «σύστημα TN»: μηχανικό σύστημα που έχει σχεδιαστεί για να λειτουργεί με διαφορετικά επίπεδα αυτονομίας και μπορεί να παρουσιάζει προσαρμοστικότητα μετά την εφαρμογή του και το οποίο, για ρητούς ή σιωπηρούς στόχους, συνάγει, από τα στοιχεία εισόδου που λαμβάνει, πώς να παράγει στοιχεία εξόδου, όπως προβλέψεις, περιεχόμενο, συστάσεις ή αποφάσεις που μπορούν να επηρεάσουν υλικά ή εικονικά περιβάλλοντα.

²¹⁷ Άρθρο 3§1 Κανονισμού 2024/1689 (AI Act): «μοντέλο TN γενικού σκοπού»: μοντέλο TN, μεταξύ άλλων όταν ένα τέτοιο μοντέλο TN έχει εκπαιδευτεί με μεγάλο όγκο δεδομένων χρησιμοποιώντας αυτοεποπτεία σε κλίμακα, το οποίο παρουσιάζει σημαντική γενικότητα και είναι ικανό να εκτελεί αποτελεσματικά ευρύ φάσμα διακριτών καθηκόντων, ανεξάρτητα από τον τρόπο με τον οποίο το μοντέλο διατίθεται στην αγορά και μπορεί να ενσωματωθεί σε διάφορα κατάντη συστήματα ή εφαρμογές· αυτό δεν καλύπτει μοντέλα TN που χρησιμοποιούνται πριν από τη διάθεσή τους στην αγορά για δραστηριότητες έρευνας, ανάπτυξης και κατασκευής πρωτοτύπων.

²¹⁸ Francisco Arga e Lima (2025)

²¹⁹ Danaher John (2016) "The Threat of Algocracy: Reality, Resistance and Accommodation" University College, Galway

σκοπό τη λήψη αποφάσεων που επηρεάζουν σημαντικά τη ζωή των ελεγχόμενων Υποκειμένων περιορίζοντας την αυτοδιαχείριση των προτιμήσεών τους.²²⁰

6.1. Τα οφέλη του αλγοριθμικού συστήματος για καταναλωτές και επιχειρήσεις

Η ραγδαία ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου με την εισαγωγή των αυτοματοποιημένων αλγοριθμικών συστημάτων χαρακτηρίζεται από πληθώρα διαθέσιμων επιλογών, πληροφοριών και νέων δυνατοτήτων.²²¹ Η ανάπτυξη και λειτουργία των συστημάτων αυτών συνεπάγονται οικονομικές αποτελεσματικότητες τόσο για καταναλωτές όσο και για επιχειρήσεις. Αναλυτικότερα, οι αλγόριθμοι εξασφαλίζουν στους καταναλωτές τη δυνατότητα σύγκρισης τεράστιων όγκων πληροφορίας μέσα από ποσοτικές και ποιοτικές παραμέτρους, εκμηδενίζοντας τις ασυμμετρίες πληροφόρησης και το κόστος αναζήτησης για τη διαμόρφωση βέλτιστων αποφάσεων. Επιπλέον, η πρόσθετη πίεση που ο αλγοριθμικός καταναλωτής²²² ασκεί στις επιχειρήσεις για συνεχή καινοτομία και αυτοβελτίωση συνεπάγεται έμμεση ωφέλεια σε επίπεδο ποιότητας και τιμής. Ως επακόλουθο, ο θεσμός του ανταγωνισμού ενισχύεται, αφού χάρις στην αλγοριθμική κατανομή και τη συνεχή ροή δεδομένων επιτυγχάνεται η καλύτερη κατανομή των διαθέσιμων οικονομικών πόρων και οικονομικά οφέλη, όπως η αναβάθμιση της επιχειρηματικής στρατηγικής, η μείωση του κόστους παραγωγής και των συναλλαγών, η πλήρης εποπτεία της καταναλωτικής ζήτησης και των συνθηκών της αγοράς. Επιπρόσθετα, χρονοβόρες επαναλαμβανόμενες διαδικασίες αυτοματοποιούνται και η αλληλεπίδραση με τους πελάτες μέσω προσωποποιημένων προτάσεων ενισχύεται, με τον ρόλο του έμπειρου πωλητή να παραμένει αναντικατάστατος για την καθοδήγηση πολύπλοκων αγοραστικών αναγκών και διαδικασιών.²²³ Συνεπώς, η ανάδειξη των οικονομικών αποτελεσματικότητων της αλγοριθμικής εφαρμογής κρίνεται, πλέον,

²²⁰ Mölders Marc (2021)

https://www.researchgate.net/publication/351110060_The_Control_Society_revisited

²²¹ Μικρουλέα Π. Αλεξάνδρα (2023)

²²² πλέον σε μερίδα της θεωρίας έχει εισαχθεί ο όρος του «αλγοριθμικού καταναλωτή», θέλοντας να περιγράψει την αλγοριθμική λειτουργία ως το καταναλωτικό αντιστάθμισμα απέναντι στις περίτεχνες πολιτικές marketing και εξατομικευμένης διαφήμισης του διαδικτυακού εμπορίου με συνέπεια ο καταναλωτής, από παθητικός δέκτης διαφημίσεων να καθίσταται ισχυρός και ορθολογικός παράγοντας της αγοράς

²²³ Prabhakant Sinha/Arun Shastri/Saly E. Lorimer (2024)

αποφασιστικής σημασίας και για την αξιολόγηση των παραβάσεων του δικαίου του ανταγωνισμού, δημιουργώντας νέες προκλήσεις υπό το πρίσμα του άρθρου 102 ΣΛΕΕ.²²⁴

6.2. Ο επαναπροσδιορισμός του κανονιστικού πλαισίου

Στην εποχή της τεχνολογικής διακινδύνευσης, η *ex post* εφαρμογή του δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού και ειδικότερα, υπό το πρίσμα της παρούσας, του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, ενδέχεται να μην είναι αποτελεσματική και επαρκώς αποτρεπτική, γεγονός που καταδεικνύεται διαρκώς από τις νομολογιακές εξελίξεις. Όταν εξετάζονται σχέσεις οικονομικής εξάρτησης σε ένα ψηφιακό οικοσύστημα δομικής σημασίας για τον ανταγωνισμό αρκεί η ύπαρξη σχετικής ισχύος στην αγορά, από την οποία πηγάζει η καταχρηστική εκμετάλλευση της δεσπόζουσας επιχείρησης και η συνακόλουθη απαγόρευσή της.²²⁵ Επιπλέον, με δεδομένο ότι το ενδιαφέρον επικεντρώνεται, μεταξύ άλλων, στον τρόπο λήψης των αλγοριθμικών αποφάσεων και τη διαφάνεια που τις χαρακτηρίζει, αναδείχθηκε η ανάγκη για νέα θεσμικά εργαλεία που θα ανταποκρίνονται στις συχνά απρόβλεπτες αλγοριθμικές διακρίσεις.²²⁶ Η κατεύθυνση της ΕΕ για την εφαρμογή κανόνων προληπτικής (*ex ante*) ρύθμισης, την θέση σε ισχύ κωδίκων συμπεριφοράς, τον καθορισμό δικαιωμάτων ιδιοκτησίας για τα δεδομένα και τη φορητότητά τους, την ενίσχυση της αντισταθμιστικής ισχύς των καταναλωτών μέσω μιας κοινωνικά βιώσιμης ανάπτυξης κατευθύνει κατά τρόπο ανάλογο την Επιτροπή. Η τελευταία οφείλει να λαμβάνει υπόψη ιδίως το επιχειρηματικό μοντέλο του οικοσυστήματος, τους κανόνες που διέπουν τις σχέσεις των εμπλεκόμενων μερών και τους επαρκώς αιτιολογημένους αντικειμενικούς δικαιολογητικούς λόγους που προβάλλονται και αφορούν τις πρακτικές της υπό εξέταση επιχείρησης.²²⁷

²²⁴ Βλπ. Υπόθεση Conseil de la concurrence (Luxembourg), Décision n° 2016-FO-01 du 8 juin 2016 relative à des accords horizontaux de fixation de prix dans le secteur des services de taxi (συμφωνία καθορισμού τιμών/price fixing στα πλαίσια αλγοριθμικής τιμολόγησης)

²²⁵ Οι αγορές για συγκεκριμένα προϊόντα ή υπηρεσίες θα πρέπει να συνεχίσουν να αναλύονται χωριστά, παράλληλα με τον ανταγωνισμό σε πιθανές αγορές ψηφιακών οικοσυστημάτων.

²²⁶ Zarsky Z. Tal (2017) https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3022646

²²⁷ Ιωάννης Λιανός (Πρόεδρος Επιτροπής Ανταγωνισμού)

6.2.1. Η Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές (DMA):²²⁸

Οι ρυθμίσεις της καθιερώνουν ένα αυστηρό κανονιστικό πλαίσιο κανόνων περιορισμού των αντι-ανταγωνιστικών πρακτικών μεγάλων τεχνολογικών κολοσσών²²⁹ που διαθέτουν επιρροή σε πολλαπλές αγορές²³⁰. Η νομοθεσία αυτή αποτυπώνει μια νέα προσέγγιση στη ρύθμιση των ψηφιακών αγορών, συνδυάζοντας στοιχεία παραδοσιακής ρυθμιστικής παρέμβασης και προληπτικής προσέγγισης.²³¹ Ειδικότερα, αποσκοπεί στη διασφάλιση του δίκαιου ανταγωνισμού, περιορίζοντας εκ των προτέρων τις δραστηριότητες των πυλωρών (gatekeepers) που ενδέχεται να εμποδίζουν την είσοδο νέων επιχειρήσεων στην αγορά, κυρίως λόγω φαινομένων δικτύου και καταχρηστικής χρήσης δεδομένων. Ορίζει συγκεκριμένα ποσοτικά και ποιοτικά κριτήρια προκειμένου μια ψηφιακή πλατφόρμα να προσδιοριστεί ως «πυλωρός» (gatekeeper),²³² χαρακτηρισμός που συνεπάγεται την υποχρέωση τήρησης συγκεκριμένων υποχρεώσεων. Ειδικότερα, οι πυλωροί απαγορεύεται να:

- επιδεικνύουν πρακτικές αυτοπροτίμησης (self-preferencing)
- προβαίνουν στον αποκλεισμό των ανταγωνιστών τους από την προσφορά προϊόντων ή υπηρεσιών μέσω της πλατφόρμας
- περιορίζουν τη διαλειτουργικότητα των εφαρμογών τους

²²⁸ Κανονισμός (ΕΕ) 2022/1925

²²⁹ όπως είναι οι εταιρείες MAMAA>Meta (πρώην Facebook), Apple, Microsoft, Amazon και Alphabet

²³⁰ Vestager Margrethe (2020)-Executive Vice President: “Building Trust in Technology” https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/en/speech_20_3031/SPEECH_20_3031_EN.pdf

²³¹ Αιτ.Σκεψ. 5 Κανονισμού: «Αν και τα άρθρα 101 και 102 της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ) εφαρμόζονται στη συμπεριφορά των πυλωρών, το πεδίο εφαρμογής των εν λόγω διατάξεων περιορίζεται σε συγκεκριμένες περιπτώσεις ισχύος στην αγορά, παραδείγματος χάρη δεσπόζουσα θέση σε συγκεκριμένες αγορές, και αντιανταγωνιστικής συμπεριφοράς, η δε επιβολή πραγματοποιείται εκ των υστέρων και απαιτεί εκτεταμένη διερεύνηση συχνά ιδιαίτερα πολύπλοκων πραγματικών στοιχείων, κατά περίπτωση. Επιπλέον, το ισχύον δίκαιο της Ένωσης δεν αντιμετωπίζει, ή δεν αντιμετωπίζει αποτελεσματικά, τις προκλήσεις που θέτει για την αποτελεσματική λειτουργία της εσωτερικής αγοράς η συμπεριφορά των πυλωρών που δεν κατέχουν απαραίτητα δεσπόζουσα θέση από άποψη δικαίου του ανταγωνισμού.»

²³² Πρόκειται για μεγάλες διαδικτυακές πλατφόρμες, που ως διαμεσολαβητές συνδέουν διαφορετικές ομάδες χρηστών, δηλαδή καταναλωτές και επιχειρήσεις

- αντλούν δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα από μία υπηρεσία τους, να τα συνδυάζουν, και να τα επεξεργάζονται προς όφελος μίας άλλης υπηρεσίας τους
- μειώνουν ποιοτικά τις μη προσωποποιημένες υπηρεσίες έναντι των προσωποποιημένων χωρίς αιτιολογία, διασφαλίζοντας ότι τα αντίστοιχα τέλη είναι δίκαια και ανάλογα με την αξία της υπηρεσίας.

Επιπλέον, προβλέπει ρητά ότι οι χρήστες δεν πρέπει να παρεμποδίζονται στη χρήση υπηρεσιών εκτός πλατφόρμας ή στη δυνατότητα αφαίρεσης προεγκατεστημένων εφαρμογών ή λογισμικού, εφόσον το επιθυμούν, ενώ πρέπει να έχουν τη δυνατότητα πρόσβασης σε εναλλακτικούς παρόχους υπηρεσιών χωρίς περιορισμούς ή αδικαιολόγητες επιβαρύνσεις. Παράλληλα, θέτει φραγμούς στη στοχευμένη διαφήμιση και εξασφαλίζει το δικαίωμα πρόσβασης των επιχειρήσεων-χρηστών της πλατφόρμας σε δεδομένα που οι ίδιοι παράγουν, με στόχο την προώθηση της διαφάνειας και τη μείωση των ασυμμετριών πληροφόρησης. Μάλιστα, δεν επιβάλλονται απλώς κανόνες, αλλά συγχρόνως καθιερώνονται διαδικασίες παρακολούθησης και αξιολόγησης της απαιτούμενης συμμόρφωσης. Με την απειλή προστίμων,²³³ στόχος της ΕΕ σε συνεργασία με αρχές, όπως η Competition and Markets Authority (CMA) του Ηνωμένου Βασιλείου, είναι η αποδόμηση των ψηφιακών μονοπωλίων και η αποκατάσταση του δίκαιου ανταγωνισμού στην αγορά δεδομένων. Καταληκτικά, καθιερώνεται ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο κανόνων με σημαντικό αντίκτυπο στο δίκαιο του ανταγωνισμού που στόχο έχει τη διασφάλιση της δίκαιης λειτουργίας των ψηφιακών αγορών αλλά και την προστασία των καταναλωτών και της καινοτομίας.²³⁴

²³³ τα οποία αγγίζουν το 10% έως και 20% σε περίπτωση επανειλημμένης παράβασης του συνολικού κύκλου εργασιών της εταιρείας συνοδεύει διαρθρωτικών μέτρων σε περιπτώσεις συστηματικής μη συμμόρφωσης

²³⁴ Harakka Timo (2023) <https://timoharakka.fi/wp-content/uploads/2023/06/Timo-Harakka-Data-capitalism-in-the-world-of-crises.pdf>

6.2.2. Η Πράξη για τις Ψηφιακές Υπηρεσίες (DSA):²³⁵

Ρυθμίζει τις υποχρεώσεις που φέρουν οι επιγραμμικές (online) πλατφόρμες, οι μηχανές αναζήτησης²³⁶ και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης υπό την ιδιότητά τους ως ενδιάμεσοι φορείς πρόσβασης σε διαδικτυακό περιεχόμενο.²³⁷ Εναρμονίζει τους κανόνες για τις ενδιάμεσες αυτές υπηρεσίες στην εσωτερική αγορά, με τις ουσιαστικές απαιτήσεις να περιλαμβάνονται σε ειδικότερους, είτε ευρωπαϊκούς είτε εθνικούς, νόμους. Στόχος είναι²³⁸:

- η διασφάλιση ενός ασφαλούς, προβλέψιμου και αξιόπιστου επιγραμμικού (online) περιβάλλοντος προς αντιμετώπιση φαινομένων διάδοσης παράνομου διαδικτυακού περιεχομένου ή παράνομων προϊόντων
- η αποτροπή των κοινωνικών κινδύνων από τη διάδοση της ρητορικής μίσους και της παραπληροφόρησης
- η αποτελεσματική προστασία για τα θεμελιώδη δικαιώματα καταναλωτών και επιχειρήσεων
- η ενθάρρυνση της καινοτομίας, της ανάπτυξης και της ανταγωνιστικότητας στην εσωτερική αγορά

Μάλιστα, εγκαθιδρύεται ένας πολυεπίπεδος μηχανισμός προστασίας. Πιο συγκεκριμένα, οι πολύ μεγάλες πλατφόρμες και μηχανές αναζήτησης οφείλουν να αξιολογούν και να μετριάζουν τους κινδύνους, διενεργώντας ανεξάρτητους ελέγχους διαχείρισης κινδύνων, αντιδρώντας άμεσα και αποτελεσματικά σε περιπτώσεις κρίσεων στον τομέα της δημόσιας ασφάλειας ή της δημόσιας υγείας και τηρώντας αυστηρά όρια σχετικά με τη χρήση ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων, ιδίως, των ανηλίκων. Παράλληλα, οι χρήστες δικαιούνται να προσφύγουν κατά των αποφάσεων για τον

²³⁵ Κανονισμός (ΕΕ) 2022/2065

²³⁶ Με ειδικούς κανόνες για τις πολύ Μεγάλες Διαδικτυακές Πλατφόρμες (VLOPs) και τις πολύ Μεγάλες Διαδικτυακές Μηχανές Αναζήτησης (VLOSEs), οι οποίες διαθέτουν ποσοστό χρηστών άνω του 10% από τα 450 εκατομμύρια καταναλωτές στην ΕΕ.

²³⁷ Prof. Dr. Hacker/Philipp (2024)

²³⁸ <https://www.lawspot.gr/nomika-nea/praxi-gia-tis-psifiakes-ypiresies-digital-services-act-dimosieythike-o-nomos-5099-2024/>

έλεγχου του περιεχομένου, δύνανται να παρέχουν πρόσβαση προς αρχές και ερευνητές σε βασικά δεδομένα που παράγονται από τις πολύ μεγάλες πλατφόρμες για την εκτίμηση των επιγρομμικών κινδύνων και εξουσιοδοτούνται να διασφαλίζουν τη διαφάνεια, ιδίως της αλγοριθμική, σχετικά με τη σύσταση περιεχομένου ή προϊόντων. Η αποτελεσματικότητα των εν λόγω ρυθμίσεων θωρακίζεται από ένα ενισχυμένο σύστημα εποπτείας, όπου οι εθνικοί Συντονιστές Ψηφιακών Υπηρεσιών συνεργάζονται με το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Ψηφιακών Υπηρεσιών, ενώ η Επιτροπή έχει πρόσθετες εξουσίες εποπτείας όσον αφορά τις πολύ μεγάλες πλατφόρμες και μηχανές αναζήτησης.²³⁹

6.2.3. Η Πράξη για την Τεχνητή Νοημοσύνη (AI Act):²⁴⁰

Ακολουθεί μια προσέγγιση με βάση τον κίνδυνο, εστιάζοντας στη ρύθμιση συγκεκριμένων κατηγοριών κινδύνων που απορρέουν από την ανάπτυξη της ΤΝ και των ευρέως εφαρμόσιμων μοντέλων της (GenAI).²⁴¹ Μάλιστα, ευθυγραμμίζεται με τη λογική της νομοθεσίας περί ασφάλειας προϊόντων για την προστασία της αγοράς και των πολιτών από ενδεχομένως επικίνδυνα ή χαμηλής ποιότητας προϊόντα. Κύριο ζητούμενο είναι η προώθηση της ανάπτυξης, της χρήσης και της υιοθέτησης μιας ανθρωποκεντρικής ΤΝ η οποία θα ενισχύσει την καινοτομία εντός της εσωτερικής ευρωπαϊκής αγοράς. Από την άλλη, στο επίκεντρο τίθεται η δημιουργία και υιοθέτηση συστημάτων συμμόρφωσης, τα οποία, μέσα από ex ante αναλύσεις, εκτιμήσεις επιπτώσεων ως προς όλα τα θεμελιώδη δικαιώματα (Fundamental Rights Impact Assessment-FRIA)²⁴², κώδικες πρακτικής και κατάλληλα μέτρα, θα συμβάλλουν στην εναρμονισμένη εφαρμογή του Κανονισμού, στην αποτελεσματική συνεργασία μεταξύ

²³⁹ <https://eur-lex.europa.eu/EL/legal-content/summary/digital-services-act.html>

²⁴⁰ Κανονισμός (ΕΕ) 2024/1689

²⁴¹ Αιτ.σκέψ. 1: «Σκοπός του παρόντος κανονισμού είναι...να προαχθεί η υιοθέτηση ανθρωποκεντρικής και αξιόπιστης τεχνητής νοημοσύνης (ΤΝ), με παράλληλη εξασφάλιση υψηλού επιπέδου προστασίας της υγείας, της ασφάλειας και των θεμελιωδών δικαιωμάτων, όπως κατοχυρώνονται στον Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης («Χάρτης»), συμπεριλαμβανομένης της δημοκρατίας, του κράτους δικαίου και της προστασίας του περιβάλλοντος, να παρασχεθεί προστασία από τις επιβλαβείς επιπτώσεις των συστημάτων ΤΝ στην Ένωση και να στηριχθεί η καινοτομία.»

²⁴² Αν ο φορέας ανάπτυξης του συστήματος ΤΝ έχει ήδη υποχρέωση να διενεργήσει DPIA βάσει του ΓΚΠΔ, ο AI Act ορίζει ότι η FRIA μπορεί να διενεργηθεί σε συνδυασμό με αυτήν ώστε να πληρούνται οι απαιτήσεις και των δύο κανονισμών (Άρθρο 27§4 AI Act)

ρυθμιστικών αρχών-επιχειρήσεων και, κατ' επέκταση στην ελαχιστοποίηση των αλγοριθμικών κινδύνων για το ευρύ κοινό.

6.2.4. Ο Κανονισμός για τα δεδομένα:²⁴³

Η ελεύθερη διάθεση των ανοιχτών δεδομένων χωρίς περιορισμούς από φορείς του δημόσιου τομέα, ιδιωτικές εταιρείες και ιδιώτες δημιουργεί οφέλη σε κοινωνικό αλλά και οικονομικό επίπεδο. Η υποστήριξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων -το θεμέλιο των ευρωπαϊκών οικονομιών- από την ανοιχτή ανταλλαγή δεδομένων σημαίνει νέες ευκαιρίες ανάπτυξης, κατανόησης του ανταγωνισμού και βελτίωσης των σχέσεων συνεργασίας.²⁴⁴ Ο Κανονισμός για τη δίκαιη πρόσβαση σε δεδομένα και τη δίκαιη χρήση τους σε πλήρη εναρμόνιση με τον ΓΚΠΔ και συμπληρωματικά με την Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές στοχεύει στην αποκατάσταση του ελεύθερου ανταγωνισμού και στην ενίσχυση της ανθρώπινης αυτονομίας στην ψηφιακή οικονομία, όπου η αξία των δεδομένων είναι ιδιαίτερα αυξημένη. Ειδικότερα, έμφαση δίνεται στην προστασία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων από καταχρηστικούς συμβατικούς όρους, στη διασφάλιση δίκαιων, εύλογων, αμερόληπτων και διαφανών όρων κοινοχρησίας δεδομένων και στην υποχρεωτική παροχή δεδομένων προς το δημόσιο σε περιπτώσεις εξαιρετικής ανάγκης.²⁴⁵ Τέλος, προβλέπεται ότι τρίτοι ή οι κάτοχοι δεδομένων δεν θα πρέπει να βασίζονται στα λεγόμενα «παραπλανητικά μοτίβα» (dark patterns) κατά τον σχεδιασμό των ψηφιακών διεπαφών τους προς διαφύλαξη των δικαιωμάτων των χρηστών.

²⁴³ Κανονισμός (ΕΕ) 2023/2854

²⁴⁴ Επίσημος ιστότοπος ΕΕ/Δημοσιεύσεις (2023) «Κοινή χρήση δεδομένων και δίκαιο ανταγωνισμού» <https://data.europa.eu/en/publications/datastories/data-sharing-and-competition-law>

²⁴⁵ Σύμφωνα με τον Thierry Breto, Επίτροπο Εσωτερική Αγοράς, (2023) «ο νόμος περί δεδομένων θα διασφαλίσει ότι τα βιομηχανικά δεδομένα κοινοποιούνται, αποθηκεύονται και υποβάλλονται σε επεξεργασία με πλήρη σεβασμό των ευρωπαϊκών κανόνων. Θα αποτελέσει τον ακρογωνιαίο λίθο μιας ισχυρής, καινοτόμου και κυρίαρχης ευρωπαϊκής ψηφιακής οικονομίας»

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ: ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Οι ακμάζουσες τεχνολογικές και εμπορικές εξελίξεις έχουν καταστήσει την εφαρμογή της αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας και την προάσπιση της ιδιωτικότητας πολύπλοκα ζητήματα της σύγχρονης εποχής. Αφενός, τα προσωπικά δεδομένα φαίνεται πως έχουν ήδη μετατραπεί από ένα απλό στοιχείο ταυτοποίησης σ' ένα εξαιρετικά πολύτιμο περιουσιακό στοιχείο και σημείο αναφοράς της εμπορικής επιτυχίας. Ως επακόλουθο, οι πράξεις επεξεργασίας τους ενισχύουν μια ταχέως εξελισσόμενη βιομηχανία που στόχο έχει τον εντοπισμό προτύπων συμπεριφοράς προς εξυπηρέτηση εμπορικών, διαφημιστικών, ακόμη και πολιτικών σκοπών αλλά ταυτόχρονα ελλοχεύουν μια κρίσιμη απειλή: οι επαπειλούμενες συστημικές εμπορικές καταχρήσεις στον τρόπο διαχείρισης των προσωπικών δεδομένων συνεπάγονται τόσο τη ζημία των ανταγωνιστών όσο και την χειραγώγηση των καταναλωτικών επιλογών. Αφετέρου, οι προκλήσεις που ανακύπτουν για την αντιμονοπωλιακή νομοθεσία είναι πολυεπίπεδες και συνδέονται άρρηκτα με πρακτικές συγκέντρωσης και επεξεργασίας μεγάλου όγκου δεδομένων, οι οποίες τροφοδοτούν τα ισχυρά αποτελέσματα δικτύου αλλά και τις οικονομίες κλίμακας και φάσματος που παρατηρούνται εντός της σύγχρονης αγοράς. Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των ψηφιακών οικοσυστημάτων, ως σύνθετα περιβάλλοντα όπου τα δεδομένα αναγνωρίζονται ως μια κρίσιμη παραγωγική εισροή, επιτρέπουν στους κραταιούς επιχειρηματικούς παίκτες να δημιουργούν στεγανοποιημένες αγορές, παρεμποδίζοντας, είτε άμεσα είτε έμμεσα, υπάρχοντες αλλά και δυνητικούς ανταγωνιστές να έχουν πρόσβαση σε ουσιώδη δεδομένα, ενώ παράλληλα έχουν την ευχέρεια να εγκλωβίσουν τους χρήστες περιορίζοντας τις διαθέσιμες επιλογές τους. Έτσι, η πολιτική ανταγωνισμού οφείλει να παραμένει σε εγρήγορση όταν οι τελεσθείσες παραβιάσεις, οι οποίες σχετίζονται με τις υποχρεώσεις νόμιμης διαχείρισης των δεδομένων, χρησιμοποιούνται ως το μέσο για τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών.²⁴⁶

Η σύνδεση του ΓΚΠΔ με το δίκαιο του ανταγωνισμού καθιστά το δικαίωμα των χρηστών στη φορητότητα των προσωπικών τους δεδομένων τον κεντρικό πυλώνα για ένα υγιές ανταγωνιστικό περιβάλλον οικονομικής ανάπτυξης και καινοτομίας στην ενιαία

²⁴⁶

Ομιλία Joaquín Almunia (Χοακίν Αλμούνια)
https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/speech_12_860

12/860

ψηφιακή αγορά. Αποτελεί σημαντικό αντίβαρο σε φαινόμενα εγκλωβισμού εντός μιας συγκεκριμένης υπηρεσίας, υπερβαίνοντας τα στενά όρια της προστασίας της ιδιωτικότητας, καθότι αποκτά μια ισχυρή διάσταση σε θέματα πολιτικής ανταγωνισμού. Μέσω της σύγκλισης των δύο δικαιοτικών πεδίων, αφενός, επαναοριοθετείται ο θεσμός του ανταγωνισμού και παρέχεται η ουσιαστική δυνατότητα στον χρήστη ώστε να επιλέξει την υπηρεσία που σέβεται πραγματικά την ιδιωτικότητά του.²⁴⁷ Για τους ανωτέρω λόγους, ως βασικό μέσο άμυνας έναντι κάθε παραβίασης των αρχών προστασίας που αφορούν τα προσωπικά δεδομένα πρέπει να καθίσταται η αποτελεσματική πολιτική προστασίας των καταναλωτών.

Σύμφωνα, λοιπόν, με τα ανωτέρω η κατάχρηση προσωπικών δεδομένων και η δημιουργία εμποδίων εισόδου, ιδίως για αγορές όπως τα κοινωνικά δίκτυα και οι υπηρεσίες νέφους όπου η σώρευση δεδομένων έχει μεγάλη αξία, ενδέχεται να συνεπάγεται την εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ.²⁴⁸ Μάλιστα, στο πλαίσιο της σύγχρονης νομικής θεωρίας, έχουν διαμορφωθεί καινοτόμες «θεωρίες βλάβης», οι οποίες επιχειρούν να γεφυρώσουν το χάσμα μεταξύ ιδιωτικότητας και ανταγωνισμού, εισάγοντας την παράμετρο της ποιότητας ως κεντρικό άξονα αξιολόγησης μιας παράνομης εμπορικής πρακτικής. Και αυτό διότι η πρακτική συλλογής προσωπικών δεδομένων με δυνητικά αρνητικά αποτελέσματα στην ιδιωτική ζωή των φυσικών προσώπων-καταναλωτών εντάσσεται σε μια μη τιμολογιακή παράμετρο σχετική με την ποιότητα των παρεχόμενων προϊόντων/υπηρεσιών. Η προσέγγιση αυτή ενδυναμώνει τη δυνατότητα των αρχών να συνυπολογίζουν τα προσωπικά δεδομένα ως καθοριστικό παράγοντα για την εξακρίβωση μιας καταχρηστικής ή παρεμποδιστικής εκμετάλλευσης της δεσπόζουσας θέσης εντός της εσωτερικής αγοράς. Συνεπώς, όπως καταδείχθηκε μέσω της παρούσας μελέτης, ιδίως από την ανάλυση των πρόσφατων ερευνών και αποφάσεων των αρμόδιων Αρχών αλλά και από τη νομολογία του ΔΕΕ, η συστηματική μη συμμόρφωση με το δίκαιο προστασίας προσωπικών δεδομένων δεν αποτελεί απλώς μια τυπική παράβαση της ιδιωτικότητας. Παράλληλα, οι πρόσφατες νομοθετικές πρωτοβουλίες χαράζουν μια νέα κατεύθυνση: η παραβίαση κανόνων δικαίου που βρίσκονται εκτός του στενού πυρήνα του

²⁴⁷ Maurice E. Stucke/Allen P. Grunes (2016)

²⁴⁸ Graef Inge/Verschaleken Jeroen/Valcke Peggy (2013)
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2416537

δικαίου του ανταγωνισμού πρέπει να λαμβάνεται σοβαρά υπόψη κατά τον έλεγχο της εκάστοτε επιχειρηματικής συμπεριφοράς ή πρακτικής.

Οι επιχειρήσεις καλούνται να προσαρμοστούν σε ένα περιβάλλον αυξημένης κινητικότητας δεδομένων. Η διαχείριση της εκθετικά αυξανόμενης αξίας των δεδομένων απαιτεί μια ολοκληρωμένη ρυθμιστική προσέγγιση που θα σταθμίζει τα οφέλη των καινοτόμων υπηρεσιών έναντι των κινδύνων για τα ατομικά δικαιώματα. Ενόψει της πολυπλοκότητας που χαρακτηρίζει τις ψηφιακές αγορές το δίκαιο ανταγωνισμού, χωρίς να μετατρέπεται σε δίκαιο για την προστασία της ιδιωτικότητας, οφείλει να λαμβάνει υπόψη παραμέτρους που επιδρούν ταυτόχρονα και στο δίκαιο προστασίας των προσωπικών δεδομένων. Παρά τις τεχνικές και νομικές δυσχέρειες, καθίσταται επιτακτική η υιοθέτηση ρυθμιστικών λύσεων που θα προωθούν τον διαμοιρασμό των δεδομένων και τη διαλειτουργικότητα, διασφαλίζοντας ταυτόχρονα το απαραβίαστο των θεμελιωδών δικαιωμάτων των Υποκειμένων. Συγχρόνως, καθίσταται αναγκαία η καλόπιστη και στενή συνεργασία μεταξύ των Αρχών Ανταγωνισμού και των Αρχών Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων. Ζητούμενο είναι η υιοθέτηση λύσεων και διορθωτικών μέτρων που θα ανταποκρίνονται *ad hoc* στις ιδιαιτερότητες της κάθε υπόθεσης για τη στάθμιση των συγκρουόμενων συμφερόντων σύμφωνα με την αρχή της αναλογικότητας καθ' υπέρβαση της νομικής αβεβαιότητας.

Η αποτελεσματικότερη εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ στα σύγχρονα επιχειρηματικά περιβάλλοντα εξαρτάται από την αποτελεσματική αλληλεπίδραση των αντιμονοπωλιακών κανόνων και αρχών με ένα σύνολο νέων ευρωπαϊκών ρυθμίσεων.²⁴⁹ Βέβαια, μία ισχυρή ρυθμιστική παρέμβαση με απόλυτες γενικευμένες απαγορεύσεις στην πράξη δεν φαίνεται ως το απόλυτα αποτελεσματικό ρυθμιστικό πλαίσιο. Η ανάγκη διαχείρισης των δεδομένων φαίνεται να μετατοπίζει το κέντρο βάρους του ελέγχου στην αυτορρύθμιση με την υιοθέτηση διαδικασιών λογοδοσίας, οι οποίες συμπληρώνουν τα εργαλεία ελέγχου των διαδικασιών και των πρακτικών του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η αλληλεπίδραση τεχνολογίας και ιδιωτικής ζωής συμβάλλει στην αλλαγή των κανόνων της κοινωνικής και, κατ' επέκταση, της επιχειρηματικής ηθικής, καθώς μεταβάλλεται η

²⁴⁹ Ενδεικτικά: GDPR/DMA/DSA/AI Act/Cyber Resilience Act/Digital Operational Resilience Act

αντίληψη ως προς το τι θεωρείται ανεκτό για τα συμφέροντα των καταναλωτών. Ταυτόχρονα, η μηχανική μάθηση και η Τεχνητή Νοημοσύνη αυξάνουν διαρκώς την αξία των δεδομένων, καθώς συνδράμουν στην βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών, ενώ μπορούν να αποτελέσουν κρίσιμο παράγοντα για την επέκταση κυρίαρχων επιχειρήσεων σε νέους τομείς, δημιουργώντας ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Οι καινοτόμες χρήσεις των δεδομένων συνδυαστικά με ένα συνεκτικό νομοθετικό πλαίσιο που θέτει επαρκείς κανόνες προστασίας φαίνεται πως αποτελεί κατά τις τελευταίες δεκαετίες ζητούμενο για την ΕΕ. Έτσι, η εξισορρόπηση αντίρροπων ωφελειών που πηγάζουν τόσο από την εξυπηρέτηση των επιχειρηματικών συμφερόντων όσο και από την διαφύλαξη των κεκτημένων ατομικών δικαιωμάτων φαίνεται πως θα εξακολουθεί να βρίσκεται στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος. Εν κατακλείδι, η εξισορρόπηση μεταξύ της ιδιωτικότητας, της εμπορικής ελευθερίας και της πολιτικής ανταγωνισμού πρέπει να βρίσκεται στο επίκεντρο ενδιαφέροντος για κάθε επιχείρηση, ιδίως όταν δραστηριοποιείται σε ένα ψηφιακό οικοσύστημα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική βιβλιογραφία

Βαλσαμίδης Σταύρος/Καζανίδης Ιωάννης (2020) «Ηλεκτρονικό εμπόριο & εφαρμογές διαδικτύου», Εκδόσεις ΔιΣΙΓΜΑ

Γιαννόπουλος Ν. Γεώργιος (2018) «Εισαγωγή στη Νομική πληροφορική» Νομική Βιβλιοθήκη

Ένωση Ελλήνων Νομικών e- ΘΕΜΙΣ (2011) «Αντιμέτωποι με τις σύγχρονες τεχνολογικές εξελίξεις: προσωπικά δεδομένα–ηλεκτρονικό έγκλημα–ηλεκτρονικό εμπόριο», Νομική Βιβλιοθήκη

Καρύδης Σπ. Γεώργιος (2020) «Ενωσιακό Δίκαιο ελεύθερου Ανταγωνισμού και εσωτερικής αγοράς», Νομική Βιβλιοθήκη

Κοτσαλής Γ. Λεωνίδας/συνεργάτες έργου Σπύρος Βλαχόπουλος [κ.α.] (2016) «Προσωπικά δεδομένα: ανάλυση -σχόλια» Νομική Βιβλιοθήκη

Κοτσαλής Λ./Μενουδάκος Κ. (2018) «Γενικός Κανονισμός για την προστασία των Προσωπικών Δεδομένων (GDPR): Νομική διάσταση και πρακτική εφαρμογή», Νομική Βιβλιοθήκη

Κοτσίρης Ε. Λάμπρος (2003) "Ευρωπαϊκό Εμπορικό Δίκαιο Ι-Εισαγωγή στην κοινοτική έννομη τάξη/θεμελιώδεις ελευθερίες/δίκαιο ανταγωνισμού/δίκαιο βιομηχανικής και πνευματικής ιδιοκτησίας", εκδόσεις Σακκουλα

Μήτρου Λίλιαν-επιστημονική επιμέλεια (2023) «ΜΠΟΡΕΙ Ο ΑΛΓΟΡΙΘΜΟΣ...να είναι ηθικός, να είναι δίκαιος, να είναι διαφανής, να δικάζει & να διοικεί;», Πανεπιστημιακές εκδόσεις Κρήτης

Μικρουλέα Π. Αλεξάνδρα (2023) «Ανταγωνισμός και ρύθμιση στην ψηφιακή οικονομία: πλατφόρμες big data αλγόριθμοι blockchain», Νομική Βιβλιοθήκη

Τζουγανάτος Δ. επιμέλεια (2020) «Δίκαιο ελεύθερου Ανταγωνισμού: Ουσιαστικό Δίκαιο ελεύθερου ανταγωνισμού», Νομική Βιβλιοθήκη

Τριανταφυλλάκης Δ. Γεωργιος (2014) «Δίκαιο ελεύθερου Ανταγωνισμού/Θεμελιώδεις έννοιες», Νομική Βιβλιοθήκη

Χριστιανός Β./Κουσκουνάς Μ./Παπαδοπούλου Ρ.-Ε./Περάκης Μ. (2011) «Το δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης μέσα από τη νομολογία», εκδόσεις Σάκκουλα Αθήνα-Θεσσαλονίκη

Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

Maurice E. Stucke/Allen P. Grunes «Big Data and Competition policy» Oxford University Press, 2016

Harakka Timo (2023) «DATA CAPITALISM IN A WORLD OF CRISES» Translation by Daryl Taylor, TK-Teknokieli, SILTALA, p.27-49 <https://timoharakka.fi/wp-content/uploads/2023/06/Timo-Harakka-Data-capitalism-in-the-world-of-crises.pdf>

Νομοθεσία

Συνθήκη για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ)

Συνθήκη της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΕΕ)

Συνθήκη του ΠΟΔΙ για την Πνευματική Ιδιοκτησία

Οδηγία 9/1996 ΕΚ "Database Directive"

Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen–Γερμανικός Νόμος περί Ανταγωνισμού

10η τροποποίηση του γερμανικού νόμου περί ανταγωνισμού

<https://dserver.bundestag.de/btd/19/234/1923492.pdf>

Χάρτης Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Οδηγία 2000/31/ΕΚ για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά («οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο»), όπως ισχύει

Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1/2003 του Συμβουλίου, της 16ης Δεκεμβρίου 2002, για την εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού που προβλέπονται στα άρθρα 81 και 82 της συνθήκης, όπως ισχύει

Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 864/2007 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Ιουλίου 2007, για το εφαρμοστέο δίκαιο στις εξωσυμβατικές ενοχές **(Ρώμη II)**

Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 593/2008 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 17ης Ιουνίου 2008, για το εφαρμοστέο δίκαιο στις συμβατικές ενοχές **(Ρώμη I)**

Γενικός Κανονισμός 679/2016 ΕΕ για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα **(ΓΚΠΔ)**

Κανονισμός (ΕΕ) 2018/1807 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 14ης Νοεμβρίου 2018, σχετικά με ένα πλαίσιο για την ελεύθερη ροή των δεδομένων μη προσωπικού χαρακτήρα στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Οδηγία (ΕΕ) 2019/1 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Δεκεμβρίου 2018, για την παροχή αρμοδιοτήτων στις αρχές ανταγωνισμού των κρατών μελών ώστε να επιβάλλουν αποτελεσματικότερα τους κανόνες και για τη διασφάλιση της εύρυθμης λειτουργίας της εσωτερικής αγοράς

Κανονισμός (ΕΕ) 2022/2065 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 19ης Οκτωβρίου 2022 σχετικά με την ενιαία αγορά ψηφιακών υπηρεσιών και την τροποποίηση της οδηγίας 2000/31/ΕΚ (πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες) **(DSA)**

Κανονισμός (ΕΕ) 2022/1925 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 14ης Σεπτεμβρίου 2022 σχετικά με διεκδικήσιμες και δίκαιες αγορές στον ψηφιακό τομέα και για την τροποποίηση των οδηγιών (ΕΕ) 2019/1937 και (ΕΕ) 2020/1828 (Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές) **(DMA)**

Οδηγία (ΕΕ) 2022/2555 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 14ης Δεκεμβρίου 2022 σχετικά με μέτρα για υψηλό κοινό επίπεδο κυβερνοασφάλειας σε ολόκληρη την Ένωση, την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 910/2014 και της οδηγίας (ΕΕ) 2018/1972, και για την κατάργηση της οδηγίας (ΕΕ) 2016/1148 **(Οδηγία NIS 2)**

Κανονισμός (ΕΕ) 2023/2854 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 13ης Δεκεμβρίου 2023 για εναρμονισμένους κανόνες σχετικά με τη δίκαιη πρόσβαση σε δεδομένα και τη δίκαιη χρήση τους και για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΕ) 2017/2394 και της οδηγίας (ΕΕ) 2020/1828 (κανονισμός για τα δεδομένα) (**Data Act**)

Κανονισμός (ΕΕ) 2024/1689 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 13ης Ιουνίου 2024 για τη θέσπιση εναρμονισμένων κανόνων σχετικά με την τεχνητή νοημοσύνη και την τροποποίηση των κανονισμών (ΕΚ) αριθ. 300/2008, (ΕΕ) αριθ. 167/2013, (ΕΕ) αριθ. 168/2013, (ΕΕ) 2018/858, (ΕΕ) 2018/1139 και (ΕΕ) 2019/2144 και των οδηγιών 2014/90/ΕΕ, (ΕΕ) 2016/797 και (ΕΕ) 2020/1828 (κανονισμός για την τεχνητή νοημοσύνη) (**AI Act**)

Νομολογία

Υπόθεση 6/72: «Europemballage Corporation και Continental Can Company Inc. κατά Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων»

<https://infocuria.curia.europa.eu/tabs/document?source=showPdf.jsf&text=&docid=88289&pageIndex=0&doclang=EL&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=5231071>

Υποθέσεις 6 και 7/73: «ISTITUTO CHEMIOTERAPICO ITALIANO SPA and COMMERCIAL SOLVENTS CORPORATION κατά Επιτροπής»

https://unctad.org/system/files/information-document/ccpb_training_judges_albania_training_material_commercial_solvents_case_en.pdf

Υπόθεση 27/76: «United Brands Company και United Brands Continentaal BV κατά Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων»

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:61976CJ0027_SUM

Υπόθεση 85/76: «Hoffmann-La Roche & Co. AG κατά Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων»

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:61976CJ0085>

Υπόθεση C-7/97: «Oscar Bronner GmbH & Co. KG»

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:61997CJ0007>

Συνεκδικασθείσες υποθέσεις T-125/97 και T-127/97: «The Coca-Cola Company και Coca-Cola Enterprises Inc. κατά Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων»

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=CELEX:61997TJ0125>

Υπόθεση T-201/04: «Microsoft Corp. κατά Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων»

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62004TJ0201_SUM

Υπόθεση C-49/07: «Μοτοσυκλετιστική Ομοσπονδία Ελλάδος ΝΠΙΔ (ΜΟΤΟΕ) κατά Ελληνικού Δημοσίου» (αίτηση του Διοικητικού Εφετείου Αθηνών για την έκδοση προδικαστικής απόφασης)

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62007CJ0049_SUM

Συνεκδικασθείσες υποθέσεις C-236/08 έως C-238/08: «Google France SARL και Google Inc. κατά Louis Vuitton Malletier SA κ.λπ»

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62008CJ0236_SUM

Υπόθεση C-280/08P: «Deutsche Telekom AG κατά Επιτροπής»-απόφαση του δικαστηρίου (δεύτερο τμήμα) της 14ης Οκτωβρίου 2010

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62008CJ0280>

Υπόθεση C-209/10: «Post Danmark I»

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62010CJ0209>

Υπόθεση C-131/12: «Google Spain SL, Google Inc. v Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), Mario Costeja González»

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:62012CJ0131>

Υπόθεση VBL-Gegenwert (Απόφαση της 6ης Νοεμβρίου 2013–KZR 58/11)

https://www.bundesgerichtshof.de/SharedDocs/Entscheidungen/DE/UebrigeSenate/KartS/2011/KZR_58-11.pdf?__blob=publicationFile&v=3

Υπόθεση COMP/M.7217 (2014): «FACEBOOK/ WHATSAPP»

https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7217_20141003_20310_3962132_EN.pdf

Υπόθεση C-23/14: «Post Danmark A/S κατά Konkurrencerådet»

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62014CC0023>

Υπόθεση C-413/14P: «Intel κατά Επιτροπής»

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62014CJ0413>

Υπόθεση B6-22/16 Γερμανικής Αρχής Ανταγωνισμού

https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Fallberichte/Missbrauchsaufsicht/2019/B6-22-16.pdf?__blob=publicationFile&v=

Υπόθεση «Conseil de la concurrence (Luxembourg), Décision n° 2016-FO-01 du 8 juin 2016 relative à des accords horizontaux de fixation de prix dans le secteur des services de taxi»

Υπόθεση T-612/17: «Google Shopping»

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62017TJ0612_RES

Υπόθεση C-673/17: «Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband eV κατά Planet49 GmbH»

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62017CJ0673>

Bundeskartellamt (2019) Case Summary-B6-22/16: «Facebook, Exploitative business terms pursuant to Section 19(1) GWB for inadequate data processing»

https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Fallberichte/Missbrauchsaufsicht/2019/B6-22-16.pdf?__blob=publicationFile&v=2

BGH, Απόφαση της 23ης Ιουνίου 2020, KVR 69/19, «Facebook κατά Bundeskartellamt αιτ. σκεψ. 93-99»

https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Entscheidungen/BGH-KVR-69-19.pdf?__blob=publicationFile&v=1

Υπόθεση C-252/21 «FACEBOOK κατά Bundeskartellamt»

https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/39740/39740_14996_3.pdf

Υπόθεση C-261/21: «F.Hoffmann-La Roche Ltd κ.λπ. κατά Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Υπόθεση C-48/22 P, «Google LLC / Alphabet, Inc κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής»

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62022CJ0048> Υπόθεση C-240/22: «European Commission v Intel Corporation Inc.»

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62022CJ0240>

Υπόθεση C-604/22: «IAB Europe κατά Gegevensbeschermingsautoriteit»

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62022CJ0604>

Απόφαση του Γενικού Δικαστηρίου της 14ης Σεπτεμβρίου 2022: «Google και Alphabet κατά Επιτροπής (Google Android)» (Υπόθεση T-604/18) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62018TA0604>

Αναίρεση που άσκησαν στις 30 Νοεμβρίου 2022 οι Google LLC, Alphabet, Inc. κατά της αποφάσεως που εξέδωσε το Γενικό Δικαστήριο (έκτο πενταμελές τμήμα) στις 14 Σεπτεμβρίου 2022 στην υπόθεση T-604/18: «Google και Alphabet κατά Επιτροπής» (Υπόθεση C-738/22 P) (2023/C 83/13) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62022CN0738>

Απόφαση του Δικαστηρίου (τμήμα μείζονος συνθέσεως) της 4ης Ιουλίου 2023 [αίτηση του Oberlandesgericht Düsseldorf (Γερμανία) για την έκδοση προδικαστικής αποφάσεως]— Meta Platforms Inc., πρώην Facebook Inc., Meta Platforms Ireland Limited, πρώην Facebook Ireland Ltd., Facebook Deutschland GmbH κατά Bundeskartellamt <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62021CA0252>

Απόφαση C (2024) 8053 final στην υπόθεση AT.40684: «Facebook Marketplace» https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/ip_24_5801

Υπόθεση T-66/25: «FACEBOOK MARKETPLACE»

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=OJ:C_202501555

Αίτηση του Consiglio di Stato για την έκδοση προδικαστικής αποφάσεως

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62021CJ0261>

Υπόθεση AT.39740: «Google Search / Shopping»

https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/39740/39740_14996_3.pdf

Υποθέσεις AT.40462/AT.4070 (AMAZON)

https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases1/202252/AT_40462_8825091_8265_4.pdf

Υπόθεση «Amazon Marketplace» (AT.40462)

<https://competition-cases.ec.europa.eu/cases/AT.40462>

Υπόθεση «Amazon-Buy Box» (AT.40703)

<https://competition-cases.ec.europa.eu/cases/AT.40703>

Υπόθεση AGCM A528: «FBA AMAZON»

<https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2021/12/A528>

Υπόθεση No COMP/M.4731: «Google-DoubleClick»

https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m4731_20080311_20682_en.pdf

Υπόθεση AT.39740: «Google Search Shopping»/απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής –
Ενότητα 5.2.1. «*The market for general search services*» και Ενότητα 5.2.2. «*The market for comparison shopping services*»

https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/39740/39740_14996_3.pdf

Υπόθεση «Google Android» (AT.40099)

<https://competition-cases.ec.europa.eu/cases/AT.40099>

Προτάσεις του Γενικού Εισαγγελέα Ruiz-Jarabo Colomer για την Υπόθεση C-52/07 «Kanal 5 Ltd και TV 4 AB κατά Föreningen Svenska» <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62007CJ0052>

Προτάσεις του Γενικού Εισαγγελέα JAN MAZÁK για την υπόθεση C-549/10 P «Tomra Systems ASA/Tomra Europe AS/Tomra Systems GmbH/Tomra Systems BV/Tomra

Leergutssysteme GmbH/Tomra Systems AB/Tomra Butikkssystemer AS κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής»

<https://infocuria.curia.europa.eu/tabs/document?source=document&mode=DOC&pageIndex=0&docid=119011&part=1&doclang=EL&text=&dir=&occ=first&cid=4594793>

Προτάσεις του Γενικού Εισαγγελέα κ. Αθανασίου Πάντου της 20ής Σεπτεμβρίου 2021 για υπόθεση C-252/21: «Meta Platforms Inc., πρώην Facebook Inc., Meta Platforms Ireland Limited, πρώην Facebook Ireland Ltd., Facebook Deutschland GmbH κατά Bundeskartellamt παρισταμένης της: Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.»

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:62021CC0252>

Λοιπές Ηλεκτρονικές Πηγές

Summaries of EU legislation>Digital single market

<https://eur-lex.europa.eu/summary/chapter/31.html?locale=el>

Recommendation CM/Rec (2020) 1 of the Committee of Ministers to member States on the human rights impacts of algorithmic systems/Adopted by the Committee of Ministers on 8/04/2020 at the 1373rd meeting of the Ministers' Deputies

[https://search.coe.int/cm/#{%22CoEIdentifier%22:\[%2209000016809e1154%22\],%22sort%22:\[%22CoEValidationDate%20Descending%22\]}](https://search.coe.int/cm/#{%22CoEIdentifier%22:[%2209000016809e1154%22],%22sort%22:[%22CoEValidationDate%20Descending%22]})

Vestager Margrethe (2020) Executive Vice President: “Building Trust in Technology”

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/en/speech_20_3031/SPEECH_20_3031_EN.pdf

Ανακοίνωση της Επιτροπής—Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52009XC0224\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52009XC0224(01))

Τροποποιήσεις στην ανακοίνωση της Επιτροπής—Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της

συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52023XC0331\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52023XC0331(01))

Ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με τις βέλτιστες πρακτικές για τη διεξαγωγή των διαδικασιών που αφορούν τα άρθρα 101&102 της ΣΛΕΕ

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011XC1020\(02\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011XC1020(02))

Ευρωπαϊκό Συμβούλιο ΕΕ>Επεξηγηματικές σελίδες-Ψηφιακή ενιαία αγορά για την Ευρώπη

<https://www.consilium.europa.eu/el/policies/digital-single-market/>

Δελτίο Τύπου της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (04/2016) «Η Αντιμονοπωλιακή Επιτροπή στέλνει δήλωση αιτιάσεων στην Google για λειτουργικό σύστημα και εφαρμογές Android» https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_16_1492

Περίληψη της απόφασης της Επιτροπής της 18ης Ιουλίου 2018 σχετικά με διαδικασία βάσει του άρθρου 102 της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του άρθρου 54 της συμφωνίας για τον ΕΟΧ (Υπόθεση ΑΤ.40099—Google Android) [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019XC1128\(02\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019XC1128(02))

Κατευθυντήριες Γραμμές της Επιτροπής για την ελεύθερη ροή των δεδομένων μη προσωπικού χαρακτήρα στην ΕΕ

<https://opendata.ellak.gr/2019/06/05/dimosiefthikan-katefthintiries-grammes-gia-tin-elftheri-roi-ton-dedomenon-mi-prosopikou-charaktira-stin-ee/>

Δελτίο τύπου Ευρωπαϊκής Επιτροπής (20/12/2022)

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_7777

Η Επιτροπή αποδέχεται δεσμεύσεις της Amazon που της απαγορεύουν να χρησιμοποιεί δεδομένα πωλητών στην αγορά και διασφαλίζουν ισότιμη πρόσβαση στο Buy Box και το Prime

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_7777

Ευρωπαϊκή διακήρυξη σχετικά με τα ψηφιακά δικαιώματα και τις ψηφιακές αρχές για την ψηφιακή δεκαετία

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=OJ:JOC_2023_023_R_0001

Ανακοίνωση της Επιτροπής όσον αφορά τον ορισμό της σχετικής αγοράς για τους σκοπούς του δικαίου ανταγωνισμού της Ένωσης>C 2023/6789

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/ALL/?uri=CELEX:52024XC01645>

Απόφαση C(2024) 8053 Επιτροπής

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/ip_24_5801

Ομάδα εργασίας του άρθρου 29 για την Προστασία των δεδομένων-πλέον Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Προστασίας Δεδομένων (11/2014) «Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την εφαρμογή της απόφασης του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην Υπόθεση C-131/12, «GOOGLE SPAIN και INC κατά AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS (AEPD) ΚΑΙ MARIO COSTEJA GONZÁLEZ», σελ.2-13

<https://ec.europa.eu/newsroom/article29/items/667236/en>

Κατευθυντήριες γραμμές Ομάδας Εργασίας Άρθρου 29 για την εκτίμηση του αντικτύπου σχετικά με την προστασία δεδομένων (ΕΑΠΔ) και καθορισμός του κατά πόσον η επεξεργασία «ενδέχεται να επιφέρει υψηλό κίνδυνο» για τους σκοπούς του κανονισμού 2016/679

<https://www.lawspot.gr/loipa-nomika/kateythyntiries-grammes-omadas-ergasias/>

Γνώμη 2/2024 Ομάδας του Άρθρου 29–πλέον Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Προστασίας Δεδομένων (EDPB)-αναφορικά με τη συμπεριφορική διαφήμιση (behavioural advertising)

https://ec.europa.eu/justice/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2010/wp171_en.pdf

Γνώμη 08/2024 Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Προστασίας Δεδομένων (EDPB)_σχετικά με την έγκυρη συγκατάθεση στο πλαίσιο των μοντέλων "Συγκατάθεση ή Πληρωμή" (Consent or Pay) που εφαρμόζονται από μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες

https://www.edpb.europa.eu/system/files/2024-04/edpb_opinion_202408_consentorpay_en.pdf

Απόφαση Γαλλικής Αρχής Ανταγωνισμούς με τη σύμφωνη γνώμη της Γαλλικής Αρχής Προστασίας Δεδομένων (CNIL) ως προς το πλαίσιο Apple App Tracking Transparency (ATT)/Autorité de la concurrence, Decision 21-D-07 of 17/03/2021
<https://www.autoritedelaconcurrence.fr/en/decision/regarding-request-interim-measures-submitted-associations-interactive-advertising-bureau>

<https://www.gov.uk/cma-cases/investigation-into-googles-privacy-sandbox-browser-changes>

CNIL (2024) «PRACTICE GUIDE GDPR / SECURITY OF PERSONAL DATA Version 2024», FACTSHEET 24, p.56-58 https://www.cnil.fr/sites/default/files/2024-03/cnil_guide_securite_personnelle_ven_0.pdf

Απόφαση 520/2011 Ελληνικής Επιτροπής Ανταγωνισμού

<https://www.epant.gr/apofaseis-gnomodotiseis/item/179-apofasi-520-2011.html>

Απόφαση 762/2021 Ελληνικής Επιτροπής Ανταγωνισμού

<https://www.epant.gr/apofaseis-gnomodotiseis/item/2416-apofasi-762-2021.html>

Λιανός Ιωάννης-Πρόεδρος Επιτροπής Ανταγωνισμού «Οικοσυστήματα στο δίκαιο Ανταγωνισμού: Θεωρία και Πράξη»

<https://www.lawspot.gr/nomika-nea/ioannis-lianos-antagonismos-psifiaki-oikonomia-kai-mellon-tis-epitropis-antagonismoy-stin/>

Hardware Upgrade: il sito Italiano sulla tecnologia

https://www.hwupgrade.it/news/web/amazon-il-tar-del-lazio-riduce-la-maxi-multa-antitrust-da-1-13-miliardi-di-euro_142869.html

Graef Inge/Verschaleken Jeroen/Valcke Peggy (2013) «Putting the right to data portability into a Competition Law Perspective» The Journal of the Higher School of Economics, Annual Review 4. Διαθέσιμο στο SSRN https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2416537

<https://www.skroutz.gr/blog/posts/183-real-time-bidding-stocheymeni-epitychia-se-pragmatiko-chrono>

Ohm Paul (2014) "Free for the Taking (or Why Libertarians are Wrong about Markets for Privacy)"-(reviewing Katherine J. Strandburg, *Free Fall: The Online Market's Consumer Preference Disconnect*), NYU School of Law, Public Law Research Paper No.13-62 (2013) and Chris Jay Hoofnagle & Jan Whittington, *Free: Accounting for the Internet's Most Popular Price*, 61 UCLA L. Rev. 606 (2014)-JOTWELL,

<https://perma.cc/C4LB-KMJQ>

Danaher John (2016) "The Threat of Algocracy: Reality, Resistance and Accommodation" University College, Galway

<https://philpapers.org/archive/DANTTO-13.pdf>

Zarsky Z. Tal (2017) «Incompatible: The GDPR in the Age of Big Data» (Seton Hall Law Review, Vol. 47, No. 4(2), 2017), University of Haifa-Faculty of Law, p.996-1018,

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3022646

Francesco Ducci, Ducci Francesco (2020) «Natural Monopolies in Digital Platform Markets-Chapter 3» Cambridge: Cambridge University Press

https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781108858038_A45556049/preview-9781108858038_A45556049.pdf

Kaminski Margot (2020) «Law and Technology: A Recent Renaissance in Privacy Law-Considering the recent increased attention to privacy law issues amid the typically slow pace of legal change», University of Colorado Law School

https://scholar.law.colorado.edu/cgi/viewcontent.cgi?params=/context/faculty-articles/article/2402/&path_info=2020_Kaminsky_A_Recent_Renaissance_in_Privacy_Law.pdf

Kenneth A. Bamberger, Serge Egelman, Catherine Han, Amit Elazari & Irwin Reyes (2020) «CAN YOU PAY FOR PRIVACY? CONSUMER EXPECTATIONS AND THE BEHAVIOR OF

FREE AND PAID APPS», 35 Berkeley Technology Law Journal 327 (2020), Posted: 19 Oct 2019/
Last revised: 20 Jul 2020

https://btlj.org/data/articles2020/35_1/07_Bamberger_WEB.pdf

Acquisti Alessandro, Brandimarte Laura, Loewenstein George (2020) «Secrets and Likes: The Drive for Privacy and the Difficulty of Achieving It in the Digital Age», Publish Version: Journal of Consumer Psychology 30(4): 736-758 (2020) doi.org/10.1002/jcpy.1191

https://www.researchgate.net/publication/347006880_Secrets_and_Likes_The_Drive_for_Privacy_and_the_Difficulty_of_Achieving_It_in_the_Digital_Age

Dr. J. Ausloos & Dr. V. Verdoodt «CONFUSING BY DESIGN: A Data Protection Law Analysis of TikTok's Privacy Policy», BEUC: The European Consumer Organization, 02/2021, https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/beuc-x-2021-010_confusing_by_design-a_data_protection_law_analysis_of_tiktok_s_privacy_policy.pdf

Mölders Marc (2021) «The Control Society–revisited», ACADEMIA Letters https://www.researchgate.net/publication/351110060_The_Control_Society_revisited

Επίσημος ιστότοπος της Ευρωπαϊκής Ένωσης/Δημοσιεύσεις (2023) «Κοινή χρήση δεδομένων και δικαίο ανταγωνισμού» <https://data.europa.eu/en/publications/datastories/data-sharing-and-competition-law>

Wiedemann Klaus (2023) «Can Data Protection Friendly Conduct Constitute an Abuse of Dominance under Art. 102 TFEU?» Max Planck Institute for Innovation and Competition Research Paper No. 23-15/p.12-33 https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4520608

Prof. Dr. Hacker, Philipp (2024) «The AI Act between Digital and Sectoral Regulations» Bertelsmann Stiftung. Gütersloh https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/user_upload/The_AI_Act_between_Digital_and_Sectoral_Regulations_2024_en.pdf

<https://hbr.org/2023/03/how-generative-ai-will-change-sales>

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/speech_12_860

Data Protection Commission Reference: IN-18-08-3/TikTok Technology Limited («TikTok»)

<https://www.dataprotection.ie/sites/default/files/uploads/2025->

[10/Summary%20TikTok%20Technology%20Limited%2030%20April%202025.pdf](#)

<https://www.lawspot.gr/nomika-nea/praxi-gia-tis-psifiakes-ypiresies-digital-services-act-dimosievthike-o-nomos-5099-2024/>

<https://eur-lex.europa.eu/EL/legal-content/summary/digital-services-act.html>

<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%BD%CE%AC%CE%BB%CF%85%CF%83%CE%>