



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΔΙΚΑΙΟ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ»

«ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΣΕ
ΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ- ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ»

Χριστίνα Τριανταφυλλίδου

A.M.: ΜΔΟ2339

Επιβλέπων καθηγητής

Μιχαήλ Πολέμης

Πειραιάς, 2026



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΔΙΚΑΙΟ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ»

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, «Δίκαιο και Οικονομία» με τίτλο **«Ευρωπαϊκή Πολιτική Ανταγωνισμού σε Δικτυακές Αγορές-Θεωρία και Μελέτες Περιπτώσεων»** έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου.

Υπογραφή Μεταπτυχιακής Φοιτήτριας:

Ονοματεπώνυμο: Χριστίνα Τριανταφυλλίδου

Ημερομηνία: 29/07/2026

Στην οικογένειά μου,

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Με την ολοκλήρωση της παρούσας διπλωματικής εργασίας, θα ήθελα να εκφράσω τις ειλικρινείς μου ευχαριστίες στο σύνολο των καθηγητών που είχα την τιμή να γνωρίσω στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών. Ο καθένας, μέσα από τη δική του διδασκαλία και επιστημονική προσέγγιση, μου προσέφερε πολύτιμες γνώσεις, προβληματισμούς και ερεθίσματα που συνέβαλαν ουσιαστικά στην ακαδημαϊκή και προσωπική μου εξέλιξη.

Ιδιαίτερα, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου, κ. Μιχαήλ Πολέμη, για τις εύστοχες παρατηρήσεις, την πολύτιμη καθοδήγηση και την υποστήριξή του, οι οποίες υπήρξαν καθοριστικές για την εκπόνηση της εργασίας μου.

Τέλος, και πάνω απ' όλους, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους γονείς μου, Μαγδαληνή και Ματθαίο, και τον αδελφό μου, Μίλτο, για τις αμέτρητες θυσίες και την αγάπη τους σε κάθε μου βήμα.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία πραγματεύεται την Ευρωπαϊκή Πολιτική Ανταγωνισμού στις ψηφιακές δικτυακές αγορές. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην αντιμετώπιση πρακτικών κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης στο πλαίσιο του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, ιδίως στο περιβάλλον των σύγχρονων ψηφιακών πλατφορμών. Η ανάδυση των πλατφορμών αυτών και η διαμόρφωση ισχυρών ψηφιακών οικοσυστημάτων ανέδειξαν νέες μορφές οικονομικής ισχύος, οι οποίες συνδέονται με χαρακτηριστικά όπως τα δικτυακά αποτελέσματα (*network effects*), τη συγκέντρωση δεδομένων, τις οικονομίες κλίμακας και τους μηχανισμούς εξάρτησης των χρηστών (*lock-in effects*). Οι εξελίξεις αυτές δημιούργησαν νέες προκλήσεις στην εφαρμογή του ενωσιακού δικαίου ανταγωνισμού και ιδίως στην αντιμετώπιση πρακτικών κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης στις ψηφιακές αγορές.

Στο πλαίσιο αυτό, η εργασία εξετάζει κατά πόσο το υφιστάμενο πλαίσιο του ενωσιακού δικαίου ανταγωνισμού και οι παραδοσιακοί μηχανισμοί αντιμετώπισης της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης μπορούν να ανταποκριθούν στις ιδιαιτερότητες των ψηφιακών δικτυακών αγορών. Παράλληλα, διερευνάται πώς η εμπειρία από την εφαρμογή των κανόνων αυτών συνέβαλε στη σταδιακή εξέλιξη της ευρωπαϊκής ρυθμιστικής προσέγγισης και στον εμπλουτισμό της ρυθμιστικής φάρετρας του ενωσιακού νομοθέτη, τόσο μέσω νέων κανονιστικών παρεμβάσεων όσο και μέσω σύγχρονων οικονομικών και μεθοδολογικών εργαλείων.

Για τον σκοπό αυτό, αναλύονται τα θεωρητικά θεμέλια της Ευρωπαϊκής Πολιτικής Ανταγωνισμού, η έννοια της δεσπόζουσας θέσης, καθώς και τα ιδιαίτερα οικονομικά χαρακτηριστικά των ψηφιακών αγορών. Παράλληλα, εξετάζεται η σχετική νομολογία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης μέσα από εμβληματικές υποθέσεις που αφορούν μεγάλες ψηφιακές πλατφόρμες, όπως η Google και η Apple.

Η μεθοδολογία που ακολουθείται βασίζεται στη μελέτη της ενωσιακής νομοθεσίας, της σχετικής νομολογίας, της θεωρίας του δικαίου ανταγωνισμού και της οικονομικής βιβλιογραφίας που αφορά τις ψηφιακές αγορές. Μέσα από τη συνδυαστική εξέταση των ανωτέρω, η εργασία επιχειρεί να προσεγγίσει τις σύγχρονες προκλήσεις που ανακύπτουν στις ψηφιακές δικτυακές αγορές και να αναδείξει τον τρόπο με τον οποίο η Ευρωπαϊκή Ένωση προσαρμόζει σταδιακά τα ρυθμιστικά της εργαλεία στις ιδιαιτερότητες της ψηφιακής οικονομίας, με στόχο τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό, τη μείωση των στρεβλώσεων που συνδέονται με την ισχύ των ψηφιακών πυλωρών και την ενίσχυση της προστασίας των χρηστών.

Τέλος, διατυπώνονται συμπεράσματα και κριτικές παρατηρήσεις σχετικά με τη σταδιακή μετάβαση της Ευρωπαϊκής Ένωσης από ένα κατεξοχήν *ex post* μοντέλο επιβολής των κανόνων ανταγωνισμού προς ένα πολυεπίπεδο και περισσότερο προληπτικό σύστημα ρύθμισης των ψηφιακών αγορών, καθώς και ως προς τον ρόλο που καλούνται να διαδραματίσουν τα νέα αυτά εργαλεία στην αντιμετώπιση των προκλήσεων της ψηφιακής οικονομίας.

ABSTRACT

This master's thesis examines European competition policy in digital markets, with particular emphasis on the application of Article 102 TFEU to cases of abuse of dominant position in the context of modern digital platforms. The emergence of large digital platforms and the development of powerful digital ecosystems have given rise to new forms of economic power associated with network effects, data concentration, economies of scale and user lock-in mechanisms. These developments have created significant challenges for the application of EU competition law and, in particular, for addressing abusive conduct in digital markets.

Against this background, the thesis explores whether the existing framework of EU competition law and the traditional mechanisms for addressing abuse of dominance are capable of responding to the distinctive characteristics of digital markets. It further investigates how the experience gained through the application of these rules has contributed to the gradual evolution of the European regulatory approach and to the expansion of the EU legislator's regulatory toolkit, both through new regulatory interventions and through the development of economic and methodological tools tailored to the realities of the digital economy.

To this end, the thesis analyses the theoretical foundations of European competition policy, the concepts of dominance and abuse of dominance and the distinctive economic characteristics of digital markets. It also examines the relevant case law of the European Commission and the Court of Justice of the European Union through landmark cases involving major digital platforms, including Google and Apple.

The methodology adopted is based on the analysis of EU legislation, case law, competition law scholarship and the economic literature on digital markets. By combining legal and economic perspectives, the thesis seeks to address the challenges arising from the operation of digital markets and to demonstrate how the European Union is gradually adapting its regulatory instruments to the particularities of the digital economy. In this regard, particular attention is paid to the objective of safeguarding effective competition, reducing distortions associated with the market power of digital gatekeepers and enhancing user protection.

Finally, the thesis presents conclusions and critical observations regarding the gradual transition of the European Union from a predominantly ex post model of competition law enforcement towards a more comprehensive and preventive framework for the regulation of digital markets. It further

assesses the role that these emerging instruments are expected to play in addressing the challenges posed by the digital economy.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	vi
ABSTRACT	viii
ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΙΝΑΚΩΝ/ΕΙΚΟΝΩΝ	xv
ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΚΡΩΝΥΜΙΩΝ	xvi
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ: Γενική Επισκόπηση της Ευρωπαϊκής Πολιτικής Ανταγωνισμού	4
1.1. Ιστορική εξέλιξη και διαμόρφωση της Πολιτικής Ανταγωνισμού	4
1.2. Προστασία της οικονομικής ελευθερίας	5
1.3. Η επιδίωξη της οικονομικής αποτελεσματικότητας	6
1.4. Η προσέγγιση στην Ευρωπαϊκή Ένωση	7
1.5. Η πορεία προς την πιο οικονομική θεωρία (« <i>more economic approach</i> ») στην Ευρωπαϊκή Ένωση	8
1.6. Η Ανακοίνωση της Επιτροπής του 2009 ως θεσμικό επιστέγασμα της οικονομικής προσέγγισης	8
1.7. Η Ευρωπαϊκή Πολιτική Ανταγωνισμού και ο ρόλος της Επιτροπής στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης	10
1.8. Σχέση του Ενωσιακού Δικαίου με τα εθνικά δίκαια ανταγωνισμού (Κανονισμός 1/2003)	10
1.9. Συμπεράσματα Κεφαλαίου	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: Δικτυακές αγορές	13
2.1. Εννοιολογική διάκριση και συσχέτιση των δικτυακών δομών	14
2.2. Ψηφιακές πλατφόρμες	15
2.2.1. Ορισμός	15
2.2.2. Κατηγορίες πλατφορμών	16
2.2.3. Οικονομικά χαρακτηριστικά ψηφιακών πλατφορμών	18
2.2.3.1. Επιδράσεις δικτύου	18

2.2.3.2. Οικονομίες κλίμακας	19
2.2.3.3. Οικονομίες φάσματος (ή σκοπού)	20
2.2.3.4. Πρακτικές ολοκληρωτικής επικράτησης (Tipping)	21
2.2.3.5. Κόστη αλλαγής (switching costs) και φαινόμενα εγκλωβισμού χρηστών (lock-in effects)	22
2.2.3.6. Συμπληρωματικότητα	24
2.2.3.7. Κριτική μάζα (critical mass).....	25
2.2.3.8. Δωρεάν παροχή ψηφιακών υπηρεσιών και δεδομένα χρηστών	26
2.2.3.9. Αγορές πολλαπλών πλευρών (multi-sided markets)	27
2.2.4. Οι ρυθμιστές πρόσβασης στις ψηφιακές αγορές	28
2.2.4.1. Η έννοια του πυλωρού (gatekeeper)	28
2.2.4.2. Βασικές Υπηρεσίες Πλατφόρμας (Core Platform Services)	30
2.2.4.3. Οικονομική ισχύς και ψηφιακά οικοσυστήματα.....	31
2.2.4.4. Οι gatekeepers στην πράξη	32
2.2.4.5. Η ανάγκη μετάβασης σε ex ante ρύθμιση.....	33
2.3. Συμπεράσματα Κεφαλαίου	35
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: Η εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ στις ψηφιακές πλατφόρμες	36
3.1. Εισαγωγή: Κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης στο Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού	36
3.2. Η έννοια της δεσπόζουσας θέσης	37
3.3. Σχετική αγορά προϊόντων/υπηρεσιών	39
3.4. Σχετική γεωγραφική αγορά	40
3.5. Ο προσδιορισμός της σχετικής αγοράς και το τεστ SSNIP	42
3.6. Ο νέος ορισμός της σχετικής αγοράς υπό το πρίσμα των ψηφιακών εξελίξεων .	43
3.7. Μεριδία αγοράς.....	45
3.8. Καταχρηστική εκμετάλλευση.....	47
3.8.1. Έννοια κατάχρησης	47
3.9. Μορφές κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης.....	49
3.9.1. Συνδεδεμένες-συζευγμένες (Tying) και ομαδικές πωλήσεις (Bundling)	49
3.9.2. Άρνηση προμήθειας (refusal to supply)	52

3.9.3. Πρακτικές αποκλειστικότητας	54
3.10. Συμπεράσματα Κεφαλαίου	56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ: Νέες θεωρίες βλάβης στην Ψηφιακή Οικονομία	56
4.1. Αναγκαστικός Παρασιτικός Ανταγωνισμός (Forced free riding)	57
4.2. Ευνοϊκή Μεταχείριση/Αυτοπροτιμησησική Συμπεριφορά (Self-preferencing)	58
4.3. Μείωση Ποιότητας (Degradation of Quality)	59
4.4. Μείωση Κινήτρων Καινοτομίας (Harm to Innovation)	60
4.5. Συμπεράσματα Κεφαλαίου	61
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ: Μελέτες περιπτώσεων	61
5.1. Google Android-Υπόθεση AT.40099	61
5.1.1. Σχετική αγορά και δεσπόζουσα θέση	63
5.1.2. Παραβίαση των αντιμονοπωλιακών κανόνων της Ε.Ε.- Καταχρηστικές πρακτικές	64
5.1.2.1. Παράνομη επιβολή δέσμευσης για τις εφαρμογές αναζήτησης (Google Search) και φυλλομετρητή της Google (Google Chrome)	64
5.1.2.2. Εξάρτηση παράνομων καταβολών ποσών από την αποκλειστική προεγκατάσταση της εφαρμογής Google Search	65
5.1.2.3. Παράνομη παρεμπόδιση ανάπτυξης και διανομής ανταγωνιστικών λειτουργικών συστημάτων Android («fork» εκδόσεων)	66
5.1.3. Αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα	67
5.1.4. Η οικονομική προσέγγιση της Επιτροπής	68
5.1.5. Συμπεράσματα και κριτική αξιολόγηση	69
5.1.6. Η σημασία της υπόθεσης για την εξέλιξη προς τον Digital Markets Act	70
5.2. Apple-App Store Practices (music streaming)-AT.40437	71
5.2.1. Ιστορικό	72
5.2.2. Σχετική αγορά και δεσπόζουσα θέση	73
5.2.3. Καταχρηστικές πρακτικές της Apple	74
5.2.4. Αποτελέσματα και διορθωτικά μέτρα	75
5.2.5. Κριτική-Συμπεράσματα	76
5.2.5.1. Το ζήτημα των anti-steering provisions	76

5.2.5.2. Κριτική αξιολόγηση	77
5.2.6. Apple και Digital Markets Act.....	77
5.3. Υπόθεση Google Shopping (AT.39740)	79
5.3.1. Ορισμός σχετικής αγοράς και δεσπόζουσα θέση	79
5.3.2. Καταχρηστικές πρακτικές.....	81
5.3.3. Αποτελέσματα, διορθωτικά μέτρα και δικαστική εξέλιξη.....	82
5.3.4. Το ζήτημα του AEC test.....	82
5.3.5. Συμπεράσματα και κριτική αξιολόγηση	84
5.3.6. Σύνδεση με το Digital Markets Act.....	85
5.4. Facebook (B6-22/16-Bundeskartellamt)	85
5.4.1. Facebook και επιχειρηματικό μοντέλο	85
5.4.2. Ιστορικό	86
5.4.3. Σχετική αγορά και δεσπόζουσα θέση	87
5.4.4. Καταχρηστική πρακτική	87
5.4.5. Αποτελέσματα και διορθωτικά μέτρα.....	88
5.4.6. Δικαστική εξέλιξη της υπόθεσης	89
5.4.7. Κριτική-Συμπεράσματα.....	90
5.5. Microsoft Teams (AT. 40739)	91
5.5.1. Ιστορικό	91
5.5.2. Σχετική αγορά και δεσπόζουσα θέση	91
5.5.3. Καταχρηστική πρακτική και θεωρία βλάβης	92
5.5.4. Αποτελέσματα και διορθωτικά μέτρα.....	93
5.5.5. Κριτική-Συμπεράσματα.....	94
5.6. Συμπεράσματα Κεφαλαίου	95
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ: Η νέα ευρωπαϊκή προσέγγιση για τη ρύθμιση των ψηφιακών αγορών	95
6.1. Ο Digital Markets Act ως απάντηση στις προκλήσεις των ψηφιακών αγορών ...	95
6.1.1. Οι υποχρεώσεις και οι απαγορεύσεις των ρυθμιστών πρόσβασης.....	97
6.1.2. Η εφαρμογή του DMA στην πράξη: Διαδικασίες ελέγχου συμμόρφωσης ...	99

6.2. Πράξη για τις Ψηφιακές Υπηρεσίες (Digital Services Act - DSA).....	99
6.2.1. Σκοπός και πεδίο εφαρμογής	99
6.2.2. Βασικές υποχρεώσεις των παρόχων	101
6.2.3. Δικαιώματα χρηστών, εποπτεία και κυρώσεις.....	102
6.3. Κανονισμός Δεδομένων (EU Data Act)	102
6.4. Κριτική αποτίμηση της νέας ευρωπαϊκής ρυθμιστικής προσέγγισης	104
6.5. Συμπεράσματα Κεφαλαίου	106
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ	107
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	113

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΙΝΑΚΩΝ/ΕΙΚΟΝΩΝ

Σχήμα 1: Σχηματική απεικόνιση της σχέσης μεταξύ δικτυακών αγορών, αγορών πολλαπλών πλευρών και ψηφιακών πλατφορμών.15

Πίνακας 1: Κριτήρια και ποσοτικά όρια χαρακτηρισμού Gatekeepers (Άρθρο 3 DMA)..29

Εικόνα 1: Καθορισμός Πυλωρών (Gatekeepers) και Βασικών Υπηρεσιών Πλατφόρμας (Core Platform Services) υπό τον Κανονισμό DMA.....33

Εικόνα 2: Το οικοσύστημα της Apple και ο έλεγχος της αγοράς.....72

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΚΡΩΝΥΜΙΩΝ

AEC Test	As Efficient Competitor Test (Κριτήριο του Εξίσου Αποτελεσματικού Ανταγωνιστή)
AFAs	Anti-Fragmentation Agreements (Συμφωνίες κατά του Κατακερματισμού)
AI	Artificial Intelligence (Τεχνητή Νοημοσύνη)
AI Act	Artificial Intelligence Act (Πράξη για την Τεχνητή Νοημοσύνη)
AOSP	Android Open Source Project (Έργο Ανοικτού Κώδικα Android)
B2B	Business-to-Business (Συναλλαγές/Σχέσεις μεταξύ Επιχειρήσεων)
B2C	Business-to-Consumer (Συναλλαγές Επιχειρήσεων με Τελικούς Καταναλωτές)
BEREC	Body of European Regulators for Electronic Communications (Φορέας Ευρωπαϊκών Ρυθμιστικών Αρχών για τις Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες)
CPS	Core Platform Services (Βασικές Υπηρεσίες Πλατφόρμας)
Data Act	Data Act (Πράξη για τα Δεδομένα)
DG Comp	Directorate-General for Competition (Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού της Ευρωπαϊκής Επιτροπής)
DMA	Digital Markets Act (Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές)
DSA	Digital Services Act (Πράξη για τις Ψηφιακές Υπηρεσίες)
ECN	European Competition Network (Ευρωπαϊκό Δίκτυο Ανταγωνισμού)
FRAND	Fair, Reasonable and Non-Discriminatory (Δίκαιοι, Εύλογοι και Μη Διακριτικοί Όροι)
GDPR	General Data Protection Regulation (Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων)
HMT	Hypothetical Monopolist Test (Κριτήριο του Υποθετικού Μονοπωλητή)
IAP	In-App Purchases (Αγορές εντός Εφαρμογής)
IoT	Internet of Things (Διαδίκτυο των Πραγμάτων)

R&D	Research and Development (Έρευνα και Ανάπτυξη)
RSAs	Revenue Sharing Agreements (Συμφωνίες Επιμερισμού Εσόδων)
SSNDQ Test	Small but Significant and Non-transitory Decrease in Quality Test (Κριτήριο της Μικρής αλλά Σημαντικής και Μη Παροδικής Μείωσης της Ποιότητας)
SSNIP Test	Small but Significant and Non-transitory Increase in Price Test (Κριτήριο της Μικρής αλλά Σημαντικής και Μη Παροδικής Αύξησης της Τιμής)
VLOPs	Very Large Online Platforms (Πολύ Μεγάλες Διαδικτυακές Πλατφόρμες)
VLOSEs	Very Large Online Search Engines (Πολύ Μεγάλες Διαδικτυακές Μηχανές Αναζήτησης)
ΓΚΠΔ	Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων
ΔΕΕ	Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης
ΔΕΚ	Δικαστήριο των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων
ΕΕ	Ευρωπαϊκή Ένωση
ΕΟΧ	Ευρωπαϊκός Οικονομικός Χώρος
ΣΕΕ	Συνθήκη για την Ευρωπαϊκή Ένωση
ΣΛΕΕ	Συνθήκη για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ξεφυλλίζοντας το βιβλίο του χρόνου και επιστρέφοντας στις απαρχές της ψηφιακής εποχής, όταν οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές και το διαδίκτυο άρχισαν σταδιακά να ενσωματώνονται στην καθημερινότητά μας και οι πρώτες διαδικτυακές αναζητήσεις έμοιαζαν περισσότερο με τεχνολογική καινοτομία παρά με αναπόσπαστο στοιχείο της σύγχρονης ζωής, δύσκολα θα μπορούσε κανείς να προβλέψει τις ριζικές μεταβολές που θα ακολουθούσαν. Μέσα σε λιγότερο από δύο δεκαετίες, ορισμένες ψηφιακές πλατφόρμες συγκέντρωσαν πρωτοφανή οικονομική και τεχνολογική ισχύ, επηρεάζοντας καθοριστικά τον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές επικοινωνούν, αναζητούν πληροφορίες, πραγματοποιούν συναλλαγές και αποκτούν πρόσβαση σε ψηφιακές υπηρεσίες. Αυτή η νέα μορφή οικονομικής ισχύος δεν βασίζεται πλέον αποκλειστικά σε παραδοσιακά κριτήρια, όπως τα μερίδια αγοράς ή η παραγωγική ικανότητα. Αντίθετα, εδράζεται στη συγκέντρωση τεράστιου όγκου δεδομένων, στην πρόσβαση σε εκτεταμένα δίκτυα χρηστών και στην ικανότητα ελέγχου της ψηφιακής πρόσβασης σε ολόκληρες αγορές.

Οι σύγχρονες δικτυακές αγορές, και ιδίως οι ψηφιακές πλατφόρμες, παρουσιάζουν ιδιαίτερα οικονομικά χαρακτηριστικά, τα οποία διαφοροποιούν ουσιαστικά τη λειτουργία τους από εκείνη των παραδοσιακών αγορών. Τα δικτυακά αποτελέσματα (*network effects*), οι οικονομίες κλίμακας, οι μηχανισμοί εξάρτησης των χρηστών (*lock-in effects*), η συγκέντρωση δεδομένων και η λειτουργία πολύπλευρων αγορών (*multi-sided markets*) δημιουργούν συνθήκες έντονης συγκέντρωσης ισχύος και ενισχύουν τη δυνατότητα ορισμένων επιχειρήσεων να λειτουργούν ως «*gatekeepers*» στην ψηφιακή οικονομία. Η οικονομική ισχύς που συγκεντρώνουν οι μεγάλες ψηφιακές πλατφόρμες τους επιτρέπει, σε αρκετές περιπτώσεις, να επηρεάζουν όχι μόνο τη δομή του ανταγωνισμού αλλά και τους ίδιους τους όρους πρόσβασης στην αγορά.

Οι εξελίξεις αυτές ανέδειξαν σημαντικούς προβληματισμούς ως προς την αποτελεσματικότητα των παραδοσιακών μηχανισμών επιβολής του ενωσιακού δικαίου ανταγωνισμού στις δικτυακές αγορές. Το ενωσιακό δίκαιο ανταγωνισμού, όπως διαμορφώθηκε ιστορικά, αναπτύχθηκε πρωτίστως με γνώμονα τις παραδοσιακές αγορές αγαθών και υπηρεσιών και βασίστηκε κυρίως σε *ex post* μηχανισμούς ελέγχου αντιανταγωνιστικών πρακτικών. Ωστόσο, η ταχύτητα εξέλιξης των ψηφιακών αγορών, η δυναμική φύση τους και η δυνατότητα ταχείας εδραίωσης ισχυρών ψηφιακών οικοσυστημάτων κατέδειξαν ότι η εφαρμογή των παραδοσιακών εργαλείων του δικαίου

ανταγωνισμού δεν είναι πάντοτε επαρκής για την άμεση και αποτελεσματική αντιμετώπιση των σύγχρονων προκλήσεων.

Ιδιαίτερη σημασία στο πλαίσιο αυτό αποκτά η εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, το οποίο αποτελεί διαχρονικά έναν από τους βασικότερους μηχανισμούς προστασίας του ανταγωνισμού στην ευρωπαϊκή έννομη τάξη. Μέσω της απαγόρευσης της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης, το άρθρο 102 ΣΛΕΕ επιδιώκει να αποτρέψει πρακτικές οι οποίες ενδέχεται να περιορίσουν τον ανταγωνισμό και να επηρεάσουν αρνητικά τη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς. Παράλληλα, η πρακτική εφαρμογή της διάταξης αυτής στις ψηφιακές αγορές ανέδειξε νέες δυσκολίες ως προς τον ορισμό της σχετικής αγοράς, την αποτίμηση της οικονομικής ισχύος των επιχειρήσεων, την αξιολόγηση των δεδομένων ως πηγής ισχύος, καθώς και την ταχύτητα παρέμβασης των αρμόδιων αρχών ανταγωνισμού.

Η ανάδυση των προκλήσεων αυτών οδήγησε σταδιακά την Ευρωπαϊκή Ένωση στην αναζήτηση νέων μορφών ρυθμιστικής παρέμβασης. Χωρίς να εγκαταλείπεται ο κεντρικός ρόλος του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και των παραδοσιακών μηχανισμών επιβολής του δικαίου ανταγωνισμού, ο ενωσιακός νομοθέτης προχώρησε τα τελευταία χρόνια στην υιοθέτηση νέων κανονιστικών εργαλείων, τα οποία επιδιώκουν να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικότερα τις ιδιαιτερότητες των ψηφιακών αγορών και να ενισχύσουν την προστασία του ανταγωνισμού και των καταναλωτών στο ψηφιακό περιβάλλον. Η εξέλιξη αυτή αποτυπώνει ευρύτερα τη σταδιακή μετάβαση από ένα αμιγώς *ex post* σύστημα ελέγχου προς ένα περισσότερο προληπτικό και πολυεπίπεδο μοντέλο ρύθμισης των ψηφιακών αγορών.

Υπό το πρίσμα των ανωτέρω ραγδαίων μεταβολών, το κεντρικό ερευνητικό ερώτημα της παρούσας εργασίας διατυπώνεται ως εξής: Κατά πόσο το υφιστάμενο πλαίσιο *ex post* ελέγχου του άρθρου 102 ΣΛΕΕ επαρκεί για την αποτελεσματική αντιμετώπιση των σύγχρονων καταχρηστικών συμπεριφορών στις ψηφιακές δικτυακές αγορές; Καθίσταται πλέον η *ex ante* κανονιστική ρύθμιση αναγκαίος μονόδρομος για τη διασφάλιση του ελεύθερου ανταγωνισμού;

Προκειμένου να απαντηθεί ολοκληρωμένα το κεντρικό αυτό ερώτημα, τίθενται τα ακόλουθα ερευνητικά υποερωτήματα:

1. Με ποιον τρόπο τα ιδιαίτερα οικονομικά χαρακτηριστικά των ψηφιακών πλατφορμών (όπως τα *network effects*, τα *switching costs* και τα φαινόμενα *lock-in*) μεταβάλλουν την

παραδοσιακή διαδικασία οριοθέτησης της σχετικής αγοράς και τον προσδιορισμό της δεσπόζουσας θέσης;

2. Πώς οι αναδυόμενες θεωρίες βλάβης στην ψηφιακή οικονομία (όπως η αυτοπροτιμησιακή συμπεριφορά/*self-preferencing* και ο αναγκαστικός παρασιτικός ανταγωνισμός/*forced free-riding*) διαφοροποιούνται από τις κλασικές μορφές κατάχρησης και ποιες προκλήσεις δημιουργούν κατά την *ex post* αποδεικτική διαδικασία;
3. Σε ποιο βαθμό οι *ex ante* υποχρεώσεις που θεσπίζει ο Κανονισμός Digital Markets Act (DMA) για τους ρυθμιστές πρόσβασης (*gatekeepers*) επιλύουν τα εγγενή προβλήματα καθυστέρησης και αποτελεσματικότητας της παραδοσιακής *antitrust* καταστολής;

Βασική υπόθεση εργασίας αποτελεί ότι οι ιδιαιτερότητες των ψηφιακών αγορών και οι νέες μορφές οικονομικής ισχύος που αναπτύσσονται στο περιβάλλον τους ανέδειξαν τα όρια μιας αμιγώς *ex post* προσέγγισης και συνέβαλαν στη σταδιακή διαμόρφωση ενός ευρύτερου και περισσότερο προληπτικού πλαισίου ρύθμισης, το οποίο λειτουργεί συμπληρωματικά προς τους παραδοσιακούς μηχανισμούς προστασίας του ανταγωνισμού.

Η μεθοδολογία που ακολουθείται βασίζεται κυρίως στην ανάλυση της ενωσιακής νομοθεσίας, της νομολογίας του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της πρακτικής της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σε συνδυασμό με τη μελέτη της θεωρίας του δικαίου ανταγωνισμού και της οικονομικής βιβλιογραφίας που αφορά τις δικτυακές και ψηφιακές αγορές. Για την εμπειρική θεμελίωση της έρευνας επιλέγονται συγκεκριμένες μελέτες περίπτωσης (*case studies*) που αφορούν εμβληματικές υποθέσεις των εταιρειών Google, Apple, Meta (Facebook) και Microsoft. Η συμβολή των συγκεκριμένων υποθέσεων είναι καθοριστική, καθώς αποτυπώνουν στην πράξη τις τεχνικές δυσκολίες της *ex post* παρέμβασης σε σύνθετα ψηφιακά οικοσυστήματα και, ταυτόχρονα, αποτέλεσαν το νομολογικό υπόβαθρο πάνω στο οποίο ο ενωσιακός νομοθέτης βάσισε και κωδικοποίησε τις *ex ante* υποχρεώσεις του DMA.

Αναφορικά με τους περιορισμούς της έρευνας (*limitations*), επισημαίνεται ότι η παρούσα μελέτη εστιάζει κυρίως στη μονομερή συμπεριφορά των επιχειρήσεων (άρθρο 102 ΣΛΕΕ) και στη ρύθμιση των *gatekeepers*, αφήνοντας εκτός πεδίου τις συμπράξεις (άρθρο 101 ΣΛΕΕ) και τον έλεγχο των συγχωνεύσεων. Παράλληλα, βασικό περιορισμό συνιστά το γεγονός ότι η εφαρμογή του DMA και οι πρόσφατες διαδικασίες συμμόρφωσης (2024–2026) βρίσκονται σε πλήρη εξέλιξη, γεγονός που

σημαίνει ότι η μακροπρόθεσμη επίδρασή τους στη δομή της αγοράς τελεί υπό διαρκή διαμόρφωση.

Η συμβολή της παρούσας έρευνας έγκειται στην προσπάθεια συνδυαστικής προσέγγισης του παραδοσιακού ενωσιακού δικαίου ανταγωνισμού με τις σύγχρονες κανονιστικές εξελίξεις που αφορούν τις ψηφιακές αγορές. Ειδικότερα, επιχειρείται η ανάδειξη του τρόπου με τον οποίο η Ευρωπαϊκή Ένωση προσαρμόζει σταδιακά τα μέσα παρέμβασής της απέναντι στις νέες μορφές οικονομικής ισχύος που αναπτύσσονται στο περιβάλλον της ψηφιακής οικονομίας, καθώς και η διατύπωση συμπερασμάτων σχετικά με τη μετάβαση από τους παραδοσιακούς μηχανισμούς επιβολής του δικαίου ανταγωνισμού προς ένα ευρύτερο και περισσότερο προληπτικό πλαίσιο ρύθμισης των ψηφιακών αγορών.

Η εργασία διαρθρώνεται σε έξι διακριτά κεφάλαια. Το Πρώτο Κεφάλαιο προσφέρει μια γενική επισκόπηση της ευρωπαϊκής πολιτικής ανταγωνισμού και των οικονομικών σχολών σκέψης (Ordoliberalism, Harvard, Chicago). Το Δεύτερο Κεφάλαιο αναλύει το θεωρητικό και οικονομικό υπόβαθρο των δικτυακών αγορών και των ψηφιακών πλατφορμών. Στο Τρίτο Κεφάλαιο εξετάζεται η δυναμική εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ στο ψηφιακό περιβάλλον, εστιάζοντας στις προκλήσεις οριοθέτησης της αγοράς, του προσδιορισμού της δεσπόζουσας θέσης και της προσαρμογής των κλασικών μορφών κατάχρησης. Το Τέταρτο Κεφάλαιο εμβαθύνει στις νέες θεωρίες βλάβης που αναδύονται στην ψηφιακή οικονομία, αναλύοντας πρακτικές όπως η αυτοπροτιμησιακή συμπεριφορά (*self-preferencing*), ο αναγκαστικός παρασιτικός ανταγωνισμός (*forced free-riding*) και η υποβάθμιση της ποιότητας. Το Πέμπτο Κεφάλαιο είναι αφιερωμένο στην παρουσίαση και μελέτη εμβληματικών υποθέσεων μεγάλων τεχνολογικών πλατφορμών (Google, Apple, Facebook, Microsoft) και στην αποτίμηση των αντιανταγωνιστικών τους επιπτώσεων. Τέλος, το Έκτο Κεφάλαιο αναλύει τη σύγχρονη ευρωπαϊκή ρυθμιστική προσέγγιση και το νέο *ex ante* κανονιστικό πλαίσιο (DMA, DSA, Data Act), συνοψίζοντας τα τελικά συμπεράσματα και την κριτική αποτίμηση της διατριβής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ: Γενική Επισκόπηση της Ευρωπαϊκής Πολιτικής Ανταγωνισμού

1.1. Ιστορική εξέλιξη και διαμόρφωση της Πολιτικής Ανταγωνισμού

Η πεποίθηση ότι οι αγορές λειτουργούν αποτελεσματικά υπό συνθήκες ελεύθερου ανταγωνισμού ενισχύεται διαρκώς, ιδίως κατά τα τελευταία έτη με τη μετάβαση ενός αριθμού χωρών από τη

σχεδιαζόμενη στην ελεύθερη οικονομία¹. Γίνεται δεκτό ότι ο ανταγωνισμός συμβάλλει στη μείωση των τιμών, στη βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων και στην ενίσχυση της παραγωγικότητας. Παράλληλα, αποτελεί τον βασικό μοχλό για την έρευνα και την ανάπτυξη νέων καινοτόμων λύσεων. Ωστόσο, για να κατανοηθεί σε βάθος ο ρόλος του και η συμβολή του στην οικονομία και την κοινωνία, είναι απαραίτητο να ανατρέξουμε στις θεωρητικές βάσεις που έθεσαν τα θεμέλια της Πολιτικής Ανταγωνισμού.

1.2. Προστασία της οικονομικής ελευθερίας

Μία από τις βασικότερες θεωρητικές προσεγγίσεις που επηρέασαν τη διαμόρφωση του ενωσιακού δικαίου ανταγωνισμού είναι η θεωρία της προστασίας της οικονομικής ελευθερίας. Η προσέγγιση αυτή έχει τις ρίζες της στον «*Ordoliberalismus*» της λεγόμενης «Σχολής του Freiburg», που γεννήθηκε τη δεκαετία του 1930². Σύμφωνα με τη θεωρία αυτή, η ελεύθερη αγορά αποτελεί βασικό στοιχείο μιας φιλελεύθερης κοινωνίας. Οι εκπρόσωποι της Σχολής του Freiburg υποστήριζαν ότι το κράτος δεν πρέπει να παρεμβαίνει άμεσα στην επιχειρηματική δραστηριότητα. Οφείλει, αντίθετα, να θεσπίζει και να εφαρμόζει ένα αποτελεσματικό ρυθμιστικό πλαίσιο για τη διασφάλιση της εύρυθμης λειτουργίας της αγοράς. Κεντρικό ρόλο στο πλαίσιο αυτό κατέχουν η απαγόρευση των ανταναγωνιστικών συμπράξεων, ο προληπτικός έλεγχος των συγκεντρώσεων και η εποπτεία των επιχειρήσεων με δεσπόζουσα θέση³. Κατά συνέπεια, ο ανταγωνισμός αντιμετωπίζεται όχι μόνο ως μηχανισμός οικονομικής αποτελεσματικότητας, αλλά και ως θεσμική εγγύηση οικονομικής ελευθερίας απέναντι στην υπερβολική συγκέντρωση ισχύος.

Παρά την ιστορική της συνεισφορά στη θεμελίωση της ευρωπαϊκής αγοράς, η ορντολιμπεραλική προσέγγιση έχει αποτελέσει αντικείμενο κριτικής αξιολόγησης από τη σύγχρονη θεωρία, καθώς χαρακτηρίζεται από έναν εγγενή προστατευτισμό προς τους μικρότερους παίκτες της αγοράς. Εστιάζοντας στην προστασία των ίδιων των ανταγωνιστών απέναντι στην οικονομική ισχύ και όχι στην προστασία της αυτούσιας ανταγωνιστικής διαδικασίας, ο ορντολιμπεραλισμός οδήγησε σταδιακά σε μια άκαμπτη, τυπολατρική προσέγγιση (*formalistic approach*). Η προσέγγιση αυτή επικρίθηκε, διότι συχνά τιμωρούσε επιθετικές αλλά νόμιμες επιχειρηματικές πρακτικές, οι οποίες,

¹ Δ.Τζουγανάτος, 'Το αντικείμενο προστασίας του δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού' σε Δ. Τζουγανάτος (επιμ.) *Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού*, (Νομική Βιβλιοθήκη 2020).

² Ibid.

³ Ibid.

παρά τον αποκλεισμό λιγότερο αποδοτικών ανταγωνιστών, θα μπορούσαν μακροπρόθεσμα να ωφελήσουν τον καταναλωτή μέσω χαμηλότερων τιμών και αυξημένης αποτελεσματικότητας.

1.3. Η επιδίωξη της οικονομικής αποτελεσματικότητας

Στον αντίποδα βρίσκεται η προσέγγιση της οικονομικής αποτελεσματικότητας, η οποία αναπτύχθηκε κυρίως στο πλαίσιο του αμερικανικού δικαίου *antitrust* και επηρεάστηκε καθοριστικά από τις σχολές του Harvard και του Chicago.

Η σχολή του Harvard υποστήριξε ότι η δομή της αγοράς επηρεάζει άμεσα τη συμπεριφορά των επιχειρήσεων και την κοινωνική ευημερία, θεωρώντας ότι η υψηλή συγκέντρωση οικονομικής ισχύος ενδέχεται να οδηγήσει σε περιορισμό του ανταγωνισμού. Ωστόσο, η προσέγγιση αυτή δέχθηκε κριτική επειδή αντιμετώπιζε με υπερβολική καχυποψία τις μεγάλες επιχειρήσεις λόγω και μόνο του μεγέθους τους. Εστιάζοντας σχεδόν αποκλειστικά στη δομή της αγοράς, το Harvard έτεινε να θεωρεί κάθε υψηλή συγκέντρωση ισχύος ως απειλή για τον ανταγωνισμό. Με τον τρόπο αυτό, όμως, παραβλεπόταν το γεγονός ότι μια επιχείρηση μπορεί να αποκτήσει μεγάλη αγοραία ισχύ με απόλυτα νόμιμο τρόπο, ως δίκαιο αποτέλεσμα της καινοτομίας της, της ανώτερης οργάνωσής της ή της προτίμησης των ίδιων των καταναλωτών.

Αντίθετα, η σχολή του Chicago έδωσε έμφαση στην οικονομική αποτελεσματικότητα και στην ευημερία του καταναλωτή (*consumer welfare*). Υποστήριξε ότι η παρέμβαση του δικαίου ανταγωνισμού δικαιολογείται αποκλειστικά όταν μια επιχειρηματική πρακτική προκαλεί πραγματική, μετρήσιμη βλάβη στους καταναλωτές⁴. Η προσέγγιση αυτή μετέφερε το κέντρο βάρους από τη δομή της αγοράς στις πραγματικές οικονομικές συνέπειες της συμπεριφοράς των επιχειρήσεων, ενισχύοντας καθοριστικά τον ρόλο της οικονομικής ανάλυσης. Παρά τη θετική της συνεισφορά στην εισαγωγή της οικονομικής ορθότητας, η προσέγγιση της Σχολής του Σικάγου αντιμετωπίζεται σήμερα με επιφυλάξεις από μέρος της θεωρίας ως προς την έντονη πίστη της στην αυτορρύθμιση των αγορών⁵. Η παραδοχή ότι οι δυνάμεις της αγοράς διορθώνουν αυτόματα τις περισσότερες στρεβλώσεις κρίνεται συχνά ανεπαρκής για την αντιμετώπιση σύγχρονων, πιο σύνθετων μορφών αγοράς.

⁴ Γ.Δ. Τριανταφυλλάκης, *Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού* (4^η έκδοση, Νομική Βιβλιοθήκη 2019) 17.

⁵ Richard Posner, 'The Chicago School of Antitrust Analysis' (1979) 127 *University of Pennsylvania Law Review* 925.

1.4. Η προσέγγιση στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Η πολιτική ανταγωνισμού της Ευρωπαϊκής Ένωσης διαμορφώθηκε ως αναπόσπαστο στοιχείο της εσωτερικής αγοράς ήδη από τη Συνθήκη της Ρώμης του 1957. Σήμερα, το άρθρο 3 παρ. 3 ΣΕΕ προβλέπει ότι η Ένωση εργάζεται για μια άκρως ανταγωνιστική κοινωνική οικονομία της αγοράς. , Παράλληλα, το άρθρο 3 παρ. 1 στοιχ. γ' ΣΛΕΕ καθιερώνει ως αποκλειστική αρμοδιότητα της Ένωσης τη θέσπιση των κανόνων ανταγωνισμού που είναι αναγκαίοι για τη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς⁶. Η ευρωπαϊκή προσέγγιση συνδυάζει την ορντολιμπεραλική (*ordoliberal*) προστασία της οικονομικής ελευθερίας με την επιδίωξη της οικονομικής αποτελεσματικότητας, υπηρετώντας τόσο τη διατήρηση ανοικτών αγορών όσο και την προστασία των καταναλωτών.

Ωστόσο, είναι κρίσιμο να επισημανθεί ότι η ενωσιακή αντίληψη περί ευημερίας του καταναλωτή δεν ταυτίζεται πλήρως με το παραδοσιακό *Consumer Welfare Standard* του αμερικανικού δικαίου *antitrust*, όπως αυτό διαμορφώθηκε από τη Σχολή του Σικάγου. Ενώ η αμερικανική παράδοση εστιάζει σχεδόν αποκλειστικά σε βραχυπρόθεσμα, ποσοτικά οικονομικά μεγέθη, θεωρώντας μια πρακτική παράνομη μόνο αν επιφέρει άμεση αύξηση τιμών ή μείωση της παραγωγής, η ευρωπαϊκή προσέγγιση διατηρεί έναν σαφώς πιο θεσμικό και δομικό χαρακτήρα.

Για την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και τα ενωσιακά δικαστήρια, ο σκοπός του δικαίου ανταγωνισμού δεν εξαντλείται στην άμεση μεγιστοποίηση της οικονομικής αποτελεσματικότητας, αλλά επεκτείνεται στη διαφύλαξη της ίδιας της ανταγωνιστικής διαδικασίας και μιας πλουραλιστικής δομής της αγοράς. Η ενωσιακή έννομη τάξη εκκινεί από την παραδοχή ότι η διατήρηση ανοικτών και προσβάσιμων αγορών αποτελεί την ασφαλέστερη εγγύηση για τη μακροπρόθεσμη ευημερία, την ποιότητα και την καινοτομία. Κατά συνέπεια, στο πλαίσιο του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, μια μονομερής συμπεριφορά μπορεί να κριθεί καταχρηστική εάν έχει την τάση να στεγανοποιεί την αγορά και να αποκλείει αδικαιολόγητα εναλλακτικούς παίκτες, ακόμη και αν η πρακτική αυτή δεν έχει επιφέρει ακόμα ορατή, άμεση οικονομική ζημία ή αύξηση τιμών για τον τελικό καταναλωτή. Το Δικαστήριο έχει επιβεβαιώσει ρητά αυτή τη θεσμική διάσταση, επισημαίνοντας ότι το άρθρο 102 ΣΛΕΕ αποσκοπεί στην προστασία της δομής του ανταγωνισμού από τεχνητούς περιορισμούς, καθώς η διατήρηση μιας υγιούς ανταγωνιστικής διαδικασίας αποτελεί τον ασφαλέστερη εγγύηση για τη μακροπρόθεσμη ευημερία της αγοράς⁷.

⁶ Λ. Κοτσίρης, *Δίκαιο Ανταγωνισμού* (7^η έκδοση, Εκδόσεις Σάκκουλα 2015).

⁷ Case C-52/09 *Konkurrensverket v TeliaSonera Sverige AB* [2011] ECLI:EU:C:2011:83, paras 21-24.

1.5. Η πορεία προς την πιο οικονομική θεωρία («*more economic approach*») στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Από τα τέλη της δεκαετίας του 1990, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή υιοθέτησε σταδιακά μια περισσότερο οικονομικά προσανατολισμένη προσέγγιση, γνωστή στη διεθνή θεωρία ως *more economic approach*. Βάσει αυτής, η αξιολόγηση των επιχειρηματικών πρακτικών δεν στηρίζεται αποκλειστικά στη νομική τους μορφή, αλλά κυρίως στις πραγματικές ή δυνητικές επιπτώσεις τους στην ευημερία των καταναλωτών⁸. Η εξέλιξη αυτή σηματοδότησε μια βαθιά δομική μετάβαση από την παραδοσιακή, αυστηρά φορμαλιστική προσέγγιση (*formalistic approach*) σε μια προσέγγιση βασισμένη αποκλειστικά στα οικονομικά αποτελέσματα της εκάστοτε συμπεριφοράς (*effects-based approach*).

Η παλαιότερη φορμαλιστική προσέγγιση, η οποία είχε επηρεαστεί έντονα από τις καταβολές του γερμανικού ορντολιμπεραλισμού, αντιμετώπιζε τις επιχειρηματικές πρακτικές με βάση τη νομική τους μορφή και μόνο. Υπό το πρίσμα αυτό, ορισμένες συμπεριφορές μιας επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση θεωρούνταν σχεδόν αυτόματα καταχρηστικές, χωρίς να εξετάζεται αν όντως προκαλούσαν ζημία στην αγορά. Η προσέγγιση αυτή, αν και προσέφερε υψηλό βαθμό νομικής ασφάλειας, επικρίθηκε έντονα διότι οδηγούσε συχνά σε καταδίκη νόμιμων και οικονομικά ορθών συμπεριφορών που ωφελούσαν τους καταναλωτές και εμπόδιζε την επιχειρηματική καινοτομία.

Αντίθετα, η υιοθέτηση του *effects-based approach* μετέφερε το κέντρο βάρους από την εξέταση της μορφής της πρακτικής στην εξατομικευμένη ανάλυση των πραγματικών ή δυνητικών επιπτώσεών της στην αγορά. Βάσει της μεθοδολογίας αυτής, μια συμπεριφορά δεν καταδικάζεται αξιωματικά, αλλά απαιτείται η διεξαγωγή μιας εις βάθος οικονομικής ανάλυσης που να αποδεικνύει ότι η πρακτική πράγματι περιορίζει την ευημερία των καταναλωτών (*consumer welfare*) ή αποκλείει αδικαιολόγητα αποτελεσματικούς ανταγωνιστές, υπηρετώντας έτσι την προστασία της ίδιας της ανταγωνιστικής διαδικασίας.

1.6. Η Ανακοίνωση της Επιτροπής του 2009 ως θεσμικό επιστέγασμα της οικονομικής προσέγγισης

Ορόσημο για τη θεσμική ολοκλήρωση και την πρακτική εφαρμογή της οικονομικής στροφής στο πεδίο των μονομερών συμπεριφορών αποτέλεσε η έκδοση της Ανακοίνωσης της Επιτροπής του

⁸ Ι. Λιανός, *La transformation du droit de la concurrence par le recours à l'analyse économique* (Εκδόσεις Σάκκουλα 2007).

2009⁹ σχετικά με τις προτεραιότητες ελέγχου κατά την εφαρμογή του άρθρου 82 (νυν 102 ΣΛΕΕ) σε αποκλειστικές συμπεριφορές. Η Ανακοίνωση αυτή δεν μετέβαλε το γράμμα της Συνθήκης, αλλά επανακαθόρισε ριζικά τον τρόπο με τον οποίο η Επιτροπή στοιχειοθετεί τις υποθέσεις της, εισάγοντας τρεις κεντρικούς άξονες που μετέφεραν το βάρος της ανάλυσης στην προστασία της ίδιας της ανταγωνιστικής διαδικασίας.

Αρχικά, καθιερώθηκε το κριτήριο του «εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή» (*As Efficient Competitor Test – AEC test*) ως το βασικό εργαλείο για την αξιολόγηση τιμολογιακών πρακτικών, όπως οι εκπτώσεις ή η συμπίεση περιθωρίου κέρδους. Το συγκεκριμένο τεστ εξετάζει αν ένας υποθετικός ανταγωνιστής, ο οποίος είναι εξίσου αποτελεσματικός και παραγωγικός με τη δεσπόμενη επιχείρηση αλλά δεν διαθέτει το ίδιο μέγεθος, θα μπορούσε να επιβιώσει οικονομικά απέναντι στην εξεταζόμενη τιμολογιακή πολιτική.

Παράλληλα, εισήχθη η υποχρέωση της Επιτροπής να αναπτύσσει μια σαφή «θεωρία της βλάβης» (*Theory of Harm*). Πρόκειται για ένα επιστημονικά τεκμηριωμένο οικονομικό σενάριο που περιγράφει με ακρίβεια τον τρόπο με τον οποίο η συμπεριφορά της δεσπόμενης επιχείρησης οδηγεί σε αντιανταγωνιστικό αποκλεισμό (*anticompetitive foreclosure*) και σε άμεση ή έμμεση ζημία του καταναλωτή.

Τέλος, η Ανακοίνωση αναγνώρισε ρητά τη δυνατότητα της δεσπόμενης επιχείρησης να προβάλει ισχυρισμούς οικονομικής αποτελεσματικότητας (*Efficiency Defence*), αποδεικνύοντας ότι τα οφέλη που προκύπτουν από την πρακτική της, όπως οι οικονομίες κλίμακας, αντισταθμίζουν τις αρνητικές επιπτώσεις στον ανταγωνισμό.

Ωστόσο, η πρακτική εφαρμογή αυτής της στροφής ανέδειξε σταδιακά και σημαντικές προκλήσεις, καθώς η ανάγκη για ενδεδειγμένες, ποσοτικές και συχνά μακροχρόνιες οικονομικές αναλύσεις αύξησε σημαντικά τη διάρκεια των ερευνών και το βάρος απόδειξης για τις αρχές ανταγωνισμού. Η πραγματικότητα αυτή πυροδότησε έναν ευρύτερο προβληματισμό σχετικά με τα όρια του *effects-based approach*, καθώς σε δυναμικές αγορές η καθυστερημένη παρέμβαση ενδέχεται να καταστήσει την επιβολή του νόμου αναποτελεσματική, ακόμη και αν αυτή είναι οικονομικά άρτια τεκμηριωμένη.

⁹ European Commission, *Guidance on the Commission's enforcement priorities in applying Article 82 of the EC Treaty to abusive exclusionary conduct by dominant undertakings* [2009] OJ C 45/7.

1.7. Η Ευρωπαϊκή Πολιτική Ανταγωνισμού και ο ρόλος της Επιτροπής στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Θεμελιώδης σκοπός της ενιαίας αγοράς είναι η κατοχύρωση της ελευθερίας του ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων στα κράτη-μέλη. Επειδή, όμως, οι κανόνες αυτοί ενδέχεται συχνά να έρχονται σε σύγκρουση με εθνικά συμφέροντα, κρίθηκε απαραίτητη η ύπαρξη ενός ουδέτερου, υπερεθνικού θεσμικού «διαιτητή». Ο ρόλος αυτός έχει ανατεθεί στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή και ειδικότερα στη Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού (DG Comp), η οποία εφαρμόζει άμεσα τα άρθρα 101–109 ΣΛΕΕ υπό τον έλεγχο του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΔΕΕ). Η Επιτροπή διαθέτει εκτεταμένες ερευνητικές και κυρωτικές αρμοδιότητες, έχοντας τη δυνατότητα να διεξάγει έρευνες, να εκδίδει δεσμευτικές αποφάσεις και να επιβάλλει σημαντικά πρόστιμα.

Η εφαρμογή του ενωσιακού δικαίου πραγματοποιείται σε στενή συνεργασία με τις εθνικές αρχές ανταγωνισμού στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Δικτύου Ανταγωνισμού (ECN), το οποίο ιδρύθηκε με τον Κανονισμό 1/2003¹⁰. Στο πλαίσιο του Δικτύου, οι αρχές ανταλλάσσουν πληροφορίες, παρέχουν αμοιβαία συνδρομή και συντονίζουν τις ενέργειές τους, εξασφαλίζοντας την ομοιόμορφη εφαρμογή των κανόνων σε ολόκληρη την Ένωση. Η Ελληνική Επιτροπή Ανταγωνισμού συμμετέχει ενεργά στο ECN, ενώ η Ευρωπαϊκή Επιτροπή επιλαμβάνεται κυρίως των υποθέσεων με μείζονα διασυννοριακό αντίκτυπο.

1.8. Σχέση του Ενωσιακού Δικαίου με τα εθνικά δίκαια ανταγωνισμού (Κανονισμός 1/2003)

Όταν μια πρακτική επηρεάζει το εμπόριο μεταξύ των κρατών-μελών και ταυτόχρονα παράγει αντανταγωνιστικές συνέπειες σε εθνικό επίπεδο, ανακύπτει το ζήτημα της σύγκρουσης των κανόνων. Το ζήτημα αυτό ρυθμίζεται μέσω του άρθρου 103 παρ. 2 στοιχ. ε' ΣΛΕΕ, το οποίο παρέχει στο Συμβούλιο την αρμοδιότητα να εκδίδει κανονισμούς που καθορίζουν τη σχέση μεταξύ εθνικής και ενωσιακής νομοθεσίας.

Ήδη από την ιστορική απόφαση *Walt Wilhelm v. Bundeskartellamt* (1969)¹¹, το ΔΕΚ ξεκαθάρισε ότι τα κράτη-μέλη οφείλουν να εξασφαλίζουν την πλήρη αποτελεσματικότητα των ενωσιακών διατάξεων. Έτσι, η εφαρμογή εθνικών κανόνων είναι επιτρεπτή, εφόσον δεν παραβιάζεται η αρχή

¹⁰ European Commission, 'European Competition Network (ECN)' (2024) https://competition-policy.ec.europa.eu/antitrust-and-cartels/european-competition-network_en accessed 1 October 2025.

¹¹ Case 14/68 [1969] ECR 1

της υπεροχής του ενωσιακού δικαίου και δεν παραβλάπτεται η πλήρης και ομοιόμορφη εφαρμογή των περί ανταγωνισμού διατάξεων στο χώρο της κοινής αγοράς¹².

Παράλληλα, τα κράτη-μέλη μπορούσαν να προσφεύγουν στις ενωσιακές διατάξεις μόνο όταν η Επιτροπή δεν είχε κινήσει σχετική διαδικασία, ενώ σε περιπτώσεις επιβολής κυρώσεων από αμφότερα τα νομικά συστήματα, το Δικαστήριο έκρινε ότι, για λόγους επιείκειας, πρέπει να λαμβάνονται υπόψη τυχόν προγενέστερες κυρώσεις της πρώτης αρχής που εξέτασε την υπόθεση.

Με την υιοθέτηση του Κανονισμού 1/2003, η σχέση μεταξύ των δύο έννομων τάξεων καθίσταται πλέον σαφής, επιφέροντας μια ριζική, δομική μεταρρύθμιση στην ιστορική εξέλιξη της ευρωπαϊκής πολιτικής ανταγωνισμού. Η βασικότερη τομή του Κανονισμού 1/2003 συνίσταται στην κατάργηση του προγενέστερου συγκεντρωτικού συστηματικού ελέγχου υποχρεωτικής κοινοποίησης και έκδοσης ατομικών εξαιρέσεων από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, το οποίο ίσχυε από το 1962 βάσει του Κανονισμού 17¹³. Το παλαιότερο αυτό καθεστώς υποχρέωνε τις επιχειρήσεις να γνωστοποιούν εκ των προτέρων κάθε εμπορική τους συμφωνία, προκειμένου να λάβουν ειδική άδεια. Στη θέση αυτού του γραφειοκρατικού συστήματος, εισήχθη ένα αποκεντρωμένο σύστημα άμεσης εφαρμογής (*decentralized system of direct enforcement*), το οποίο μετέτρεψε τις εθνικές αρχές ανταγωνισμού και τα εθνικά δικαστήρια σε «συμμέτοχους» για την εφαρμογή όχι μόνο του άρθρου 102, αλλά και του άρθρου 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ.

Η μεταρρύθμιση αυτή άλλαξε ριζικά την αρχιτεκτονική επιβολής (*enforcement architecture*) του δικαίου ανταγωνισμού εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Όπως επισημαίνεται στην επίσημη αξιολόγηση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τα 20 έτη εφαρμογής του Κανονισμού¹⁴, το νέο αυτό αποκεντρωμένο μοντέλο οδήγησε στη διερεύνηση και λήψη αποφάσεων σε περισσότερες από 1.650 υποθέσεις σε πανευρωπαϊκό επίπεδο μέσω του Ευρωπαϊκού Δικτύου Ανταγωνισμού (*ECN*), εξασφαλίζοντας πρωτοφανή αποτελεσματικότητα και ομοιόμορφη εφαρμογή των κανόνων.

Το άρθρο 3 του Κανονισμού εισάγει θεμελιώδεις αρχές που καθοδηγούν την εφαρμογή του εθνικού και του ενωσιακού δικαίου ανταγωνισμού. Συγκεκριμένα, στις παραγράφους 1 και 2 προβλέπεται ότι οι εθνικές αρχές και τα εθνικά δικαστήρια υποχρεούνται αυτεπάγγελα να εφαρμόζουν τα άρθρα 101 και 102 ΣΛΕΕ σε υποθέσεις όπου εξετάζουν παράλληλα την εθνική νομοθεσία σχετικά

¹² Κοτσίρης (n 6).

¹³ EEC Council, *Regulation No 17: First Regulation implementing Articles 85 and 86 of the Treaty* [1962] OJ 13/204.

¹⁴ European Commission, *Commission Staff Working Document: Evaluation of Regulations 1/2003 and 773/2004* (SWD(2024) 141 final, DG Competition 2024)

με συμπράξεις ή κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης. Υπό το νέο καθεστώς, καταργείται η δυνατότητα παράλληλης εφαρμογής εθνικών κανόνων στις συμπράξεις και καθιερώνεται η υποχρεωτική υπεροχή των ενωσιακών διατάξεων. Η ρύθμιση αυτή στοχεύει στη διασφάλιση ισότιμων όρων ανταγωνισμού, ώστε όλες οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον ενωσιακό χώρο να υπάγονται σε ενιαίο κανονιστικό πλαίσιο¹⁵. Ωστόσο, αναγνωρίζεται η δυνατότητα εφαρμογής αυστηρότερων εθνικών ρυθμίσεων σε περιπτώσεις μονομερών πρακτικών, δηλαδή καταχρηστικών συμπεριφορών επιχειρήσεων.

Παράλληλα, για την εξασφάλιση της ομοιόμορφης εφαρμογής του ενωσιακού δικαίου, το άρθρο 16 του Κανονισμού προβλέπει ότι τα εθνικά δικαστήρια δεν μπορούν να εκδίδουν αποφάσεις που έρχονται σε αντίθεση με απόφαση της Επιτροπής ή που ενδέχεται να συγκρουστούν με απόφαση που αυτή πρόκειται να λάβει. Αντίστοιχα, σε περίπτωση που μια υπόθεση έχει ήδη εξεταστεί από εθνική αρχή, η Επιτροπή μπορεί να κινήσει τη διαδικασία μόνο μετά από διαβούλευση με την αρμόδια αρχή.

Η κατάργηση του συστήματος των κοινοποιήσεων απελευθέρωσε κρίσιμους διοικητικούς πόρους για τα ευρωπαϊκά όργανα. Η αποσυμφόρηση αυτή επέτρεψε στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή να μετατοπίσει το κέντρο βάρους της από τον τυπικό έλεγχο συμβάσεων ρουτίνας στην αυτεπάγγελτη δίωξη μεγάλων και τεχνολογικά σύνθετων υποθέσεων. Χωρίς αυτή την ιστορική θεσμική στροφή, η Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού (DG Comp) δεν θα διέθετε την αναγκαία ευελιξία και τους πόρους για να αντιμετωπίσει τις σύγχρονες προκλήσεις των ψηφιακών αγορών και τη συστηματική συμπεριφορά των *gatekeepers*.

1.9. Συμπεράσματα Κεφαλαίου

Το Πρώτο Κεφάλαιο ανέδειξε τη διαχρονική εξέλιξη της Ευρωπαϊκής Πολιτικής Ανταγωνισμού και τη σταδιακή θεσμική στροφή της Ευρωπαϊκής Επιτροπής προς την «πιο οικονομική προσέγγιση» (*more economic approach*). Όπως καταδείχθηκε, η αρχιτεκτονική επιβολής των κανόνων ανταγωνισμού, ιδίως μετά τον Κανονισμό 1/2003, οργανώθηκε με γνώμονα την αξιολόγηση των πραγματικών οικονομικών αποτελεσμάτων των επιχειρηματικών πρακτικών στην αγορά. Ωστόσο, το παραδοσιακό αυτό πλαίσιο αναλύσεων διαμορφώθηκε ιστορικά με βάση τις κλασικές, γραμμικές αγορές αγαθών και υπηρεσιών. Προκειμένου να αξιολογηθεί η επάρκεια αυτών των

¹⁵ Σ. Πίπη, 'Η καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης επιχείρησης στο ελληνικό και ενωσιακό δίκαιο' (Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Πειραιώς 2017) 42.

εργαλείων απέναντι στις σύγχρονες προκλήσεις, καθίσταται αναγκαίο να εξεταστούν οι ριζικές διαφοροποιήσεις που εισάγει η ανάδυση των ψηφιακών οικοσυστημάτων. Για τον λόγο αυτό, το Δεύτερο Κεφάλαιο μετατοπίζει το κέντρο βάρους στην ανάλυση των ιδιαίτερων οικονομικών και τεχνικών χαρακτηριστικών που διέπουν τη λειτουργία των σύγχρονων δικτυακών αγορών και των ψηφιακών πλατφορμών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: Δικτυακές αγορές

Οι δικτυακές αγορές αποτελούν κρίσιμο τμήμα της παγκόσμιας οικονομίας, με ορισμένους τομείς τους να παρουσιάζουν ταχύτατους ρυθμούς ανάπτυξης. Παράλληλα, διαδραματίζουν θεμελιώδη ρόλο στην παροχή βασικών αγαθών και υποδομών, επηρεάζοντας άμεσα την οικονομική ανάπτυξη άλλων κλάδων. Χαρακτηριστικά παραδείγματα συνιστούν οι τηλεπικοινωνίες, η ενέργεια (π.χ. αγορά ηλεκτρισμού, φυσικού αερίου), οι μεταφορές (πχ. αεροπορικά, σιδηροδρομικά, θαλάσσια, οδικά δίκτυα), καθώς και τα ραδιοτηλεοπτικά δίκτυα (πχ. τηλεόραση, ραδιόφωνο).

Ένα δίκτυο μπορεί να οριστεί ως ένα σύνολο από συνδεδεμένα στοιχεία. Τα στοιχεία αυτά (*nodes*), μπορούν να αναπαρασταθούν ως σημεία (*points*), ενώ οι συνδέσεις που τα ενώνουν αποδίδονται ως γραμμές (*links*). Μέσω αυτών των συνδέσεων καθίσταται δυνατή η μεταφορά ή η ροή προϊόντων, πληροφοριών ή υπηρεσιών μεταξύ των διαφόρων σημείων ενός δικτύου. Βασικό χαρακτηριστικό των δικτυακών αγορών είναι η αμοιβαία συμπληρωματικότητα μεταξύ των σημείων που τα αποτελούν. Η παροχή, δηλαδή, μιας υπηρεσίας μέσω ενός δικτύου απαιτεί τη συνεργασία δύο ή περισσότερων συνιστωσών, καθιστώντας τις αλληλοσυμπληρούμενες. Επιπλέον, η διαδρομή μεταξύ δύο σημείων δεν είναι μοναδική, καθώς κάθε ζεύγος σημείων μπορεί να συνδεθεί μέσω πολλαπλών πιθανών συνδέσεων, γεγονός που προσδίδει ευελιξία και ανθεκτικότητα στο δίκτυο¹⁶.

Τα δίκτυα μπορούν να διακριθούν σε δύο βασικές κατηγορίες με βάση τη ροή των υπηρεσιών τους: σε «*one-way networks*» και «*two-way networks*». Στα *one-way networks*, οι υπηρεσίες ρέουν αποκλειστικά προς μία κατεύθυνση, όπως συμβαίνει στα δίκτυα ύδρευσης ή ηλεκτροδότησης. Αντίθετα, στα *two-way networks*, οι υπηρεσίες ρέουν σε πολλαπλές κατευθύνσεις, όπως παρατηρείται στα τηλεφωνικά, ηλεκτρονικά, σιδηροδρομικά, οδικά και τηλεπικοινωνιακά δίκτυα. Στα δίκτυα αυτά, η αξία που αποκομίζει κάθε χρήστης εξαρτάται άμεσα από τον αριθμό των

¹⁶ N. Economides, 'The Economics of Networks' (1996) 14(6) International Journal of Industrial Organization 673.

υπόλοιπων χρηστών, καθώς η αλληλεπίδραση μεταξύ των συμμετεχόντων στο δίκτυο αποτελεί βασικό στοιχείο της λειτουργίας του.

Η αλληλεπίδραση αυτή απέκτησε ακόμη μεγαλύτερη σημασία με τη ραγδαία ανάπτυξη της ψηφιακής οικονομίας. Στο περιβάλλον αυτό, οι ψηφιακές πλατφόρμες αναδείχθηκαν σε βασικό πυλώνα των σύγχρονων δικτυακών αγορών, καθιστώντας αναγκαία την επανεξέταση των συνθηκών ανταγωνισμού.

2.1. Εννοιολογική διάκριση και συσχέτιση των δικτυακών δομών

Για την ορθή οικονομική και νομική ανάλυση, παρίσταται αναγκαίος ο σαφής εννοιολογικός διαχωρισμός μεταξύ τριών όρων που απαντώνται στη βιβλιογραφία: των δικτυακών αγορών (*network markets*), των αγορών πολλαπλών πλευρών (*multi-sided markets*) και των ψηφιακών πλατφορμών (*digital platforms*). Οι έννοιες αυτές δεν είναι ταυτόσημες, αλλά τελούν σε μια σχέση ιεραρχικής συμπερίληψης, όπου η μία αποτελεί ειδικότερη έκφανση της άλλης.

Αρχικά, ο όρος δικτυακές αγορές αποτελεί την ευρύτερη κατηγορία (γένος) και προσδιορίζει το γενικότερο οικονομικό και τεχνικό πλαίσιο, περιλαμβάνοντας κάθε αγορά που βασίζεται σε υποδομές συνδεδεμένων κόμβων και συνδέσμων, από τα παραδοσιακά φυσικά δίκτυα έως το σύγχρονο διαδίκτυο. Εντός αυτού του ευρύτερου πλαισίου, ο όρος αγορές πολλαπλών πλευρών δεν περιγράφει έναν τεχνολογικό κλάδο, αλλά την οικονομική αρχιτεκτονική της ζήτησης. Εκφράζει, δηλαδή, το μοντέλο εκείνο όπου ένας ενδιαμέσος διευκολύνει την αλληλεπίδραση μεταξύ δύο ή περισσότερων διακριτών ομάδων χρηστών, οι οποίες αλληλοεπηρεάζονται μέσω διασταυρούμενων εξωτερικοτήτων. Σημειώνεται ότι μια αγορά πολλαπλών πλευρών δεν είναι απαραίτητα ψηφιακή, καθώς ιστορικά παραδείγματα αποτελούν οι εφημερίδες ή οι πιστωτικές κάρτες.

Τέλος, η ψηφιακή πλατφόρμα συνιστά τον συγκεκριμένο τεχνολογικό και επιχειρηματικό φορέα της σύγχρονης οικονομίας. Πρόκειται για την ψηφιακή υποδομή που χρησιμοποιεί το διαδίκτυο, αλγόριθμους και δεδομένα, προκειμένου να υλοποιήσει στην πράξη το οικονομικό μοντέλο της αγοράς πολλαπλών πλευρών, λειτουργώντας αποκλειστικά εντός του ψηφιακού τμήματος των δικτυακών αγορών. Συνεπώς, η σχέση τους είναι κλιμακωτή, με τις δικτυακές αγορές να αποτελούν το γενικό πλαίσιο, τις αγορές πολλαπλών πλευρών τη δομή των αλληλεπιδράσεων και τις ψηφιακές πλατφόρμες το σύγχρονο μέσο λειτουργίας τους, όπως αυτά αναλύονται διεξοδικότερα στις ενότητες που ακολουθούν.



Σχήμα 1: Σχηματική απεικόνιση της σχέσης μεταξύ δικτυακών αγορών, αγορών πολλαπλών πλευρών και ψηφιακών πλατφορμών.

2.2. Ψηφιακές πλατφόρμες

2.2.1. Ορισμός

Το ζήτημα του ορισμού των ψηφιακών πλατφορμών εμφανίζει έντονο θεωρητικό ενδιαφέρον και έχει αποτελέσει αντικείμενο επιστημονικών αντιπαραθέσεων. Θεμέλιο των περισσότερων προσεγγίσεων συνιστά ο ορισμός που έχει διατυπωθεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, σύμφωνα με τον οποίο ως ψηφιακή πλατφόρμα ορίζεται «*μία επιχείρηση που λειτουργεί σε αγορές με δύο (ή πολλαπλές) όψεις, και χρησιμοποιεί το διαδίκτυο προκειμένου να καταστήσει δυνατή τη διάδραση μεταξύ δύο ή περισσότερων διακριτών αλλά αλληλεξαρτώμενων ομάδων χρηστών, ώστε να παράγει αξία για τουλάχιστον μία από τις ομάδες*»¹⁷. Στην προσπάθεια εντοπισμού του ακριβούς νοήματος της ανωτέρω έννοιας έχουν δοθεί ποικίλοι ορισμοί, καθένας εκ των οποίων εστιάζει σε διαφορετικό κάθε φορά χαρακτηριστικό των ψηφιακών πλατφορμών¹⁸.

Σύμφωνα με τον Laurence Mayer, «μία ψηφιακή πλατφόρμα αποτελείται από μια συνεκτική τεχνική και εμπορική προσφορά για πρόσβαση σε ένα σύμπαν απομακρυσμένων, διαδραστικών ή μη διαδραστικών υπηρεσιών, οι οποίες μπορούν να μεταδίδονται ή να παρέχονται επιγραμμικά, και μπορεί είτε να υπόκεινται σε πληρωμή είτε η πρόσβαση σε αυτές να είναι είτε περιορισμένη

¹⁷ European Commission, 'Δημόσια Διαβούλευση σχετικά με το ρυθμιστικό περιβάλλον για τις πλατφόρμες, τους επιγραμμικούς διαμεσολαβητές, τα δεδομένα και το υπολογιστικό νέφος και τη συνεργατική οικονομία' (24 September 2015) <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/node/6141> accessed 1 December 2025.

¹⁸ Δ. Κυριακωντώνη, *Ψηφιακές Πλατφόρμες και Συμπεριφορική Οικονομική Ανάλυση* (Νομική Βιβλιοθήκη 2024) 38.

είτε εντελώς δωρεάν». Αντιθέτως, σύμφωνα με διαφορετικό πιο πρόσφατο ορισμό των Paul Belleflamme και Martin Peitz, «μια πλατφόρμα είναι μια οντότητα που φέρνει σε επαφή οικονομικούς παράγοντες και διαχειρίζεται ενεργά τα αποτελέσματα δικτύου μεταξύ τους», υπογραμμίζοντας τη βαρύτητα στην διευκόλυνση της αλληλεπίδρασης μεταξύ των χρηστών που συνδέονται σε κάποια μορφή αποτελεσμάτων δικτύου¹⁹.

2.2.2. Κατηγορίες πλατφορμών

Για να γίνει περισσότερο κατανοητή η έννοια των ψηφιακών πλατφορμών, είναι απαραίτητη η κατηγοριοποίησή τους, βάσει διαφορετικών κριτηρίων. Αρχικά, οι πλατφόρμες διακρίνονται, ανάλογα με τον τρόπο που δημιουργούν αξία, σε πλατφόρμες συναλλαγών, πλατφόρμες καινοτομίας και σε υβριδικές πλατφόρμες. Οι πλατφόρμες συναλλαγών διευκολύνουν τις επαφές και τις συναλλαγές μεταξύ ατόμων και επιχειρήσεων²⁰, όπως συμβαίνει για παράδειγμα με το eBay, την Uber ή τη Booking. Οι πλατφόρμες καινοτομίας προσφέρουν υπηρεσίες τεχνολογίας, όπως τα λογισμικά, και αποτελούν «θεμέλιο» για καινοτόμες επιχειρήσεις που επιθυμούν να «χτίσουν» συμπληρωματικά προϊόντα ή υπηρεσίες²¹, με χαρακτηριστικά παραδείγματα το λειτουργικό σύστημα Android της Google ή τα Windows της Microsoft. Μεταξύ των ανωτέρω δύο κατηγοριών λειτουργούν οι υβριδικές πλατφόρμες, οι οποίες συνδυάζουν χαρακτηριστικά τόσο συναλλαγών όσο και καινοτομίας, όπως το App Store της Apple ή το Google Play, τα οποία αποτελούν ταυτόχρονα τεχνολογικό θεμέλιο για την ανάπτυξη εφαρμογών και ψηφιακή αγορά για τη διενέργεια συναλλαγών.

Εν συνεχεία, κατηγορία πλατφορμών συνιστούν οι πλατφόρμες διαμεσολάβησης, οι οποίες επιτρέπουν τη διάδραση μεταξύ διαφορετικών ομάδων χρηστών και διακρίνονται, περαιτέρω, σε πλατφόρμες συναλλαγών και μη συναλλαγών. Σύμφωνα με τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης οι πλατφόρμες διαμεσολάβησης διακρίνονται σε κατηγορίες, ανάλογα με το είδος των υπηρεσιών που μπορούν να χρησιμοποιούν οι καταναλωτές μέσω αυτών. Πιο συγκεκριμένα, διακρίνονται στους μεσάζοντες πρόσβασης στο διαδίκτυο (όπως οι πάροχοι Vodafone ή Cosmote), τους παρόχους υπηρεσιών φιλοξενίας και επεξεργασίας δεδομένων (όπως το Amazon Web Services ή το Microsoft Azure), τους μεσάζοντες ηλεκτρονικού εμπορίου στο διαδίκτυο (όπως το Skrutz ή η Amazon), τις μηχανές αναζήτησης (όπως η Google Search ή η Bing),

¹⁹ Ibid 39.

²⁰ Α. Μικρουλέα, *Ανταγωνισμός και Ρύθμιση στην Ψηφιακή Οικονομία* (Νομική Βιβλιοθήκη 2023) 63.

²¹ Κυριακωντάκη (η 18) 39.

τις πύλες (όπως το Yahoo), τις συμμετοχικές διαδικτυακές πλατφόρμες (όπως η Wikipedia), καθώς και τις πλατφόρμες διαμεσολάβησης στην εργασία (όπως το LinkedIn ή το Upwork).²²

Παράλληλα, βασικό κριτήριο για την κατηγοριοποίηση των ψηφιακών πλατφορμών αποτελεί η πηγή των εσόδων τους. Αρχικά, υφίσταται το μοντέλο της άμεσης πληρωμής, με την απευθείας χρέωση του χρήστη μέσω συνδρομών (όπως το Netflix ή το Spotify) και το μοντέλο διαφήμισης, στο οποίο η παροχή των εσόδων γίνεται έμμεσα μέσω των διαφημιζόμενων εταιρειών, ενώ η πρόσβαση για τους τελικούς καταναλωτές παραμένει δωρεάν (όπως το Facebook ή το TikTok). Επιπλέον, συναντάμε τα μοντέλα πρόσβασης, στα οποία η χρέωση επιβαρύνει τους προγραμματιστές εφαρμογών και περιεχομένου για την πώληση του προϊόντος ή της υπηρεσίας τους (όπως τα τέλη που καταβάλλουν οι δημιουργοί λογισμικού στην Apple), καθώς και τα μοντέλα απόκτησης, στα οποία ο σκοπός είναι η δημιουργία μελλοντικής αξίας και η εξαγορά ανερχόμενων τεχνολογιών ή χρηστών (όπως η εξαγορά του WhatsApp από τη Meta).²³

Περαιτέρω, το αντικείμενο δραστηριότητας κάθε ψηφιακής πλατφόρμας μπορεί να λειτουργήσει ως βασικό κριτήριο για την κατηγοριοποίησή της. Ιδιαίτερη απήχηση παρουσιάζουν στις μέρες μας τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Instagram) και οι πλατφόρμες φιλοξενίας και διάθεσης περιεχομένου (π.χ. YouTube), μέσω των οποίων επιτυγχάνονται τόσο η κοινωνική αλληλεπίδραση και η επικοινωνία μεταξύ χρηστών, όσο και η δημόσια προβολή περιεχομένου. Παράλληλα, οι ψηφιακές πλατφόρμες στο πλαίσιο του *Internet of Things (IoT)* είναι εξαιρετικά δημοφιλείς, όπως είναι οι φορητές συσκευές (*wearables*)²⁴.

Όσον αφορά στην επίδραση των πλατφορμών στην καταναλωτική δραστηριότητα, διακριτή θέση καταλαμβάνουν οι εμπορικές πλατφόρμες τύπου *marketplace* ή *merchant platform*, στις οποίες διαφορετικές επιχειρήσεις προσφέρουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους, τα οποία προβάλλονται κατά τρόπο που διευκολύνει τόσο τη σύγκριση μεταξύ τους όσο και την ολοκλήρωση της συναλλαγής εντός της ίδιας της πλατφόρμας (π.χ. Amazon). Οι πλατφόρμες αυτές διαφοροποιούνται σαφώς από τις πλατφόρμες λιανικής πώλησης, όπου διατίθενται αποκλειστικά προϊόντα της ίδιας της επιχείρησης (όπως η ηλεκτρονική πλατφόρμα της Zara ή της Apple).

Επιπρόσθετα, ανάλογα με το κοινό στο οποίο απευθύνονται, οι ψηφιακές πλατφόρμες διακρίνονται σε εκείνες που προσανατολίζονται προς τους τελικούς καταναλωτές (*business-to-*

²² Ibid 40.

²³ Ibid 40.

²⁴ Μικρουλέα (η 20) 65.

consumer-B2C, όπως η Wolt) και σε εκείνες που στοχεύουν σε συναλλαγές και συνεργασίες μεταξύ επιχειρήσεων (*business-to-business-B2B*, όπως η πλατφόρμα Salesforce). Ιδιαίτερη μνεία αξίζει να γίνει στις λεγόμενες «πλατφόρμες για πλατφόρμες», καθώς το ίδιο το διαδίκτυο μπορεί να ιδωθεί ως μια θεμελιώδης υποδομή εντός της οποίας αναπτύσσονται και αλληλεπιδρούν πολλαπλοί τύποι πλατφορμών, συγκροτώντας ένα ευρύτερο ψηφιακό οικοσύστημα. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί η κατηγορία των «πυλωρών» ή «ρυθμιστών πρόσβασης» (*gatekeepers*). Οι πλατφόρμες αυτές δύνανται να ελέγχουν την πρόσβαση τόσο των επιχειρηματικών όσο και των τελικών χρηστών σε άλλες πλατφόρμες, υπηρεσίες και χρήστες.

2.2.3.Οικονομικά χαρακτηριστικά ψηφιακών πλατφορμών

2.2.3.1. Επιδράσεις δικτύου

Οι επιδράσεις δικτύου αποτελούν εγγενές χαρακτηριστικό των αγορών που βασίζονται στη διασύνδεση χρηστών και επιχειρήσεων. Η αξία μιας υπηρεσίας ή ενός προϊόντος για τον εκάστοτε χρήστη εξαρτάται από τον αριθμό των άλλων ατόμων που συμμετέχουν ή κάνουν χρήση του ίδιου δικτύου. Όσο περισσότεροι χρήστες συνδέονται, τόσο αυξάνεται η συνολική χρησιμότητα για κάθε μεμονωμένο μέλος. Το φαινόμενο αυτό περιγράφεται στη βιβλιογραφία ως εξωτερικότητα δικτύου (*network externality*)²⁵.

Αν θεωρήσουμε ότι σε ένα δίκτυο συμμετέχουν n άτομα, η αξία του δικτύου για κάθε χρήστη είναι ανάλογη προς τον αριθμό των υπόλοιπων χρηστών, ενώ η συνολική αξία του δικτύου ισούται με $n(n-1)=n^2-n$, δηλαδή αυξάνεται εκθετικά καθώς αυξάνεται το μέγεθος του δικτύου. Για παράδειγμα, αν η αξία που αποκομίζει ένας χρήστης ανέρχεται σε 1€ για κάθε επιπλέον χρήστη, τότε ένα δίκτυο 10 ατόμων έχει συνολική αξία 90€, ενώ ένα δίκτυο 100 χρηστών φτάνει περίπου τα 10.000€. Κατά συνέπεια, μια δεκαπλάσια αύξηση στον αριθμό των χρηστών οδηγεί σε εκατονταπλάσια αύξηση της συνολικής αξίας του δικτύου.

Παράλληλα, ο Economides ²⁶επεκτείνει την ανάλυση αυτή, υποστηρίζοντας ότι η ύπαρξη δικτυακών εξωτερικοτήτων στην κατανάλωση συνεπάγεται πως η αξία κάθε μονάδας ενός προϊόντος αυξάνεται όσο αυξάνεται ο συνολικός αριθμός των μονάδων που πωλούνται. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το τηλεπικοινωνιακό δίκτυο, είτε σταθερής είτε κινητής τηλεφωνίας, όπου η

²⁵ M. Katz and C. Shapiro, 'Network Externalities, Competition, and Compatibility' (1985) 75 The American Economic Review 424.

²⁶ Economides (n 16).

χρησιμότητα ενός συνδρομητή αυξάνεται όσο μεγαλώνει ο αριθμός των υπόλοιπων χρηστών που είναι διαθέσιμοι για επικοινωνία.

Οι επιδράσεις δικτύου διακρίνονται σε άμεσες (παράλληλες) και έμμεσες (διασταυρούμενες). Οι άμεσες (*direct network externalities*) σχετίζονται με την αξία που αποκομίζει ο χρήστης ενός δικτύου από τη συμμετοχή των άλλων χρηστών στην ίδια πλευρά του δικτύου. Σε πλατφόρμες όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, το τηλέφωνο ή τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, η αξία της συμμετοχής ενός χρήστη εξαρτάται άμεσα από το αν και σε ποιο βαθμό συμμετέχουν οι φίλοι, οι συγγενείς ή οι συνεργάτες του. Για παράδειγμα, η χρησιμότητα ενός λογαριασμού στο Facebook ή στο WhatsApp αυξάνεται όσο περισσότεροι από τον κοινωνικό κύκλο του χρήστη διαθέτουν επίσης λογαριασμό στην ίδια πλατφόρμα.

Αντιθέτως, στις έμμεσες ή διασταυρούμενες επιδράσεις δικτύου (*indirect network externalities*) η αύξηση της συμμετοχής σε μία πλευρά του δικτύου ενισχύει την αξία για τους χρήστες της άλλης πλευράς. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν τα οικοσυστήματα εφαρμογών, όπως το App Store της Apple, όπου η αύξηση των χρηστών καθιστά την πλατφόρμα ελκυστικότερη για τους προγραμματιστές εφαρμογών, ενώ η αύξηση των διαθέσιμων εφαρμογών ενισχύει περαιτέρω την αξία της πλατφόρμας για τους χρήστες. Επίσης, χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί και η πλατφόρμα Uber, όπου η αύξηση του αριθμού των οδηγών οδηγεί σε ταχύτερους χρόνους εξυπηρέτησης των πελατών, ενώ η αύξηση των πελατών δημιουργεί περισσότερες ευκαιρίες εργασίας για τους οδηγούς. Συνεπώς, η αλληλεπίδραση μεταξύ των δύο πλευρών του δικτύου δημιουργεί ένα θετικό αποτέλεσμα που ενισχύει την αξία και για τις δύο ομάδες χρηστών (οδηγοί-πελάτες)²⁷.

Εξίσου σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν και οι προσδοκίες των καταναλωτών, καθώς οι αγοραστές λαμβάνουν αποφάσεις με βάση το πόσο δημοφιλές αναμένεται να γίνει ένα δίκτυο στο μέλλον. Τέλος, οι επιδράσεις διακρίνονται σε θετικές (όταν αυξάνουν τη χρησιμότητα) και σε αρνητικές (όταν προκαλείται υπερφόρτωση ή συμφόρηση/*congestion effects*)²⁸.

2.2.3.2. Οικονομίες κλίμακας

Οι οικονομίες κλίμακας αναφέρονται στη μείωση του μέσου κόστους παραγωγής ανά μονάδα προϊόντος καθώς αυξάνεται ο όγκος της παραγωγής. Οι επιχειρήσεις που επιτυγχάνουν οικονομίες

²⁷ DS. Evans and R. Schmalensee, 'A Guide to the Antitrust Economics of Networks' (2005) 10(1) Antitrust Chronicle 1.

²⁸ O. Shy, *The Economics of Network Industries* (Cambridge University Press 2001).

κλίμακας αποκτούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, καθώς μπορούν να μειώσουν τις τιμές ή να αυξήσουν τα περιθώρια κέρδους τους, διατηρώντας παράλληλα την αποδοτικότητα της παραγωγής τους.

Στις ψηφιακές δικτυακές αγορές, το στοιχείο αυτό αποκτά τεράστια σημασία λόγω του υψηλού πάγιου κόστους ανάπτυξης των υποδομών, σε συνδυασμό με το σχεδόν μηδενικό οριακό κόστος εξυπηρέτησης επιπλέον χρηστών. Όπως αναφέρουν οι Carl Shapiro και Hal Varian: «Μπορεί η παραγωγή των πληροφοριών να είναι ακριβή, η αναπαραγωγή τους, όμως, είναι αρκετά φθηνή»²⁹. Για παράδειγμα, στις μηχανές αναζήτησης, το κόστος ανάπτυξης και διατήρησης του αλγορίθμου είναι ιδιαίτερα υψηλό, ενώ το κόστος εξυπηρέτησης ενός επιπλέον ερωτήματος αναζήτησης παραμένει εξαιρετικά χαμηλό μετά τη δημιουργία της σχετικής υποδομής. Αντίστοιχα, σε πλατφόρμες όπως η Booking, η Airbnb ή το eBay, το μεγαλύτερο μέρος του κόστους συνδέεται με την ανάπτυξη, τη συντήρηση και τη διαχείριση της ψηφιακής πλατφόρμας και των βάσεων δεδομένων της, ενώ η διενέργεια επιπλέον συναλλαγών συνεπάγεται συνήθως ελάχιστο πρόσθετο κόστος³⁰.

Αυτή ακριβώς η δομή του κόστους συνδέεται άμεσα και νομοτελειακά με τη συγκέντρωση οικονομικής ισχύος στην αγορά. Καθώς μια πλατφόρμα μεγαλώνει και προσελκύει περισσότερους χρήστες, το τεράστιο αρχικό πάγιο κόστος επιμερίζεται σε ολοένα και μεγαλύτερο όγκο συναλλαγών, επιτρέποντας στην κατεστημένη επιχείρηση να επιτυγχάνει ασυναγώνιστα χαμηλό μέσο κόστος ανά χρήστη. Το γεγονός αυτό μετατρέπεται σε ένα ανυπέρβλητο δομικό εμπόδιο εισόδου για νέους ανταγωνιστές, οι οποίοι, ξεκινώντας με μικρό αριθμό χρηστών, είναι αναγκασμένοι να λειτουργούν με πολύ υψηλότερο μέσο κόστος, αδυνατώντας να ανταγωνιστούν την κραταιά πλατφόρμα. Κατά συνέπεια, οι οικονομίες κλίμακας στις ψηφιακές αγορές τροφοδοτούν μια τάση φυσικού μονοπωλίου, όπου ο πρώτος παίκτης που θα καταφέρει να επεκταθεί γρήγορα αποκτά ένα μόνιμο πλεονέκτημα κόστους που οδηγεί στον σταδιακό εκτοπισμό των μικρότερων ανταγωνιστών και στη συγκέντρωση της αγοράς.

2.2.3.3. Οικονομίες φάσματος (ή σκοπού)

Οι οικονομίες φάσματος ή σκοπού αναφέρονται στη δυνατότητα μιας επιχείρησης να αξιοποιεί την ίδια τεχνολογική υποδομή, τα ίδια δεδομένα και την ίδια βάση χρηστών για την παροχή πολλαπλών

²⁹ C. Shapiro and H.R. Varian, *Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy* (Harvard Business School Press 1999).

³⁰ Μικρουλέα (n 20) 54.

και αλληλένδετων υπηρεσιών, επιτυγχάνοντας με τον τρόπο αυτό σημαντικά πλεονεκτήματα κόστους και αποτελεσματικότητας. Στις ψηφιακές αγορές, το στοιχείο αυτό αποκτά ιδιαίτερη σημασία, καθώς τα δεδομένα που συλλέγονται μέσω μίας υπηρεσίας μπορούν να αξιοποιηθούν για τη βελτίωση ή την ανάπτυξη άλλων προϊόντων και υπηρεσιών της ίδιας πλατφόρμας³¹.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η Google, η οποία δραστηριοποιείται ταυτόχρονα σε διαφορετικές αγορές, όπως οι μηχανές αναζήτησης, οι διαδικτυακές διαφημίσεις, οι χάρτες, οι υπηρεσίες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και τα λειτουργικά συστήματα κινητών συσκευών. Μέσω της συνδυαστικής αξιοποίησης των δεδομένων που συλλέγονται από τις επιμέρους αυτές υπηρεσίες, η πλατφόρμα δύναται να αποκτά εκτεταμένη γνώση σχετικά με τις προτιμήσεις, τις συνήθειες και τις ανάγκες των χρηστών της. Παράλληλα, η αξιοποίηση των ίδιων δεδομένων σε διαφορετικές υπηρεσίες μειώνει σημαντικά το κόστος ανάπτυξης νέων προϊόντων και διευκολύνει την επέκταση της πλατφόρμας σε νέες αγορές.

Η στενή σύνδεση των οικονομιών φάσματος με τη συγκέντρωση ισχύος εντοπίζεται στη δημιουργία πολυσχιδών ψηφιακών οικοσυστημάτων, τα οποία εγκλωβίζουν τον ανταγωνισμό σε επίπεδο συστήματος και όχι μεμονωμένου προϊόντος. Όταν μια μεγάλη πλατφόρμα επεκτείνεται σε γειτονικές αγορές, μεταφέρει την ισχύ της από τη μία αγορά στην άλλη (*leveraging*), δημιουργώντας συνέργειες που ένας ανταγωνιστής που δραστηριοποιείται σε μία μόνο αγορά είναι αδύνατον να αντιμετωπίσει.

Η κατεστημένη πλατφόρμα μπορεί, μέσω των οικονομιών φάσματος, να προσφέρει δέσμες υπηρεσιών σε πολύ χαμηλότερο συνολικό κόστος ή ακόμη και να παρέχει ορισμένες υπηρεσίες δωρεάν, χρηματοδοτώντας τες από τα κέρδη της κύριας αγοράς της. Με τον τρόπο αυτό, οι οικονομίες φάσματος θωρακίζουν τη δεσπόζουσα θέση της επιχείρησης, μετατρέποντας το ψηφιακό οικοσύστημα σε ένα απόρθητο οχυρό και οδηγώντας σε μια διευρυμένη συγκέντρωση ισχύος που εκτείνεται σε ολόκληρο το φάσμα της ψηφιακής οικονομίας.

2.2.3.4. Πρακτικές ολοκληρωτικής επικράτησης (Tipping)

Το φαινόμενο της ολοκληρωτικής επικράτησης (*tipping*) αποτελεί χαρακτηριστικό γνώρισμα των ψηφιακών δικτυακών αγορών και συνδέεται στενά με τα έντονα δικτυακά αποτελέσματα και τις ισχυρές οικονομίες κλίμακας και φάσματος που εμφανίζουν οι ψηφιακές πλατφόρμες. Το

³¹ Ibid 57.

φαινόμενο αυτό παρατηρείται όταν μία πλατφόρμα αποκτά τόσο ισχυρή θέση, ώστε η πλειονότητα των χρηστών συγκεντρώνεται γύρω από αυτήν, οδηγώντας στον εκτοπισμό των ανταγωνιστών. Όσο αυξάνεται ο αριθμός των χρηστών μιας πλατφόρμας, τόσο αυξάνεται και η αξία της για νέους χρήστες, δημιουργώντας έναν μηχανισμό ενίσχυσης της ισχύος της στην αγορά.

Παράλληλα, οι μεγάλες ψηφιακές πλατφόρμες δύνανται να αξιοποιούν την ισχυρή τους θέση σε μία αγορά προκειμένου να επεκτείνονται ευκολότερα σε γειτονικές ή συμπληρωματικές αγορές, ενισχύοντας περαιτέρω τη συνολική οικονομική τους ισχύ. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η περίπτωση της Amazon, η οποία εξελίχθηκε από μια πλατφόρμα-*marketplace* σε μια μη διαδικτυακή αγορά (με την εξαγορά της εταιρείας WholeFoods Market) και σε παραγωγό ταινιών και τηλεοπτικών σειρών (Amazon Prime Video). Επίσης, η Google παρείχε πρώτα το λειτουργικό σύστημα Android για κινητά τηλέφωνα και στη συνέχεια εισήλθε στην αγορά παραγωγής έξυπνων τηλεφώνων (*smartphones*)³².

Ωστόσο, το φαινόμενο του *tipping* δεν οδηγεί πάντοτε σε οριστικό αποκλεισμό κάθε δυνητικού ανταγωνιστή. Σε ορισμένες περιπτώσεις, η εμφάνιση καινοτόμων υπηρεσιών ή νέων τεχνολογικών εξελίξεων μπορεί να επιτρέψει την είσοδο νέων επιχειρήσεων στην αγορά. Παρά ταύτα, οι ήδη κατεστημένες πλατφόρμες εξακολουθούν να διαθέτουν σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα λόγω της μεγάλης βάσης χρηστών, της συγκέντρωσης δεδομένων και της ισχυρής παρουσίας τους στα ψηφιακά οικοσυστήματα.

2.2.3.5. Κόστη αλλαγής (*switching costs*) και φαινόμενα εγκλωβισμού χρηστών (*lock-in effects*)

Τα κόστη αλλαγής προμηθευτή ή τεχνολογίας (*switching costs*) αναφέρονται στην οικονομική ή τεχνική επιβάρυνση που επωμίζεται ο χρήστης όταν μεταβαίνει σε μια ανταγωνιστική πλατφόρμα. Στις ψηφιακές αγορές, τα κόστη αυτά συνδέονται συχνά με τη μεταφορά δεδομένων, εφαρμογών, συνδρομών ή ψηφιακού περιεχομένου, καθώς και με τη δυσκολία προσαρμογής σε διαφορετικά ψηφιακά περιβάλλοντα και υπηρεσίες. Όταν τα κόστη αυτά είναι ιδιαίτερα υψηλά, οδηγούν αναπόφευκτα στο φαινόμενο του εγκλωβισμού των χρηστών (*lock-in effects*), όπου ο καταναλωτής παραμένει προσδεδεμένος σε μια πλατφόρμα όχι λόγω αντικειμενικής ικανοποίησης, αλλά επειδή η αποχώρησή του κρίνεται οικονομικά ή πρακτικά ασύμφορη. Το φαινόμενο αυτό ενισχύεται καθοριστικά από την έλλειψη διαλειτουργικότητας (*interoperability*) μεταξύ ανταγωνιστικών

³² Επιτροπή Ανταγωνισμού, Κλαδική Έρευνα στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Τελική Έκθεση (2022).

συστημάτων και από τους τεχνικούς περιορισμούς στη φορητότητα των δεδομένων (*data portability*).³³

Από τη σκοπιά του δικαίου του ανταγωνισμού και ιδίως της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης (άρθρο 102 ΣΛΕΕ), τα *switching costs* και το *lock-in* διαδραματίζουν διττό, κρίσιμο ρόλο. Αφενός, λειτουργούν ως δομικά εμπόδια εισόδου που προστατεύουν και παγιώνουν τη δεσπόζουσα θέση της κατεστημένης πλατφόρμας, απομονώνοντάς την από τις πιέσεις της αγοράς. Μια επιχείρηση με υψηλά ποσοστά εγκλωβισμένων χρηστών μπορεί να προβαίνει σε αυξήσεις τιμών ή υποβάθμιση της ποιότητας χωρίς να φοβάται τη μαζική διαρροή πελατών.

Αφετέρου, τα κόστη αλλαγής αποτελούν συχνά το αντικείμενο τεχνητής διόγκωσης από την ίδια τη δεσπόζουσα επιχείρηση μέσω στρατηγικών συμπεριφορών, με σκοπό τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω πρακτικών όπως οι συμβατικές δεσμεύσεις, η σκόπιμη τεχνική ασυμβατότητα με συμπληρωματικά προϊόντα τρίτων, ή ο εγκλωβισμός των χρηστών σε μια δευτερογενή αγορά, όπου ο καταναλωτής, έχοντας αγοράσει την κύρια υποδομή, καθίσταται «όμηρος» των ακριβών συμπληρωματικών υπηρεσιών της ίδιας πλατφόρμας.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της στρατηγικής αξιοποίησης αποτελούν τα λειτουργικά συστήματα κινητών συσκευών και οι σχετικές ψηφιακές υπηρεσίες της Google και της Apple. Στην υπόθεση Google Android³⁴, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διαπίστωσε ότι η Google αξιοποίησε τη δεσπόζουσα θέση του λειτουργικού συστήματος Android προκειμένου να θωρακίσει τη θέση της στις αγορές γενικής αναζήτησης και διαδικτυακής περιήγησης. Επιβάλλοντας την προεγκατάσταση των δικών της εφαρμογών, δημιούργησε ένα τεχνητό κόστος αλλαγής για τον μέσο χρήστη, ο οποίος σπάνια θα αναζητούσε εναλλακτικές λύσεις, παγιώνοντας έτσι τον εγκλωβισμό του στο οικοσύστημά της.

Αντίστοιχα, στο οικοσύστημα της Apple, η στενή διασύνδεση μεταξύ του App Store, του iOS και των λοιπών υπηρεσιών της εταιρείας δημιουργεί ισχυρούς μηχανισμούς εξάρτησης. Η μετακίνηση σε μια ανταγωνιστική πλατφόρμα (π.χ. Android) συνεπάγεται για τον χρήστη ένα δυσανάλογο κόστος σε απώλεια ψηφιακού περιεχομένου και χρηματοοικονομικής επένδυσης, γεγονός που αποθαρρύνει τη λειτουργία του αποτελεσματικού ανταγωνισμού.

³³ Μικρουλέα (n 20) 57.

³⁴ Case T-604/18 Google and Alphabet v Commission (Google Android) [2022] ECLI:EU:T:2022:541.

Παρά ταύτα, το φαινόμενο του εγκλωβισμού των χρηστών δύναται να επιφέρει και θετικά αποτελέσματα, συμβάλλοντας στη δημιουργία ενός περισσότερο λειτουργικού και εξατομικευμένου διαδικτυακού περιβάλλοντος για τους χρήστες. Για παράδειγμα, μέσω ενός προσωπικού λογαριασμού σε πλατφόρμες όπως η Amazon, οι χρήστες μπορούν να πραγματοποιούν ευκολότερα αγορές, να αποθηκεύουν προτιμήσεις και στοιχεία πληρωμών και να χρησιμοποιούν συνδεδεμένες υπηρεσίες με μεγαλύτερη ευχέρεια. Ωστόσο, όταν οι μηχανισμοί αυτοί περιορίζουν υπέρμετρα τη δυνατότητα μετακίνησης προς ανταγωνιστικές πλατφόρμες, ενδέχεται να ενισχυθεί σημαντικά η θέση των ήδη κατεστημένων επιχειρήσεων στις ψηφιακές αγορές.

2.2.3.6. Συμπληρωματικότητα

Τα συμπληρωματικά αγαθά είναι προϊόντα που καταναλώνονται πάντα μαζί και η αξία τους για τον καταναλωτή εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ύπαρξη του άλλου αγαθού. Η συμπληρωματικότητα προϊόντων και υπηρεσιών αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό των ψηφιακών οικοσυστημάτων³⁵. Η αξία μιας πλατφόρμας αυξάνεται συχνά μέσω της διασύνδεσής της με συμπληρωματικές υπηρεσίες, εφαρμογές ή συσκευές, οι οποίες λειτουργούν εντός του ίδιου οικοσυστήματος. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν τα οικοσυστήματα της Apple και της Google, όπου λειτουργικά συστήματα, εφαρμογές, υπηρεσίες *cloud*, ψηφιακά καταστήματα εφαρμογών και συνδεδεμένες συσκευές λειτουργούν συμπληρωματικά μεταξύ τους. Αντίστοιχα, η σύνδεση της πλατφόρμας Amazon Marketplace με υπηρεσίες *logistics*, διαφημίσεων και συνδρομητικών υπηρεσιών, όπως το Amazon Prime, ενισχύει περαιτέρω την λειτουργικότητα του οικοσυστήματος της πλατφόρμας.

Η συμπληρωματικότητα αυτή δύναται να ενισχύσει σημαντικά την εμπειρία των χρηστών και να βελτιώσει τη λειτουργικότητα και την αποτελεσματικότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Παράλληλα, όμως, μπορεί να ενισχύσει τη θέση των ήδη κατεστημένων πλατφορμών και να δημιουργήσει εμπόδια εισόδου για ανταγωνιστικές επιχειρήσεις. Η σημασία των ψηφιακών οικοσυστημάτων και της διασύνδεσης συμπληρωματικών υπηρεσιών αναδείχθηκε και στη νομολογία του ενωσιακού δικαίου ανταγωνισμού.

³⁵ R. Schmalensee, 'Failure to Launch: Critical Mass in Platform Businesses' (MIT Center for Energy and Environmental Policy Research, Working Paper No 2009-002, 2009).

Ειδικότερα, στην υπόθεση *Microsoft Media Player*³⁶ εξετάστηκε η πρακτική σύνδεσης του Windows Media Player με το λειτουργικό σύστημα Windows, μέσω της οποίας η Microsoft αξιοποίησε τη δεσπόζουσα θέση της στην αγορά λειτουργικών συστημάτων προκειμένου να προωθήσει μία συμπληρωματική υπηρεσία πολυμέσων. Αντίστοιχα, στην υπόθεση *Google Android*, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διαπίστωσε ότι η Google συνέδεσε το λειτουργικό σύστημα Android με συμπληρωματικές εφαρμογές και υπηρεσίες, όπως η Google Search και ο Chrome, ενισχύοντας περαιτέρω τη θέση της στις σχετικές ψηφιακές αγορές. Οι πρακτικές αυτές καταδεικνύουν ότι η διασύνδεση συμπληρωματικών υπηρεσιών δύναται να λειτουργήσει όχι μόνο ως μέσο βελτίωσης της εμπειρίας των χρηστών, αλλά και ως μηχανισμός αποκλεισμού των ανταγωνιστών.

2.2.3.7. Κριτική μάζα (critical mass)

Ο όρος κριτική μάζα (*critical mass*) αναφέρεται στον ελάχιστο αριθμό χρηστών που απαιτείται προκειμένου μία πλατφόρμα να καταστεί ελκυστική και αυτοενισχυόμενη. Η επίτευξη της κρίσιμης μάζας είναι ιδιαίτερα σημαντική στις ψηφιακές αγορές, καθώς τα δικτυακά αποτελέσματα ενισχύονται όσο αυξάνεται ο αριθμός των χρηστών της πλατφόρμας. Μόλις επιτευχθεί ένα ορισμένο επίπεδο συμμετοχής, η πλατφόρμα καθίσταται περισσότερο ελκυστική για νέους χρήστες, με αποτέλεσμα τη συνεχή διεύρυνση της βάσης χρηστών της. Στην πράξη, το φαινόμενο αυτό μπορεί να οδηγήσει σε «*bandwagon effects*», δηλαδή σε μαζική υιοθέτηση μίας πλατφόρμας λόγω της αυξανόμενης δημοτικότητας και χρήσης της³⁷, όπως συνέβη χαρακτηριστικά με πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook ή υπηρεσίες βραχυχρόνιας μίσθωσης όπως η Airbnb.

Η επίτευξη κρίσιμης μάζας χρηστών επιδιώκεται συχνά μέσω στρατηγικών χαμηλής ή μηδενικής τιμολόγησης, ιδίως κατά τα αρχικά στάδια ανάπτυξης της πλατφόρμας³⁸. Πολλές ψηφιακές υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης, εφαρμογές επικοινωνίας και διαδικτυακές πλατφόρμες προσφέρονται αρχικά δωρεάν ή με σημαντικά κίνητρα προς τους πρώτους χρήστες, προκειμένου να αυξηθεί γρήγορα η βάση χρηστών και να ενεργοποιηθούν τα δικτυακά αποτελέσματα.

³⁶ Case T-201/04 *Microsoft v Commission* [2007] ECR II-3601.

³⁷ Katz and Shapiro (n 25).

³⁸ Schmalensee (n 35).

2.2.3.8. Δωρεάν παροχή ψηφιακών υπηρεσιών και δεδομένα χρηστών

Στις ψηφιακές αγορές, πολλές πλατφόρμες παρέχουν υπηρεσίες χωρίς άμεση χρηματική επιβάρυνση των χρηστών. Ωστόσο, οι υπηρεσίες αυτές δεν είναι πραγματικά «δωρεάν», καθώς, όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται, «αν δεν πληρώνεις για το προϊόν, τότε εσύ είσαι το προϊόν»³⁹. Το βασικό αντάλλαγμα της συναλλαγής συνίσταται συχνά στην παραχώρηση και αξιοποίηση των δεδομένων των χρηστών. Κατά τη χρήση ψηφιακών πλατφορμών, οι χρήστες αποδέχονται τη συλλογή δεδομένων που αφορούν το προφίλ, τα ενδιαφέροντα και τη διαδικτυακή τους συμπεριφορά. Το στοιχείο αυτό έχει χαρακτηριστεί ως ένα ιδιαίτερο «νόμισμα» της ψηφιακής οικονομίας, μέσω του οποίου οι πάροχοι των πλατφορμών αποκομίζουν σημαντική οικονομική αξία, κυρίως μέσω εξατομικευμένης διαφήμισης και στοχευμένης προώθησης περιεχομένου ή προϊόντων.

Η συλλογή και η επεξεργασία μεγάλου όγκου δεδομένων επιτρέπουν, παράλληλα, τη συνεχή βελτίωση των αλγορίθμων και των υπηρεσιών των ψηφιακών πλατφορμών. Μέσω της ανάλυσης της διαδικτυακής συμπεριφοράς των χρηστών, οι πλατφόρμες εξατομικεύουν τα αποτελέσματα αναζήτησης, τις προτεινόμενες υπηρεσίες και τις διαφημίσεις που εμφανίζονται σε κάθε χρήστη. Κατά συνέπεια, τα δεδομένα λειτουργούν ως ένας διαρκής μηχανισμός πειραματισμού («*continuous experimentation*»)⁴⁰, ο οποίος επιτρέπει στις πλατφόρμες να προβλέπουν με αυξανόμενη ακρίβεια τη συμπεριφορά και τις προτιμήσεις των χρηστών, δημιουργώντας σημαντικό πληροφοριακό και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Επίσης, τα big data δύνανται να ενισχύσουν τη μονοπωλιακή ισχύ μίας πλατφόρμας όχι μόνο μέσω των αποτελεσμάτων δικτύου, αλλά και μέσω της λειτουργίας ενός «ραντάρ άμεσης πρόβλεψης» (*now casting radar*)⁴¹. Μέσω της συνεχούς ανάλυσης δεδομένων και της αλγοριθμικής επεξεργασίας τους, οι ψηφιακές πλατφόρμες μπορούν να εντοπίζουν έγκαιρα μεταβολές στις προτιμήσεις των χρηστών, νέες τάσεις της αγοράς ή δυνητικές ανταγωνιστικές απειλές. Έτσι, οι ισχυρές πλατφόρμες μπορούν να προσαρμόζουν άμεσα τις υπηρεσίες και τις εμπορικές στρατηγικές τους, αλλά και να αποτρέπουν εν τη γενέσει τους πιθανές ανταγωνιστικές πιέσεις,

³⁹ Κυριακαντωνάκη (n 18) 61.

⁴⁰ Ibid.

⁴¹ Μικρουλέα (n 20) 60.

ακόμη και μέσω της εξαγοράς ανερχόμενων ανταγωνιστών πριν αυτοί αποκτήσουν ουσιαστική παρουσία στην αγορά.

2.2.3.9. Αγορές πολλαπλών πλευρών (multi-sided markets)

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, οι ψηφιακές πλατφόρμες λειτουργούν συνήθως ως αγορές δύο ή περισσότερων πλευρών (*two-sided* ή *multi-sided markets*), καθώς επιτρέπουν την αλληλεπίδραση διαφορετικών ομάδων χρηστών μέσω της ίδιας ψηφιακής υποδομής⁴². Η αξία της πλατφόρμας εξαρτάται από τη δυνατότητά της να διευκολύνει τη σύνδεση μεταξύ των επιμέρους ομάδων χρηστών, οι οποίες αλληλοεπηρεάζονται μέσω των έμμεσων δικτυακών αποτελεσμάτων. Στις αγορές αυτές, η αύξηση των χρηστών στη μία πλευρά της πλατφόρμας ενισχύει την αξία της για τις υπόλοιπες πλευρές.

Οι πλατφόρμες πολλαπλών πλευρών διαθέτουν τουλάχιστον δύο διακριτές ομάδες χρηστών, οι οποίες χρειάζονται η μία την άλλη για να αποκομίσουν αξία από τη χρήση της πλατφόρμας. Οι ομάδες χρηστών της πλατφόρμας αποτελούν, δηλαδή, τις «πλευρές της»⁴³. Η πλατφόρμα λειτουργεί ως ενδιάμεσος μηχανισμός που διευκολύνει την αλληλεπίδραση και τις συναλλαγές μεταξύ τους.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν οι πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου, όπου αλληλεπιδρούν πωλητές και καταναλωτές, τα λειτουργικά συστήματα κινητών συσκευών, όπου συνδέονται χρήστες και προγραμματιστές εφαρμογών, καθώς και οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, στις οποίες αλληλεπιδρούν χρήστες, διαφημιζόμενοι και πάροχοι περιεχομένου. Άλλο παράδειγμα αποτελούν οι πλατφόρμες διαμοιρασμού βίντεο, όπως το YouTube, όπου χρήστες δημιουργούν και καταναλώνουν περιεχόμενο, ενώ οι διαφημιζόμενοι αξιοποιούν την πρόσβαση στο κοινό της πλατφόρμας για την προβολή στοχευμένων διαφημίσεων.

⁴² Ibid 49.

⁴³ Ibid.

2.2.4. Οι ρυθμιστές πρόσβασης στις ψηφιακές αγορές

2.2.4.1. Η έννοια του πυλωρού (gatekeeper)

Η ανάπτυξη των ψηφιακών αγορών και η συγκέντρωση οικονομικής ισχύος σε ορισμένες μεγάλες ψηφιακές πλατφόρμες οδήγησαν στην ανάδυση της έννοιας του «ρυθμιστή πρόσβασης» ή «πυλωρού» (*gatekeeper*). Ο όρος χρησιμοποιείται για να περιγράψει τις επιχειρήσεις εκείνες οι οποίες, λόγω της στρατηγικής τους θέσης στην ψηφιακή οικονομία, ασκούν καθοριστική επιρροή στη διασύνδεση μεταξύ επιχειρηματικών χρηστών και τελικών καταναλωτών.

Οι πλατφόρμες αυτές δεν λειτουργούν απλώς ως πάροχοι μεμονωμένων ψηφιακών υπηρεσιών, αλλά ως κρίσιμες υποδομές μέσω των οποίων πραγματοποιείται σημαντικό μέρος της οικονομικής και εμπορικής δραστηριότητας στο διαδίκτυο. Μέσω μηχανών αναζήτησης, κοινωνικών δικτύων, λειτουργικών συστημάτων, καταστημάτων εφαρμογών ή επιγραμμικών αγορών, οι πυλωροί (*gatekeepers*) αποκτούν τη δυνατότητα να επηρεάζουν τους όρους υπό τους οποίους οι επιχειρήσεις προσεγγίζουν τους καταναλωτές και οι χρήστες αποκτούν πρόσβαση σε προϊόντα, υπηρεσίες και πληροφορίες.

Η ιδιαιτερότητα των πυλωρών (*gatekeepers*) έγκειται στο ότι η ισχύς τους δεν απορρέει μόνο από το μέγεθός τους ή από τα υψηλά μερίδια αγοράς τους. Συνδέεται κυρίως με τη δυνατότητά τους να ελέγχουν σημεία πρόσβασης σε ολόκληρα ψηφιακά οικοσυστήματα. Έτσι, η οικονομική τους δύναμη εκδηλώνεται όχι μόνο μέσω της τιμολόγησης, αλλά και μέσω του ελέγχου της πρόσβασης, της ορατότητας, της κατάταξης, της πληροφόρησης και της χρήσης δεδομένων.

Οι πυλωροί (*gatekeepers*), λοιπόν, μπορούν να λειτουργούν ως ιδιωτικοί ρυθμιστές των ψηφιακών αγορών⁴⁴. Καθορίζουν τους όρους συμμετοχής των επιχειρηματικών χρηστών, τους κανόνες προβολής προϊόντων και υπηρεσιών, τις προϋποθέσεις πρόσβασης σε δεδομένα και, σε ορισμένες περιπτώσεις, τους μηχανισμούς επικοινωνίας μεταξύ επιχειρήσεων και τελικών χρηστών. Η θέση αυτή δημιουργεί σημαντικά πλεονεκτήματα αποτελεσματικότητας και καινοτομίας, αλλά ταυτόχρονα γεννά κινδύνους για τον ανταγωνισμό, ιδίως όταν η πλατφόρμα δρα ταυτόχρονα ως διαχειριστής της αγοράς και ως ανταγωνιστής εντός αυτής.

⁴⁴ G.Colangelo and M. Borgogno, 'The Digital Markets Act: Transforming European Antitrust into Platform Regulation' (2021) 42(11) European Competition Law Review 625.

Σύμφωνα με το DMA⁴⁵, για τον χαρακτηρισμό μιας επιχείρησης ως «πυλωρού» (*gatekeeper*), είναι απαραίτητο να πληρούνται σωρευτικά τρία κριτήρια, ήτοι η επιχείρηση να έχει σημαντικό αντίκτυπο στην εσωτερική αγορά, να παρέχει βασική υπηρεσία πλατφόρμας και να κατέχει ή να αναμένεται ότι θα κατέχει στο εγγύς μέλλον σταθερή και παγιωμένη θέση.

Ποιοτικό Κριτήριο	Ποσοτικό Όριο/Προϋπόθεση	Χρονικό Πλαίσιο
1.Σημαντικός αντίκτυπος στην εσωτερική αγορά	- Ετήσιος κύκλος εργασιών εντός της ΕΕ $\geq 7,5$ δισ. € ή - Μέση κεφαλαιοποίηση αγοράς ≥ 75 δισ. € - Ταυτόχρονη δραστηριότητα σε τουλάχιστον 3 κράτη μέλη της ΕΕ.	- Για τα 3 τελευταία οικονομικά έτη. - Για το τελευταίο οικονομικό έτος.
2.Παροχή βασικής υπηρεσίας πλατφόρμας (CPS) ως κρίσιμης πύλης	≥ 45 εκατομμύρια μηνιαίοι ενεργοί τελικοί χρήστες εγκατεστημένοι στην ΕΕ (περίπου 10% του πληθυσμού). ≥ 10.000 ετήσιοι ενεργοί επαγγελματίες χρήστες εγκατεστημένοι στην ΕΕ.	Για το τελευταίο οικονομικό έτος, σε καθένα από τα τελευταία 3 οικονομικά έτη.
3.Σταθερή και παγιωμένη θέση στην αγορά	Ικανοποίηση των ως άνω ποσοτικών ορίων (χρηστών και επαγγελματιών) για 3 συνεχόμενα έτη .	Σταθερή κάλυψη των ορίων κατά τα 3 τελευταία οικονομικά έτη.

Πίνακας 1: Κριτήρια και ποσοτικά όρια χαρακτηρισμού πυλωρών (*gatekeepers*) (Άρθρο 3 DMA).

Τα κριτήρια αυτά εξειδικεύονται μέσω συγκεκριμένων κατώτατων ορίων μεγέθους. Συγκεκριμένα, μια επιχείρηση τεκμαίρεται ότι διαθέτει θέση πυλωρού α)όταν έχει ετήσιο κύκλο εργασιών τουλάχιστον 7,5 δισεκατομμυρίων ευρώ στην ΕΕ κατά τα τρία τελευταία οικονομικά έτη ή μέση κεφαλαιοποίηση αγοράς (ή ισοδύναμη εύλογη αξία αγοράς) τουλάχιστον 75 δισεκατομμύρια ευρώ το τελευταίο οικονομικό έτος, β)δραστηριοποιείται σε τουλάχιστον τρία κράτη μέλη (άρθρο 3 παρ. 2 περ. α' του DMA) και εξυπηρετεί τουλάχιστον 45 εκατομμύρια ενεργούς τελικούς χρήστες (ποσοστό 10% του Ευρωπαϊκού πληθυσμού) και 10.000 ετήσιους ενεργούς επαγγελματίες χρήστες

⁴⁵ Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector (Digital Markets Act) [2022] OJ L252/1.

που είναι εγκατεστημένοι στην Ένωση, σε καθένα από τα τελευταία τρία οικονομικά έτη (άρθρο 3 παρ. 2 περ. β' του DMA).

Οι επιχειρήσεις που πληρούν τα ανωτέρω κριτήρια υποχρεούνται να κοινοποιούν την κατάστασή τους στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή εντός δύο μηνών, προσκομίζοντας και τα απαιτούμενα αποδεικτικά στοιχεία. Εάν η κοινοποίηση αυτή παραλειφθεί ή είναι ελλιπής, η Επιτροπή δύναται, εντός 45 εργάσιμων ημερών, να ορίσει αυτεπαγγέλτως την επιχείρηση ως «πυλωρό» (*gatekeeper*), βάσει των διαθέσιμων στοιχείων, ενώ η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να αμφισβητήσει τον ορισμό της ως «πυλωρού» (*gatekeeper*)⁴⁶ (Άρθρο 3 παρ. 3, 4 και 5 του Κανονισμού 2022/1925).

Όπως επισημαίνεται στη σύγχρονη αρθρογραφία, η διαδικασία αυτή εισάγει μια ρυθμιστική τομή, καθώς μεταφέρει το βάρος της απόδειξης στην ίδια την επιχείρηση, η οποία έχει πάντως τη δικονομική δυνατότητα να αμφισβητήσει τον ορισμό της ανατρέποντας το μαχητό τεκμήριο, προβάλλοντας ειδικές περιστάσεις που αφορούν τη δομή της αγοράς της (Άρθρο 3 παρ. 3, 4 και 5 του Κανονισμού 2022/1925)⁴⁷. Η πρακτική εφαρμογή αυτής της διάταξης κατά τα πρώτα κύματα ορισμών ανέδειξε έντονες στρατηγικές αμφισβήτησης από την πλευρά των τεχνολογικών κολοσσών, οι οποίοι επιχείρησαν να περιορίσουν το εύρος των βασικών υπηρεσιών πλατφόρμας που υπάγονται στον Κανονισμό, αναδεικνύοντας τις ερμηνευτικές δυσκολίες που ανακύπτουν κατά τη μετάβαση από τα αφηρημένα ποσοτικά κριτήρια στην περίπλοκη τεχνική πραγματικότητα των ψηφιακών οικοσυστημάτων.

2.2.4.2. Βασικές Υπηρεσίες Πλατφόρμας (Core Platform Services)

Η Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές (*Digital Markets Act-DMA*) δεν εφαρμόζεται στο σύνολο της ψηφιακής οικονομίας, αλλά σε συγκεκριμένες κατηγορίες υπηρεσιών που θεωρούνται κρίσιμες για τη λειτουργία των ψηφιακών αγορών και χαρακτηρίζονται ως «Βασικές Υπηρεσίες Πλατφόρμας» (*Core Platform Services-CPS*). Πρόκειται για υπηρεσίες μέσω των οποίων οι επιχειρήσεις προσεγγίζουν τους τελικούς χρήστες και οι οποίες, λόγω της στρατηγικής τους σημασίας, μπορούν να λειτουργήσουν ως σημεία ελέγχου της πρόσβασης στις ψηφιακές αγορές.

⁴⁶ European Commission, 'Commission designates six gatekeepers under the Digital Markets Act' (Press Release, IP/23/4328, 6 September 2023) https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_4328 accessed 1 December 2025.

⁴⁷ Christophe Carugati, 'The Designation of Gatekeepers Under the Digital Markets Act' (2024) 15(2) Journal of European Competition Law & Practice 89.

Στις βασικές υπηρεσίες πλατφόρμας περιλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, οι επιγραμμικές αγορές (*online marketplaces*), τα καταστήματα εφαρμογών (*app stores*), οι επιγραμμικές μηχανές αναζήτησης, οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης, οι πλατφόρμες ανταλλαγής βίντεο, οι υπηρεσίες ψηφιακής διαφήμισης, οι υπηρεσίες υπολογιστικού νέφους (*cloud computing*) και τα λειτουργικά συστήματα⁴⁸.

Η έννοια των *Core Platform Services* κατέχει κεντρική θέση στο σύστημα του DMA, καθώς μόνο οι επιχειρήσεις που παρέχουν τέτοιες υπηρεσίες μπορούν να χαρακτηριστούν ως πυλωροί (*gatekeepers*) και να υπαχθούν στις ειδικές υποχρεώσεις του Κανονισμού.

2.2.4.3. Οικονομική ισχύς και ψηφιακά οικοσυστήματα

Η ισχύς των πυλωρών (*gatekeepers*) ενισχύεται καθοριστικά από τη λειτουργία ολοκληρωμένων ψηφιακών οικοσυστημάτων, εντός των οποίων συνδέονται πολλαπλές υπηρεσίες, εφαρμογές και πηγές δεδομένων. Μέσω αυτών, οι πλατφόρμες μπορούν να αξιοποιούν δεδομένα που συλλέγονται από διαφορετικές υπηρεσίες, να μεταφέρουν την ισχύ τους από μία αγορά σε γειτονικές αγορές και να ενισχύουν περαιτέρω τη θέση τους έναντι ανταγωνιστών.

Παράλληλα, η πρόσβαση σε μεγάλους όγκους δεδομένων παρέχει στους πυλωρούς σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Τα δεδομένα επιτρέπουν τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών, την εξατομίκευση του περιεχομένου και των διαφημίσεων, καθώς και την ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών. Το πλεονέκτημα αυτό (*«data advantage»*) λειτουργεί συχνά ως πρόσθετο εμπόδιο εισόδου για δυνητικούς ανταγωνιστές, οι οποίοι αδυνατούν να αποκτήσουν αντίστοιχο όγκο και ποιότητα πληροφοριών.

Υπό τις συνθήκες αυτές, πολλοί επιχειρηματικοί χρήστες εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τις πλατφόρμες για την πρόσβασή τους στους τελικούς καταναλωτές. Η εξάρτηση αυτή δημιουργεί μία ασύμμετρη σχέση ισχύος⁴⁹, στο πλαίσιο της οποίας οι πλατφόρμες μπορούν να καθορίζουν μονομερώς τους όρους συμμετοχής στην αγορά, να επηρεάζουν την ορατότητα προϊόντων και υπηρεσιών και να ελέγχουν κρίσιμες ψηφιακές υποδομές.

Οι ιδιαιτερότητες αυτές εξηγούν γιατί οι μεγάλες ψηφιακές πλατφόρμες βρέθηκαν σταδιακά στο επίκεντρο του δικαίου ανταγωνισμού. Πρακτικές όπως η αυτοπροτίμηση (*self-preferencing*), η

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ Μικρουλέα (n 20) 65.

μόχλευση ισχύος σε γειτονικές αγορές, η επιβολή περιορισμών στην πρόσβαση χρηστών και επιχειρήσεων ή η εκμετάλλευση δεδομένων συνδέονται άμεσα με τη θέση των επιχειρήσεων αυτών ως πυλωρών⁵⁰ και αναδεικνύουν τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει το παραδοσιακό δίκαιο ανταγωνισμού στις ψηφιακές αγορές.

Όπως υπογραμμίζεται στη σύγχρονη ανάλυση, η ανάδυση της «ισχύος του οικοσυστήματος» μεταβάλλει ριζικά το πεδίο, καθώς οι «πυλωροί» (*gatekeepers*) δεν κυριαρχούν απλώς σε μια μεμονωμένη αγορά, αλλά ελέγχουν τη συνολική αρχιτεκτονική του ψηφιακού περιβάλλοντος, καθιστώντας τις κλασικές *ex-post* παρεμβάσεις ανεπαρκείς για την προστασία της δομής του ανταγωνισμού⁵¹.

2.2.4.4. Οι gatekeepers στην πράξη

Η αυξανόμενη σημασία των ψηφιακών πλατφορμών στην οικονομία οδήγησε σταδιακά στην αναγνώριση μιας μικρής ομάδας επιχειρήσεων που λειτουργούν ως βασικοί διαμεσολαβητές μεταξύ επιχειρηματικών χρηστών και τελικών καταναλωτών. Οι επιχειρήσεις αυτές ελέγχουν κρίσιμες ψηφιακές υποδομές, μέσω των οποίων πραγματοποιείται σημαντικό μέρος της οικονομικής δραστηριότητας στο διαδίκτυο, γεγονός που τους επιτρέπει να επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τη λειτουργία των ψηφιακών αγορών.

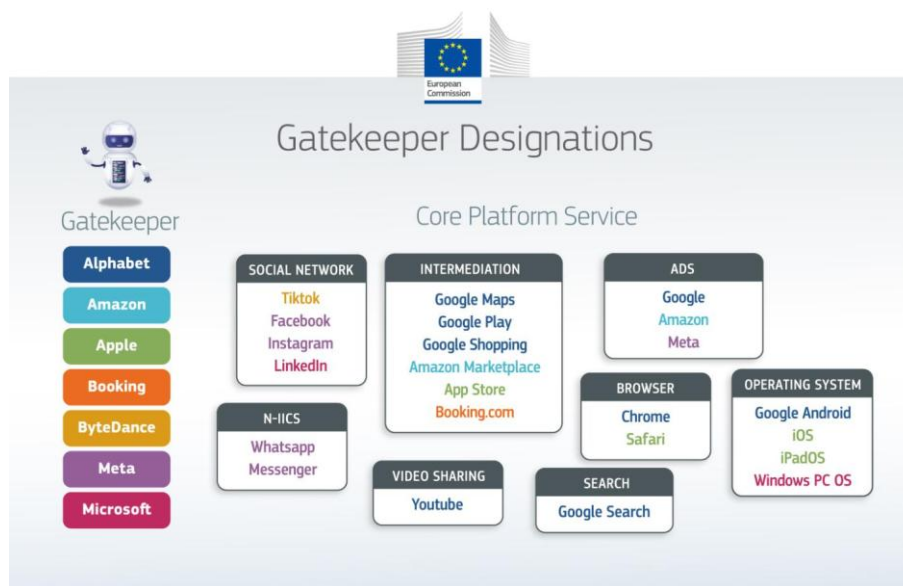
Στο πλαίσιο αυτό, η Ευρωπαϊκή Ένωση προχώρησε για πρώτη φορά στον επίσημο χαρακτηρισμό συγκεκριμένων επιχειρήσεων ως «πυλωρών» (*gatekeepers*). Τον Σεπτέμβριο του 2023 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή όρισε ως πυλωρούς τις επιχειρήσεις Alphabet, Amazon, Apple, ByteDance, Meta και Microsoft, οι οποίες παρείχαν συνολικά 22 βασικές υπηρεσίες πλατφόρμας⁵². Τον Μάιο του 2024 προστέθηκε και η Booking, ανεβάζοντας τον συνολικό αριθμό σε επτά επιχειρήσεις και 24 βασικές υπηρεσίες πλατφόρμας⁵³.

⁵⁰ J. Crémer, Y-A de Montjoye and H Schweitzer, *Competition Policy for the Digital Era* (European Commission 2019) 65.

⁵¹ Friso Bostoen, 'Ecosystem Power and the Digital Markets Act: A New Regulatory Paradigm' (2024) 47(1) *World Competition* 45.

⁵² European Commission, 'Commission designates six gatekeepers...' (n 46).

⁵³ European Commission, 'Commission designates Booking as a gatekeeper under the Digital Markets Act' (Press Release, IP/24/2561, 13 May 2024) https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_2561 accessed 2 December 2025.



Εικόνα 1: Καθορισμός Πυλωρών (Gatekeepers) και Βασικών Υπηρεσιών Πλατφόρμας (Core Platform Services) υπό τον Κανονισμό DMA. Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2024).

Οι επιχειρήσεις αυτές δραστηριοποιούνται σε ένα ευρύ φάσμα ψηφιακών υπηρεσιών, όπως οι μηχανές αναζήτησης, τα λειτουργικά συστήματα, τα κοινωνικά δίκτυα, οι επιγραμμικές αγορές, τα καταστήματα εφαρμογών, οι υπηρεσίες ψηφιακής διαφήμισης και οι υπηρεσίες υπολογιστικού νέφους. Η σημασία τους δεν έγκειται μόνο στο μέγεθος ή στον κύκλο εργασιών τους, αλλά κυρίως στο γεγονός ότι αποτελούν αναγκαία σημεία πρόσβασης για χιλιάδες επιχειρήσεις που επιθυμούν να προσεγγίσουν τους τελικούς χρήστες.

Η πρακτική εφαρμογή του Κανονισμού κατά το πρώτο αυτό κύμα συμμόρφωσης κατέδειξε ότι ο επίσημος ορισμός των πυλωρών αποτελεί μόνο την αφετηρία μιας παρατεταμένης διαδικασίας ρυθμιστικού διαλόγου και τεχνικών αναδιαμορφώσεων, καθώς οι υπόχρεες Big Tech αναγκάζονται να ανασχεδιάσουν κρίσιμες πτυχές των συστημάτων τους για να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις που επιβάλλει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή⁵⁴.

2.2.4.5. Η ανάγκη μετάβασης σε ex ante ρύθμιση

Η αυξανόμενη οικονομική ισχύς των ψηφιακών πυλωρών και η ιδιαίτερη θέση που κατέχουν στις ψηφιακές αγορές ανέδειξαν σταδιακά ορισμένους περιορισμούς του παραδοσιακού δικαίου

⁵⁴ Kay Jebelli, 'The First Wave of DMA Compliance: Mapping the Gatekeepers' Responses' (2024) Competition Policy International 12.

ανταγωνισμού. Η εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ βασίζεται σε μηχανισμούς εκ των υστέρων παρέμβασης (*ex post enforcement*), οι οποίοι προϋποθέτουν τη διαπίστωση συγκεκριμένης καταχρηστικής συμπεριφοράς και την απόδειξη των αντιανταγωνιστικών αποτελεσμάτων της στην αγορά. Η προσέγγιση αυτή υπήρξε ιδιαίτερα αποτελεσματική για την αντιμετώπιση παραδοσιακών μορφών κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης. Ωστόσο, στις ψηφιακές αγορές εμφανίζονται ορισμένες ιδιαιτερότητες, όπως η ταχύτητα εξέλιξης των αγορών, η ισχυρή παρουσία δικτυακών αποτελεσμάτων, η σημασία των δεδομένων και τα φαινόμενα εξάρτησης των χρηστών, που μπορούν να οδηγήσουν σε γρήγορη παγίωση της ισχύος ορισμένων πλατφορμών πριν ολοκληρωθεί η διερεύνηση μιας παράβασης.

Οι δομικές αυτές ανεπάρκειες επισημαίνονται χαρακτηριστικά στην Έκθεση Εκτίμησης Αντικτύπου (*Impact Assessment*) της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού (*DG Competition*), όπου τονίζεται ότι οι παραδοσιακές αντιμονοπωλιακές διαδικασίες αδυνατούν να αντιμετωπίσουν έγκαιρα τα συστημικά προβλήματα των ψηφιακών οικοσυστημάτων⁵⁵. Αντίστοιχα, οι πρόσφατες αξιολογήσεις των Κανονισμών 1/2003 και 773/2004 από το προσωπικό της Επιτροπής επιβεβαίωσαν την ανάγκη συμπλήρωσης των *ex-post* εργαλείων με ένα *ex-ante* ρυθμιστικό πλαίσιο, ικανό να διασφαλίσει τον ανοικτό χαρακτήρα των αγορών σε πραγματικό χρόνο⁵⁶.

Οι δυσκολίες αυτές αναδείχθηκαν έντονα μέσα από σειρά σημαντικών υποθέσεων που απασχόλησαν τις ευρωπαϊκές και εθνικές αρχές ανταγωνισμού. Υποθέσεις όπως οι *Google Shopping*⁵⁷, *Google Android*⁵⁸, *Apple App Store Practices*⁵⁹ και *Facebook/Bundeskartellamt*⁶⁰ κατέδειξαν ότι η διερεύνηση σύνθετων ψηφιακών πρακτικών απαιτεί συχνά πολυετείς διαδικασίες, κατά τη διάρκεια των οποίων οι επίμαχες πρακτικές ενδέχεται να συνεχίζουν να παράγουν αποτελέσματα στην αγορά. Παράλληλα, η διαρκής τεχνολογική εξέλιξη των ψηφιακών οικοσυστημάτων δυσχεραίνει την αποκατάσταση των συνθηκών ανταγωνισμού ακόμη και μετά την έκδοση μιας καταδικαστικής απόφασης.

⁵⁵ European Commission, 'Commission Staff Working Document: Impact Assessment Report Accompanying the Proposal for a Regulation on Contestable and Fair Markets in the Digital Sector (Digital Markets Act)' SWD(2020) 363 final, 45-48.

⁵⁶ European Commission, 'Commission Staff Working Document: Evaluation of Regulations 1/2003 and 773/2004' SWD(2024) 141 final, DG Competition 2024.

⁵⁷ Case T-612/17 Google and Alphabet v Commission (Google Shopping) [2021] ECLI:EU:T:2021:763.

⁵⁸ Google Android (n 34).

⁵⁹ Case AT/40437 Apple - App Store (music streaming) Commission Decision of 4 March 2024.

⁶⁰ Bundeskartellamt, Decision of 6 February 2019, Case B6-22/16 (Facebook).

Όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται στη βιβλιογραφία, η ρυθμιστική παρέμβαση μέσω του DMA δεν έρχεται να καταργήσει το Άρθρο 102 ΣΛΕΕ, αλλά να καλύψει το «κενό επιβολής» που αφήνει η *ex post* προσέγγιση, προσφέροντας ένα ταχύτερο και πιο ξεκάθαρο πλαίσιο υποχρεώσεων που αποτρέπει τη σταδιακή και μη αναστρέψιμη στεγανοποίηση των αγορών από τους πυλωρούς⁶¹.

Συνεπεία των ανωτέρω, διαμορφώθηκε σταδιακά η αντίληψη ότι η προστασία του ανταγωνισμού στις ψηφιακές αγορές δεν μπορεί να βασίζεται αποκλειστικά σε παρεμβάσεις εκ των υστέρων, αλλά απαιτεί και προληπτικούς μηχανισμούς ρύθμισης. Η λογική αυτή οδήγησε στη σταδιακή μετάβαση από ένα αμιγώς *ex post* μοντέλο επιβολής προς ένα μικτό σύστημα, στο οποίο το παραδοσιακό δίκαιο ανταγωνισμού συμπληρώνεται από ειδικούς κανόνες που επιβάλλουν εκ των προτέρων υποχρεώσεις στις πλέον ισχυρές ψηφιακές πλατφόρμες.

Η εξέλιξη αυτή σηματοδότησε μια σημαντική μεταβολή στη φιλοσοφία της ευρωπαϊκής ρυθμιστικής πολιτικής. Ενώ το άρθρο 102 ΣΛΕΕ εξακολουθεί να αποτελεί βασικό εργαλείο αντιμετώπισης καταχρηστικών συμπεριφορών, η εμπειρία των τελευταίων ετών ανέδειξε την ανάγκη υιοθέτησης ενός συμπληρωματικού πλαισίου κανόνων, το οποίο θα επιδιώκει την πρόληψη των στρεβλώσεων του ανταγωνισμού πριν αυτές παγιωθούν στις ψηφιακές αγορές.

Οι προβληματισμοί αυτοί αποτυπώνονται χαρακτηριστικά στις υποθέσεις που εξετάζονται στη συνέχεια της παρούσας εργασίας, οι οποίες συνέβαλαν καθοριστικά στη διαμόρφωση της σύγχρονης ευρωπαϊκής προσέγγισης για τη ρύθμιση των ψηφιακών πλατφορμών.

2.3. Συμπεράσματα Κεφαλαίου

Η ανάλυση του Δεύτερου Κεφαλαίου κατέγραψε τα οικονομικά χαρακτηριστικά των ψηφιακών πλατφορμών, όπως τα έντονα δικτυακά αποτελέσματα, τα υψηλά κόστη αλλαγής, τα φαινόμενα εγκλωβισμού των χρηστών (*lock-in effects*) και την τάση ολοκληρωτικής επικράτησης (*tipping*). Τα στοιχεία αυτά αποδεικνύουν ότι οι ψηφιακές αγορές ευνοούν τη συγκέντρωση πρωτοφανούς ισχύος στα χέρια ελάχιστων μεγάλων επιχειρήσεων, οι οποίες αποκτούν ρόλο «ρυθμιστών πρόσβασης» (*gatekeepers*). Η ανάδυση αυτής της νέας μορφής ισχύος, η οποία βασίζεται στον έλεγχο ολόκληρων ψηφιακών οικοσυστημάτων και στη συσσώρευση δεδομένων, θέτει σε δοκιμασία τα παραδοσιακά νομικά εργαλεία. Έχοντας πλέον κατανοήσει το οικονομικό υπόβαθρο των πλατφορμών, το Τρίτο Κεφάλαιο έρχεται να εξετάσει πώς η ευρωπαϊκή έννομη τάξη επιχειρεί

⁶¹ Pablo Ibáñez Colomo, 'Beyond Article 102 TFEU: The Digital Markets Act and the Future of ex ante Regulation' (2023) 60(5) Common Market Law Review 1321.

να εφαρμόσει τους κλασικούς κανόνες περί κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης (Άρθρο 102 ΣΛΕΕ) σε αυτό το εξαιρετικά σύνθετο και δυναμικό ψηφιακό περιβάλλον.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: Η εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ στις ψηφιακές πλατφόρμες

3.1. Εισαγωγή: Κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης στο Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού

Το άρθρο 102 ΣΛΕΕ αποτελεί βασικό πυλώνα του ενωσιακού δικαίου ανταγωνισμού για τον έλεγχο της μονομερούς συμπεριφοράς επιχειρήσεων που κατέχουν δεσπόζουσα θέση στην εσωτερική αγορά. Σύμφωνα με τη διάταξη αυτή, «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 εσωτερικής αγοράς ή σημαντικού τμήματός της».

Η διάταξη δεν αποσκοπεί στην απαγόρευση της οικονομικής ισχύος καθαυτής, αλλά στη ρύθμιση των ορίων άσκησης της, όταν αυτή οδηγεί σε στρέβλωση του ανταγωνισμού και στην υπονόμευση της λειτουργίας της αγοράς⁶². Σύμφωνα με το ανωτέρω άρθρο, η καταχρηστική συμπεριφορά από τις κατέχουσες δεσπόζουσας θέσης επιχειρήσεις περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, την επιβολή μη δίκαιων τιμών ή όρων συναλλαγής, τον περιορισμό της παραγωγής ή της τεχνολογικής ανάπτυξης εις βάρος των καταναλωτών, καθώς και την εφαρμογή άνισων όρων επί ισοδύναμων παροχών.

Αντίστοιχη απαγόρευση προβλέπεται και στο ελληνικό δίκαιο ανταγωνισμού, στο άρθρο 2 του ν. 3959/2011, το οποίο αποτελεί κατ' ουσίαν μεταφορά του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, πλην της προϋπόθεσης περί δυνητικού επηρεασμού του ενωσιακού εμπορίου («κατά το μέτρο που δύναται να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών»)⁶³.

Για την εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ απαιτείται η σωρευτική συνδρομή συγκεκριμένων προϋποθέσεων: η ύπαρξη μίας ή περισσότερων επιχειρήσεων (συλλογική δεσπόζουσα θέση), η κατοχή δεσπόζουσας θέσης στην εσωτερική αγορά ή σε σημαντικό τμήμα της, η καταχρηστική εκμετάλλευση αυτής της θέσης και η ικανότητα της συμπεριφοράς να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ των κρατών-μελών⁶⁴.

⁶² D Chalmers, G Davies and G Monti, *European Union Law* (4th edn, Cambridge University Press 2019) 951-952.

⁶³ Τριανταφυλλάκης (n 4) 45.

⁶⁴ Γ. Αυγερινός, *Εισαγωγή στο δίκαιο ανταγωνισμού της Ε.Ε.* (Νομική Βιβλιοθήκη 2011).

3.2. Η έννοια της δεσπόζουσας θέσης

Κεντρική προϋπόθεση για την ενεργοποίηση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ είναι η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης. Η έννοια αυτή δεν ορίζεται ρητά από τον νομοθέτη, αλλά έχει διαμορφωθεί νομολογιακά. Ήδη από το γράμμα και τον σκοπό του άρθρου 102 προκύπτει ότι η «δεσπόζουσα θέση» δεν ταυτίζεται αποκλειστικά με το μονοπώλιο (μερίδιο κοντά στο 100%), αλλά καλύπτει και περιπτώσεις όπου μια επιχείρηση διαθέτει σημαντική ισχύ στην αγορά (*market power*), ικανή να επηρεάζει ουσιωδώς τη λειτουργία του ανταγωνισμού⁶⁵.

Η οικονομική επιστήμη δεν ορίζει πότε η ισχύς στην αγορά καθίσταται μονοπωλιακή και δεν παρέχει τα επιστημονικά μέσα προκειμένου να οριοθετηθεί η έννοια της «δεσπόζουσας θέσης» με ασφάλεια. Έχει υποστηριχθεί ότι μια τέτοια επιχείρηση απολαμβάνει ένα ιδιαίτερο «περιθώριο ελευθερίας δράσης» ή μια σχετική «απουσία επιχειρηματικού κινδύνου», καθώς μπορεί να λαμβάνει στρατηγικές αποφάσεις χωρίς να πιέζεται άμεσα από τις αντιδράσεις της αγοράς⁶⁶.

Σε αναζήτηση ενός ολοκληρωμένου και σαφούς ορισμού της δεσπόζουσας θέσης, ιδίως αφού το άρθρο 102 ΣΛΕΕ δεν περιλαμβάνει ορισμό, αφετηρία μπορεί να αποτελέσει ο ορισμός που έχει διατυπώσει η ίδια η Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων⁶⁷. Με βάση αυτή την προσέγγιση, η δεσπόζουσα θέση συνδέεται με ορισμένη οικονομική ισχύ, η οποία επιτρέπει στην επιχείρηση να ασκεί σημαντική επιρροή στη σχετική αγορά όπου δραστηριοποιείται, την οποία κατ' αρχήν η δεσπόζουσα επιχείρηση μπορεί να προβλέψει.

Η ισχύς αυτή αντανακλάται στις οικονομικές και εμπορικές αποφάσεις των ανταγωνιστών, ακόμη και όταν η δεσπόζουσα επιχείρηση δεν την αξιοποιεί ενεργά ή δεν αποκομίζει άμεσα οφέλη από αυτήν. Υπό αυτή την έννοια, μία επιχείρηση που διαθέτει τη δυνατότητα, λόγω της θέσης της, να εκτοπίζει ή να θέτει εκτός ανταγωνισμού τις υπόλοιπες επιχειρήσεις ενός κλάδου και να διαμορφώνει αποφασιστικά τη συμπεριφορά τους, μπορεί να θεωρηθεί ότι κατέχει δεσπόζουσα θέση, ακόμη και αν το μερίδιό της στην αγορά δεν εμφανίζεται ιδιαίτερα υψηλό.

Στη νομολογία του ΔΕΕ, σημείο αναφοράς αποτελεί ο ορισμός της *United Brands*. Σύμφωνα με αυτόν, δεσπόζουσα θέση είναι η θέση οικονομικής ισχύος που επιτρέπει σε μια επιχείρηση να εμποδίζει τη διατήρηση αποτελεσματικού ανταγωνισμού στη σχετική αγορά, συμπεριφερόμενη σε

⁶⁵ Τριανταφυλλάκης (n 4) 195.

⁶⁶ V. Korah, 'Concept of a dominant position within the meaning of article 86' (1980) 17 *Common Market Law Review*, 395-396.

⁶⁷ Κοτσίρης (n 6) 519.

σημαντικό βαθμό ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές, τους πελάτες και τους καταναλωτές⁶⁸. Η προσέγγιση αυτή εξειδικεύτηκε στην απόφαση *Hoffmann-La Roche*, όπου τονίστηκε ότι η δεσπόζουσα θέση δεν προϋποθέτει την πλήρη εξαφάνιση του ανταγωνισμού. Αρκεί η επιχείρηση να ασκεί σημαντική επίδραση στις συνθήκες ανάπτυξής του και να δρα σε μεγάλο βαθμό αδιαφορώντας γι' αυτόν⁶⁹. Παράλληλα, ήδη από παλαιότερες υποθέσεις, όπως η *Continental Can*, είχε δοθεί έμφαση στη δυνατότητα της επιχείρησης να δρα χωρίς ουσιαστικούς περιορισμούς από ανταγωνιστές, προμηθευτές ή αγοραστές⁷⁰.

Σημαντική ένδειξη θεμελίωσης της δεσπόζουσας θέσης αποτελεί το μερίδιο αγοράς, χωρίς όμως να λειτουργεί ως το μοναδικό κριτήριο. Η νομολογία έχει δεχθεί ότι μερίδιο άνω του 50% μπορεί, κατά κανόνα, να θεμελιώσει τεκμήριο δεσπόζουσας θέσης⁷¹, ενώ πολύ υψηλά μερίδια άνω του 75% αποτελούν ισχυρή ένδειξη, κατά τη διατύπωση της *Hoffmann-La Roche*, «πλην εξαιρετικών περιστάσεων». Αντίθετα, ποσοστό που δεν ξεπερνά το 10%, αποτελεί κατά κανόνα ένδειξη ανυπαρξίας δεσπόζουσας θέσης⁷². Ωστόσο, στις περισσότερες υποθέσεις η αξιολόγηση είναι συνολική και εξετάζεται όχι μόνο το ποσοστό, αλλά και η διάρκεια και σταθερότητα της ισχύος, ο βαθμός συγκέντρωσης της αγοράς, καθώς και η ύπαρξη εναλλακτικών που μπορούν να ασκήσουν ανταγωνιστική πίεση.

Συνεπεία αυτού, εκτός του μεριδίου της αγοράς που κατέχει μία επιχείρηση, συνεκτιμώνται κριτήρια όπως οι οικονομικοί πόροι και οι υποδομές της επιχείρησης, το τεχνολογικό προβάδισμα και οι επενδύσεις σε καινοτομία (*R&D*), η πρόσβαση σε κρίσιμες εισροές (πρώτες ύλες, δεδομένα, τεχνογνωσία, κεφάλαιο), η διαφοροποίηση προϊόντων και ο βαθμός υποκατάστασης και οι φραγμοί εισόδου, οι οποίοι μπορεί να είναι νομικοί, οικονομικοί ή τεχνολογικοί και να «θωρακίζουν» τη θέση της επιχείρησης από δυνητικό ανταγωνισμό⁷⁴. Σε κάθε περίπτωση, στον πυρήνα της έννοιας αυτής βρίσκεται η διαπίστωση ότι δεσπόζουσα θέση υφίσταται όταν μια επιχείρηση διαθέτει επαρκές περιθώριο ανεξάρτητης συμπεριφοράς, ώστε να μπορεί να επηρεάζει ουσιωδώς τους όρους λειτουργίας της αγοράς. Υπό αυτό το πρίσμα, η έννοια της

⁶⁸ Case 27/76 *United Brands Company and United Brands Continentaal v Commission* [1978] ECLI:EU:C:1978:22.

⁶⁹ Case 85/76 *Hoffmann-La Roche & Co AG v Commission* [1979] ECLI:EU:C:1979:36.

⁷⁰ Case 6/72 *Europemballage Corporation and Continental Can Company Inc v Commission* [1973] ECLI:EU:C:1973:22.

⁷¹ Case C-62/86 *AKZO Chemie BV v Commission* [1991] ECLI:EU:C:1991:286.

⁷² Κοτσίρης (n 6) 523.

⁷³ *Ibid.*

⁷⁴ *Ibid.*

δεσπόζουσας θέσης λειτουργεί ως προϋπόθεση ενεργοποίησης του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, το οποίο δεν αποδοκιμάζει την οικονομική ισχύ καθαυτή, αλλά την καταχρηστική αξιοποίησή της.

3.3. Σχετική αγορά προϊόντων/υπηρεσιών

Η σχετική αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών περιλαμβάνει όλα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που είναι εναλλάξιμα ή μπορούν να υποκατασταθούν από τον καταναλωτή. Η κρίση αυτή βασίζεται στα χαρακτηριστικά, τις ιδιότητες, την τιμή και τη χρήση τους⁷⁵. Για τον προσδιορισμό της σχετικής αγοράς είναι αναγκαία η ανάλυση των λόγων για τους οποίους ορισμένα προϊόντα ή υπηρεσίες περιλαμβάνονται σε αυτήν, ενώ άλλα αποκλείονται. Στα βασικά κριτήρια που λαμβάνονται υπόψη συγκαταλέγονται, ενδεικτικά, η δυνατότητα υποκατάστασης, οι όροι ανταγωνισμού, η σταυροειδής ελαστικότητα της ζήτησης και το επίπεδο των τιμών.

Η οριοθέτηση της σχετικής αγοράς προϊόντων δεν αποτελεί, ωστόσο, απλή διαδικασία. Για κάθε προϊόν υφίστανται ανταγωνιστικά προϊόντα, τα οποία ενδέχεται να διαφοροποιούνται ως προς τις ιδιότητές τους, την τιμή, τη χρησιμότητα ή τη διαθεσιμότητά τους. Για τον λόγο αυτό, ιδιαίτερη σημασία αποδίδεται σε δύο βασικά κριτήρια: αφενός, στη σταυροειδή ελαστικότητα της ζήτησης (*cross-elasticity of demand*), δηλαδή στον βαθμό κατά τον οποίο η μεταβολή της τιμής ενός προϊόντος επηρεάζει τη ζήτηση άλλου προϊόντος και αφετέρου, στη δυνατότητα εναλλαγής των προϊόντων (*interchangeability*)⁷⁶.

Τόσο το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης όσο και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δίνουν έμφαση κυρίως στην έννοια της εναλλαξιμότητας, εξετάζοντας αν υπάρχουν υποκατάστατα προϊόντα είτε από την πλευρά της ζήτησης είτε από την πλευρά της προσφοράς. Από την πλευρά της ζήτησης, η εναλλαξιμότητα είναι αυξημένη όταν, σε περίπτωση αύξησης της τιμής ενός προϊόντος, ο καταναλωτής μπορεί εύκολα και χωρίς ουσιώδη απώλεια να στραφεί σε άλλο προϊόν. Όσο ευκολότερη είναι αυτή η εναλλαγή, τόσο πιθανότερο είναι τα προϊόντα να ανήκουν στην ίδια σχετική αγορά⁷⁷.

Παράλληλα, εκτός από την τιμή, λαμβάνονται υπόψη και άλλα στοιχεία, όπως η φύση και η χρήση των αγαθών, οι συνθήκες ανταγωνισμού, καθώς και η σχέση προσφοράς και ζήτησης στη συγκεκριμένη αγορά. Στο πλαίσιο αυτό, η Επιτροπή έχει υιοθετήσει για τον ακριβέστερο

⁷⁵ Τριανταφυλλάκης (n 4) 200.

⁷⁶ Ibid.

⁷⁷ Κοτσίρης (n 6) 529.

προσδιορισμό της σχετικής αγοράς τη δοκιμή *SSNIP*, η οποία βασίζεται στο υποθετικό σενάριο κατά το οποίο ένας μονοπωλητής επιβάλλει μια μικρή αλλά σημαντική και μη παροδική αύξηση των τιμών. Εάν η αύξηση αυτή οδηγεί σε απώλεια εσόδων λόγω μεταστροφής της ζήτησης προς υποκατάστατα προϊόντα, τότε τα τελευταία θεωρούνται μέρος της ίδιας σχετικής αγοράς⁷⁸⁷⁹.

Σημαντικές αποφάσεις για τον καθορισμό της σχετικής αγοράς προϊόντος ή υπηρεσίας αποτελούν, μεταξύ άλλων, η υπόθεση *Hilti κατά Επιτροπής*⁸⁰, όπου έγινε δεκτό ότι το Δικαστήριο μπορεί να απαιτήσει από την ελεγχόμενη επιχείρηση να αποδείξει την ορθότητα του ισχυρισμού της περί διαφορετικού ορισμού της αγοράς, καθώς και η υπόθεση *Tetra Pak*⁸¹, στην οποία αναγνωρίστηκε ότι η δεσπόζουσα θέση μιας επιχείρησης μπορεί να επεκταθεί και σε όμορη αγορά, ακόμη και αν στην τελευταία δεν υφίσταται μονοπωλιακή ισχύς.

Στο ίδιο πλαίσιο εντάσσεται και η προβληματική των δευτερογενών αγορών (*aftermarkets*), οι οποίες συνδέονται άμεσα με πρωτογενείς αγορές προϊόντων, όπως για παράδειγμα η αγορά ανταλλακτικών σε σχέση με την αγορά πώλησης μηχανημάτων. Στις υποθέσεις *Hugin*⁸², τόσο το ΔΕΚ όσο και τα αμερικανικά δικαστήρια δέχθηκαν ότι οι δευτερογενείς αγορές μπορούν να συνιστούν διακριτές σχετικές αγορές, εντός των οποίων είναι δυνατή η διαπίστωση κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης⁸³.

Στις ψηφιακές πλατφόρμες, ο προσδιορισμός αυτός παρουσιάζει αυξημένες δυσχέρειες. Τα όρια μεταξύ των υπηρεσιών είναι συχνά δυσδιάκριτα, καθώς οι επιχειρήσεις αναπτύσσουν πολυσύνθετα ψηφιακά οικοσυστήματα όπου συνυπάρχουν μηχανές αναζήτησης, διαφημιστικές υπηρεσίες και λειτουργικά συστήματα. Η πραγματικότητα αυτή ανέδειξε τα όρια των παραδοσιακών εργαλείων οριοθέτησης της αγοράς και οδήγησε σταδιακά στην αναζήτηση νέων προσεγγίσεων, προσαρμοσμένων στις ιδιαιτερότητες της ψηφιακής οικονομίας.

3.4. Σχετική γεωγραφική αγορά

Ως σχετική γεωγραφική αγορά νοείται η περιοχή στην οποία οι επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στην προμήθεια προϊόντων ή υπηρεσιών υπό συνθήκες ανταγωνισμού που παρουσιάζουν επαρκή

⁷⁸ Ibid 530-531.

⁷⁹ Commission Notice on the definition of relevant market for the purposes of Community competition law [1997] OJ C372/5.

⁸⁰ Case C-53/92 P *Hilti AG v Commission* [1994] ECLI:EU:C:1994:77.

⁸¹ Case C-333/94 P *Tetra Pak International SA v Commission* [1996] ECLI:EU:C:1996:436.

⁸² Case 22/78 *Hugin Kassaregister AB and Hugin Cash Registers Ltd v Commission* [1979] ECLI:EU:C:1979:138.

⁸³ Τριανταφυλλάκης (n 4) 202.

ομοιογένεια. Η περιοχή αυτή διακρίνεται από γειτονικές ζώνες όπου οι όροι ανταγωνισμού διαφοροποιούνται ουσιωδώς. Καθοριστικό στοιχείο είναι η ομοιομορφία των συνθηκών και όχι η απλή γεωγραφική εγγύτητα.

Παράγοντες που διαφοροποιούν τις αγορές είναι το αυξημένο κόστος μεταφοράς, οι τεχνικοί περιορισμοί ή οι νομικοί και κανονιστικοί φραγμοί. Σε τέτοιες περιπτώσεις, η προμήθεια προϊόντων ή υπηρεσιών από επιχειρήσεις εγκατεστημένες σε άλλες περιοχές καθίσταται οικονομικά ασύμφορη ή πρακτικά δυσχερής, περιορίζοντας ουσιωδώς την ανταγωνιστική πίεση που μπορούν να ασκήσουν.

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, όταν οι επιχειρήσεις οργανώνουν την παραγωγή ή τη διάθεση των προϊόντων τους με σκοπό την εξυπηρέτηση συγκεκριμένου κράτους-μέλους ή όταν οι εθνικές νομοθεσίες θεσπίζουν κανόνες που διαφοροποιούν αισθητά τις συνθήκες ανταγωνισμού, οι αντίστοιχες περιοχές μπορούν να θεωρηθούν ως διακριτές σχετικές γεωγραφικές αγορές⁸⁴. Αντίστοιχα, στο ελληνικό δίκαιο ανταγωνισμού, το άρθρο 2 του ν. 3959/2011 απαιτεί για την εφαρμογή του την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης «στο σύνολο ή μέρος της αγοράς της χώρας», ενώ το άρθρο 102 ΣΛΕΕ αναφέρεται στη «κοινή αγορά ή σε σημαντικό μέρος αυτής».

Στο πλαίσιο αυτό, δεσπόζουσα θέση μπορεί να υφίσταται είτε σε ολόκληρη την επικράτεια ενός κράτους-μέλους είτε σε τμήμα αυτής, ανεξάρτητα από το γεωγραφικό μέγεθος ή την οικονομική σημασία της συγκεκριμένης περιοχής. Όπως έχει κριθεί νομολογιακά, ακόμη και ένα κράτος-μέλος μπορεί να συνιστά «σημαντικό μέρος» της εσωτερικής αγοράς για τους σκοπούς εφαρμογής του άρθρου 102 ΣΛΕΕ.

Σε ορισμένες περιπτώσεις, ωστόσο, η σχετική γεωγραφική αγορά μπορεί να υπερβαίνει τα εθνικά σύνορα. Ενδεικτικά, στις αγορές χρήματος, συναλλάγματος και χρηματοπιστωτικών παραγώγων, η γεωγραφική αγορά έχει προσδιοριστεί ως διεθνής, λόγω της φύσης των συναλλαγών και της λειτουργίας των τραπεζικών υποκαταστημάτων. Αντίστοιχα, διεθνής ή ευρύτερης εμβέλειας γεωγραφική αγορά έχει αναγνωριστεί σε αγορές όπως εκείνη του λογισμικού ηλεκτρονικών υπολογιστών, ενώ σε άλλες περιπτώσεις, όπως η αγορά της μπανάνας⁸⁵, η γεωγραφική διάσταση καθορίστηκε με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της διανομής και της κατανάλωσης.

⁸⁴ Ibid 203-204.

⁸⁵ United Brands (n 68) para 53.

Στις ψηφιακές αγορές, η οριοθέτηση της σχετικής γεωγραφικής αγοράς εμφανίζει ιδιαίτερες προκλήσεις, καθώς πολλές ψηφιακές υπηρεσίες παρέχονται διαδικτυακά και είναι προσβάσιμες ταυτόχρονα σε χρήστες διαφορετικών κρατών. Ως εκ τούτου, οι παραδοσιακοί γεωγραφικοί περιορισμοί, όπως το κόστος μεταφοράς ή η φυσική διανομή των προϊόντων, αποκτούν συχνά μικρότερη σημασία. Αντιθέτως, καθοριστικό ρόλο διαδραματίζουν παράγοντες όπως οι γλωσσικοί περιορισμοί, τα εθνικά κανονιστικά πλαίσια, η προστασία δεδομένων, καθώς και η δυνατότητα μιας πλατφόρμας να αναπτύσσει ενιαία ψηφιακά οικοσυστήματα σε διεθνή κλίμακα. Για τον λόγο αυτό, η σχετική γεωγραφική αγορά στις υποθέσεις που αφορούν μεγάλες ψηφιακές πλατφόρμες προσδιορίζεται συχνά σε υπερεθνικό ή ακόμη και παγκόσμιο επίπεδο.

3.5. Ο προσδιορισμός της σχετικής αγοράς και το τεστ SSNIP

Για την ακριβέστερη οριοθέτηση της σχετικής αγοράς, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, καθώς και οι εθνικές Αρχές Ανταγωνισμού έχουν υιοθετήσει ως βασικό εργαλείο το τεστ του «Υποθετικού Μονοπωλητή» (*Hypothetical Monopolist Test-HMT*), εφαρμόζοντας την ποσοτική τεχνική SSNIP (*Small but Significant and Non-transitory Increase in Price*).

Η λογική του SSNIP τεστ συνίσταται στη διατύπωση ενός υποθετικού σεναρίου, στο οποίο εξετάζεται αν μια επιχείρηση που δραστηριοποιείται σε μια υποτιθέμενη σχετική αγορά θα μπορούσε να επιβάλει μια μικρή αλλά σημαντική και μη παροδική αύξηση στην τιμή των προϊόντων ή υπηρεσιών της, χωρίς να μειωθούν σε αντίστοιχο βαθμό και τα κέρδη της και χωρίς να απωλέσει μερίδιο αγοράς. Εάν οι καταναλωτές, παρά την αύξηση της τιμής, δεν στρέφονται σε υποκατάστατα προϊόντα ή σε παρεμφερείς αγορές, τότε η αγορά στην οποία εφαρμόζεται το τεστ μπορεί να θεωρηθεί ως η σχετική αγορά για τους σκοπούς της ανάλυσης.

Αντίθετα, εάν η αύξηση της τιμής οδηγεί σε σημαντική μείωση της ζήτησης, λόγω μεταστροφής των καταναλωτών προς άλλα προϊόντα ή υπηρεσίες, τότε τα υποκατάστατα αυτά θεωρείται ότι ανήκουν στην ίδια σχετική αγορά⁸⁶. Στην περίπτωση αυτή, η αγορά πρέπει να διευρυνθεί και η δοκιμή SSNIP να επαναληφθεί, μέχρι να εντοπιστεί το σύνολο εκείνων των προϊόντων ή υπηρεσιών για τα οποία μια τέτοια αύξηση τιμής θα ήταν κερδοφόρα για τον υποθετικό μονοπωλητή. Η ανωτέρω μεθοδολογία, ωστόσο, παρά τη σπουδαιότητά της δεν αποτελεί το μοναδικό εργαλείο για τον προσδιορισμό της σχετικής αγοράς. Αξίζει να σημειωθεί ότι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δύναται να

⁸⁶ Κοτσίρης (n 6) 530.

⁸⁷ Commission Notice on the definition of relevant market (n 79).

λαμβάνει υπόψη και άλλες μεθόδους, όπως είναι οι μελέτες αγοράς ή οι στατιστικές μελέτες σχετικά με τη συμπεριφορά των ανταγωνιστών και των καταναλωτών.

Παρά τη χρησιμότητά του, το τεστ *SSNIP* παρουσιάζει ένα σημαντικό μειονέκτημα, το λεγόμενο «*Cellophane Fallacy*», το οποίο αφορά περιπτώσεις όπου η αρχική τιμή που λαμβάνεται ως βάση για την ανάλυση είναι ήδη υψηλή λόγω προηγούμενης καταχρηστικής συμπεριφοράς της δεσπόζουσας επιχείρησης. Σε τέτοιες περιπτώσεις, μια περαιτέρω αύξηση οδηγεί εσφαλμένα σε τεχνητή διεύρυνση της αγοράς, μειώνοντας το εμφανιζόμενο μερίδιο της δεσπόζουσας επιχείρησης. Το σφάλμα αποφεύγεται όταν οι αρχές λαμβάνουν ως βάση την τιμή που θα διαμορφωνόταν σε συνθήκες αποτελεσματικού ανταγωνισμού⁸⁸.

3.6. Ο νέος ορισμός της σχετικής αγοράς υπό το πρίσμα των ψηφιακών εξελίξεων

Η παραδοσιακή μεθοδολογία του *SSNIP* συναντά σαφή όρια σε περιβάλλοντα όπου οι υπηρεσίες παρέχονται έναντι μηδενικού χρηματικού τιμήματος, καθώς δεν μπορεί να υπολογιστεί ποσοστιαία αύξηση τιμής. Στις περιπτώσεις αυτές δεν τίθεται ζήτημα μικρής αλλά σημαντικής αύξησης της τιμής, γεγονός που καθιστά το τεστ ανεπαρκές ως εργαλείο προσδιορισμού των ορίων του ανταγωνισμού. Η αδυναμία αυτή καθίσταται ιδιαίτερα εμφανής στις αγορές πολλαπλής όψης, οι οποίες συναντώνται ολοένα και συχνότερα στη σύγχρονη οικονομία, και ιδίως στις ψηφιακές πλατφόρμες, όπου η μία πλευρά της αγοράς χρηματοδοτείται έμμεσα από την άλλη.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η υπόθεση *Google Shopping*, στην οποία η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δεν εφάρμοσε το τεστ *SSNIP*, αλλά βασίστηκε σε ένα τεστ μικρής αλλά σημαντικής μη παροδικής υποβάθμισης ποιότητας, εξετάζοντας κατά πόσον η χειροτέρευση της ορατότητας και της ποιότητας των αποτελεσμάτων για τις ανταγωνιστικές υπηρεσίες σύγκρισης τιμών επηρέαζε ουσιωδώς τη συμπεριφορά των χρηστών και, κατ' επέκταση, τις συνθήκες ανταγωνισμού στην οικεία αγορά. Η προσέγγιση αυτή ανέδειξε ότι, στις ψηφιακές αγορές, κρίσιμες μεταβλητές ανταγωνισμού δεν είναι μόνο η τιμή, αλλά η ποιότητα, η προβολή, η πρόσβαση και η δυνατότητα επιλογής.

⁸⁸ Τριανταφυλλάκης (n 4) 204-205.

Η ανάγκη αυτή οδήγησε στην έκδοση της Αναθεωρημένης Ανακοίνωσης της Επιτροπής για τον ορισμό της αγοράς του 2024⁸⁹⁹⁰, η οποία επιχειρεί να ενσωματώσει τις ιδιαιτερότητες των αγορών μηδενικής τιμής, των ψηφιακών οικοσυστημάτων και του ανταγωνισμού σε παραμέτρους πέραν της τιμής.

Ο ορισμός της σχετικής αγοράς αποτελεί διαχρονικά θεμελιώδες στάδιο της ανάλυσης στο δίκαιο του ανταγωνισμού της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς λειτουργεί ως το αναγκαίο εννοιολογικό πλαίσιο για την εκτίμηση της οικονομικής ισχύος των επιχειρήσεων και, συνακόλουθα, για τη διαπίστωση ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης ή σημαντικής επίδρασης στον ανταγωνισμό. Η Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκή Επιτροπή του 1997⁹¹ καθιέρωσε τις βασικές αρχές οριοθέτησης της σχετικής αγοράς προϊόντος και της σχετικής γεωγραφικής αγοράς, οι οποίες εξακολουθούν να αποτελούν το σημείο αναφοράς της ενωσιακής πρακτικής. Ωστόσο, οι βαθιές κοινωνικές, τεχνολογικές και οικονομικές μεταβολές που μεσολάβησαν έκτοτε κατέστησαν αναγκαία την επικαιροποίηση του σχετικού πλαισίου.

Η νέα Αναθεωρημένη Ανακοίνωση του 2024 προσαρμόζει το πλαίσιο στις σύγχρονες πραγματικότητες, ενσωματώνοντας τις αγορές μηδενικής τιμής και τα ψηφιακά οικοσυστήματα. Απομακρύνεται από τη στενά τιμοκεντρική ανάλυση και δίνει έμφαση σε παραμέτρους όπως η καινοτομία, η προστασία της ιδιωτικότητας και η βιωσιμότητα. Το τεστ *SSNIP* μπορεί πλέον να αντικαθίσταται ή να συμπληρώνεται από ποιοτική ανάλυση ή από το τεστ *SSNDQ* (*Small but Significant and Non-transitory Decrease in Quality*).

Αξιοσημείωτη είναι, τέλος, η έμφαση στον παγκόσμιο χαρακτήρα ορισμένων αγορών. Η νέα ανακοίνωση διευκρινίζει πότε μια αγορά μπορεί να θεωρηθεί παγκόσμια ή ευρύτερη του εθνικού ή ενωσιακού επιπέδου, λαμβάνοντας υπόψη παράγοντες όπως οι ροές εμπορίου, το κόστος μεταφοράς, οι φραγμοί εισόδου και η δυνατότητα πρόσβασης των πελατών στους ίδιους προμηθευτές υπό παρόμοιους όρους. Με τον τρόπο αυτό, ο ορισμός της σχετικής αγοράς αποκτά μεγαλύτερη ευελιξία, χωρίς να απωλέσει τη λειτουργία του ως ενδιάμεσου αλλά κρίσιμου σταδίου της συνολικής ανάλυσης ανταγωνισμού.

⁸⁹ European Commission, 'Questions and Answers: Commission adopts revised Market Definition Notice' (Press Corner, 2024) https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/el/qanda_23_6002/QANDA_23_6002_EN.pdf accessed 2 February 2026.

⁹⁰ European Commission, Commission Notice on the definition of the relevant market for the purposes of Union competition law [2024] OJ C/2024/1645.

⁹¹ Commission Notice on the definition of relevant market (n 79).

Συνολικά, η Αναθεωρημένη Ανακοίνωση του 2024 σηματοδοτεί μια συνειδητή μετατόπιση προς έναν πιο ρεαλιστικό και δυναμικό ορισμό της σχετικής αγοράς, ικανό να ανταποκριθεί στις ιδιαιτερότητες των σύγχρονων ψηφιακών αγορών.

3.7. Μερίδια αγοράς

Μετά τον καθορισμό της σχετικής αγοράς καθίσταται δυνατός ο υπολογισμός του συνολικού μεγέθους της αγοράς και, συνακόλουθα, των μεριδίων αγοράς που κατέχουν οι επιμέρους επιχειρήσεις. Τα μερίδια αγοράς αποτελούν βασική αλλά όχι επαρκή ένδειξη για την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης, καθώς αντανakλούν σε σημαντικό βαθμό την οικονομική ισχύ μιας επιχείρησης στη σχετική αγορά. Για τον υπολογισμό τους, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και οι εθνικές αρχές ανταγωνισμού στηρίζονται συνήθως στην αξία των πωλήσεων ή στον κύκλο εργασιών της επιχείρησης στη συγκεκριμένη αγορά και γεωγραφική περιοχή, ενώ, ελλείψει αξιόπιστων στοιχείων, δύνανται να χρησιμοποιηθούν εκτιμήσεις εμπειρογνομόνων ή στοιχεία που προσκομίζουν οι ίδιες οι επιχειρήσεις⁹².

Η νομολογία έχει επανειλημμένως επισημάνει ότι τα υψηλά μερίδια αγοράς συνιστούν ισχυρή ένδειξη δεσπόζουσας θέσης, χωρίς όμως να λειτουργούν μηχανιστικά. Ειδικότερα, μερίδιο αγοράς άνω του 50% δημιουργεί, κατά κανόνα, μαχητό τεκμήριο ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης⁹³, ενώ πολύ υψηλά μερίδια, ιδίως άνω του 70% ή 75%, θεωρούνται σχεδόν αδιάσειστη ένδειξη δεσπόζουσας θέσης, «πλην εξαιρετικών περιστάσεων»⁹⁴. Αντίθετα, μερίδια κάτω του 25% αποκλείουν, κατά κανόνα, τη διαπίστωση δεσπόζουσας θέσης, ενώ τα ενδιάμεσα ποσοστά (25%-40% ή 40%-50%) απαιτούν την εξέταση πρόσθετων παραγόντων.

Η προσέγγιση αυτή επιβεβαιώνει ότι η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης κρίνεται πάντοτε *in concreto*, μέσω συνολικής αξιολόγησης των πραγματικών και οικονομικών δεδομένων κάθε υπόθεσης. Έτσι, ακόμη και μερίδια της τάξεως του 40%-50% μπορούν να οδηγήσουν σε διαπίστωση δεσπόζουσας θέσης, εφόσον συντρέχουν πρόσθετες ενδείξεις ισχύος, όπως η απουσία ουσιαστικού ανταγωνισμού, η σταθερότητα των μεριδίων στον χρόνο ή η αδυναμία των ανταγωνιστών να επεκταθούν αποτελεσματικά. Αντιθέτως, ακόμη και υψηλά μερίδια ενδέχεται να μην επαρκούν

⁹² Τριανταφυλλάκης (n 4) 205-206.

⁹³ AKZO (n 71).

⁹⁴ Hoffmann-La Roche (n 69).

όταν η αγορά χαρακτηρίζεται από έντονη δυνητική ανταγωνιστική πίεση ή χαμηλούς φραγμούς εισόδου, όπως συμβαίνει στις λεγόμενες «διεκδικήσιμες αγορές» (*contestable markets*).

Για τον λόγο αυτό, οι αρχές ανταγωνισμού συνεκτιμούν, πέραν των μεριδίων αγοράς, και άλλους κρίσιμους παράγοντες, όπως τον αριθμό και την ισχύ των ανταγωνιστών, το εύρος και τη διαφοροποίηση των προϊόντων τους, την ύπαρξη και το ύψος φραγμών εισόδου ή επέκτασης, το κόστος μεταφοράς και τη γεωγραφική κάλυψη της επιχείρησης, καθώς και την οικονομική και τεχνολογική υπεροχή της υπό έλεγχο επιχείρησης. Ιδιαίτερη σημασία αποδίδεται, επίσης, στη σταθερότητα των μεριδίων αγοράς στον χρόνο, καθώς διαχρονικά υψηλά και ανθεκτικά μερίδια ενισχύουν τη διαπίστωση δεσπόζουσας θέσης, σε αντίθεση με έντονα κυμαινόμενα μερίδια, τα οποία μπορεί να υποδηλώνουν την ύπαρξη αποτελεσματικού ανταγωνισμού⁹⁵. Συνεπώς, τα μερίδια αγοράς λειτουργούν ως αφετηρία της ανάλυσης και όχι ως αυτοτελές κριτήριο. Η τελική κρίση περί ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης διαμορφώνεται κατόπιν συνολικής εκτίμησης όλων των σχετικών παραγόντων, με γνώμονα το κατά πόσον η επιχείρηση διαθέτει πραγματικό περιθώριο ανεξάρτητης συμπεριφοράς στη σχετική αγορά.

Ιδίως στις ψηφιακές αγορές, η αξιολόγηση της οικονομικής ισχύος μιας επιχείρησης δεν μπορεί να στηρίζεται αποκλειστικά στα μερίδια αγοράς. Παρότι αυτά εξακολουθούν να αποτελούν σημαντικό σημείο εκκίνησης της ανάλυσης, συχνά δεν αρκούν για να αποτυπώσουν πλήρως τη θέση που κατέχουν οι μεγάλες ψηφιακές πλατφόρμες στο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Η πρόσβαση σε μεγάλους όγκους δεδομένων, η ύπαρξη ισχυρών άμεσων και έμμεσων δικτυακών αποτελεσμάτων, οι οικονομίες κλίμακας και φάσματος, καθώς και η ανάπτυξη ολοκληρωμένων ψηφιακών οικοσυστημάτων, είναι δυνατόν να δημιουργήσουν σημαντική ισχύ αγοράς, η οποία δεν αντανακλάται πάντοτε στα παραδοσιακά ποσοτικά μεγέθη.

Υπό το πρίσμα αυτό, η διαπίστωση δεσπόζουσας θέσης στις ψηφιακές πλατφόρμες προϋποθέτει μια ευρύτερη οικονομική αξιολόγηση, στο πλαίσιο της οποίας συνεκτιμώνται παράγοντες όπως η συγκέντρωση δεδομένων, το κόστος μετακίνησης των χρηστών, οι μηχανισμοί εγκλωβισμού (*lock-in effects*), η δυνατότητα ελέγχου κρίσιμων ψηφιακών υποδομών, καθώς και η θέση της πλατφόρμας εντός ενός ευρύτερου ψηφιακού οικοσυστήματος. Ιδιαίτερη σημασία αποκτά, τέλος, η ικανότητα μιας πλατφόρμας να λειτουργεί ως αναγκαία πύλη πρόσβασης μεταξύ επιχειρήσεων

⁹⁵ Τριανταφυλλάκης (n 4) 206-207.

και τελικών χρηστών, αποκτώντας κατ' αυτόν τον τρόπο στρατηγικό ρόλο στη λειτουργία ολόκληρης της ψηφιακής αγοράς.

Η εξέλιξη αυτή καταδεικνύει ότι, στις ψηφιακές αγορές, η εκτίμηση της ισχύος αγοράς δεν μπορεί να περιορίζεται σε μια αμιγώς ποσοτική προσέγγιση, αλλά απαιτεί τη συνεκτίμηση ποιοτικών παραγόντων που συνδέονται με τη δομή και τη λειτουργία της ψηφιακής οικονομίας.

3.8. Καταχρηστική εκμετάλλευση

3.8.1. Έννοια κατάχρησης

Το δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού δεν αποβλέπει στην απαγόρευση της κατοχής δεσπόζουσας θέσης καθ'αυτής⁹⁶, ούτε επιδιώκει να παρεμποδίσει την απόκτηση ή τη διατήρηση οικονομικής ισχύος στην αγορά μέσω θεμιτών και αξιοκρατικών μέσων. Η συγκέντρωση σημαντικής οικονομικής δύναμης σε μία επιχείρηση θεωρείται δυνητικά επικίνδυνη για τη λειτουργία του ανταγωνισμού, καθώς μπορεί να οδηγήσει σε στρεβλώσεις της αγοράς εις βάρος τόσο των ανταγωνιστών όσο και των καταναλωτών. Η διαπίστωση αυτή δικαιολογεί την επιβολή ενός ειδικού καθεστώτος ευθύνης (*special responsibility*) στη δεσπόζουσα επιχείρηση, το οποίο, σύμφωνα με την πάγια νομολογία του Δικαστηρίου από την υπόθεση *Michelin I*, επιτάσσει στην επιχείρηση να μην επιτρέπει στη συμπεριφορά της να βλάπτει τον ούτως ή άλλως εξασθενημένο ανταγωνισμό στην αγορά, ώστε να αποτρέπεται η κατάχρηση της ισχύος της⁹⁷.

Η κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης απαγορεύεται ρητά σε ενωσιακό επίπεδο, σύμφωνα με το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, καθώς και σε εθνικό επίπεδο από το άρθρο 2 του ν. 3959/2011. Σύμφωνα με τη διάταξη αυτή, η καταχρηστική εκμετάλλευση δύναται να συνίσταται ιδίως: στην άμεση ή έμμεση επιβολή μη δίκαιων τιμών αγοράς ή πώλησης ή άλλων όρων συναλλαγής, στον περιορισμό της παραγωγής, της διάθεσης ή της τεχνολογικής ανάπτυξης εις βάρος των καταναλωτών, στην εφαρμογή άνισων όρων επί ισοδύναμων παροχών, με αποτέλεσμα τη δημιουργία μειονεκτικής θέσης στον ανταγωνισμό, καθώς και στην εξάρτηση της σύναψης συμβάσεων από την αποδοχή πρόσθετων παροχών άσχετων με το αντικείμενό τους.

Η απαρίθμηση αυτή, ωστόσο, είναι ενδεικτική. Το άρθρο 102 ΣΛΕΕ λειτουργεί ως γενική ρήτρα, επιτρέποντας την υπαγωγή σε αυτό και άλλων μορφών καταχρηστικής συμπεριφοράς που δεν

⁹⁶ Ibid 209.

⁹⁷ Case 322/81 *Nederlandsche Banden-Industrie Michelin v Commission (Michelin I)* [1983] ECR 3461, ECLI:EU:C:1983:313, para 57.

προβλέπονται ρητά στο γράμμα του νόμου. Στο πλαίσιο αυτό, στη θεωρία έχουν διατυπωθεί δύο βασικές προσεγγίσεις ως προς το αντικείμενο της απαγόρευσης. Κατά την πρώτη, απαγορευμένη είναι η συμπεριφορά που εκμεταλλεύεται άμεσα τη δεσπόζουσα θέση της επιχείρησης. Κατά τη δεύτερη, ευρύτερη προσέγγιση, απαγορεύεται κάθε συμπεριφορά που επιδρά στη δομή της αγοράς και οδηγεί σε περαιτέρω εξασθένιση του ανταγωνισμού.

Η δεύτερη αυτή άποψη υιοθετήθηκε από το ΔΕΚ στην υπόθεση *Continental Can*⁹⁸, όπου κρίθηκε ότι το άρθρο 102 ΣΛΕΕ δεν αποσκοπεί αποκλειστικά στην προστασία των καταναλωτών από άμεσες βλαπτικές συνέπειες, αλλά και στη διαφύλαξη της ίδιας της δομής του αποτελεσματικού ανταγωνισμού. Συνεπώς, καταχρηστικές θεωρούνται και πρακτικές που ενισχύουν την ήδη υπάρχουσα κυριαρχία της δεσπόζουσας επιχείρησης, περιορίζοντας τον βαθμό ανταγωνισμού και οδηγώντας σε σχέση εξάρτησης των λοιπών επιχειρήσεων από τη συμπεριφορά της⁹⁹.

Παράλληλα, κομβικής σημασίας για την ερμηνεία της έννοιας της κατάχρησης υπήρξε και η απόφαση *Hoffmann-La Roche*¹⁰⁰, στην οποία το Δικαστήριο όρισε την καταχρηστική εκμετάλλευση ως αντικειμενική έννοια, αναφερόμενη στη συμπεριφορά δεσπόζουσας επιχείρησης που είναι ικανή να επηρεάσει τη δομή της αγοράς, όπου ο ανταγωνισμός είναι ήδη εξασθενημένος και να παρεμποδίσει τη διατήρηση ή την ανάπτυξή του¹⁰¹. Ιδιαίτερη σημασία έχει το γεγονός ότι για τη διαπίστωση κατάχρησης δεν απαιτείται απόδειξη πρόθεσης ή δόλου, ενώ κρίσιμη είναι η αντικειμενική ικανότητα της συμπεριφοράς να περιορίσει τον ανταγωνισμό.

Αναφορικά με την κατηγοριοποίηση των μορφών κατάχρησης, στη θεωρία γίνεται συχνά διάκριση μεταξύ εκμεταλλευτικών καταχρήσεων, παρεμποδιστικών καταχρήσεων και καταχρήσεων που αλλοιώνουν τη δομή της αγοράς¹⁰². Οι πρώτες αφορούν πρακτικές μέσω των οποίων η δεσπόζουσα επιχείρηση αντλεί οφέλη που δεν θα μπορούσε να επιτύχει υπό συνθήκες αποτελεσματικού ανταγωνισμού. Οι δεύτερες αποσκοπούν στον αποκλεισμό ή τον περιορισμό πραγματικών ή δυνητικών ανταγωνιστών, ενώ οι τρίτες ενισχύουν τη δεσπόζουσα θέση μέσω διαρθρωτικών παρεμβάσεων, όπως εξαγορές και συγχωνεύσεις. Σύμφωνα με μια άλλη θεωρητική ανάλυση οι

⁹⁸ *Continental Can* (n 70).

⁹⁹ Τριανταφυλλάκης (n 4) 210-211.

¹⁰⁰ *Hoffmann-La Roche* (n 69).

¹⁰¹ Κοτσίρης (n 6) 543.

¹⁰² Τριανταφυλλάκης (n 4) 212.

μορφές κατάχρησης διακρίνονται σε τιμολογιακές (*pricing abuses*) και μη τιμολογιακές (*non-pricing abuses*)¹⁰³.

Ωστόσο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει υιοθετήσει μια κατηγοριοποίηση των καταχρηστικών πρακτικών, διακρίνοντάς τες ιδίως σε: συμφωνίες αποκλειστικότητας, πρακτικές δέσμευσης και δεσμοποίησης, πρακτικές εξόντωσης, άρνηση πώλησης και συμπίεση περιθωρίου κέρδους. Οι κατηγορίες αυτές δεν είναι αλληλοαποκλειόμενες, καθώς μια συγκεκριμένη συμπεριφορά μπορεί να εντάσσεται σε περισσότερες της μίας μορφές κατάχρησης.

3.9. Μορφές κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης

Παρότι οι ψηφιακές αγορές χαρακτηρίζονται από ιδιαιτερότητες που έχουν οδηγήσει στην ανάπτυξη νέων θεωριών βλάβης, οι παραδοσιακές μορφές κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης εξακολουθούν να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην πρακτική εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ. Πολλές από τις υποθέσεις που αφορούν ψηφιακές πλατφόρμες εξακολουθούν να εξετάζονται μέσα από κλασικές κατηγορίες καταχρηστικής συμπεριφοράς, οι οποίες προσαρμόζονται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της ψηφιακής οικονομίας. Στο πλαίσιο αυτό, κρίνεται σκόπιμη η συνοπτική εξέταση ορισμένων παραδοσιακών μορφών κατάχρησης που απαντώνται συχνότερα στις ψηφιακές αγορές, προτού ακολουθήσει η ανάλυση των νεότερων θεωριών βλάβης που αναπτύχθηκαν ειδικά για τις ψηφιακές πλατφόρμες.

3.9.1. Συνδεδεμένες-συζευγμένες (Tying) και ομαδικές πωλήσεις (Bundling)

Μία από τις συνηθέστερες μορφές κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης που απαντάται στις ψηφιακές αγορές είναι η δέσμευση (*tying*) και η δεσμοποίηση (*bundling*) προϊόντων ή υπηρεσιών. Στην περίπτωση των συνδεδεμένων-συζευγμένων και ομαδικών πωλήσεων, η επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση σε συγκεκριμένο προϊόν εξωθεί, με οικονομικά ή άλλα εμπορικά πλεονεκτήματα, όπως συμπληρωματικές παροχές, εκπτώσεις, τους αγοραστές του προϊόντος να προμηθεύονται και άλλα διαφορετικά προϊόντα ή υπηρεσίες που αυτή παράγει¹⁰⁴.

Πιο συγκεκριμένα, η έννοια της «δέσμευσης» αναφέρεται στις περιπτώσεις όπου οι πελάτες που αγοράζουν ένα προϊόν (το δεσμεύον προϊόν) υποχρεώνονται να αγοράσουν και ένα άλλο προϊόν

¹⁰³ DG Competition, 'Discussion Paper on the Application of Article 82 of the Treaty to Exclusionary Abuses' (European Commission, 2005) https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_05_1626 accessed 2 February 2026.

¹⁰⁴ Τζουγανάτος (n 1) 740.

από τη δεσπόζουσα επιχείρηση (το δεσμευμένο προϊόν)¹⁰⁵. Το δεσμευμένο προϊόν μπορεί, ωστόσο, να αγοραστεί και μεμονωμένα. Η δέσμευση μπορεί να λαμβάνει χώρα σε τεχνική ή συμβατική βάση (*technical-contractual tying*). Όπως εξηγείται και από την Επιτροπή στην Ανακοίνωση των προτεραιοτήτων για το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, «η τεχνική δέσμευση επιτυγχάνεται όταν το δεσμευόν προϊόν συνδυάζεται κατά τρόπο που να λειτουργεί κανονικά μόνο σε συνδυασμό με το δεσμευμένο προϊόν (και όχι με τα εναλλακτικά προϊόντα που προσφέρουν οι ανταγωνιστές)», ενώ αντίθετα, «συμβατική είναι η δέσμευση όταν ο πελάτης που αγοράζει το δεσμευόν προϊόν αναλαμβάνει, επίσης, να αγοράσει το δεσμευμένο (και όχι τα εναλλακτικά προϊόντα που προσφέρουν οι ανταγωνιστές)»¹⁰⁶.

Επίσης, η έννοια της «δεσμοποίησης» σχετίζεται με τον τρόπο που τα προϊόντα προσφέρονται και κοστολογούνται από τη δεσπόζουσα επιχείρηση. Αφενός στην περίπτωση της αμιγούς δεσμοποίησης (*pure bundling*) τα προϊόντα πωλούνται μόνο από κοινού και σε καθορισμένες αναλογίες, αφετέρου στην περίπτωση της μεικτής δεσμοποίησης (*mixed bundling*), η οποία συχνά αναφέρεται ως έκπτωση πολλαπλών προϊόντων, τα προϊόντα μπορούν να αγοραστούν και μεμονωμένα, ωστόσο, το άθροισμα των μεμονωμένων τιμών ξεπερνά την τιμή δεσμοποίησης¹⁰⁷.

Αξίζει να σημειωθεί, επίσης, ότι «η Επιτροπή αναλαμβάνει δράση βάσει του άρθρου 82 (πλέον 102 ΣΛΕΕ) όταν μία επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση στη δεσμεύουσα αγορά, (ήτοι την αγορά δέσμευσης ή δέσμης), και όταν, επίσης, πληρούνται οι ακόλουθοι όροι: i) τα δεσμευμένα και δεσμεύοντα προϊόντα είναι ξεχωριστά», υπό την έννοια ότι αυτά ενυπάρχουν σε δύο διακριτές μεταξύ τους αγορές (*tying market & tied market*) και «ii) η πρακτική δέσμευσης ενδέχεται να οδηγήσει σε αντιανταγωνιστικό αποκλεισμό», καθώς η σύνδεση-σύζευξη ενδέχεται να οδηγήσει σε αύξηση των τιμών, είτε εξαιτίας της εξόδου από την αγορά των ανταγωνιστών, είτε λόγω της μείωσης των παραγόμενων προϊόντων στη συνδεδεμένη αγορά. Παράλληλα, Η Επιτροπή κρίνει εάν τα προϊόντα είναι ξεχωριστά με βάση τη ζήτηση των πελατών. Δύο προϊόντα θεωρούνται ξεχωριστά εάν, χωρίς τη δέσμευση ή τη δεσμοποίησή τους, θα τα αγόραζε μεγάλος αριθμός πελατών ή θα είχε αγοράσει το δεσμευόν προϊόν χωρίς το δεσμευμένο από τον ίδιο προμηθευτή, γεγονός που θα επέτρεπε την αυτόνομη παραγωγή τόσο του δεσμευόντος όσο και του δεσμευμένου προϊόντος¹⁰⁸.

¹⁰⁵ Τριανταφυλλάκης (n 4) 222.

¹⁰⁶ Τζουγανάτος (n 1) 741.

¹⁰⁷ Τριανταφυλλάκης (n 4) 222.

¹⁰⁸ Ibid.

Επιπλέον, αξίζει να αναφερθεί ότι για τη θεμελίωση της καταχρηστικής πρακτικής της δέσμευσης, κατά την έννοια του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, η νομολογία έχει διαμορφώσει ορισμένες σωρευτικές προϋποθέσεις. Αρχικά, απαιτείται η κατοχή δεσπόζουσας θέσης από την επιχείρηση στη σχετική αγορά του δεσμευόντος προϊόντος ή της οικείας δέσμης προϊόντων. Περαιτέρω, τα προϊόντα που αποτελούν αντικείμενο της δέσμευσης πρέπει να είναι ξεχωριστά και να υφίστανται δύο διακριτές αγορές. Επίσης, η πρακτική πρέπει να συνίσταται στον εξαναγκασμό των πελατών που επιθυμούν το δεσμεύον προϊόν να αποκτήσουν υποχρεωτικά και το δεσμευόμενο προϊόν, ανεξαρτήτως της βούλησής τους. Τέλος, η δέσμευση οφείλει να είναι ικανή να επιφέρει αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα, ιδίως μέσω του αποκλεισμού υφιστάμενων ή δυνητικών ανταγωνιστών από τη σχετική αγορά¹⁰⁹.

Η πρακτική αυτή αποκτά ιδιαίτερη σημασία στις ψηφιακές πλατφόρμες, καθώς οι μεγάλες τεχνολογικές επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται ταυτόχρονα σε πολλαπλές αλληλένδετες αγορές και διαθέτουν τη δυνατότητα να αξιοποιούν την ισχύ τους σε μία αγορά προκειμένου να ενισχύουν τη θέση τους σε γειτονικές ή συμπληρωματικές αγορές. Μέσω της ενσωμάτωσης εφαρμογών, υπηρεσιών ή λειτουργιών στο ίδιο ψηφιακό οικοσύστημα, καθίσταται δυσχερέστερη η πρόσβαση ανταγωνιστών στους χρήστες και ενισχύονται τα φαινόμενα εγκλωβισμού (*lock-in*).

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η υπόθεση *Microsoft*¹¹⁰, όπου κρίθηκε ότι η ενσωμάτωση του Windows Media Player στο λειτουργικό σύστημα Windows ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό στην αγορά λογισμικού αναπαραγωγής πολυμέσων. Αντίστοιχα, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διαπίστωσε ότι η Google συνέδεε την αδειοδότηση του καταστήματος εφαρμογών Google Play με την προεγκατάσταση της μηχανής αναζήτησης Google Search στην υπόθεση *Google Android*¹¹¹, αξιοποιώντας τη δεσπόζουσα θέση της στο οικοσύστημα Android για την ενίσχυση της παρουσίας της σε γειτονικές ψηφιακές αγορές. Οι υποθέσεις αυτές καταδεικνύουν ότι οι πρακτικές δέσμευσης και δεσμοποίησης εξακολουθούν να αποτελούν κεντρικό εργαλείο ανάλυσης στο πλαίσιο του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, ιδίως όταν χρησιμοποιούνται από ψηφιακές πλατφόρμες για την επέκταση ή τη διατήρηση της ισχύος τους σε πολλαπλές αλληλένδετες αγορές.

¹⁰⁹ Τζουγανάτος (n 1) 756.

¹¹⁰ Microsoft (n 31).

¹¹¹ Google Android (n 36).

3.9.2. Άρνηση προμήθειας (refusal to supply)

Κάθε επιχείρηση, δεσπόζουσα ή μη, έχει το δικαίωμα επιλογής των εμπορικών της εταίρων, καθώς και την ελευθερία διάθεσης των περιουσιακών της στοιχείων¹¹². Υποχρέωση προμήθειας, σύμφωνα με το άρθρο 2 περ. β) και γ) του ν. 703/1977 (όπως και το άρθρου 102 ΣΛΕΕ) μπορεί να επιβληθεί μόνον εξαιρετικά, κατόπιν εξετάσεως των πραγματικών και οικονομικών δεδομένων, Αυτό συμβαίνει όταν ελέγχει μια κρίσιμη εισροή και η διακοπή ή η άρνηση προμήθειας εξαλείφει τον ανταγωνισμό σε μια δευτερογενή αγορά. Σε αυτές τις περιπτώσεις, λοιπόν, η οικονομική ελευθερία της δεσπόζουσας επιχείρησης περιορίζεται για την προστασία του γενικότερου δημοσίου συμφέροντος¹¹³.

Βασική μορφή εκδήλωσης της κατάχρησης της δεσπόζουσας θέσεως που κατέχει μια επιχείρηση στη σχετική αγορά συνιστά η άρνηση πώλησης-προμήθειας (*refusal to supply*). Άρνηση πώλησης-προμήθειας συντελείται όταν μια επιχείρηση καταχράται τη δεσπόζουσα θέση της στην αγορά, αρνούμενη την προμήθεια προϊόντων ή υπηρεσιών σε έναν πελάτη¹¹⁴. Η δεσπόζουσα επιχείρηση είναι απαραίτητο να ελέγχει μια σημαντική εισροή, αλλά και να δραστηριοποιείται και στην αγορά όπου ο πελάτης σκοπεύει να χρησιμοποιήσει την εν λόγω εισροή, προκειμένου να υφίσταται για εκείνη το κίνητρο του αποκλεισμού. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η υπόθεση *Commercial Solvents*¹¹⁵, στην οποία το ΔΕΚ, εφάρμοσε το άρθρο 86 (ήδη 102 ΣΛΕΕ). Η επιχείρηση *Commercial Solvents* ενώ παρείχε τις πρώτες ύλες για την παραγωγή αιθαμπουτόλης στην εταιρεία Zoja, αποφάσισε να παράγει εφεξής η ίδια το προϊόν αυτό, διακόπτοντας την προμήθεια πρώτων υλών στη Zoja. Η άρνηση αυτή θεωρήθηκε από το ΔΕΚ καταχρηστική, καθώς η απόφαση της *Commercial Solvents* να εισέλθει στην αγορά δεν ήταν δικαιολογία άρνησης προμήθειας, όταν η άρνηση αυτή απέκλειε πλέον τον ανταγωνισμό¹¹⁶.

Παράλληλα, ειδικότερη περίπτωση άρνησης πώλησης συνιστά η άρνηση παροχής πρόσβασης σε βασικές υποδομές (*essential facilities*). Πρόκειται για περιπτώσεις που η διευκόλυνση ή η υποδομή που έχει υπό τον έλεγχό της μία επιχείρηση έχει τέτοια στρατηγική θέση ή κατοχυρώνεται από ιδιαίτερη νομοθετική πρόβλεψη, με αποτέλεσμα να καθίσταται για τους ανταγωνιστές θεμελιώδης

¹¹² Τζουγανάτος (n 1) 705.

¹¹³ Ibid.

¹¹⁴ Ibid.

¹¹⁵ Joined Cases 6 and 7/73 Istituto Chemioterapico Italiano SpA and Commercial Solvents Corporation v Commission [1974] ECR 223, ECLI:EU:C:1974:18.

¹¹⁶ Κοτσίρης (n 6) 549.

για την ανάπτυξη των δραστηριοτήτων τους. Η επιχείρηση, λοιπόν, που ελέγχει την διευκόλυνση ή την υποδομή αυτή, στην ανωτέρω περίπτωση παραβιάζει τα άρθρα 102 ΣΛΕΕ και 2 ν.3959/2011 και καθιστά αδύνατη ή δυσχερή τη χρήση της για τους ανταγωνιστές της, εμποδίζει την είσοδο και γενικά δυσχεραίνει σε σημαντικό βαθμό την εδραίωση των ανταγωνιστών της στη σχετική αγορά¹¹⁷.

Αξίζει να αναφερθεί ότι η άρνηση παροχής πρόσβασης σε βασικές υποδομές (*essential facilities*), πρόκειται για μεταφορά στο κοινοτικό δίκαιο ανταγωνισμού της αρχής «*essential facilities doctrine*» του δικαίου *antitrust* των Η.Π.Α., η οποία επιβάλλει στον κύριο της υποδομής ή διευκόλυνσης να επιτρέπει σε ανταγωνιστή την πρόσβαση έναντι εύλογου ανταλλάγματος¹¹⁸. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι υποθέσεις *British Midland v. Aer Lingus*¹¹⁹ και *Sea Containers v. Stena Sealink*¹²⁰, στις οποίες η Επιτροπή χρησιμοποίησε για πρώτη φορά την αρχή αυτή. Στην πρώτη από αυτές, η Επιτροπή θεώρησε ότι η Aer Lingus εκμεταλλεύτηκε καταχρηστικά τη δεσπόζουσα θέση της, επειδή αρνήθηκε να διαδρομολογήσει με την British Midland πτήσεις μεταξύ Λονδίνου-Δουβλίνου, με αποτέλεσμα να καταστούν λιγότερο ελκυστικές οι πτήσεις της τελευταίας και να απωλέσει η εταιρεία σημαντικά έσοδα.

Η σημασία της άρνησης προμήθειας έχει αποκτήσει ιδιαίτερη βαρύτητα στις ψηφιακές αγορές, όπου οι κρίσιμες εισροές δεν συνίστανται μόνο σε υλικά αγαθά ή φυσικές υποδομές, αλλά και σε πληροφορίες διαλειτουργικότητας, δεδομένα και τεχνολογικά πρότυπα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η υπόθεση Microsoft, στην οποία η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διαπίστωσε ότι η εταιρεία αρνούνταν να γνωστοποιήσει στους ανταγωνιστές της κρίσιμες πληροφορίες διαλειτουργικότητας που ήταν αναγκαίες για την ανάπτυξη λογισμικού διακομιστών (*work group server operating systems*) ικανού να επικοινωνεί αποτελεσματικά με το λειτουργικό σύστημα Windows.

Η άρνηση αυτή είχε ως αποτέλεσμα οι ανταγωνιστές της Microsoft να αδυνατούν να αναπτύξουν προϊόντα αντίστοιχης λειτουργικότητας, γεγονός που περιόριζε ουσιαστικά την ικανότητά τους να ανταγωνιστούν στην αγορά. Η Επιτροπή έκρινε ότι οι συγκεκριμένες πληροφορίες ήταν αναγκαίες για τη διαλειτουργικότητα των ανταγωνιστικών προϊόντων και ότι η άρνηση πρόσβασης μπορούσε να οδηγήσει σε αποκλεισμό του ανταγωνισμού και σε περιορισμό της καινοτομίας. Η υπόθεση αυτή

¹¹⁷ Τζουγανάτος (n 1) 709.

¹¹⁸ Κοτσίρης (n 6) 550.

¹¹⁹ *British Midland v Aer Lingus* (IV/32.638) Commission Decision 92/213/EEC [1992] OJ L96/34.

¹²⁰ *Sea Containers v Stena Sealink* (IV/34.689) Commission Decision 94/19/EC [1994] OJ L15/8.

κατέδειξε ότι στις ψηφιακές αγορές η πρόσβαση σε πληροφορίες και τεχνολογικά πρότυπα μπορεί να είναι εξίσου κρίσιμη με την πρόσβαση σε μια φυσική υποδομή, διευρύνοντας ουσιαστικά το πεδίο εφαρμογής της θεωρίας των βασικών υποδομών στο περιβάλλον της ψηφιακής οικονομίας.

3.9.3. Πρακτικές αποκλειστικότητας

Μία από τις πιο χαρακτηριστικές μορφές καταχρηστικής εκμετάλλευσης δεσπόζουσας θέσης, η οποία εξετάζεται συστηματικά από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, είναι η προσπάθεια της δεσπόζουσας επιχείρησης να αποκλείσει τους ανταγωνιστές της από την πρόσβαση στους πελάτες της μέσω πολιτικών αποκλειστικής αγοράς ή ειδικών συστημάτων εκπτώσεων, οι λεγόμενες συμφωνίες αποκλειστικότητας (*exclusive dealing*).

Οι συμφωνίες αποκλειστικότητας περιλαμβάνουν ένα ευρύ φάσμα τακτικών και στρατηγικών που επιβάλλονται από τη δεσπόζουσα επιχείρηση. Ενδεικτικά, μπορεί να συνίστανται σε ρήτρες αποκλειστικής προμήθειας/μη ανταγωνισμού, με τις οποίες ο πελάτης δεσμεύεται να καλύπτει το σύνολο ή σημαντικό μέρος των αναγκών του αποκλειστικά από τη δεσπόζουσα επιχείρηση (με ή χωρίς οικονομικά ανταλλάγματα), σε μηχανισμούς «δέσμευσης» του πελάτη μέσω παροχής εξοπλισμού ή άλλων διευκολύνσεων και σε συστήματα εκπτώσεων που λειτουργούν ως κίνητρο πιστής πελατείας και δημιουργούν αποτέλεσμα αποκλεισμού.

Παράλληλα, ιδιαίτερη σημασία στο πλαίσιο των συμφωνιών αποκλειστικότητας έχουν τα συστήματα εκπτώσεων που εφαρμόζουν οι δεσπόζουσες επιχειρήσεις. Οι χαρακτηριστικότερες κατηγορίες εκπτώσεων που έχουν κριθεί ως καταχρηστικές είναι οι λεγόμενες εκπτώσεις πίστης (*fidelity discounts*) και οι εκπτώσεις επίτευξης στόχου πωλήσεων (*target discounts*). Πρόκειται για εκπτώσεις που δεν βασίζονται σε αντικειμενικά οικονομικά κριτήρια, όπως ο όγκος πωλήσεων ή η μείωση του κόστους, αλλά αποσκοπούν στην προσκόλληση του πελάτη στον δεσπόζοντα προμηθευτή.

Οι εκπτώσεις πίστης συνδέονται με την υπέρβαση ενός συγκεκριμένου ορίου αγορών και υπολογίζονται επί του συνολικού κύκλου εργασιών του πελάτη με τον προμηθευτή, ενώ οι εκπτώσεις επίτευξης στόχου πωλήσεων χορηγούνται με σκοπό να παρακινήσουν τον πελάτη να καλύπτει το σύνολο ή το μεγαλύτερο μέρος των αναγκών του από τη δεσπόζουσα επιχείρηση,

συχνά αυξάνοντας προοδευτικά τις αγορές του σε κάθε περίοδο αναφοράς. Και οι δύο μορφές εκπτώσεων έχουν ως κοινό χαρακτηριστικό τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών από την αγορά¹²¹.

Αντίθετα, συστήματα εκπτώσεων που βασίζονται αποκλειστικά στην ποσότητα των αγορών και αντικατοπτρίζουν πραγματικές οικονομίες κλίμακας ή μείωση του κόστους για τον προμηθευτή δεν απαγορεύονται κατ' αρχήν από το άρθρο 102 ΣΛΕΕ και το άρθρο 2 του ν. 3959/2011. Τέτοιες εκπτώσεις θεωρούνται θεμιτές, εφόσον στηρίζονται σε οικονομικά δικαιολογημένη αντιπαροχή και δεν αποσκοπούν στον αποκλεισμό ανταγωνιστών από την αγορά. Ωστόσο, όταν από τα κριτήρια χορήγησης των εκπτώσεων και τις πραγματικές περιστάσεις προκύπτει ότι το σύστημα δεν αντανakλά πραγματικό οικονομικό όφελος, αλλά επιδιώκει άμεσα ή έμμεσα να περιορίσει τις πηγές εφοδιασμού των πελατών και να δημιουργήσει φραγμούς εισόδου για νέους ανταγωνιστές, τότε συνιστά καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης¹²².

Η νομολογία του Δικαστηρίου έχει επανειλημμένως επιβεβαιώσει τον καταχρηστικό χαρακτήρα τέτοιων πρακτικών. Στην υπόθεση *Hoffmann-La Roche*¹²³, η καταχρηστικότητα των εκπτώσεων θεμελιώθηκε στη στέρηση της ελευθερίας επιλογής των πελατών και στην επιβολή άνισων όρων σε ισοδύναμες συναλλαγές, γεγονός που έθετε τους ανταγωνιστές σε μειονεκτική θέση. Αντίστοιχα, στις υποθέσεις *Michelin*¹²⁴ και *British Airways*¹²⁵ κρίθηκε ότι τα συστήματα εκπτώσεων πιστής πελατείας και επίτευξης στόχων πωλήσεων, όταν εφαρμόζονται από δεσπόζουσα επιχείρηση, οδηγούν σε αποκλεισμό των ανταγωνιστών και βλάπτουν τον ανταγωνισμό, ανεξάρτητα από την ύπαρξη άμεσων διακρίσεων.

Η σημασία των πρακτικών αποκλειστικότητας παραμένει ιδιαίτερα επίκαιρη και στις ψηφιακές αγορές, αν και αυτές εκδηλώνονται συχνά με διαφορετικές μορφές. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η υπόθεση *Google Android*¹²⁶, στην οποία η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διαπίστωσε ότι η Google παρείχε οικονομικά κίνητρα σε κατασκευαστές κινητών συσκευών και παρόχους κινητής τηλεφωνίας υπό την προϋπόθεση της αποκλειστικής προεγκατάστασης της μηχανής αναζήτησής της.

¹²¹ Τζουγανάτος (n 1) 924–25.

¹²² European Commission, 'Guidance on the Commission's enforcement priorities in applying Article 82 of the EC Treaty to abusive exclusionary conduct by dominant undertakings' [2009] OJ C45/7 <[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)>) accessed 2 February 2026

¹²³ *Hoffmann-La Roche* (n 69) 58.

¹²⁴ Case 322/81 *NV Nederlandsche Banden-Industrie Michelin v Commission* [1983] ECR 3461, ECLI:EU:C:1983:313.

¹²⁵ Case T-219/99 *British Airways plc v Commission* [2003] ECR II-5917, ECLI:EU:T:2003:343.

¹²⁶ *Google Android* (n 34).

Η πρακτική αυτή είχε ως αποτέλεσμα να περιορίζεται η δυνατότητα ανταγωνιστικών μηχανών αναζήτησης να αποκτήσουν πρόσβαση στους χρήστες και να ενισχύεται περαιτέρω η ήδη ισχυρή θέση της Google στην αγορά των διαδικτυακών αναζητήσεων. Η υπόθεση καταδεικνύει ότι οι παραδοσιακές πρακτικές αποκλειστικότητας εξακολουθούν να αποτελούν σημαντικό εργαλείο επέκτασης και διατήρησης της ισχύος των μεγάλων ψηφιακών πλατφορμών, προσαρμοσμένες πλέον στα χαρακτηριστικά των ψηφιακών οικοσυστημάτων.

3.10. Συμπεράσματα Κεφαλαίου

Μέσα από το Τρίτο Κεφάλαιο αναλύθηκαν οι σημαντικές τεχνικές και νομικές δυσκολίες που συναντά η εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ στις ψηφιακές πλατφόρμες. Όπως διαπιστώθηκε, η οριοθέτηση της σχετικής αγοράς μέσω του παραδοσιακού τεστ *SSNIP* καθίσταται προβληματική σε περιβάλλοντα μηδενικού χρηματικού τιμήματος, ενώ ο προσδιορισμός της δεσπόζουσας θέσης και η αξιολόγηση των κλασικών μορφών κατάχρησης (όπως το *tying* ή η άρνηση προμήθειας) πρέπει να προσαρμοστούν στην πραγματικότητα των πολύπλευρων αγορών. Το βασικό συμπέρασμα είναι ότι οι gatekeepers συχνά αναπτύσσουν στρατηγικές συμπεριφορές που δεν αποσκοπούν απλώς στον άμεσο αποκλεισμό των υφιστάμενων ανταγωνιστών, αλλά στην έμμεση νόθευση της ανταγωνιστικής διαδικασίας. Καθώς οι κλασικές μορφές κατάχρησης αποδεικνύονται ενίοτε στενές για να αποδώσουν το πλήρες εύρος αυτών των πρακτικών, το Τέταρτο Κεφάλαιο εμβαθύνει στις νέες, εξελιγμένες «θεωρίες βλάβης» (*theories of harm*) που διαμόρφωσαν η σύγχρονη θεωρία και η ευρωπαϊκή πρακτική για την ψηφιακή οικονομία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ: Νέες θεωρίες βλάβης στην Ψηφιακή Οικονομία

Η παραδοσιακή κατηγοριοποίηση των μορφών κατάχρησης εξακολουθεί να αποτελεί χρήσιμο εργαλείο ανάλυσης. Ωστόσο, η ανάδυση των ψηφιακών πλατφορμών ανέδειξε μηχανισμούς περιορισμού του ανταγωνισμού που συχνά υπερβαίνουν τα όρια των κλασικών κατηγοριών του άρθρου 102 ΣΛΕΕ. Για τον λόγο αυτό, η σύγχρονη ενωσιακή πρακτική στρέφεται ολοένα και περισσότερο στην εξέταση των «θεωριών βλάβης» (*theories of harm*), δηλαδή των μηχανισμών μέσω των οποίων μια συγκεκριμένη πρακτική δύναται να περιορίσει τον ανταγωνισμό και να ενισχύσει τη θέση της δεσπόζουσας επιχείρησης. Η προσέγγιση αυτή αποκτά ιδιαίτερη σημασία στις ψηφιακές αγορές, όπου η οικονομική ισχύς συνδέεται συχνά με τον έλεγχο δεδομένων, τη

λειτουργία οικοσυστημάτων και τις δικτυακές επιδράσεις και όχι αποκλειστικά με τις παραδοσιακές μορφές καταχρηστικής συμπεριφοράς.

4.1. Αναγκαστικός Παρασιτικός Ανταγωνισμός (Forced free riding)

Μία από τις πλέον σύγχρονες θεωρίες βλάβης στις ψηφιακές αγορές είναι ο αναγκαστικός παρασιτικός ανταγωνισμός (*forced free-riding*). Η θεωρία αυτή αφορά περιπτώσεις στις οποίες μία κυρίαρχη ψηφιακή πλατφόρμα εκμεταλλεύεται τη θέση της ως αναγκαίου διαμεσολαβητή μεταξύ επιχειρηματικών χρηστών και καταναλωτών. Στόχος της είναι να αντλήσει αθέμιτα οφέλη από την καινοτομία, τα δεδομένα ή τις επιχειρηματικές επενδύσεις τρίτων εταιρειών που δραστηριοποιούνται εντός του δικτύου της. Με τον τρόπο αυτό, η πλατφόρμα ιδιοποιείται πληροφορίες που δεν είναι διαθέσιμες στους ανταγωνιστές της, ενισχύοντας τη θέση της σε γειτονικές ή κατάντη αγορές.

Η θεωρία αυτή διαφοροποιείται από τις παραδοσιακές μορφές κατάχρησης. Η στρέβλωση του ανταγωνισμού δεν προκύπτει πρωτίστως από τον άμεσο αποκλεισμό πρόσβασης στην αγορά, αλλά από την εκμετάλλευση της προνομιακής πληροφόρησης που αποκτά η πλατφόρμα λόγω της διαμεσολαβητικής της θέσης. Έτσι, η πλατφόρμα λειτουργεί ταυτόχρονα ως ρυθμιστής της αγοράς και ως άμεσος ανταγωνιστής των επιχειρήσεων που εξαρτώνται από αυτήν, αποκτώντας πλεονεκτήματα μη διαθέσιμα στους λοιπούς συμμετέχοντες.

Χαρακτηριστικό πρώιμο παράδειγμα αποτέλεσε η πρακτική της Google αναφορικά με την υπηρεσία Google Local. Σύμφωνα με καταγγελίες ανταγωνιστικών υπηρεσιών τοπικής αναζήτησης, όπως η Yelp, η Google φερόταν να αναπαράγει περιεχόμενο τρίτων επιχειρήσεων στα δικά της αποτελέσματα αναζήτησης χωρίς προηγούμενη άδεια, προς ενίσχυση της δικής της υπηρεσίας. Παράλληλα, οι επιχειρήσεις αυτές υποστήριζαν ότι η Google δυσχέραινε την αποχώρησή τους από το οικοσύστημά της. Η αφαίρεση του περιεχομένου τους θα επηρέαζε αρνητικά την ορατότητά τους στα γενικά αποτελέσματα αναζήτησης. Η υπόθεση αυτή, γνωστή ως «*content scraping*», ανέδειξε για πρώτη φορά πώς μια κυρίαρχη πλατφόρμα μπορεί να αξιοποιεί προς ίδιο όφελος την επιχειρηματική προσπάθεια τρίτων¹²⁷.

Η προβληματική αυτή επανήλθε με ακόμη μεγαλύτερη ένταση στην υπόθεση Amazon Marketplace¹²⁸. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξέτασε κατά πόσον η Amazon αξιοποιούσε συστηματικά μη δημόσια

¹²⁷ Μικρουλέα (n 20) 280.

¹²⁸ Amazon - Marketplace (Case AT.40462) Commission Decision of 20 December 2022.

δεδομένα των ανεξάρτητων πωλητών της πλατφόρμας της, όπως στοιχεία πωλήσεων, κύκλου εργασιών, παραγγελιών και προτιμήσεων των καταναλωτών. Κατά την Επιτροπή, η πρόσβαση στα δεδομένα αυτά μπορούσε να επιτρέψει στην Amazon να εντοπίζει επιτυχημένα προϊόντα, να προσαρμόζει τη δική της εμπορική στρατηγική και να ανταγωνίζεται τους ίδιους τους πωλητές που εξαρτώνταν από αυτήν. Η υπόθεση ανέδειξε με σαφήνεια τον κίνδυνο που δημιουργείται όταν η επιχείρηση που ελέγχει την ψηφιακή υποδομή της αγοράς συμμετέχει ταυτόχρονα και ως ανταγωνιστής σε αυτήν.

4.2. Ευνοϊκή Μεταχείριση/Αυτοπροτιμησησική Συμπεριφορά (Self-preferencing)

Η αυτοπροτιμησησική συμπεριφορά (self-preferencing) αποτελεί μία από τις πλέον συζητημένες θεωρίες βλάβης στις ψηφιακές αγορές. Ο όρος περιγράφει τις περιπτώσεις όπου μια ψηφιακή πλατφόρμα παρέχει προνομιακή μεταχείριση στα δικά της προϊόντα ή υπηρεσίες έναντι των αντίστοιχων τρίτων επιχειρήσεων που φιλοξενούνται σε αυτήν. Το φαινόμενο συνδέεται στενά με τις μεγάλες καθετοποιημένες πλατφόρμες, οι οποίες διατηρούν διττό ρόλο: λειτουργούν ως ψηφιακοί διαμεσολαβητές και ταυτόχρονα ως ανταγωνιστές στις αγορές που οι ίδιες ελέγχουν.

Η βασική ανησυχία από πλευράς δικαίου ανταγωνισμού έγκειται στη δυνατότητα της πλατφόρμας να «μοχλεύει» (*leverage*) τη δεσπόζουσα θέση της. Στόχος της είναι είτε να επεκτείνει την ισχύ της σε όμορες αγορές, είτε να προστατεύσει την κύρια αγορά της από την είσοδο νέων ανταγωνιστών. Στην πρώτη περίπτωση, η πλατφόρμα αξιοποιεί την υποδομή της για να ενισχύσει τις δικές της δραστηριότητες σε κατάντη ή συμπληρωματικές αγορές. Στη δεύτερη περίπτωση, χρησιμοποιεί τον έλεγχο του οικοσυστήματος για να αποτρέψει την αμφισβήτηση της κυριαρχίας της στην κύρια αγορά¹²⁹.

Εμβληματικό παράδειγμα αποτελεί η υπόθεση *Google Shopping*¹³⁰, όπου η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διαπίστωσε ότι η Google παρείχε ευνοϊκότερη προβολή στη δική της υπηρεσία σύγκρισης τιμών έναντι των ανταγωνιστών. Κατά την Επιτροπή, η πρακτική αυτή οδηγούσε σε αποκλεισμό των εναλλακτικών υπηρεσιών και περιόριζε τη δυνατότητα των καταναλωτών να λαμβάνουν αντικειμενικά αποτελέσματα. Αντίστοιχοι προβληματισμοί αναδείχθηκαν και στις έρευνες κατά της Amazon¹³¹, όπου η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξέτασε κατά πόσον η εταιρεία αξιοποιούσε τη διττή της

¹²⁹ Επιτροπή Ανταγωνισμού (n 32).

¹³⁰ Google Shopping (n 57).

¹³¹ Amazon - Marketplace (n 128).

ιδιότητα ως διαχειριστή της πλατφόρμας και ως ανταγωνιστή των ανεξάρτητων πωλητών. Ειδικότερα, διερευνήθηκε εάν η Amazon παρείχε προνομιακή μεταχείριση στις δικές της λιανικές δραστηριότητες ή σε πωλητές που χρησιμοποιούσαν συγκεκριμένες υπηρεσίες της, όπως οι υπηρεσίες αποθήκευσης, διανομής και παράδοσης προϊόντων (*Fulfilment by Amazon*), καθώς και κατά πόσον ο τρόπος λειτουργίας του μηχανισμού επιλογής του λεγόμενου «*Buy Box*» ευνοούσε συστηματικά συγκεκριμένες κατηγορίες πωλητών¹³².

Παρόμοιες ανησυχίες διατυπώθηκαν και στην περίπτωση της Apple¹³³, μετά από καταγγελίες επιχειρήσεων όπως η Spotify και η Epic Games. Οι καταγγελίες αυτές επικεντρώθηκαν κυρίως στους περιορισμούς που επέβαλλε η Apple μέσω του App Store αναφορικά με τη χρήση εναλλακτικών συστημάτων πληρωμών εντός εφαρμογών, καθώς και στη δυνατότητα της εταιρείας να ευνοεί τις δικές της υπηρεσίες έναντι ανταγωνιστικών εφαρμογών που εξαρτώνται από το οικοσύστημα της Apple για την πρόσβαση στους χρήστες.

Παρά τη διαρκώς αυξανόμενη σημασία της, η αυτοπροτιμησιακή συμπεριφορά δεν θεωρείται πάντοτε μια απολύτως νέα μορφή παράβασης του δικαίου ανταγωνισμού. Συχνά εκδηλώνεται μέσω ήδη γνωστών μορφών καταχρηστικής συμπεριφοράς, όπως η διακριτική μεταχείριση, η δέσμευση ή η επιβολή αθέμιτων όρων συναλλαγής. Ωστόσο, η ιδιαιτερότητα των ψηφιακών πλατφορμών έγκειται στο ότι τους επιτρέπει να επηρεάζουν άμεσα τους όρους πρόσβασης στην αγορά. Για τον λόγο αυτό, η αυτοπροτίμηση έχει αναδειχθεί σε μία από τις πλέον χαρακτηριστικές θεωρίες βλάβης της ψηφιακής οικονομίας και σε βασικό πεδίο παρέμβασης των αρχών ανταγωνισμού.

4.3. Μείωση Ποιότητας (Degradation of Quality)

Η μείωσης της ποιότητας (*degradation of quality*) αποτελεί μία από τις νεότερες θεωρίες βλάβης που έχουν αναπτυχθεί στο πλαίσιο της ψηφιακής οικονομίας. Σε αντίθεση με τις παραδοσιακές αγορές, όπου η αντιανταγωνιστική βλάβη εκδηλώνεται κυρίως μέσω της αύξησης των τιμών, στις ψηφιακές πλατφόρμες πολλές υπηρεσίες παρέχονται χωρίς χρηματικό αντάλλαγμα. Υπό τις συνθήκες αυτές, η ποιότητα αναδεικνύεται σε κρίσιμη παράμετρο ανταγωνισμού και η

¹³² Επιτροπή Ανταγωνισμού (n 32).

¹³³ Apple - Music Streaming/Anti-Steering Practices (Case AT.40437) Commission Decision of 4 March 2024.

υποβάθμισή της μπορεί να συνιστά μορφή βλάβης των καταναλωτών ακόμη και όταν η υπηρεσία εξακολουθεί να παρέχεται δωρεάν¹³⁴.

Η ποιοτική αυτή υποβάθμιση μπορεί να εκδηλωθεί με διάφορους τρόπους. Τέτοιοι είναι η μείωση του επιπέδου προστασίας της ιδιωτικότητας, η υποβάθμιση της ασφάλειας των χρηστών, ή η μείωση της αξιοπιστίας και της αντικειμενικότητας των αποτελεσμάτων αναζήτησης. Παράλληλα, η πρακτική αυτή αυξάνει το κόστος αναζήτησης (*search costs*) για τους χρήστες και περιορίζει τη συνάφεια των πληροφοριών που λαμβάνουν. Το αποτέλεσμα είναι η μείωση της συνολικής ωφέλειας των καταναλωτών και η έμμεση επιβάρυνσή τους μέσω περιορισμένων επιλογών¹³⁵.

Στις αγορές μηδενικού χρηματικού τιμήματος, η προστασία των προσωπικών δεδομένων αντιμετωπίζεται ολοένα και περισσότερο ως βασικό χαρακτηριστικό ποιότητας. Συνεπώς, η υπέρμετρη και αναγκαστική συλλογή δεδομένων μπορεί να θεωρηθεί μορφή ποιοτικής υποβάθμισης της υπηρεσίας¹³⁶. Επιπλέον, η βλάβη αυτή συχνά δεν είναι άμεσα ορατή από τους χρήστες. Το γεγονός αυτό δυσχεραίνει την αποτελεσματική λειτουργία των ανταγωνιστικών πιέσεων και καθιστά τη σχετική αντιμονοπωλιακή αξιολόγηση ιδιαίτερα σύνθετη.

4.4. Μείωση Κινήτρων Καινοτομίας (Harm to Innovation)

Η μείωση των κινήτρων καινοτομίας αποτελεί μια εξαιρετικά δυναμική θεωρία βλάβης. Η βασική ανησυχία έγκειται στο ότι οι νεοφυείς και καινοτόμες επιχειρήσεις ενδέχεται να αποθαρρύνονται από την ανάπτυξη νέων προϊόντων, όταν δραστηριοποιούνται σε αγορές όπου κυριαρχούν εδραιωμένες πλατφόρμες. Οι κατεστημένοι αυτοί παίκτες διαθέτουν ισχυρά αποτελέσματα δικτύου, πρόσβαση σε τεράστιους όγκους δεδομένων και σχεδόν απεριόριστους οικονομικούς πόρους. Υπό αυτές τις συνθήκες, η πιθανότητα επιτυχούς εισόδου στην αγορά καθίσταται εξαιρετικά αβέβαιη, γεγονός που δυσχεραίνει την προσέλκυση επενδυτικών κεφαλαίων (*venture capital*) από τις νέες επιχειρήσεις¹³⁷.

Παράλληλα, η δυνατότητα των κυρίαρχων πλατφορμών να ενσωματώνουν ταχέως νέες λειτουργίες στα οικοσυστήματά τους, να εξαγοράζουν αναδυόμενους ανταγωνιστές ή να αξιοποιούν τη

¹³⁴ Μικρουλέα (n 20) 300.

¹³⁵ Ibid.

¹³⁶ Επιτροπή Ανταγωνισμού (n 32).

¹³⁷ Μικρουλέα (n 20) 350.

δεσπόζουσα θέση τους σε γειτονικές αγορές μπορεί να περιορίσει τα κίνητρα ανάπτυξης καινοτόμων λύσεων από τρίτες επιχειρήσεις. Έτσι, η αντιανταγωνιστική βλάβη δεν εκδηλώνεται μόνο μέσω του αποκλεισμού υφιστάμενων ανταγωνιστών, αλλά και μέσω της αποδυνάμωσης της μελλοντικής καινοτομίας και της πιθανότητας εισόδου νέων επιχειρήσεων στην αγορά.

4.5. Συμπεράσματα Κεφαλαίου

Το Τέταρτο Κεφάλαιο ολοκλήρωσε τη θεωρητική διερεύνηση της ψηφιακής οικονομίας αναλύοντας τις νέες θεωρίες βλάβης (*theories of harm*), όπως ο αναγκαστικός παρασιτικός ανταγωνισμός (*forced free riding*), η αυτοπροτιμησιακή συμπεριφορά (*self-preferencing*), η υποβάθμιση της ποιότητας και η μείωση των κινήτρων καινοτομίας. Όπως καταδείχθηκε, οι συμπεριφορές αυτές μεταβάλλουν το παραδοσιακό antitrust παράδειγμα, μετατοπίζοντας την έρευνα από τις τιμές στις ποιοτικές και δομικές παραμέτρους του ανταγωνισμού. Ωστόσο, η θεωρητική αυτή σύλληψη αποκτά ουσιαστική αξία μόνο όταν εξεταστεί ο τρόπος με τον οποίο εφαρμόστηκε στην πράξη από τις αρχές επιβολής. Προκειμένου να θεμελιωθεί εμπειρικά η έρευνα και να αναδειχθούν οι πραγματικές δυσχέρειες της *ex-post* αποδεικτικής διαδικασίας, το Πέμπτο Κεφάλαιο είναι αφιερωμένο στην ενδελεχή παρουσίαση εμβληματικών μελετών περίπτωσης (*case studies*) που αφορούν τους τεχνολογικούς κολοσσούς Google, Apple, Meta και Microsoft.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ: Μελέτες περιπτώσεων

Προκειμένου να καταστεί σαφέστερος ο τρόπος εφαρμογής του άρθρου 102 ΣΛΕΕ στις ψηφιακές αγορές, κρίνεται σκόπιμη η εξέταση χαρακτηριστικών υποθέσεων που απασχόλησαν την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και τα ενωσιακά δικαστήρια. Οι υποθέσεις αυτές αναδεικνύουν στην πράξη τις ιδιαιτερότητες των ψηφιακών αγορών, τις μορφές καταχρηστικής συμπεριφοράς που έχουν απασχολήσει τις αρχές ανταγωνισμού, καθώς και τις νέες θεωρίες βλάβης που αναπτύχθηκαν για την αντιμετώπιση των προκλήσεων που δημιουργούν οι μεγάλες ψηφιακές πλατφόρμες.

5.1. Google Android-Υπόθεση AT.40099

Η υπόθεση *Google Android*¹³⁸ ξεκίνησε κατόπιν καταγγελιών που υποβλήθηκαν στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή από τη FairSearch το 2013 και την Apptuide SA το 2014, οι οποίες αμφισβητούσαν τη

¹³⁸ *Google Android* (n 34).

συμβατότητα ορισμένων πρακτικών της Google με τους κανόνες ανταγωνισμού της Ευρωπαϊκής Ένωσης¹³⁹. Οι καταγγελίες αυτές εντάσσονταν σε ένα ευρύτερο πλαίσιο αυξανόμενου προβληματισμού σχετικά με τη δύναμη που αποκτούσαν οι μεγάλες ψηφιακές πλατφόρμες μέσω των οικοσυστημάτων τους και την ικανότητά τους να επηρεάζουν την πρόσβαση σε γειτονικές αγορές.

Τον Απρίλιο του 2015 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή κίνησε επίσημη διαδικασία έρευνας κατά της Google. Στόχος ήταν να εξεταστεί αν η εταιρεία χρησιμοποιούσε το λειτουργικό σύστημα Android για να περιορίσει την ανάπτυξη ανταγωνιστικών λειτουργικών συστημάτων, εφαρμογών και υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας. Η έρευνα επικεντρώθηκε στις συμβατικές σχέσεις της Google με τους κατασκευαστές συσκευών και τους παρόχους κινητής τηλεφωνίας, καθώς και στους όρους χορήγησης αδειών χρήσης των εφαρμογών της.

Ένα έτος αργότερα, τον Απρίλιο του 2016, η Επιτροπή απέστειλε Κοινοποίηση Αιτιάσεων (*Statement of Objections*). Σε αυτήν διατύπωνε την προκαταρκτική άποψη ότι η Google αξιοποιούσε το Android ως μέσο διατήρησης και ενίσχυσης της δεσπόζουσας θέσης της στη γενική διαδικτυακή αναζήτηση. Ειδικότερα, η Επιτροπή θεώρησε ότι η Google απαιτούσε από τους κατασκευαστές την προεγκατάσταση των εφαρμογών Google Search και Google Chrome ως προϋπόθεση για την απόκτηση άδειας χρήσης του Google Play Store. Παράλληλα, παρείχε οικονομικά κίνητρα για την αποκλειστική προεγκατάσταση της μηχανής αναζήτησής της και περιόριζε την ανάπτυξη και εμπορική εκμετάλλευση εναλλακτικών εκδόσεων του Android (*Android forks*).

Η σημασία της υπόθεσης αποτυπώνεται και στις δηλώσεις της Επιτρόπου Ανταγωνισμού Margrethe Vestager, η οποία υποστήριξε ότι οι επίμαχες πρακτικές επέτρεπαν στη Google να χρησιμοποιεί το Android ως μέσο εδραίωσης της δεσπόζουσας θέσης της στις υπηρεσίες αναζήτησης, περιορίζοντας τις δυνατότητες καινοτομίας και ανάπτυξης ανταγωνιστικών υπηρεσιών στις αγορές κινητών επικοινωνιών¹⁴⁰.

Η διοικητική διαδικασία ολοκληρώθηκε στις 18 Ιουλίου 2018 με την έκδοση της απόφασης. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διαπίστωσε παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και επέβαλε στην Google πρόστιμο ύψους 4,34 δισεκατομμυρίων ευρώ, το υψηλότερο που είχε επιβληθεί έως τότε σε

¹³⁹ *Google Android* (Case AT.40099) Final Report of the Hearing Officer [2019] OJ C402/7.

¹⁴⁰ European Commission, 'Antitrust: Commission sends Statement of Objections to Google on Android operating system and applications' (Press Release, IP/16/1492, 19 April 2016) https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/ip_16_1492 accessed 2 February 2026.

υπόθεση ανταγωνισμού της Ευρωπαϊκής Ένωσης¹⁴¹. Παράλληλα, η Επιτροπή υποχρέωσε την Google να παύσει τις επίμαχες πρακτικές και να απέχει από οποιαδήποτε συμπεριφορά με ισοδύναμο αντικείμενο ή αποτέλεσμα, προβλέποντας σε περίπτωση μη συμμόρφωσης τη δυνατότητα επιβολής περιοδικών χρηματικών ποινών¹⁴².

5.1.1. Σχετική αγορά και δεσπόζουσα θέση

Η διαπίστωση ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης προϋπέθετε, καταρχάς, τον καθορισμό των σχετικών αγορών στις οποίες δραστηριοποιούνταν η Google. Η Επιτροπή προσδιόρισε τέσσερις διακριτές αγορές: α) την αγορά λειτουργικών συστημάτων κινητών συσκευών για τα οποία παρέχεται άδεια χρήσης (*licensable smart mobile operating systems*), β) την αγορά καταστημάτων εφαρμογών για Android, γ) τις εθνικές αγορές υπηρεσιών γενικής διαδικτυακής αναζήτησης και δ) την αγορά φυλλομετρητών διαδικτύου για κινητές συσκευές.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η προσέγγιση της Επιτροπής ως προς την αγορά λειτουργικών συστημάτων κινητών συσκευών. Η Επιτροπή διαχώρισε τα λειτουργικά συστήματα για τα οποία παρέχεται άδεια χρήσης από τα λεγόμενα «κλειστά» οικοσυστήματα, όπως το iOS της Apple. Σύμφωνα με τη συλλογιστική της, οι κατασκευαστές κινητών συσκευών δεν είχαν τη δυνατότητα να αποκτήσουν άδεια χρήσης του iOS και να το εγκαταστήσουν στις δικές τους συσκευές, με αποτέλεσμα το iOS να μην αποτελεί πραγματικό ανταγωνιστικό περιορισμό για το Android από την πλευρά των κατασκευαστών.

Με βάση τα διαθέσιμα στοιχεία, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι το Android κατείχε μερίδιο αγοράς που υπερέβαινε το 95% στην αγορά λειτουργικών συστημάτων κινητών συσκευών με άδεια χρήσης εντός του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου. Παράλληλα, το Google Play Store κατείχε δεσπόζουσα θέση στην αγορά καταστημάτων εφαρμογών Android, καθώς αποτελούσε το βασικό και πρακτικά αναγκαίο σημείο πρόσβασης των χρηστών σε εφαρμογές τρίτων¹⁴³.

Όσον αφορά τη γενική διαδικτυακή αναζήτηση, η Google διατηρούσε μερίδια αγοράς που υπερέβαιναν το 90% στα περισσότερα κράτη μέλη του ΕΟΧ επί σειρά ετών. Η σταθερότητα των ιδιαίτερα υψηλών αυτών μεριδίων, σε συνδυασμό με τα ισχυρά δικτυακά αποτελέσματα, τα σημαντικά πλεονεκτήματα κλίμακας και την πρόσβαση σε τεράστιους όγκους δεδομένων χρηστών,

¹⁴¹ *Google Android* (Case AT.40099) Commission Decision of 18 July 2018.

¹⁴² *Google Android* (Case AT.40099) Summary of Commission Decision [2019] OJ C402/1.

¹⁴³ *Google Android* (n 34) para 268.

οδήγησαν την Επιτροπή στο συμπέρασμα ότι η Google κατείχε δεσπόζουσα θέση στη σχετική αγορά υπηρεσιών γενικής διαδικτυακής αναζήτησης.

Με την απόφαση T-604/18 *Google και Alphabet κατά Επιτροπής*, το Γενικό Δικαστήριο επιβεβαίωσε σε μεγάλο βαθμό τα συμπεράσματα της Επιτροπής ως προς τον καθορισμό των σχετικών αγορών και τη διαπίστωση δεσπόζουσας θέσης, αναγνωρίζοντας ότι η Google κατείχε εξαιρετικά ισχυρή θέση τόσο στη γενική αναζήτηση όσο και στο οικοσύστημα Android.

5.1.2. Παραβίαση των αντιμονοπωλιακών κανόνων της Ε.Ε.- Καταχρηστικές πρακτικές

5.1.2.1. Παράνομη επιβολή δέσμευσης για τις εφαρμογές αναζήτησης (Google Search) και φυλλομετρητή της Google (Google Chrome)

Η πρώτη καταχρηστική πρακτική που εξετάστηκε αφορούσε τη σύνδεση της χορήγησης άδειας χρήσης του Google Play Store με την υποχρεωτική προεγκατάσταση των εφαρμογών Google Search και Google Chrome από τους κατασκευαστές συσκευών Android. Η πρακτική αυτή εντάσσεται στη γνωστή κατηγορία των συνδεδεμένων ή συζευγμένων πωλήσεων (*tying*), η οποία έχει διαχρονικά απασχολήσει τη νομολογία του άρθρου 102 ΣΛΕΕ.

Σύμφωνα με την Επιτροπή, το Play Store αποτελούσε προϊόν ιδιαίτερης σημασίας για τους κατασκευαστές κινητών συσκευών. Η απουσία του καθιστούσε τις συσκευές λιγότερο ελκυστικές για τους καταναλωτές. Ως εκ τούτου, οι κατασκευαστές δεν είχαν ουσιαστική δυνατότητα να αρνηθούν την εγκατάστασή του. Η Google αξιοποίησε αυτή τη θέση προκειμένου να επιβάλει την προεγκατάσταση του Google Search και, αργότερα, του Google Chrome ως προϋπόθεση πρόσβασης στο Play Store¹⁴⁴.

Η σημασία της πρακτικής αυτής δεν περιορίζεται στην απλή προεγκατάσταση ορισμένων εφαρμογών. Η Επιτροπή θεώρησε ότι τόσο η μηχανή αναζήτησης όσο και ο φυλλομετρητής αποτελούν βασικές πύλες πρόσβασης των χρηστών στο διαδίκτυο. Κατά συνέπεια, η προνομιακή τοποθέτησή τους στις συσκευές Android μπορούσε να επηρεάσει καθοριστικά τη συμπεριφορά των χρηστών και να μειώσει τις δυνατότητες ανάπτυξης ανταγωνιστικών υπηρεσιών.

Παράλληλα, η απόφαση ανέδειξε τη σημασία των προεπιλεγμένων επιλογών (*defaults*) και τα σημαντικά αποτελέσματα προσκόλλησης που προκλήθηκαν (*status quo bias*). Παρότι οι χρήστες

¹⁴⁴ *Google Android (Summary)* (n 142).

είχαν θεωρητικά τη δυνατότητα να εγκαταστήσουν εναλλακτικές εφαρμογές, η προεγκατάσταση δημιουργούσε ανυπέρβλητο πλεονέκτημα. Τα στοιχεία έδειξαν ότι η συντριπτική πλειονότητα των χρηστών χρησιμοποιούσε τις προεγκατεστημένες εφαρμογές, χωρίς να προβαίνει σε αναζήτηση εναλλακτικών λύσεων.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Επιτροπής, στις συσκευές Android (όπου το Google Search και το Chrome ήταν προεγκατεστημένα), περισσότερο από το 95% των αναζητήσεων γινόταν μέσω Google Search. Αντίθετα, στις συσκευές Windows (όπου δεν υπήρχε αυτή η προεγκατάσταση), το ποσοστό του Google Search έπεφτε κάτω από το 25%. Σε αυτές, περισσότερο από το 75% των αναζητήσεων πραγματοποιούνταν μέσω της μηχανής Bing της Microsoft, η οποία ήταν προεγκατεστημένη στο δικό της λειτουργικό σύστημα¹⁴⁵.

5.1.2.2. Εξάρτηση παράνομων καταβολών ποσών από την αποκλειστική προεγκατάσταση της εφαρμογής Google Search

Η Επιτροπή εξέτασε και μία δεύτερη κατηγορία συμπεριφορών, οι οποίες αφορούσαν συμφωνίες επιμερισμού εσόδων (*Revenue Sharing Agreements -RSAs*) που συνήψε η Google με κατασκευαστές συσκευών και παρόχους κινητής τηλεφωνίας.

Στο πλαίσιο αυτών των συμφωνιών, η Google παρείχε οικονομικά ανταλλάγματα στους αντισυμβαλλομένους της. Βασική προϋπόθεση ήταν η πλήρης αποχή από την προεγκατάσταση ανταγωνιστικών υπηρεσιών γενικής διαδικτυακής αναζήτησης. Η υποχρέωση αυτή απέκλειε ενεργά τη δυνατότητα εμφάνισης εναλλακτικών επιλογών στις συσκευές.

Η Επιτροπή αντιμετώπισε τις συμφωνίες αυτές ως πρακτικές αποκλειστικότητας, οι οποίες είχαν ως σκοπό και αποτέλεσμα τη διατήρηση της δεσποζουσας θέσης της Google στη γενική διαδικτυακή αναζήτηση. Κατά την αξιολόγησή τους, δεν περιορίστηκε σε μία τυπική εξέταση της συμβατικής μορφής των συμφωνιών, αλλά προχώρησε σε οικονομική ανάλυση των πραγματικών επιπτώσεών τους στην αγορά.

Ιδιαίτερη σημασία απέκτησε στο σημείο αυτό το κριτήριο του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή (*As Efficient Competitor Test-AEC Test*), μέσω του οποίου εξετάστηκε κατά πόσο ένας ανταγωνιστής με αντίστοιχη αποτελεσματικότητα θα μπορούσε να αντισταθμίσει τα οικονομικά

¹⁴⁵ European Commission, 'Antitrust: Commission fines Google €4.34 billion for illegal practices regarding Android mobile devices to strengthen dominance of Google's search engine' (Press Release, IP/18/4581, 18 July 2018) https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/ip_18_4581 accessed 2 February 2026.

κίνητρα που παρείχε η Google στους συνεργάτες της. Η Επιτροπή κατέληξε ότι οι πληρωμές αυτές ήταν ικανές να περιορίσουν ουσιωδώς τις δυνατότητες πρόσβασης ανταγωνιστικών μηχανών αναζήτησης στην αγορά, ενισχύοντας έτσι τα αποτελέσματα αποκλεισμού.

Η προσέγγιση αυτή αποτυπώνει τη στροφή του ενωσιακού δικαίου προς το «*more economic approach*». Αντί να στηρίζεται αποκλειστικά στη νομική μορφή της ρήτηρας, η ανάλυση επικεντρώθηκε στις πραγματικές οικονομικές επιπτώσεις. Η θεσμική αυτή εξέλιξη αποτυπώνεται εξάλλου και στις πρόσφατες επίσημες κατευθυντήριες γραμμές της DG Competition σχετικά με τις προτεραιότητες επιβολής στο άρθρο 102 ΣΛΕΕ, οι οποίες αναθεωρήθηκαν προκειμένου να ευθυγραμμιστούν με τη σύγχρονη νομολογία των ενωσιακών δικαστηρίων για την εφαρμογή του *AEC test*¹⁴⁶.

Ωστόσο, το Γενικό Δικαστήριο (υπόθεση T-604/18)¹⁴⁷ αμφισβήτησε ορισμένα σημεία αυτής της οικονομικής αξιολόγησης. Έκρινε ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε επαρκώς, για το σύνολο της εξεταζόμενης περιόδου, ότι οι συγκεκριμένες συμφωνίες ήταν πράγματι ικανές να παράγουν τα αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα που τους αποδόθηκαν. Για τον λόγο αυτό, το Δικαστήριο ακύρωσε το σχετικό τμήμα της απόφασης, χωρίς όμως να ανατρέψει τη συνολική διαπίστωση κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης.

5.1.2.3. Παράνομη παρεμπόδιση ανάπτυξης και διανομής ανταγωνιστικών λειτουργικών συστημάτων Android («fork» εκδόσεων)

Η τρίτη πτυχή της υπόθεσης αφορούσε τις λεγόμενες συμφωνίες κατά του κατακερματισμού (*Anti-Fragmentation Agreements-AFAs*). Μέσω αυτών, η Google περιόριζε τη δυνατότητα των κατασκευαστών να αναπτύσσουν ή να διαθέτουν στην αγορά συσκευές βασισμένες σε εναλλακτικές εκδόσεις του Android.

Το Android αποτελεί λογισμικό ανοικτού κώδικα (*Android Open Source Project-AOSP*), γεγονός που επιτρέπει θεωρητικά σε τρίτους να αναπτύσσουν παραλλαγές του λειτουργικού συστήματος, γνωστές ως Android forks. Οι παραλλαγές αυτές μπορούν να διαφοροποιούνται από το επίσημο Android και να ενσωματώνουν διαφορετικές εφαρμογές, υπηρεσίες ή τεχνολογικές λύσεις.

¹⁴⁶ European Commission, 'Communication from the Commission-Amendments to the Communication from the Commission — Guidance on the Commission's enforcement priorities in applying Article 82 of the EC Treaty to abusive exclusionary conduct by dominant undertakings' [2023] OJ C 116/1.

¹⁴⁷ Case T-604/18 *Google and Alphabet v Commission (Google Android)* [2022] EU:T:2022:541.

Η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η Google απαιτούσε από τους κατασκευαστές που επιθυμούσαν να αποκτήσουν άδεια χρήσης των εφαρμογών της να δεσμεύονται ότι δεν θα διαθέτουν στην αγορά καμία συσκευή βασισμένη σε Android fork, ακόμη και όταν η συγκεκριμένη συσκευή δεν περιλάμβανε εφαρμογές της Google. Κατ' αποτέλεσμα, η πρόσβαση στο οικοσύστημα εφαρμογών της Google συνδεόταν με την υποχρέωση πλήρους αποχής από την ανάπτυξη ή εμπορική εκμετάλλευση εναλλακτικών εκδόσεων Android¹⁴⁸.

Κατά την άποψη της Επιτροπής, οι περιορισμοί αυτοί ήταν ικανοί να παρεμποδίσουν την ανάπτυξη ανταγωνιστικών οικοσυστημάτων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτέλεσε το Fire OS της Amazon, το οποίο βασιζόταν στον πηγαίο κώδικα του Android αλλά ακολουθούσε διαφορετική εμπορική και τεχνολογική στρατηγική. Η Επιτροπή θεώρησε ότι οι πρακτικές της Google δυσχέραιναν ουσιωδώς την ανάπτυξη παρόμοιων εναλλακτικών οικοσυστημάτων.

Σε αντίθεση με τις δύο προηγούμενες πρακτικές, οι οποίες συνδέονται ευκολότερα με παραδοσιακές μορφές κατάχρησης, οι *Anti-Fragmentation Agreements* αναδεικνύουν έναν ευρύτερο προβληματισμό σχετικά με τη λειτουργία των ψηφιακών αγορών. Η βασική ανησυχία δεν αφορά μόνο τον αποκλεισμό υφιστάμενων ανταγωνιστών, αλλά και τον περιορισμό της μελλοντικής καινοτομίας. Η ύπαρξη εναλλακτικών εκδόσεων Android θα μπορούσε να δημιουργήσει νέες ευκαιρίες ανάπτυξης εφαρμογών, νέων υπηρεσιών αναζήτησης και διαφορετικών επιχειρηματικών μοντέλων.

Υπό το πρίσμα αυτό, η υπόθεση *Google Android* συνδέεται άμεσα με τη θεωρία βλάβης της μείωσης των κινήτρων καινοτομίας (*innovation harm*), η οποία αναπτύχθηκε στις προηγούμενες ενότητες. Η δεσπόζουσα επιχείρηση δεν περιορίζεται απλώς στον αποκλεισμό ανταγωνιστών, αλλά δύναται να επηρεάζει τη διαδικασία τεχνολογικής εξέλιξης της αγοράς, περιορίζοντας τις πιθανότητες εμφάνισης εναλλακτικών λύσεων που θα μπορούσαν να αμφισβητήσουν τη θέση της στο μέλλον¹⁴⁹.

5.1.3. Αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα

Οι πρακτικές που διαπιστώθηκαν είχαν ως αποτέλεσμα την ενίσχυση και διατήρηση της δεσπόζουσας θέσης της Google στις αγορές γενικής αναζήτησης και προγραμμάτων περιήγησης για κινητές συσκευές. Μέσω των συμφωνιών προεγκατάστασης και αποκλειστικότητας, η Google

¹⁴⁸ European Commission, 'Antitrust: Commission fines Google' (n 145).

¹⁴⁹ Μικρούλεα (n 20) 350.

εξασφάλιζε ότι οι ανταγωνιστικές μηχανές αναζήτησης και οι ανταγωνιστικοί browsers δυσκολεύονταν να αποκτήσουν την απαραίτητη κλίμακα χρήσης ώστε να ανταγωνιστούν αποτελεσματικά τις δικές της υπηρεσίες¹⁵⁰.

Παράλληλα, οι περιορισμοί αυτοί περιόρισαν τη μελλοντική καινοτομία, καθώς αποθάρρυναν την ανάπτυξη νέων προϊόντων που θα αποτελούσαν ανταγωνιστικές εναλλακτικές λύσεις. Η Επιτροπή έκρινε ότι οι πρακτικές της Google περιόριζαν τις επιλογές των καταναλωτών και εμπόδιζαν τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό σε αγορές όπου η επίτευξη κρίσιμης μάζας χρηστών είναι καθοριστική.

5.1.4. Η οικονομική προσέγγιση της Επιτροπής

Η υπόθεση Google Android παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον όχι μόνο λόγω των πρακτικών που εξετάστηκαν, αλλά και λόγω της οικονομικής μεθοδολογίας που υιοθέτησε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Σε αντίθεση με παλαιότερες υποθέσεις εφαρμογής του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, όπου η ύπαρξη ορισμένων μορφών συμπεριφοράς αρκούσε συχνά για τη διαπίστωση κατάχρησης, στην υπόθεση Android η Επιτροπή επιχείρησε να τεκμηριώσει αναλυτικά τις πραγματικές και δυνητικές επιπτώσεις των επίμαχων πρακτικών στη λειτουργία των ψηφιακών αγορών.

Ιδιαίτερη σημασία απέκτησε η αξιολόγηση της ποιότητας ως παραμέτρου ανταγωνισμού. Στις ψηφιακές αγορές πολλές υπηρεσίες παρέχονται χωρίς άμεσο χρηματικό αντάλλαγμα, γεγονός που καθιστά δυσχερή την εφαρμογή των παραδοσιακών εργαλείων ανάλυσης που βασίζονται αποκλειστικά στις τιμές. Για τον λόγο αυτό, η Επιτροπή υιοθέτησε προσέγγιση βασισμένη στο λεγόμενο τεστ *SSNDQ* (*Small but Significant Non-transitory Decrease in Quality*), το οποίο εξετάζει κατά πόσο μια μικρή αλλά σημαντική και μη παροδική μείωση της ποιότητας θα μπορούσε να οδηγήσει τους χρήστες σε εναλλακτικές υπηρεσίες.

Η προσέγγιση αυτή αντανάκλα τις ιδιαιτερότητες των ψηφιακών αγορών, όπου η ποιότητα, η προστασία της ιδιωτικότητας και η καινοτομία λειτουργούν ως οι σημαντικότερες μεταβλητές ανταγωνισμού. Παράλληλα, στο πλαίσιο της εξέτασης των συμφωνιών επιμερισμού εσόδων, η Επιτροπή αξιοποίησε το κριτήριο του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή (*As Efficient Competitor Test-AEC Test*). Το κριτήριο αυτό αποσκοπεί στη διερεύνηση του κατά πόσο μία πρακτική αποκλειστικότητας είναι ικανή να αποκλείσει από την αγορά έναν ανταγωνιστή που διαθέτει

¹⁵⁰ European Commission, 'Antitrust: Commission fines Google' (n 145).

αντίστοιχο επίπεδο αποτελεσματικότητας με τη δεσπόζουσα επιχείρηση. Η χρήση του αποτυπώνει την ευρύτερη τάση για ουσιαστική οικονομική ανάλυση των επιπτώσεων της συμπεριφοράς στην αγορά.

5.1.5. Συμπεράσματα και κριτική αξιολόγηση

Η υπόθεση *Google Android* αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα των δυσκολιών που παρουσιάζει η εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ στις ψηφιακές αγορές. Αν και οι πρακτικές που εξετάστηκαν από την Επιτροπή εντάσσονται σε παραδοσιακές κατηγορίες καταχρηστικών συμπεριφορών, όπως η δέσμευση προϊόντων και οι συμφωνίες αποκλειστικότητας, η πραγματική προβληματική της υπόθεσης φαίνεται να υπερβαίνει τα όρια των κλασικών θεωριών αποκλεισμού.

Ειδικότερα, η υπόθεση ανέδειξε ότι στις ψηφιακές αγορές η ισχύς μιας πλατφόρμας δεν πηγάζει αποκλειστικά από τα υψηλά μερίδια αγοράς, αλλά από τον έλεγχο ενός ολόκληρου οικοσυστήματος υπηρεσιών, δεδομένων και σημείων πρόσβασης προς τους χρήστες. Η Google είχε τη δυνατότητα να επηρεάζει την πρόσβαση των χρηστών στο διαδίκτυο μέσω του λειτουργικού συστήματος Android, του Play Store και του Chrome. Η οικονομική ισχύς εκδηλώνεται, επομένως, με τη μορφή ελέγχου της πρόσβασης (*gatekeeping*) και όχι αποκλειστικά μέσω της τιμολόγησης.

Παράλληλα, η υπόθεση βρίσκεται στο σημείο τομής μεταξύ παραδοσιακών και νεότερων θεωριών βλάβης. Οι πρακτικές δέσμευσης και αποκλειστικότητας που διαπιστώθηκαν από την Επιτροπή μπορούν να ερμηνευθούν υπό το πρίσμα των κλασικών θεωριών αποκλεισμού. Ωστόσο, οι περιορισμοί στα *Android forks* αναδεικνύουν μια διαφορετική διάσταση, η οποία σχετίζεται περισσότερο με τον περιορισμό της καινοτομίας και τη διατήρηση της εξάρτησης των επιχειρηματικών χρηστών από το οικοσύστημα της πλατφόρμας.

Η σημασία της απόφασης επιβεβαιώθηκε και σε δικαστικό επίπεδο. Με την απόφαση T-604/18 *Google και Alphabet κατά Επιτροπής*¹⁵¹, το Γενικό Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης επικύρωσε σε μεγάλο βαθμό τη συλλογιστική της Επιτροπής, επιβεβαιώνοντας τόσο τη δεσπόζουσα θέση της Google όσο και τον καταχρηστικό χαρακτήρα των πρακτικών προεγκατάστασης. Παρά τη μερική ακύρωση των διαπιστώσεων για τις συμφωνίες επιμερισμού εσόδων και τη μείωση του προστίμου, ο πυρήνας της απόφασης παρέμεινε ισχυρός.

¹⁵¹ *Google Android* (GC) (n 34).

Ωστόσο, η υπόθεση ανέδειξε και τα όρια του άρθρου 102 ΣΛΕΕ ως εργαλείου αντιμετώπισης των προβλημάτων των ψηφιακών αγορών. Η πολυετής διάρκεια της έρευνας, η πολυπλοκότητα της οικονομικής ανάλυσης και οι δυσκολίες απόδειξης των αντιανταγωνιστικών αποτελεσμάτων καταδεικνύουν ότι η *ex post* παρέμβαση του δικαίου ανταγωνισμού συχνά πραγματοποιείται όταν η ισχύς της πλατφόρμας έχει ήδη παγιωθεί. Η Google Android, επομένως, δεν αποτελεί μόνο μία σημαντική εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, αλλά και μία από τις υποθέσεις που ανέδειξαν την ανάγκη συμπλήρωσης του παραδοσιακού δικαίου ανταγωνισμού με ειδικούς *ex ante* κανόνες για τις ψηφιακές πλατφόρμες.

5.1.6. Η σημασία της υπόθεσης για την εξέλιξη προς τον Digital Markets Act

Η υπόθεση *Google Android* συνδέεται άρρηκτα με τη θεσμική και κανονιστική στροφή που οδήγησε στη θέσπιση του Κανονισμού για τις Ψηφιακές Αγορές (*Digital Markets Act-DMA*)¹⁵². Οι πρακτικές που διαπιστώθηκαν στην υπόθεση, όπως η δέσμευση προεγκατάστασης εφαρμογών, η αποκλειστική προώθηση υπηρεσιών της Google και η παρεμπόδιση εναλλακτικών εκδόσεων Android, αποτέλεσαν το πρότυπο για τον καθορισμό των *ex ante* υποχρεώσεων που επιβάλλει σήμερα ο DMA στους λεγόμενους «πυλωρούς» (*gatekeepers*). Τα άρθρα 5 και 6 του Κανονισμού προβλέπουν ρητά την απαγόρευση τέτοιων πρακτικών, επιδιώκοντας να προληφθεί εκ των προτέρων η κατάχρηση της οικονομικής και τεχνολογικής ισχύος πλατφορμών με διαμεσολαβητικό ρόλο.

Η μετάβαση από την εκ των *ex post* επιβολή κυρώσεων, όπως στην υπόθεση Android, στην *ex ante* ρύθμιση μέσω του DMA αντανακλά μια θεμελιώδη αλλαγή φιλοσοφίας στο δίκαιο ανταγωνισμού. Η Ένωση πλέον δεν περιμένει την εκδήλωση της κατάχρησης για να παρέμβει, αλλά επιδιώκει να προλαμβάνει φαινόμενα οικονομικής εξάρτησης και αποκλεισμού. Η υπόθεση Android αποκάλυψε ότι ορισμένες πλατφόρμες λειτουργούν ως ρυθμιστές πρόσβασης, γεγονός που ο DMA επιδιώκει να περιορίσει μέσω σαφών, τυποποιημένων υποχρεώσεων διαφάνειας, πρόσβασης και ισότιμης μεταχείρισης.

Η σύνδεση αυτή δεν είναι μόνο θεωρητική αλλά και πρακτική, καθώς ήδη από το 2024 και 2025, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει κινήσει διαδικασίες ελέγχου συμμόρφωσης της Google στο πλαίσιο του

¹⁵² Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector (Digital Markets Act) [2022] OJ L265/1.

DMA¹⁵³. Οι διαδικασίες αυτές, οι οποίες αποτυπώνονται στις επίσημες αποφάσεις έναρξης ελέγχου της DG Competition¹⁵⁴ αφορούν, μεταξύ άλλων, τον τρόπο λειτουργίας της μηχανής αναζήτησης της Google, την πιθανή υποβάθμιση περιεχομένου τρίτων, καθώς και τον περιορισμό στη δυνατότητα απεγκατάστασης προεγκατεστημένων εφαρμογών στο Android, τα οποία είναι ζητήματα που αντικατοπτρίζουν τις ίδιες ανησυχίες που διαπιστώθηκαν ήδη από την υπόθεση Android. Συνεπώς, η Google βρίσκεται εκ νέου υπό έλεγχο, αλλά πλέον υπό ένα διαφορετικό νομικό πρίσμα, αυτό του DMA, που επιτρέπει στην Επιτροπή προληπτική παρέμβαση χωρίς να απαιτείται απόδειξη αντι-ανταγωνιστικών αποτελεσμάτων όπως στο άρθρο 102 ΣΛΕΕ.

Επομένως, η υπόθεση Google Android λειτουργεί όχι μόνο ως ιστορικό προηγούμενο αλλά και ως δοκιμαστικό υπόβαθρο για την εφαρμογή του νέου κανονιστικού πλαισίου. Η συνέχεια μεταξύ των δύο επιπέδων, της παραδοσιακής antitrust προσέγγισης και του σύγχρονου ρυθμιστικού DMA, επιβεβαιώνει ότι η Ε.Ε. επιχειρεί μια αναδόμηση του δικαίου του ανταγωνισμού, ώστε να ανταποκρίνεται στις ιδιαιτερότητες των ψηφιακών αγορών. Σήμερα, η Google εξετάζεται ξανά για τις ίδιες πρακτικές εξουσίας, αλλά αυτή τη φορά σε ένα περιβάλλον όπου ο νόμος προηγείται της παραβίασης.

5.2. Apple-App Store Practices (music streaming)-AT.40437

Η υπόθεση *Apple-App Store Practices*¹⁵⁵ (*music streaming*) αφορά την κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης της Apple στην αγορά παροχής πλατφορμών διανομής εφαρμογών μουσικής ροής (*music streaming*) προς χρήστες συσκευών iOS. Στο επίκεντρο της υπόθεσης βρίσκεται το App Store, το οποίο αποτελεί τη μοναδική πύλη μέσω της οποίας οι προγραμματιστές μπορούν να διανείμουν εφαρμογές σε χρήστες iPhone και iPad, καθώς η Apple δεν επιτρέπει τη λειτουργία εναλλακτικών καταστημάτων εφαρμογών ούτε την εγκατάσταση εφαρμογών από τρίτες πηγές.

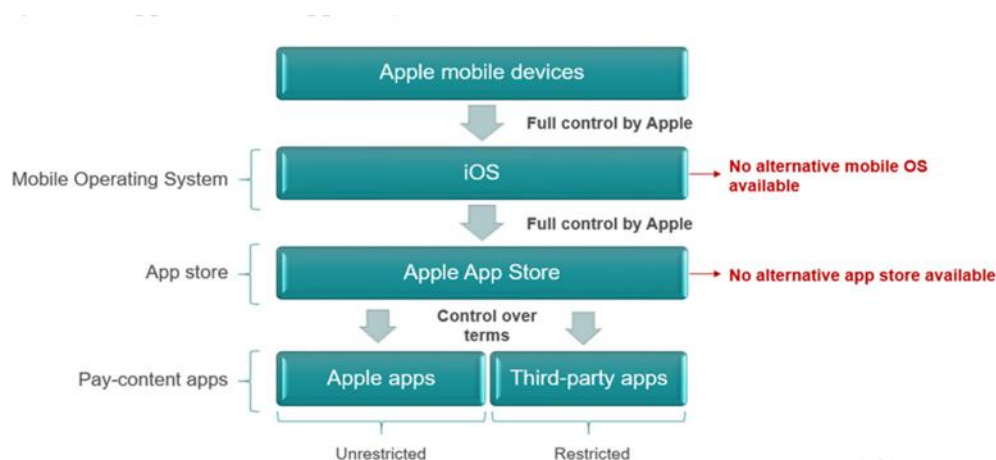
Η αποκλειστικότητα αυτή παρέχει στην Apple ιδιαίτερη ισχύ έναντι των προγραμματιστών εφαρμογών, καθώς η πρόσβαση στους χρήστες iOS εξαρτάται αποκλειστικά από τη συμμόρφωση με τους κανόνες της. Ως αποτέλεσμα, η Apple λειτουργεί ταυτόχρονα ως διαχειριστής της πλατφόρμας και ως ανταγωνιστής εντός αυτής, μέσω υπηρεσιών όπως το Apple Music. Η κάθετη

¹⁵³ European Commission, 'Commission opens investigation into potential Digital Markets Act breach by Google in demoting media publishers' content in search results' (Press Release, 2025) <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/> accessed 2 February 2026.

¹⁵⁴ Case DMA.5 Alphabet - Google Search self-preferencing, European Commission (DG Competition) Commission Decision of 25 March 2024 Opening Proceedings, 3-5.

¹⁵⁵ *Apple - App Store Practices* (n 59).

ολοκλήρωση του οικοσυστήματος iOS της επιτρέπει να καθορίζει τους όρους πρόσβασης των ανταγωνιστών της στους χρήστες, σε αντίθεση με το Android της Google, το οποίο, κατά τον κρίσιμο χρόνο της υπόθεσης, επέτρεπε τη λειτουργία εναλλακτικών καταστημάτων εφαρμογών.



Εικόνα 2: Το οικοσύστημα της Apple και ο έλεγχος της αγοράς¹⁵⁶.

Η απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής της 4ης Μαρτίου 2024 αφορά μία ενιαία και διαρκή παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και του άρθρου 54 της Συμφωνίας ΕΟΧ, η οποία συνίσταται στην επιβολή των λεγόμενων «όρων κατά της καθοδήγησης των χρηστών» (*anti-steering provisions*). Μέσω των όρων αυτών, η Apple περιόριζε τη δυνατότητα των παρόχων υπηρεσιών μουσικής ροής να ενημερώνουν τους χρήστες iOS για εναλλακτικές και συχνά φθηνότερες επιλογές συνδρομής εκτός του App Store, επηρεάζοντας τόσο τον ανταγωνισμό μεταξύ των παρόχων μουσικής ροής όσο και τη δυνατότητα των καταναλωτών να λαμβάνουν πλήρη πληροφόρηση σχετικά με τις διαθέσιμες επιλογές.

5.2.1. Ιστορικό

Η υπόθεση ξεκίνησε στις 11 Μαρτίου 2019, με την υποβολή καταγγελίας από τη Spotify στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή, σύμφωνα με το άρθρο 7 του Κανονισμού 1/2003, σχετικά με τους όρους και τις προϋποθέσεις που επέβαλλε η Apple στους προγραμματιστές μέσω των Συμφωνιών Άδειας Χρήσης και των κατευθυντήριων γραμμών του App Store. Η Spotify, ένας από τους μεγαλύτερους παρόχους υπηρεσιών μουσικής ροής παγκοσμίως, υποστήριξε ότι οι κανόνες αυτοί περιόριζαν τον ανταγωνισμό στην αγορά υπηρεσιών streaming μουσικής.

¹⁵⁶ Apple - App Store Practices (n 59) para 97.

Ειδικότερα, η καταγγέλλουσα ισχυρίστηκε ότι η Apple δεν επέτρεπε στους παρόχους υπηρεσιών μουσικής ροής να ενημερώνουν επαρκώς τους χρήστες iOS σχετικά με εναλλακτικές και συχνά φθηνότερες δυνατότητες συνδρομής εκτός του App Store. Κατά τη Spotify, οι περιορισμοί αυτοί δυσχέραιναν την επικοινωνία με τους χρήστες και ενίσχυαν αθέμιτα τη θέση της Apple Music έναντι των ανταγωνιστικών υπηρεσιών.

Στις 16 Ιουνίου 2020 η Επιτροπή κίνησε επίσημη διαδικασία έρευνας. Όπως δήλωσε χαρακτηριστικά η τότε Επίτροπος Ανταγωνισμού Margrethe Vestager, η Apple είχε αποκτήσει θέση «πυλωρού» (*gatekeeper*) για τη διανομή εφαρμογών στις συσκευές iPhone και iPad, γεγονός που καθιστούσε αναγκαία τη διερεύνηση του κατά πόσον οι κανόνες του App Store στρέβλωναν τον ανταγωνισμό σε αγορές όπου η ίδια δραστηριοποιείται ως ανταγωνιστής¹⁵⁷.

Η διαδικασία ολοκληρώθηκε στις 4 Μαρτίου 2024 με την έκδοση της τελικής απόφασης, με την οποία η Επιτροπή διαπίστωσε ότι οι επίμαχοι όροι του App Store παραβίαζαν το άρθρο 102 ΣΛΕΕ και το άρθρο 54 της Συμφωνίας ΕΟΧ.

5.2.2. Σχετική αγορά και δεσπόζουσα θέση

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξέτασε τρεις διακριτές αγορές προϊόντων: α) την αγορά έξυπνων κινητών συσκευών (*smart mobile devices*), στην οποία δραστηριοποιείται η Apple ως κατασκευαστής συσκευών iPhone και iPad, β) την αγορά παροχής πλατφορμών για τη διανομή εφαρμογών μουσικής ροής σε χρήστες iOS, στην οποία εντάσσεται το App Store ως μέσο πρόσβασης των προγραμματιστών στους χρήστες iOS και γ) την αγορά παροχής υπηρεσιών μουσικής ροής (*music streaming services*), στην οποία ανταγωνίζονται επιχειρήσεις όπως η Spotify, η Apple Music και η YouTube Music. Ως σχετική γεωγραφική αγορά ορίστηκε ο Ευρωπαϊκός Οικονομικός Χώρος (ΕΟΧ).

Για τους σκοπούς της υπόθεσης, καθοριστική σημασία είχε η αγορά παροχής πλατφορμών διανομής εφαρμογών μουσικής ροής προς χρήστες iOS. Η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η Apple κατείχε δεσπόζουσα θέση στην αγορά αυτή, διατηρώντας ουσιαστικά μερίδιο αγοράς 100% από την ίδρυση του App Store το 2008. Η διαπίστωση αυτή συνδέεται άμεσα με το γεγονός ότι το App Store αποτελούσε τη μοναδική επιτρεπόμενη πλατφόρμα διανομής εφαρμογών για συσκευές iOS, καθώς

¹⁵⁷ European Commission, 'Antitrust: Commission opens investigations into Apple practices regarding App Store' (Press Release, IP/20/1073, 16 June 2020) https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_1073 accessed 2 February 2026.

η Apple δεν επέτρεπε τη λειτουργία εναλλακτικών καταστημάτων εφαρμογών ούτε τη λήψη εφαρμογών από τρίτες πηγές.

Τη θέση αυτή ενίσχυαν περαιτέρω οι σημαντικοί φραγμοί εισόδου και τα ισχυρά έμμεσα δικτυακά αποτελέσματα που χαρακτηρίζουν τις ψηφιακές πλατφόρμες. Η αξία του App Store για τους προγραμματιστές αυξανόταν όσο αυξανόταν η βάση χρηστών iOS, ενώ αντίστοιχα η ελκυστικότητα του οικοσυστήματος για τους χρήστες εξαρτιόταν από τη διαθεσιμότητα μεγάλου αριθμού εφαρμογών. Υπό τις συνθήκες αυτές, η Επιτροπή κατέληξε ότι η Apple κατείχε θέση οικονομικής ισχύος που της επέτρεπε να ενεργεί σε σημαντικό βαθμό ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές, τους επιχειρηματικούς χρήστες και τους καταναλωτές.

5.2.3. Καταχρηστικές πρακτικές της Apple

Η Apple καταχράστηκε τη δεσπόζουσα θέση της στην αγορά παροχής πλατφορμών διανομής εφαρμογών μουσικής ροής προς χρήστες iOS μέσω της επιβολής των λεγόμενων «όρων κατά της καθοδήγησης των χρηστών» (*anti-steering provisions*)¹⁵⁸. Οι περιορισμοί αυτοί απαγόρευαν στους παρόχους υπηρεσιών μουσικής ροής να ενημερώνουν τους χρήστες σχετικά με εναλλακτικές δυνατότητες αγοράς ή συνδρομής εκτός του App Store.

Ειδικότερα, οι προγραμματιστές δεν μπορούσαν να περιλαμβάνουν στην εφαρμογή τους συνδέσμους (*links*), κουμπιά ή άλλους μηχανισμούς που θα κατεύθυναν τους χρήστες σε εξωτερικές ιστοσελίδες για την ολοκλήρωση της συνδρομής τους. Παράλληλα, αντιμετώπιζαν σημαντικούς περιορισμούς ακόμη και ως προς την επικοινωνία με τους υφιστάμενους πελάτες τους σχετικά με εναλλακτικές προσφορές ή χαμηλότερες τιμές εκτός του οικοσυστήματος της Apple. Ως αποτέλεσμα, οι χρήστες iOS συχνά αγνοούσαν ότι μπορούσαν να αποκτήσουν την ίδια υπηρεσία σε χαμηλότερη τιμή εκτός του App Store.

Η σημασία των περιορισμών αυτών συνδεόταν άμεσα με το σύστημα In-App Purchases (*IAP*) της Apple. Για τις συνδρομές μέσω του App Store, η Apple παρακρατούσε προμήθεια που μπορούσε να φθάσει έως και το 30% της αξίας της συναλλαγής. Οι πάροχοι υπηρεσιών μουσικής ροής βρίσκονταν έτσι ενώπιον ενός διλήμματος: είτε να απορροφήσουν το πρόσθετο κόστος, μειώνοντας τα περιθώρια κέρδους τους, είτε να το μετακυλήσουν στους καταναλωτές μέσω

¹⁵⁸ Apple - App Store Practices (n 59) para 98.

υψηλότερων τιμών. Αντίθετα, η υπηρεσία Apple Music δεν επιβαρυνόταν με αντίστοιχη προμήθεια.

Η ανάλυση της Επιτροπής στηρίχθηκε στη θεώρηση του App Store ως αγοράς δύο πλευρών (*two-sided platform*), στην οποία η Apple λειτουργεί ως ενδιάμεσος μεταξύ των χρηστών iOS και των προγραμματιστών εφαρμογών¹⁵⁹. Οι *anti-steering* όροι δημιουργούσαν ασυμμετρία πληροφόρησης (*information asymmetry*). Οι χρήστες στερούνταν κρίσιμης ενημέρωσης, γεγονός που μείωνε την ανταγωνιστική πίεση και ενίσχυε τη θέση της Apple. Κατά την Επιτροπή, οι περιορισμοί αυτοί συνιστούσαν αθέμιτους όρους συναλλαγής κατά το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, καθώς διατηρούσαν τεχνητά την εξάρτηση των χρηστών από το App Store. Η έλλειψη αυτή πληροφόρησης μείωνε την ανταγωνιστική πίεση μεταξύ των παρόχων υπηρεσιών μουσικής ροής, ενίσχυε τη θέση της Apple και μπορούσε να οδηγήσει σε υψηλότερο κόστος για τους καταναλωτές¹⁶⁰.

Η θεωρία βλάβης της Επιτροπής δεν στηρίχθηκε, επομένως, αποκλειστικά στην ύπαρξη της προμήθειας ή στη διαφορά κόστους μεταξύ της Apple Music και των ανταγωνιστών της. Το κρίσιμο στοιχείο ήταν ότι η Apple, εκμεταλλευόμενη τη θέση της ως αποκλειστικής πύλης πρόσβασης στους χρήστες iOS, περιόριζε τη δυνατότητα των ανταγωνιστών να ενημερώνουν τους καταναλωτές για εναλλακτικές επιλογές. Με τον τρόπο αυτό επηρέαζε τη διαδικασία λήψης αποφάσεων των χρηστών και περιόριζε την ικανότητα των ανταγωνιστών να ανταγωνίζονται επί ίσοις όροις.

5.2.4. Αποτελέσματα και διορθωτικά μέτρα

Η Επιτροπή έκρινε ότι οι *anti-steering* περιορισμοί της Apple είχαν σημαντικές επιπτώσεις τόσο στον ανταγωνισμό όσο και στους καταναλωτές. Ειδικότερα, οι πάροχοι υπηρεσιών μουσικής ροής δεν μπορούσαν να ενημερώνουν αποτελεσματικά τους χρήστες iOS σχετικά με εναλλακτικές και συχνά φθηνότερες επιλογές συνδρομής εκτός του App Store. Ως αποτέλεσμα, οι καταναλωτές λάμβαναν αποφάσεις υπό συνθήκες ελλιπούς πληροφόρησης, χωρίς να έχουν πλήρη εικόνα των διαθέσιμων επιλογών και τιμών.

Παράλληλα, οι περιορισμοί αυτοί επηρέαζαν άμεσα τις συνθήκες ανταγωνισμού στην αγορά υπηρεσιών μουσικής ροής. Οι ανταγωνιστές της Apple αντιμετώπιζαν δυσκολίες στην προώθηση των υπηρεσιών τους και στην προσέλκυση νέων συνδρομητών, ενώ η Apple διατηρούσε τη δυνατότητα να ελέγχει τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες ενημερώνονταν και πραγματοποιούσαν

¹⁵⁹ Ibid paras 297–302.

¹⁶⁰ Ibid paras 378–384.

τις αγορές τους εντός του οικοσυστήματος iOS. Κατά την Επιτροπή, η συμπεριφορά αυτή περιόριζε τη διαφάνεια της αγοράς, μείωνε την ανταγωνιστική πίεση και δημιουργούσε συνθήκες που μπορούσαν να οδηγήσουν σε υψηλότερες τιμές και περιορισμό της καινοτομίας.

Με την απόφαση της 4ης Μαρτίου 2024, η Επιτροπή διαπίστωσε ενιαία και διαρκή παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και του άρθρου 54 της Συμφωνίας ΕΟΧ και επέβαλε στην Apple πρόστιμο ύψους άνω των 1,8 δισεκατομμυρίων ευρώ. Το μεγαλύτερο μέρος του προστίμου προέκυψε από την προσθήκη ενός σημαντικού κατ' αποκοπήν ποσού (*lump-sum*)¹⁶¹, ώστε να διασφαλιστεί ο αποτρεπτικός χαρακτήρας της κύρωσης λόγω του οικονομικού μεγέθους της εταιρείας.

Πέραν του προστίμου, η Επιτροπή υποχρέωσε την Apple να παύσει την εφαρμογή των anti-steering provisions. Η εταιρεία όφειλε να επιτρέψει στους προγραμματιστές να επικοινωνούν ελεύθερα με τους χρήστες για εναλλακτικές προσφορές, εκπτώσεις ή εξωτερικούς τρόπους πληρωμής, αποκαθιστώντας τις συνθήκες διαφάνειας. Με τον τρόπο αυτό, η Επιτροπή επιδίωξε όχι μόνο την παύση της παράβασης αλλά και την αποκατάσταση συνθηκών ουσιαστικού ανταγωνισμού και διαφάνειας στην αγορά υπηρεσιών μουσικής ροής.

5.2.5. Κριτική-Συμπεράσματα

5.2.5.1. Το ζήτημα των anti-steering provisions

Η υπόθεση αυτή ανέδειξε ένα διαφορετικό είδος κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης από εκείνα που παραδοσιακά απασχολούν το δίκαιο του ανταγωνισμού. Σε αντίθεση με υποθέσεις που αφορούν αποκλειστικές συμφωνίες, δεσμευμένες πωλήσεις ή επιθετική τιμολόγηση, η συγκεκριμένη υπόθεση επικεντρώθηκε στον έλεγχο της πληροφόρησης και της επικοινωνίας μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών.

Το κεντρικό νομικό ζήτημα αφορούσε το κατά πόσον ένας διαχειριστής ψηφιακής πλατφόρμας, ο οποίος κατέχει δεσπόζουσα θέση και λειτουργεί ως αναγκαία πύλη πρόσβασης στους χρήστες, μπορεί να περιορίζει τη δυνατότητα των επιχειρηματικών χρηστών της πλατφόρμας να ενημερώνουν τους καταναλωτές σχετικά με εναλλακτικές εμπορικές επιλογές. Η Επιτροπή απάντησε αρνητικά, θεωρώντας ότι οι anti-steering provisions δεν αποτελούσαν απλώς όρους λειτουργίας της πλατφόρμας, αλλά μηχανισμό περιορισμού του ανταγωνισμού.

¹⁶¹ Ibid paras 569–613, 615–618.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι η βλάβη δεν εκδηλωνόταν πρωτίστως μέσω άμεσου αποκλεισμού των ανταγωνιστών από την αγορά. Οι πάροχοι υπηρεσιών μουσικής ροής εξακολουθούσαν να έχουν πρόσβαση στους χρήστες iOS μέσω του App Store. Ωστόσο, η αδυναμία τους να επικοινωνούν ελεύθερα με τους καταναλωτές περιόριζε σημαντικά την αποτελεσματικότητα του ανταγωνισμού. Η υπόθεση καταδεικνύει ότι στις ψηφιακές αγορές ο έλεγχος της πληροφόρησης μπορεί να είναι εξίσου σημαντικός με τον έλεγχο της πρόσβασης, καθώς η δυνατότητα ενός ψηφιακού πυλωρού να καθορίζει ποιες πληροφορίες θα φθάσουν στους χρήστες επηρεάζει άμεσα τη λειτουργία της αγοράς.

5.2.5.2. Κριτική αξιολόγηση

Η σημασία της υπόθεσης δεν έγκειται μόνο στο γεγονός ότι η Apple περιόρισε τις δυνατότητες των ανταγωνιστών της να προωθούν τις υπηρεσίες τους, αλλά κυρίως στο ότι αξιοποίησε τη θέση της ως διαχειριστή της πλατφόρμας για να επηρεάσει τη διαδικασία λήψης αποφάσεων των καταναλωτών. Η πρακτική αυτή δημιούργησε ένα περιβάλλον στο οποίο οι χρήστες δεν είχαν πρόσβαση στο σύνολο των διαθέσιμων πληροφοριών σχετικά με τις εναλλακτικές επιλογές συνδρομής, με αποτέλεσμα η επιλογή τους να μην βασίζεται πάντοτε σε πλήρη και διαφανή δεδομένα.

Παράλληλα, η υπόθεση αναδεικνύει μία ευρύτερη πρόκληση των ψηφιακών αγορών. Οι μεγάλες πλατφόρμες δεν λειτουργούν απλώς ως επιχειρήσεις που ανταγωνίζονται άλλες επιχειρήσεις, αλλά ως ιδιωτικοί ρυθμιστές ολόκληρων οικοσυστημάτων. Η Apple είχε τη δυνατότητα να καθορίζει τους κανόνες πρόσβασης, επικοινωνίας και συναλλαγής μέσα στο App Store, γεγονός που της παρείχε σημαντική επιρροή επί της συμπεριφοράς τόσο των επιχειρηματικών χρηστών όσο και των καταναλωτών. Υπό την έννοια αυτή, η υπόθεση επιβεβαιώνει ότι στις ψηφιακές αγορές η οικονομική ισχύς δεν εκδηλώνεται αποκλειστικά μέσω των τιμών ή των μεριδίων αγοράς, αλλά και μέσω του ελέγχου της αρχιτεκτονικής της πλατφόρμας και της ροής των πληροφοριών.

5.2.6. Apple και Digital Markets Act

Η υπόθεση Apple-App Store Practices ανέδειξε με ιδιαίτερη ένταση τα όρια του παραδοσιακού ελέγχου βάσει του άρθρου 102 ΣΛΕΕ στις ψηφιακές αγορές. Παρότι η Επιτροπή διαπίστωσε ότι οι anti-steering provisions της Apple συνιστούσαν κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, η πολυετής

διάρκεια της έρευνας κατέδειξε τις δυσκολίες αντιμετώπισης τέτοιων πρακτικών αποκλειστικά μέσω του *ex post* δικαίου ανταγωνισμού.

Η σημασία της υπόθεσης επιβεβαιώθηκε λίγους μήνες μετά την έκδοση της απόφασης. Στις 24 Ιουνίου 2024, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενημέρωσε την Apple για την προκαταρκτική της άποψη¹⁶² ότι οι κανόνες του App Store ενδέχεται να παραβιάζουν και τον Κανονισμό για τις Ψηφιακές Αγορές (*Digital Markets Act-DMA*), καθώς εξακολουθούν να περιορίζουν τη δυνατότητα των προγραμματιστών να κατευθύνουν ελεύθερα τους χρήστες προς εναλλακτικές προσφορές και τρόπους πληρωμής εκτός του App Store.

Ειδικότερα, η Επιτροπή διαπίστωσε προκαταρκτικά ότι οι νέοι όροι της Apple εξακολουθούν να μην επιτρέπουν στους προγραμματιστές να ενημερώνουν αποτελεσματικά τους χρήστες για διαθέσιμες προσφορές και εναλλακτικές επιλογές συνδρομής. Παρότι η Apple επέτρεψε σε ορισμένες περιπτώσεις την ανακατεύθυνση των χρηστών μέσω συνδέσμων (*link-outs*), η διαδικασία αυτή εξακολουθεί να υπόκειται σε σημαντικούς περιορισμούς, οι οποίοι περιορίζουν τη δυνατότητα των προγραμματιστών να επικοινωνούν ελεύθερα με τους πελάτες τους και να συνάπτουν συμβάσεις μέσω εναλλακτικών διαύλων διανομής.

Παράλληλα, η Επιτροπή κίνησε νέα διαδικασία διερεύνησης σχετικά με ορισμένους νέους συμβατικούς όρους της Apple, όπως το Core Technology Fee και τις προϋποθέσεις λειτουργίας εναλλακτικών καταστημάτων εφαρμογών, προκειμένου να εξετάσει κατά πόσον οι όροι αυτοί συμμορφώνονται με τις απαιτήσεις των άρθρων 5 παρ. 4 και 6 παρ. 4 του DMA. Ιδιαίτερο προβληματισμό προκάλεσε το γεγονός ότι, παρά τις νομοθετικές μεταβολές, η Apple εξακολουθεί να διατηρεί σημαντικό βαθμό ελέγχου επί των εναλλακτικών καναλιών διανομής εφαρμογών και της επικοινωνίας μεταξύ προγραμματιστών και χρηστών.

Η εξέλιξη αυτή καταδεικνύει ότι οι ίδιες περίπου ανησυχίες που αναδείχθηκαν στην υπόθεση Apple εξατάζονται πλέον υπό ένα διαφορετικό κανονιστικό πρίσμα. Ενώ η απόφαση του 2024 βασίστηκε στο άρθρο 102 ΣΛΕΕ και προϋπέθετε την απόδειξη κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης, ο DMA επιβάλλει εκ των προτέρων συγκεκριμένες υποχρεώσεις στους ψηφιακούς «πυλωρούς» (*gatekeepers*). Υπό την έννοια αυτή, η υπόθεση Apple αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα της

¹⁶² European Commission, 'Commission sends preliminary findings to Apple and opens additional non-compliance investigation against Apple under the Digital Markets Act' (Press Release, IP/24/3433, 24 June 2024) https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_3433 accessed 5 February 2026.

μετάβασης της Ευρωπαϊκής Ένωσης από την εκ των υστέρων καταστολή ανταγωνιστικών πρακτικών σε ένα προληπτικό μοντέλο ρύθμισης των ψηφιακών αγορών.

5.3. Υπόθεση Google Shopping (AT.39740)

Η υπόθεση *Google Shopping*¹⁶³ αποτελεί μία από τις σημαντικότερες αποφάσεις στον τομέα του δικαίου του ανταγωνισμού και αφορά την κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης από την εταιρεία Google Inc., καθώς και τη μητρική της εταιρεία, Alphabet Inc. Η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η Google αξιοποίησε τη δεσπόζουσα θέση της στη γενική διαδικτυακή αναζήτηση, για να ευνοήσει συστηματικά τη δική της υπηρεσία σύγκρισης τιμών (Google Shopping), εμφανίζοντάς την σε περίοπτη θέση στα αποτελέσματα αναζήτησης, ενώ περιόριζε την ορατότητα των ανταγωνιστικών υπηρεσιών. Η συμπεριφορά αυτή κρίθηκε ότι νόθευε τον ανταγωνισμό στις αγορές υπηρεσιών σύγκρισης τιμών και συνιστούσε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, κατά παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και του άρθρου 54 της Συμφωνίας ΕΟΧ¹⁶⁴.

Η διαδικασία ξεκίνησε το 2010 κατόπιν πληθώρας καταγγελιών. Στις 27 Ιουνίου 2017, η Επιτροπή εξέδωσε την τελική της απόφαση¹⁶⁵ επιβάλλοντας πρόστιμο ύψους 2,42 δισεκατομμυρίων ευρώ στη Google και τη μητρική της εταιρεία Alphabet Inc. Το Γενικό Δικαστήριο το 2021 και το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης¹⁶⁶ το 2024 επικύρωσαν πλήρως τα πορίσματα της Επιτροπής, αναγνωρίζοντας ότι ο συνδυασμός ευνοϊκής προβολής των ιδίων υπηρεσιών και υποβιβασμού των ανταγωνιστών συνιστά καταχρηστική δυσμενή διάκριση.

5.3.1. Ορισμός σχετικής αγοράς και δεσπόζουσα θέση

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή οι σχετικές αγορές προϊόντων είναι δύο: αφενός, η αγορά υπηρεσιών γενικής διαδικτυακής αναζήτησης και, αφετέρου, η αγορά υπηρεσιών σύγκρισης τιμών. Η παροχή υπηρεσιών γενικής αναζήτησης συνιστά διακριτή αγορά προϊόντων, καθώς συνιστά οικονομική δραστηριότητα. Παράλληλα, η Επιτροπή επεσήμανε ότι υφίσταται περιορισμένη δυνατότητα υποκατάστασης, τόσο από την πλευρά της ζήτησης όσο και από την πλευρά της προσφοράς, μεταξύ των υπηρεσιών γενικής αναζήτησης και άλλων διαδικτυακών υπηρεσιών, όπως

¹⁶³ *Google Search (Shopping)* (Case AT.39740) Commission Decision of 27 June 2017.

¹⁶⁴ European Commission, 'Antitrust: Commission fines Google €2.42 billion for abusing dominance as search engine by giving illegal advantage to own comparison shopping service' (Press Release, IP/17/1784, 27 June 2017) https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_17_1784 accessed 2 July 2026.

¹⁶⁵ *Google Shopping* (n 57).

¹⁶⁶ Case C-48/22 P *Google and Alphabet v Commission (Google Shopping)* ECLI:EU:C:2024:726.

οι εξειδικευμένες μηχανές αναζήτησης ή οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης. Το συμπέρασμα αυτό δεν αλλάζει εάν εξεταστούν οι υπηρεσίες γενικής αναζήτησης σε σταθερές συσκευές έναντι των κινητών συσκευών¹⁶⁷.

Περαιτέρω, η παροχή υπηρεσιών σύγκρισης τιμών (*comparison shopping services*) θεωρήθηκε διακριτή σχετική αγορά προϊόντων. Οι εν λόγω υπηρεσίες δεν μπορούν να υποκατασταθούν από άλλες μορφές διαδικτυακής δραστηριότητας, όπως εξειδικευμένες υπηρεσίες αναζήτησης (π.χ. για πτήσεις, ξενοδοχεία ή εστιατόρια), διαδικτυακές διαφημιστικές πλατφόρμες, ηλεκτρονικά καταστήματα, εμπορικές πλατφόρμες τύπου *marketplace* ή ακόμη και μη διαδικτυακά εργαλεία σύγκρισης τιμών. Οι υπηρεσίες αυτές εξυπηρετούν διαφορετική λειτουργία, δηλαδή τη σύγκριση προϊόντων και τιμών από διάφορους εμπόρους, και απευθύνονται σε χρήστες που βρίσκονται σε προχωρημένο στάδιο της αγοραστικής διαδικασίας. Επίσης, η Επιτροπή έκρινε ότι οι σχετικές γεωγραφικές αγορές των υπηρεσιών γενικής αναζήτησης και των υπηρεσιών σύγκρισης τιμών είναι όλες εθνικής εμβέλειας.

Παράλληλα, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή κατέληξε στο συμπέρασμα ότι, ήδη από το έτος 2007, η Google κατέχει δεσπόζουσα θέση σε κάθε εθνική αγορά υπηρεσιών γενικής διαδικτυακής αναζήτησης εντός του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (ΕΟΧ), με μοναδική εξαίρεση την Τσεχική Δημοκρατία, όπου η δεσπόζουσα θέση διαπιστώθηκε από το 2011.

Η διαπίστωση αυτή στηρίχθηκε σε ένα σύνολο παραγόντων που, συνδυαστικά, κατέδειξαν την ισχυρή και σταθερή θέση της επιχείρησης στην αγορά. Αρχικά, η Google κατείχε μερίδια αγοράς που υπερέβαιναν το 90% στις περισσότερες χώρες του ΕΟΧ, γεγονός που αποτύπωνε την σχεδόν καθολική προτίμηση των χρηστών στη μηχανή αναζήτησής της. Επιπλέον, η Επιτροπή εντόπισε σημαντικούς φραγμούς εισόδου και επέκτασης για τους δυνητικούς ανταγωνιστές, οι οποίοι καθιστούσαν εξαιρετικά δυσχερή την ανάπτυξη εναλλακτικών υπηρεσιών. Οι φραγμοί αυτοί οφείλονταν, μεταξύ άλλων, στα αποτελέσματα δικτύου (*network effects*), γεγονός που επιτρέπει τη βελτίωση των αλγορίθμων και της ακρίβειας των αποτελεσμάτων, ενισχύοντας περαιτέρω την ελκυστικότητά της. Ταυτόχρονα, η ισχυρή φήμη και αναγνωρισιμότητα του εμπορικού σήματος της Google αποτελούσαν πρόσθετο εμπόδιο για την είσοδο νέων ανταγωνιστών.

Η Επιτροπή σημείωσε, επίσης, ότι η χρήση πολλαπλών μηχανών αναζήτησης από τους ίδιους χρήστες (*multi-homing*) είναι σπάνια, γεγονός που εντείνει την αφοσίωση των χρηστών σε έναν

¹⁶⁷ Ibid paras 3–6.

πάροχο και περιορίζει περαιτέρω τη δυνατότητα των ανταγωνιστών να αποκτήσουν μερίδιο αγοράς¹⁶⁸.

5.3.2. Καταχρηστικές πρακτικές

Η Google καταχράστηκε τη δεσπόζουσα θέση που κατείχε στην αγορά των υπηρεσιών γενικής διαδικτυακής αναζήτησης, εφαρμόζοντας συστηματική αυτοπροτίμηση (*self-preferencing*), δηλαδή την προνομιακή μεταχείριση των δικών της υπηρεσιών στις σελίδες αποτελεσμάτων. Πιο συγκεκριμένα, τροποποίησε τους αλγόριθμους της ώστε τα αποτελέσματα του Google Shopping να εμφανίζονται σε περίοπτη θέση, συνήθως στο επάνω μέρος της πρώτης σελίδας. Αντιθέτως, οι ανταγωνιστικές υπηρεσίες σύγκρισης τιμών κατατάσσονταν πολύ χαμηλότερα, συχνά πέραν της τέταρτης σελίδας των αποτελεσμάτων.

Η ορατότητα στα αποτελέσματα αναζήτησης είναι κρίσιμος παράγοντας επιτυχίας, καθώς οι πρώτες θέσεις αποσπούν έως και το 95% των κλικ, ενώ η δεύτερη σελίδα λαμβάνει λιγότερο από 1%. Η πρακτική αυτή οδήγησε σε κατακόρυφη πτώση της επισκεψιμότητας των ανταγωνιστών (έως και 92%). Η Google εξασφάλισε ότι η δική της υπηρεσία δεν υπόκειται στους ίδιους αλγοριθμικούς κανόνες ταξινόμησης, καταργώντας την ισότητα των ευκαιριών.

Η συγκεκριμένη πρακτική αποτέλεσε χαρακτηριστικό παράδειγμα της θεωρίας βλάβης της αυτοπροτίμησης (*self-preferencing*), η οποία απαντάται συχνά στις ψηφιακές αγορές. Η βλάβη δεν συνίσταται απαραίτητα σε άμεση αύξηση των τιμών, αλλά στη δυνατότητα μιας δεσπόζουσας πλατφόρμας να αξιοποιεί τον ρόλο της ως αναγκαίας πύλης πρόσβασης (*gateway*) προκειμένου να ευνοεί τις δικές της υπηρεσίες εις βάρος των ανταγωνιστών της. Στην υπόθεση αυτή, η Google μόχλευσε τη δεσπόζουσα θέση που κατείχε στην αγορά γενικής αναζήτησης για να ενισχύσει τη θέση της στην όμορη αγορά υπηρεσιών σύγκρισης τιμών, περιορίζοντας την προβολή των ανταγωνιστικών υπηρεσιών. Η συμπεριφορά αυτή κρίθηκε ικανή να οδηγήσει σε αποκλεισμό ανταγωνιστών, μείωση της καινοτομίας και περιορισμό των επιλογών που διαθέτουν οι καταναλωτές, ακόμη και χωρίς άμεση επιβάρυνση της τιμής των παρεχόμενων υπηρεσιών.

¹⁶⁸ Ibid paras 7–8.

5.3.3. Αποτελέσματα, διορθωτικά μέτρα και δικαστική εξέλιξη

Η Επιτροπή διαπίστωσε ότι οι πρακτικές αυτοπροτίμησης της Google είχαν σημαντικές επιπτώσεις στον ανταγωνισμό μεταξύ των υπηρεσιών σύγκρισης τιμών. Η προνομιακή προβολή του Google Shopping οδήγησε σε εντυπωσιακή αύξηση της επισκεψιμότητάς του, η οποία σε ορισμένες χώρες έφθασε έως και τις 45 φορές σε σχέση με τα προηγούμενα επίπεδα, ενώ οι ανταγωνιστικές υπηρεσίες κατέγραψαν απώλειες επισκεψιμότητας που σε ορισμένες περιπτώσεις ξεπέρασαν το 90%. Κατά την Επιτροπή, οι μεταβολές αυτές δεν μπορούσαν να εξηγηθούν από διαφορές στην ποιότητα των υπηρεσιών, αλλά αποτελούσαν άμεση συνέπεια της προνομιακής μεταχείρισης που απολάμβανε η υπηρεσία της Google.

Λαμβάνοντας υπόψη τη διάρκεια και τη σοβαρότητα της παράβασης, η Επιτροπή επέβαλε στη Google και στη μητρική της εταιρεία Alphabet πρόστιμο ύψους 2,42 δισ. ευρώ και διέταξε την παύση της παράνομης συμπεριφοράς εντός 90 ημερών. Παράλληλα, υποχρέωσε την εταιρεία να διασφαλίσει ίση μεταχείριση μεταξύ της δικής της υπηρεσίας σύγκρισης τιμών και των ανταγωνιστικών υπηρεσιών ως προς την προβολή και κατάταξή τους στα αποτελέσματα αναζήτησης¹⁶⁹.

Η Google προχώρησε στη θέσπιση νέου συστήματος προβολής αποτελεσμάτων, επιτρέποντας σε ανταγωνιστικές υπηρεσίες να συμμετέχουν στις ίδιες διαφημιστικές δημοπρασίες με το Google Shopping. Ωστόσο, η αποτελεσματικότητα των μέτρων αυτών αμφισβητήθηκε από ανταγωνιστές και εθνικές αρχές, ενώ η Επιτροπή συνέχισε να παρακολουθεί τη συμμόρφωση της εταιρείας. Η απόφαση της Επιτροπής επικυρώθηκε επί της ουσίας τόσο από το Γενικό Δικαστήριο¹⁷⁰ (T-612/17) όσο και από το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης το 2024¹⁷¹, προσδίδοντας ιδιαίτερη σημασία στην υπόθεση και εδραιώνοντας την αντίληψη ότι η αυτοπροτίμηση μπορεί, υπό συγκεκριμένες προϋποθέσεις, να συνιστά κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης κατά το άρθρο 102 ΣΛΕΕ.

5.3.4. Το ζήτημα του AEC test

Η απόφαση Google Shopping αποτέλεσε σημείο καμπής και για τη συζήτηση γύρω από την εφαρμογή του κριτηρίου του «εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή» (*as-efficient competitor test*).

¹⁶⁹ European Commission, 'Antitrust: Commission fines Google €2.42 billion for abusing dominance as search engine by giving illegal advantage to own comparison shopping service' (Press Release, IP/17/1784, 27 June 2017) https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_17_1784 accessed 2 July 2026.

¹⁷⁰ *Google Shopping* (GC) (n 57).

¹⁷¹ *Google Shopping* (ECJ) (n 166).

AEC test) στο πλαίσιο του άρθρου 102 ΣΛΕΕ. Η Google υποστήριξε ότι η Επιτροπή όφειλε να εφαρμόσει το εν λόγω τεστ, ώστε να αποδείξει ότι οι ανταγωνιστικές υπηρεσίες σύγκρισης τιμών που αποκλείστηκαν ήταν εξίσου αποτελεσματικές με τη δική της υπηρεσία.

Ωστόσο, το Γενικό Δικαστήριο απέρριψε το επιχείρημα αυτό, επισημαίνοντας ότι το AEC test είναι κατάλληλο κυρίως για την αξιολόγηση τιμολογιακών πρακτικών (όπως η επιθετική τιμολόγηση ή η συμπίεση περιθωρίου κέρδους), ενώ η αυτοπροτίμηση αποτελεί μη τιμολογιακή πρακτική, στην οποία η εφαρμογή του τεστ δεν είναι προφανής ούτε αναγκαία. Κατά το Δικαστήριο, η Επιτροπή μπορεί να αποδείξει τα αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα μιας συμπεριφοράς στηριζόμενη στηριζόμενη σε ποιοτική ανάλυση και εμπειρικά δεδομένα αποκλεισμού, χωρίς να απαιτείται ποσοτική σύγκριση κόστους-τιμής.

Αξιοσημείωτο είναι ότι η προσέγγιση αυτή προκάλεσε έντονη κριτική στη θεωρία, καθώς θεωρήθηκε ότι αποδυναμώνει το «*more economic approach*» που είχε καθιερωθεί στη νομολογία της Intel¹⁷². Κατά τους επικριτές αυτής της προσέγγισης, η εγκατάλειψη του AEC test στερεί από την ανάλυση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ την απαιτούμενη οικονομική αυστηρότητα, ενισχύοντας έναν πιο «φορμαλιστικό» χαρακτήρα του δικαίου του ανταγωνισμού¹⁷³. Υποστηρίζεται ότι η αξιολόγηση των πρακτικών αποκλεισμού χωρίς τη συστηματική εφαρμογή οικονομικών μετρήσεων κινδυνεύει να καταλήξει σε υποκειμενικές κρίσεις περί «αθέμιτης συμπεριφοράς», ιδίως σε περιβάλλοντα, όπως οι ψηφιακές αγορές, όπου η κυριαρχία δεν προκύπτει κατ' ανάγκην από αντιανταγωνιστικές στρατηγικές, αλλά και από τεχνολογική υπεροχή ή αποτελεσματικότερη καινοτομία.

Συνολικά, η απόφαση άνοιξε έναν νέο κύκλο συζήτησης για τα όρια του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και την ανάγκη εξισορρόπησης μεταξύ νομικής βεβαιότητας και ουσιαστικής προστασίας του ανταγωνισμού στις ψηφιακές πλατφόρμες. Ενίσχυσε τη θέση της Επιτροπής ως ρυθμιστή με ευρύτερη διακριτική ευχέρεια, αλλά ταυτόχρονα ανέδειξε τις αδυναμίες του ex post ελέγχου, οδηγώντας τελικά στη θεσμοθέτηση ενός προληπτικού πλαισίου μέσω του Digital Markets Act (DMA).

¹⁷² Case C-413/14 P *Intel Corp v Commission* ECLI:EU:C:2017:632.

¹⁷³ Raphaël De Coninck, 'The As-Efficient Competitor Test: Some Practical Considerations Following the ECJ Intel Judgment' (2018) 4(2) *Competition Law & Policy Debate* 12.

5.3.5. Συμπεράσματα και κριτική αξιολόγηση

Πέραν των ζητημάτων που ανέκυψαν σχετικά με την εφαρμογή του *AEC test*, η υπόθεση *Google Shopping* ανέδειξε ευρύτερους προβληματισμούς για τη λειτουργία του ανταγωνισμού στις ψηφιακές αγορές. Κατά τη γνώμη μας, η σημασία της υπόθεσης δεν έγκειται μόνο στον αποκλεισμό των ανταγωνιστικών υπηρεσιών σύγκρισης τιμών, αλλά και στο γεγονός ότι η Google φαίνεται να απομακρύνθηκε από τη θεμελιώδη αρχή πάνω στην οποία οικοδομήθηκε η επιτυχία της μηχανής αναζήτησής της, δηλαδή την προβολή των πλέον συναφών αποτελεσμάτων προς όφελος των χρηστών. Η προνομιακή μεταχείριση του Google Shopping υποδηλώνει ότι η εταιρεία ήταν διατεθειμένη να θυσιάσει, σε κάποιο βαθμό, την ουδετερότητα και την ποιότητα της αναζήτησης προκειμένου να ενισχύσει τη θέση της σε μια γειτονική αγορά. Η βλάβη, επομένως, δεν περιορίζεται στους ανταγωνιστές, αλλά επεκτείνεται και στους ίδιους τους καταναλωτές, οι οποίοι ενδέχεται να μην λαμβάνουν τα αποτελέσματα που ανταποκρίνονται περισσότερο στις ανάγκες τους.

Παράλληλα, η υπόθεση κατέδειξε ότι στις ψηφιακές αγορές η έννοια του αποκλεισμού αποκτά διαφορετικό περιεχόμενο σε σχέση με τις παραδοσιακές αγορές. Οι ανταγωνιστικές υπηρεσίες δεν στερήθηκαν τυπικά την πρόσβαση στην αγορά ούτε αποκλείστηκαν από τη λειτουργία της μηχανής αναζήτησης της Google. Ωστόσο, μέσω της υποβάθμισης της προβολής τους και της προνομιακής μεταχείρισης της υπηρεσίας Google Shopping, η πρόσβασή τους στους χρήστες κατέστη ουσιαστικά αναποτελεσματική. Η υπόθεση ανέδειξε, επομένως, ότι στις ψηφιακές πλατφόρμες η ορατότητα μπορεί να είναι εξίσου σημαντική με την πρόσβαση, καθώς η δυνατότητα ενός ψηφιακού «πωληρού» να καθορίζει ποια αποτελέσματα θα γίνουν αντιληπτά από τους χρήστες μπορεί να επηρεάσει καθοριστικά τις συνθήκες ανταγωνισμού.

Τέλος, η *Google Shopping* ανέδειξε και τα όρια του παραδοσιακού πλαισίου εφαρμογής του άρθρου 102 ΣΛΕΕ στις ψηφιακές αγορές. Η ανάγκη της Επιτροπής και των δικαστηρίων να προσαρμόσουν υφιστάμενες έννοιες του δικαίου ανταγωνισμού, όπως η μόχλευση ισχύος, η διακριτική μεταχείριση και η αυτοπροτίμηση, καταδεικνύει ότι οι ψηφιακές πλατφόρμες δημιουργούν μορφές οικονομικής ισχύος που δεν εντάσσονται πάντοτε εύκολα στις παραδοσιακές κατηγορίες καταχρηστικής συμπεριφοράς. Επομένως, η υπόθεση δεν αποτελεί μόνο μία σημαντική εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, αλλά και ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα των δυσκολιών που αντιμετωπίζει το παραδοσιακό δίκαιο ανταγωνισμού όταν καλείται να ρυθμίσει πολύπλοκα ψηφιακά οικοσυστήματα. Η εξέλιξη αυτή εξηγεί, σε μεγάλο βαθμό, και τη μεταγενέστερη στροφή της

Ευρωπαϊκής Ένωσης προς ένα περισσότερο προληπτικό κανονιστικό πλαίσιο, το οποίο εκφράζεται πλέον μέσω του Digital Markets Act.

5.3.6. Σύνδεση με το Digital Markets Act

Η υπόθεση *Google Shopping* λειτούργησε ως καταλύτης και προάγγελος της νέας ρυθμιστικής προσέγγισης της Ευρωπαϊκής Ένωσης απέναντι στις μεγάλες ψηφιακές πλατφόρμες. Η εμπειρία της Επιτροπής σε αυτήν την πολυετή διαδικασία κατέδειξε ότι ο παραδοσιακός *ex post* έλεγχος, βασιζόμενος στο Άρθρο 102 ΣΛΕΕ, ήταν ανεπαρκής για να αντιμετωπίσει έγκαιρα και αποτελεσματικά τις στρεβλώσεις που προκαλούν οι πρακτικές αυτοπροτίμησης (*self-preferencing*) σε ταχέως εξελισσόμενες αγορές. Συγκεκριμένα, η επιβολή του προστίμου στη Google, όσο σημαντική κι αν ήταν, δεν κατάφερε να αποκαταστήσει ουσιαστικά τις συνθήκες ανταγωνισμού, καθώς η ζημία των ανταγωνιστών ήταν ήδη μόνιμη και μη αναστρέψιμη.

Το Digital Markets Act (DMA), το οποίο τέθηκε σε ισχύ το 2023, συνιστά την νομοθετική απάντηση σε αυτό το ρυθμιστικό κενό, καθιερώνοντας *ex ante* εποπτεία και σαφείς υποχρεώσεις για τους «πυλωρούς» (*gatekeepers*). Η στενή σύνδεση με την υπόθεση *Google Shopping* είναι εμφανής στο Άρθρο 6.5 DMA¹⁷⁴, το οποίο απαγορεύει ρητά την αυτοπροτίμηση στα αποτελέσματα κατάταξης, απαιτώντας από τους «πυλωρούς» (*gatekeepers*) να εφαρμόζουν δίκαιη και αμερόληπτη προβολή τόσο των δικών τους υπηρεσιών όσο και τρίτων. Ενώ το άρθρο 102 ΣΛΕΕ απαιτεί την απόδειξη αποτελέσματος αποκλεισμού μέσω μίας χρονοβόρας οικονομικής ανάλυσης, το DMA αντιμετωπίζει την αυτοπροτίμηση ως αυτοτελή παράβαση (*per se rule*), μετατοπίζοντας έτσι το επίκεντρο από τη δικαστική διερεύνηση της βλάβης στην κατοχύρωση θεμιτών συνθηκών πρόσβασης και διαφάνειας στις ψηφιακές αγορές.

5.4. Facebook (B6-22/16-Bundeskartellamt)

5.4.1. Facebook και επιχειρηματικό μοντέλο

Η Facebook (νυν Meta) αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες ψηφιακές πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης παγκοσμίως. Το επιχειρηματικό της μοντέλο βασίζεται κυρίως στη συλλογή, επεξεργασία και αξιοποίηση δεδομένων χρηστών για σκοπούς στοχευμένης διαφήμισης. Η αξία της πλατφόρμας αυξάνεται όσο αυξάνεται ο αριθμός των χρηστών και των δεδομένων που παράγονται,

¹⁷⁴ Regulation 2022/1925 (DMA) (n 45) art 6(5).

γεγονός που δημιουργεί ισχυρά δικτυακά αποτελέσματα και σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα έναντι νέων επιχειρήσεων.

Ιδιαίτερη σημασία έχει ότι η Facebook δεν περιορίζεται στη συλλογή δεδομένων που παράγονται εντός της πλατφόρμας της (*on-Facebook data*), αλλά αντλεί πληροφορίες και από άλλες υπηρεσίες του ομίλου, όπως το Instagram και το WhatsApp, καθώς και από ιστοσελίδες και εφαρμογές τρίτων που χρησιμοποιούν εργαλεία της Facebook, όπως Facebook Login, Facebook Analytics και Social Plugins¹⁷⁵.

5.4.2. Ιστορικό

Η υπόθεση ξεκίνησε το 2016, όταν η Γερμανική Αρχή Ανταγωνισμού (*Bundeskartellamt*) διερεύνησε κατά πόσο οι όροι χρήσης της Facebook σχετικά με τη συλλογή και τον συνδυασμό προσωπικών δεδομένων συνιστούσαν κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης. Η έρευνα κατέληξε στην απόφαση της 6ης Φεβρουαρίου 2019¹⁷⁶, με την οποία η Αρχή έκρινε ότι η Facebook εκμεταλλευόταν τη δεσπόζουσα θέση της στην αγορά κοινωνικών δικτύων επιβάλλοντας στους χρήστες δυσμενείς όρους συναλλαγής¹⁷⁷.

Η Facebook προσέβαλε την απόφαση ενώπιον του Ανώτερου Περιφερειακού Δικαστηρίου του Düsseldorf¹⁷⁸, το οποίο ανέστειλε προσωρινά την εφαρμογή της, εκφράζοντας αμφιβολίες ως προς την επάρκεια της απόδειξης της ανταγωνιστικής βλάβης και τη σύνδεση μεταξύ προστασίας προσωπικών δεδομένων και δικαίου ανταγωνισμού.

Ακολούθως, το Ομοσπονδιακό Ανώτατο Δικαστήριο της Γερμανίας (BGH)¹⁷⁹ ανέτρεψε την αναστολή και τάχθηκε υπέρ της προσέγγισης του Bundeskartellamt, ενώ η υπόθεση απασχόλησε και το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης¹⁸⁰ μέσω προδικαστικής παραπομπής σχετικά με τη σχέση μεταξύ ΓΚΠΔ και δικαίου ανταγωνισμού.

¹⁷⁵ Μικρουλέα (n 20) 268.

¹⁷⁶ Bundeskartellamt, 'Decision under Section 32(1) Act against Restraints of Competition in the proceeding B6-22/16 (Facebook)' (6 February 2019)

¹⁷⁷ Μικρουλέα (n 20) 268.

¹⁷⁸ OLG Düsseldorf (Oberlandesgericht) Case VI-P 1/19 [2019]

¹⁷⁹ BGH (Bundesgerichtshof) Case KVZ 13/20 [2020].

¹⁸⁰ Case C-252/21 *Meta Platforms and Others v Bundeskartellamt* ECLI:EU:C:2023:537.

5.4.3. Σχετική αγορά και δεσπόμενη θέση

Η Γερμανική Αρχή Ανταγωνισμού όρισε ως σχετική αγορά την αγορά υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης στη Γερμανία, διακρίνοντάς την από άλλες ψηφιακές υπηρεσίες, όπως οι υπηρεσίες ανταλλαγής μηνυμάτων, οι επαγγελματικές πλατφόρμες δικτύωσης ή οι υπηρεσίες διαμοιρασμού περιεχομένου. Στο πλαίσιο αυτό, διαπίστωσε ότι η Facebook κατείχε δεσπόμενη θέση, με μερίδιο αγοράς που υπερέβαινε το 90% σε όρους ενεργών χρηστών.

Η δεσπόμενη θέση της εταιρείας ενισχυόταν περαιτέρω από ισχυρά δικτυακά αποτελέσματα (*network effects*), καθώς η αξία της πλατφόρμας αυξανόταν όσο αυξανόταν ο αριθμός των χρηστών της. Παράλληλα, παρατηρούνταν σημαντικά φαινόμενα εγκλωβισμού των χρηστών (*lock-in effects*), δεδομένου ότι η μετάβαση σε ανταγωνιστική πλατφόρμα συνεπαγόταν απώλεια κοινωνικών συνδέσεων, ιστορικού δραστηριότητας και συσσωρευμένου ψηφιακού περιεχομένου. Οι παράγοντες αυτοί δημιουργούσαν υψηλά εμπόδια εισόδου για νέους ανταγωνιστές και περιόριζαν ουσιαστικά την ανταγωνιστική πίεση που μπορούσε να ασκηθεί στη Facebook.

5.4.4. Καταχρηστική πρακτική

Η υπόθεση Facebook παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, καθώς δεν αφορά μία κλασική παρεμποδιστική κατάχρηση εις βάρος ανταγωνιστών, αλλά μία μορφή εκμεταλλευτικής κατάχρησης (*exploitative abuse*) εις βάρος των ίδιων των χρηστών της πλατφόρμας.

Ειδικότερα, η Facebook συνέδεε την πρόσβαση και χρήση της πλατφόρμας με την υποχρεωτική αποδοχή όρων που της επέτρεπαν να συλλέγει, να συνδυάζει και να επεξεργάζεται δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα από πολλαπλές πηγές. Πέραν των δεδομένων που παράγονταν εντός του ίδιου του Facebook (*on-Facebook data*), η εταιρεία συγκέντρωνε δεδομένα από άλλες υπηρεσίες του ομίλου, όπως το Instagram και το WhatsApp, καθώς και από ιστοσελίδες και εφαρμογές τρίτων που χρησιμοποιούσαν τεχνολογίες της Facebook, όπως τα *social plugins*, το Facebook Login και το Facebook Analytics.

Κατά το Bundeskartellamt, το κρίσιμο στοιχείο δεν ήταν απλώς η έκταση της συλλογής δεδομένων, αλλά το γεγονός ότι οι χρήστες δεν διέθεταν πραγματική δυνατότητα επιλογής. Η αποδοχή των συγκεκριμένων όρων αποτελούσε προϋπόθεση για τη χρήση της πλατφόρμας, με αποτέλεσμα ο

χρήστης να καλείται είτε να αποδεχθεί την εκτεταμένη συλλογή και ενοποίηση των δεδομένων του είτε να μην χρησιμοποιήσει καθόλου το κοινωνικό δίκτυο¹⁸¹.

Η Αρχή έκρινε ότι οι συγκεκριμένοι όροι συναλλαγής αποκλίνουν ουσιωδώς από εκείνους που θα διαμορφώνονταν σε συνθήκες αποτελεσματικού ανταγωνισμού (*counterfactual analysis*). Σε μια ανταγωνιστική αγορά, οι χρήστες θα είχαν τη δυνατότητα να επιλέξουν εάν επιθυμούν ή όχι τον συνδυασμό των δεδομένων τους από διαφορετικές πηγές. Αντιθέτως, η δεσπόζουσα θέση της Facebook της επέτρεπε να επιβάλλει μονομερώς τους όρους αυτούς χωρίς ουσιαστική διαπραγμάτευση ή δυνατότητα εναλλακτικής επιλογής.

Η θεωρία βλάβης που υιοθέτησε το Bundeskartellamt στηρίχθηκε κυρίως στην έννοια της εκμεταλλευτικής κατάχρησης (*exploitative abuse*) μέσω επιβολής αθέμιτων όρων συναλλαγής. Η βλάβη δεν συνίστατο απλώς στη συλλογή δεδομένων καθαυτή, αλλά στην απουσία πραγματικής δυνατότητας επιλογής εκ μέρους των χρηστών. Με άλλα λόγια, η πρόσβαση στο κοινωνικό δίκτυο εξαρτούνταν από την αποδοχή μιας εκτεταμένης και υποχρεωτικής επεξεργασίας προσωπικών δεδομένων, γεγονός που περιόριζε την πληροφοριακή αυτονομία και την ελευθερία επιλογής των χρηστών¹⁸².

Παράλληλα, η Αρχή θεώρησε ότι η πρακτική αυτή παρήγαγε και δευτερογενείς αντιανταγωνιστικές επιπτώσεις. Η απεριόριστη συγκέντρωση δεδομένων ενίσχυε διαρκώς το πληροφοριακό πλεονέκτημα της Facebook. Το γεγονός αυτό της επέτρεπε να βελτιώνει διαρκώς τους αλγορίθμους της και να μονοπωλεί την αγορά της ψηφιακής διαφήμισης, αποκλείοντας κάθε δυνητικό ανταγωνιστή.

5.4.5. Αποτελέσματα και διορθωτικά μέτρα

Η απόφαση του Bundeskartellamt είχε ιδιαίτερη σημασία, καθώς αποτέλεσε μία από τις πρώτες περιπτώσεις στις οποίες αρχή ανταγωνισμού συνέδεσε ευθέως την προστασία των προσωπικών δεδομένων με την κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης. Η Αρχή έκρινε ότι η υποχρεωτική συλλογή και ο συνδυασμός δεδομένων από διαφορετικές πηγές επέτρεπαν στη Facebook να ενισχύει διαρκώς την οικονομική της ισχύ, ενώ παράλληλα περιόριζαν την ελευθερία επιλογής των χρηστών και δημιουργούσαν πρόσθετα εμπόδια εισόδου για τους ανταγωνιστές.

¹⁸¹ Μικρουλέα (n 20) 268.

¹⁸² Μικρουλέα (n 20) 269–270.

Για τον λόγο αυτό, το Bundeskartellamt υποχρέωσε τη Facebook να παύσει τη συνδυασμένη επεξεργασία δεδομένων χρηστών χωρίς την παροχή έγκυρης και ελεύθερης συγκατάθεσης. Ειδικότερα, η εταιρεία όφειλε να διαχωρίσει τα δεδομένα που συλλέγονταν μέσω του Facebook από εκείνα που προέρχονταν από το Instagram, το WhatsApp και τρίτες ιστοσελίδες ή εφαρμογές και να επιτρέπει στους χρήστες να αποφασίζουν ελεύθερα εάν επιθυμούν τον συνδυασμό τους. Η πρόσβαση στην πλατφόρμα δεν μπορούσε πλέον να εξαρτάται από την αποδοχή της εκτεταμένης αυτής επεξεργασίας δεδομένων.

5.4.6. Δικαστική εξέλιξη της υπόθεσης

Η απόφαση της Γερμανικής Αρχής πυροδότησε μια έντονη και μακρά δικαστική διαμάχη, η οποία επαναπροσδιόρισε τα όρια της αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας στην ψηφιακή οικονομία. Μετά την προσφυγή της Facebook, το Ανώτερο Περιφερειακό Δικαστήριο του Ντίσελντορφ εξέφρασε έντονες επιφυλάξεις. Το δικαστήριο έκρινε αρχικά ότι μια παραβίαση των κανόνων προστασίας δεδομένων δεν μπορεί αυτόματα να στοιχειοθετήσει κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, καθώς στερείται άμεσης σύνδεσης με την αγοραία συμπεριφορά.

Η ανατροπή ήρθε από το Ομοσπονδιακό Ανώτατο Δικαστήριο της Γερμανίας (BGH) το έτος 2020. Το BGH επικύρωσε τη φιλοσοφία του Bundeskartellamt, τονίζοντας ότι η εκμετάλλευση των καταναλωτών μέσω της επιβολής αθέμιτων όρων συλλογής δεδομένων συνιστά κλασική περίπτωση βλάβης του ανταγωνισμού. Το Ανώτατο Δικαστήριο εστίασε στην προστασία της ελευθερίας επιλογής ως αυτοτελούς παραμέτρου της αγοράς.

Η τελική νομική θεμελίωση επήλθε τον Ιούλιο του 2023, με την έκδοση της ιστορικής απόφασης του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην υπόθεση C-252/21¹⁸³. Το ΔΕΕ ξεκαθάρισε ότι οι αρχές ανταγωνισμού έχουν πλήρη αρμοδιότητα, κατά την εξέταση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, να λαμβάνουν υπόψη τη συμβατότητα της συμπεριφοράς μιας επιχείρησης με τον ΓΚΠΔ (GDPR).

Το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο αναγνώρισε ότι η συμμόρφωση με τους κανόνες προστασίας δεδομένων αποτελεί κρίσιμο στοιχείο για την αξιολόγηση του αθέμιτου χαρακτήρα των όρων συναλλαγής. Επιπλέον, το ΔΕΕ προχώρησε σε μια κομβική διαπίστωση: η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης δημιουργεί μια εγγενή δομική ανισορροπία ισχύος μεταξύ της πλατφόρμας και του χρήστη. Η

¹⁸³ Case C-252/21 *Meta Platforms* (n 180).

ανισορροπία αυτή καθιστά εξαιρετικά αμφίβολη την εγκυρότητα και την ελευθερία της συγκατάθεσης που δίνουν οι καταναλωτές, καθώς αυτοί στερούνται εναλλακτικών επιλογών.

5.4.7. Κριτική-Συμπεράσματα

Η υπόθεση αυτή άλλαξε ριζικά το παράδειγμα στην ανάλυση του δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού στις ψηφιακές αγορές. Η βασικότερη συμβολή της έγκειται στην επίσημη αναγνώριση των δεδομένων ως αυτοτελούς πηγής και μοχλού οικονομικής και μονοπωλιακής ισχύος. Σε αγορές μηδενικού χρηματικού τιμήματος, η παραδοσιακή τιμοκεντρική προσέγγιση αποδεικνύεται εντελώς ανεπαρκής.

Η κριτική αποτίμηση της υπόθεσης καταδεικνύει ότι η αντιανταγωνιστική βλάβη μπορεί να εκδηλωθεί με τη μορφή ποιοτικής υποβάθμισης (*degradation of quality*) των όρων διαβίωσης των χρηστών στην αγορά, μέσω της βίαιης αποστέρησης της ιδιωτικότητάς τους. Η Facebook δεν επέβαλε χρηματικό κόστος, αλλά επέβαλε ένα δυσβάσταχτο «κόστος ιδιωτικότητας». Συμπερασματικά, η υπόθεση αυτή γεφύρωσε το χάσμα μεταξύ δύο διαφορετικών κλάδων του δικαίου: του δικαίου ανταγωνισμού και του δικαίου προστασίας προσωπικών δεδομένων. Κατέδειξε ότι στην ψηφιακή οικονομία η προστασία των καταναλωτών είναι πολυεπίπεδη.

Ωστόσο, η μακρά δικαστική διαδρομή (2016-2023) ανέδειξε εκ νέου τα εγγενή όρια του ex-post ελέγχου του άρθρου 102 ΣΛΕΕ. Οι αρχές ανταγωνισμού χρειάστηκαν επτά ολόκληρα έτη για να τεκμηριώσουν και να επικυρώσουν δικαστικά την παρανομία των όρων συλλογής δεδομένων. Στο διάστημα αυτό, η Facebook συνέχισε να συσσωρεύει δεδομένα και να εδραιώνει τη μονοπωλιακή της κυριαρχία. Η αδυναμία αυτή αποτέλεσε το βασικό έναυσμα για τη σταδιακή διαμόρφωση του Digital Markets Act (DMA). Συγκεκριμένα, το άρθρο 5.2 του DMA απαγορεύει πλέον ρητά ex-ante στους «πυλωρούς» (gatekeepers) να συνδυάζουν δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα από διαφορετικές υπηρεσίες τους, χωρίς την παροχή ειδικής και ελεύθερης επιλογής στον χρήστη, μετατρέποντας τη θεωρία βλάβης της υπόθεσης Facebook σε άμεσο νομοθετικό κανόνα¹⁸⁴.

¹⁸⁴ Regulation 2022/1925 (DMA) (n 45) art 5(2)(a): «Ο ρυθμιστής της πρόσβασης δεν: α) συνδυάζει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που προέρχονται από τις εν λόγω βασικές υπηρεσίες πλατφόρμας με δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που συλλέγονται από οποιοσδήποτε άλλες υπηρεσίες παρέχονται από τον ρυθμιστή της πρόσβασης [...]».

5.5. Microsoft Teams (ΑΤ. 40739)

5.5.1. Ιστορικό

Η υπόθεση Microsoft Teams αποτελεί μία από τις πιο πρόσφατες και σημαντικές παρεμβάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στον τομέα του λογισμικού και των ψηφιακών υπηρεσιών παραγωγικότητας. Αντικείμενο της έρευνας αποτέλεσε η στρατηγική της Microsoft να ενσωματώνει υποχρεωτικά την εφαρμογή επικοινωνίας και συνεργασίας Teams στις κορυφαίες συνδρομητικές σουίτες λογισμικού Office 365 και Microsoft 365.

Η έρευνα ξεκίνησε τον Ιούλιο του 2020, έπειτα από καταγγελία της Slack Technologies, ανταγωνίστριας εταιρείας στον τομέα των εργαλείων επιχειρησιακής επικοινωνίας¹⁸⁵. Σύμφωνα με τους ισχυρισμούς της Slack, η Microsoft προέβαινε σε παράνομη και καταχρηστική δεσμοποίηση προϊόντων. Εκμεταλλευόμενη την απόλυτη κυριαρχία της στο επιχειρηματικό λογισμικό, ενσωμάτωνε το Teams στις σουίτες της χωρίς ξεχωριστή χρέωση. Με τον τρόπο αυτό, απέκλειε τεχνητά τους ανταγωνιστές της και στερούσε από τις επιχειρήσεις τη δυνατότητα να επιλέξουν αυτόνομα το εργαλείο επικοινωνίας της αρεσκείας τους.

Κατόπιν προκαταρκτικής εξέτασης, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διαπίστωσε ότι οι ανησυχίες ήταν βάσιμες. Τον Ιούλιο του 2023, η Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού (DG Comp) κίνησε επίσημη, σε βάθος έρευνα για πιθανή παραβίαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, εκδίδοντας την επίσημη απόφαση έναρξης της αντιμονοπωλιακής διαδικασίας προκειμένου να αξιολογηθούν οι πρακτικές δεσμοποίησης.

5.5.2. Σχετική αγορά και δεσπόζουσα θέση

Η Επιτροπή εξέτασε δύο διακριτές αλλά αλληλένδετες αγορές: αφενός, την αγορά λογισμικού παραγωγικότητας για επιχειρήσεις, η οποία περιλαμβάνει εφαρμογές όπως το Word, το Excel, το PowerPoint και το Outlook. Στην αγορά αυτή η Microsoft κατέχει επί σειρά ετών εξαιρετικά υψηλά μερίδια αγοράς και αποτελεί τον κυρίαρχο πάροχο επιχειρησιακού λογισμικού παγκοσμίως.

Αφετέρου, εξετάστηκε η αγορά εφαρμογών επικοινωνίας και συνεργασίας (*business communication and collaboration tools*), στην οποία δραστηριοποιούνται προϊόντα όπως το Microsoft Teams, το Slack, το Zoom, το Google Meet και άλλες πλατφόρμες εταιρικής επικοινωνίας.

¹⁸⁵ Case AT.40739 *Microsoft Teams* (European Commission, Statement of Objections, 25 June 2024).

Όσον αφορά την πρώτη αγορά (λογισμικό παραγωγικότητας), η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η Microsoft κατείχε επί σειρά δεκαετιών μια ακλόνητη δεσπόζουσα θέση, με μερίδια αγοράς που άγγιζαν ή και ξεπερνούσαν το 80% παγκοσμίως. Το Office αποτελούσε το *de facto* πρότυπο (*standard*) για τη λειτουργία των επιχειρήσεων, γεγονός που καθιστούσε τη Microsoft απαραίτητο εμπορικό εταίρο.

Η ισχύς αυτή παρείχε στην εταιρεία τη δυνατότητα να ελέγχει ένα εκτεταμένο ψηφιακό οικοσύστημα. Η Επιτροπή έκρινε ότι η Microsoft είχε τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει αυτή την κυριαρχία ως εφαλτήριο, προκειμένου να επηρεάσει καθοριστικά τις συνθήκες ανταγωνισμού στη δεύτερη αγορά (εργαλεία επικοινωνίας).

Η αγορά των εφαρμογών συνεργασίας χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη εξαιρετικά έντονων δικτυακών αποτελεσμάτων (*network effects*). Η χρησιμότητα μιας πλατφόρμας επικοινωνίας αυξάνεται ραγδαία όσο περισσότεροι εργαζόμενοι και επιχειρήσεις την υιοθετούν. Συνεπώς, η απόκτηση πρόσβασης σε μια ήδη εδραιωμένη βάση εκατομμυρίων χρηστών παρείχε στη Microsoft ένα ανυπέρβλητο και μη αξιοκρατικό πλεονέκτημα εκκίνησης, περιορίζοντας τη διεκδικησιμότητα της αγοράς.

5.5.3. Καταχρηστική πρακτική και θεωρία βλάβης

Η υπόθεση επικεντρώνεται στην πρακτική της σύνδεσης (*bundling*) του Microsoft Teams με τις συνδρομητικές υπηρεσίες Office 365 και Microsoft 365. Η Επιτροπή εξέφρασε την ανησυχία ότι η Microsoft δεν περιορίστηκε στην ανάπτυξη ενός ανταγωνιστικού προϊόντος, αλλά αξιοποίησε τη δεσπόζουσα θέση της στην αγορά λογισμικού παραγωγικότητας για να ενισχύσει τεχνητά τη θέση του Teams στην αγορά εφαρμογών επικοινωνίας και συνεργασίας.

Συγκεκριμένα, οι πελάτες που προμηθεύονταν το Office 365 αποκτούσαν αυτομάτως πρόσβαση στο Teams χωρίς επιπλέον κόστος. Με τον τρόπο αυτό, το Teams αποκτούσε άμεση πρόσβαση στην ήδη εγκατεστημένη πελατειακή βάση της Microsoft, ενώ οι ανταγωνιστικές εφαρμογές, όπως το Slack, έπρεπε να πείσουν τις επιχειρήσεις να υιοθετήσουν ξεχωριστά τις δικές τους υπηρεσίες¹⁸⁶.

Η θεωρία βλάβης που υιοθέτησε η Επιτροπή βασίζεται στην έννοια της μόχλευσης ισχύος (*leveraging*) και του αποκλεισμού ανταγωνιστών (*foreclosure*). Σύμφωνα με την προσέγγιση αυτή,

¹⁸⁶ Microsoft, 'Changes to Microsoft 365 and Office 365 Licensing in the European Economic Area and Switzerland' (Microsoft Licensing News, 31 August 2023) <https://www.microsoft.com/en-us/licensing/news/m365-o365-changes-eea> accessed 3 March 2026.

μία επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση σε μία αγορά μπορεί να αξιοποιήσει την ισχύ αυτή προκειμένου να αποκτήσει πλεονέκτημα σε μία γειτονική αγορά, χωρίς να ανταγωνίζεται αποκλειστικά βάσει των χαρακτηριστικών ή της ποιότητας του προϊόντος της. Στην εξεταζόμενη περίπτωση, η ανησυχία της Επιτροπής δεν αφορούσε την ύπαρξη του Teams ως ανταγωνιστικού προϊόντος, αλλά το γεγονός ότι η σύνδεσή του με τις σουίτες Office μπορούσε να περιορίσει τη δυνατότητα των ανταγωνιστικών εφαρμογών να προσεγγίσουν επιχειρησιακούς χρήστες υπό συνθήκες αποτελεσματικού ανταγωνισμού.

Επιπλέον, η Επιτροπή εξέτασε τη θεωρία βλάβης που σχετίζεται με τον περιορισμό της διαλειτουργικότητας (*interoperability*). Υπήρχαν σοβαρές υπόνοιες ότι η Microsoft δυσχέραινε εσκεμμένα τη σύνδεση των ανταγωνιστικών εφαρμογών (όπως το Slack ή το Zoom) με τις δικές της εφαρμογές Office¹⁸⁷. Αντίθετα, το Teams απολάμβανε πλήρη, ομαλή και αποκλειστική ενσωμάτωση στο οικοσύστημα των Windows.

Η συμπεριφορά αυτή κρίθηκε ικανή να παγιώσει φαινόμενα εγκλωβισμού των χρηστών (*lock-in effects*). Καθιστούσε τη μετάβαση σε άλλα εργαλεία εξαιρετικά δυσχερή και κοστοβόρα για τα τμήματα πληροφορικής των επιχειρήσεων. Το αποτέλεσμα ήταν ο κίνδυνος σταδιακής περιθωριοποίησης και οριστικού αποκλεισμού των ανεξάρτητων παρόχων λογισμικού, με τελικό αντίκτυπο τη μείωση των επιλογών και τον περιορισμό της καινοτομίας στην αγορά.

5.5.4. Αποτελέσματα και διορθωτικά μέτρα

Η υπόθεση Microsoft Teams δεν κατέληξε, μέχρι σήμερα, σε οριστική καταδικαστική απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Ωστόσο, η έρευνα της Επιτροπής οδήγησε τη Microsoft στην υιοθέτηση σειράς μέτρων με σκοπό την αντιμετώπιση των ανησυχιών περί περιορισμού του ανταγωνισμού.

Προκειμένου να προλάβει μια επικείμενη καταδίκη, η Microsoft ανακοίνωσε το καλοκαίρι του 2023 τη λήψη ορισμένων εθελοντικών διορθωτικών μέτρων συμπεριφοράς. Το βασικότερο μέτρο συνίστατο στον πλήρη εμπορικό διαχωρισμό (*unbundling*) του Teams από τις σουίτες Office 365 και Microsoft 365. Το μέτρο αυτό εφαρμόστηκε αρχικά τον Οκτώβριο του 2023 για όλους τους νέους εταιρικούς πελάτες εντός του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (ΕΟΧ) και της Ελβετίας.

¹⁸⁷ *Microsoft Teams* (n 185) (European Commission, Statement of Objections, 25 June 2024).

Ακολούθως, τον Απρίλιο του 2024, η Microsoft αναγκάστηκε να επεκτείνει τον διαχωρισμό αυτό σε παγκόσμια κλίμακα¹⁸⁸. Οι επιχειρήσεις έχουν πλέον τη δυνατότητα να αγοράζουν τις σουίτες Office σε χαμηλότερη τιμή, χωρίς να περιλαμβάνεται το Teams, ενώ το Teams διατίθεται ως αυτόνομο προϊόν με ξεχωριστή τιμολόγηση.

Παράλληλα, η εταιρεία δεσμεύτηκε να βελτιώσει σημαντικά τους μηχανισμούς διαλειτουργικότητας. Δημιούργησε νέες, ανοιχτές πύλες προγραμματισμού εφαρμογών (APIs), διευκολύνοντας τις ανταγωνιστικές πλατφόρμες επικοινωνίας να συνδέονται απρόσκοπτα με το Word, το Excel και το Outlook. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή χαιρέτισε τα μέτρα αυτά, αλλά συνέχισε να παρακολουθεί στενά την αγορά προκειμένου να διαπιστώσει εάν τα συγκεκριμένα βήματα επαρκούν για την πλήρη αποκατάσταση του υγιούς ανταγωνισμού.

5.5.5. Κριτική-Συμπεράσματα

Η υπόθεση *Microsoft Teams* παρουσιάζει σημαντικές ομοιότητες με παλαιότερες υποθέσεις της Microsoft, όπως οι υποθέσεις *Windows Media Player*¹⁸⁹ και *Internet Explorer*¹⁹⁰, καθώς και με την υπόθεση *Google Android*¹⁹¹. Κοινό στοιχείο όλων αυτών των περιπτώσεων είναι η προσπάθεια μιας επιχείρησης να αξιοποιήσει τη δεσπόζουσα θέση της σε μία αγορά προκειμένου να ενισχύσει τη θέση της σε μια γειτονική αγορά μέσω πρακτικών σύνδεσης προϊόντων (*tying* ή *bundling*).

Ωστόσο, η υπόθεση *Teams* αναδεικνύει μια σημαντική ιδιαιτερότητα των σύγχρονων ψηφιακών αγορών. Η αντιανταγωνιστική ισχύς δεν πηγάζει πλέον από τον έλεγχο ενός μεμονωμένου προϊόντος, αλλά από τη συνολική αρχιτεκτονική και τη δύναμη των ψηφιακών οικοσυστημάτων. Όταν μια επιχείρηση ελέγχει την κεντρική υποδομή παραγωγικότητας μιας εταιρείας, μπορεί να επιβάλλει συμπληρωματικές υπηρεσίες με μηδενικό οριακό κόστος διανομής, εκμηδενίζοντας κάθε ανεξάρτητο ανταγωνιστή.

Η υπόθεση αυτή φέρνει στο προσκήνιο το εξαιρετικά δυσδιάκριτο όριο μεταξύ της θεμιτής τεχνολογικής καινοτομίας και της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης. Η ενσωμάτωση νέων λειτουργιών σε ένα υφιστάμενο λογισμικό αποτελεί συχνά στοιχείο προόδου που μειώνει το κόστος για τον τελικό καταναλωτή. Όταν όμως η ενσωμάτωση αυτή χρησιμοποιείται στρατηγικά

¹⁸⁸ Microsoft, 'Globally Consistent Licensing for Microsoft 365' (Microsoft Licensing News, 1 April 2024) <https://www.microsoft.com/en-us/licensing/news/microsoft365-teams-ww> accessed 3 March 2026.

¹⁸⁹ *Microsoft* (n 36)

¹⁹⁰ Case COMP/C-3/39.530 *Microsoft (Internet Explorer)* (European Commission Decision, 16 December 2009)

¹⁹¹ *Google Android* (n 34)

για τον αποκλεισμό εξίσου αποτελεσματικών ανταγωνιστών, τότε μετατρέπεται σε παράνομη συμπεριφορά.

Τέλος, η υπόθεση καταδεικνύει τη μετατόπιση του ενδιαφέροντος των αρχών ανταγωνισμού από τις παραδοσιακές μορφές κατάχρησης προς τον έλεγχο των ψηφιακών οικοσυστημάτων. Η σημασία της δεν έγκειται μόνο στη σχέση μεταξύ Office και Teams, αλλά κυρίως στο γεγονός ότι αναδεικνύει τον τρόπο με τον οποίο οι μεγάλες ψηφιακές πλατφόρμες μπορούν να αξιοποιούν τη θέση τους ως «πυλωροί» (gatekeepers) για να επεκτείνουν την επιρροή τους σε γειτονικές αγορές. Υπό το πρίσμα αυτό, η υπόθεση συνδέεται άμεσα με τη φιλοσοφία του Digital Markets Act, ο οποίος επιχειρεί να αντιμετωπίσει προληπτικά παρόμοια φαινόμενα πριν αυτά οδηγήσουν σε ουσιαστικό αποκλεισμό του ανταγωνισμού.

5.6. Συμπεράσματα Κεφαλαίου

Μέσα από την αναλυτική εξέταση των μελετών περίπτωσης στο Πέμπτο Κεφάλαιο (*Google Android, Apple App Store, Google Shopping, Facebook και Microsoft Teams*) αναδείχθηκαν οι αντικειμενικές δυσκολίες που συναντά η *ex-post* παρέμβαση βάσει του άρθρου 102 ΣΛΕΕ. Η πολυετής διάρκεια των ερευνών, η μεγάλη πολυπλοκότητα των οικονομικών αναλύσεων, καθώς και το γεγονός ότι οι συνθήκες στην αγορά συχνά παγιώνονται οριστικά υπέρ των ισχυρών πλατφορμών πριν καν εκδοθεί μια τελική απόφαση, απέδειξαν ότι το παραδοσιακό δίκαιο ανταγωνισμού δυσκολεύεται να ανταποκριθεί στους γρήγορους ρυθμούς εξέλιξης των ψηφιακών οικοσυστημάτων. Οι ίδιες αυτές δικαστικές υποθέσεις, ωστόσο, προσέφεραν στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή την αναγκαία εμπειρία για μια θεμελιώδη αλλαγή στρατηγικής. Για να αντιμετωπιστεί αυτό το έλλειμμα έγκαιρης παρέμβασης, το Έκτο Κεφάλαιο αναλύει τη σύγχρονη ευρωπαϊκή κανονιστική απάντηση, εστιάζοντας στην *ex-ante* ρύθμιση του Digital Markets Act (DMA) και της ευρύτερης ψηφιακής δέσμης κανόνων (DSA, Data Act) που αναδιαμορφώνουν τη διακυβέρνηση του διαδικτύου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ: Η νέα ευρωπαϊκή προσέγγιση για τη ρύθμιση των ψηφιακών αγορών

6.1. Ο Digital Markets Act ως απάντηση στις προκλήσεις των ψηφιακών αγορών

Η σταδιακή ανάδυση των ψηφιακών πυλωρών και οι περιορισμοί που παρουσίασε η εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ στις ψηφιακές αγορές οδήγησαν την Ευρωπαϊκή Ένωση στην υιοθέτηση ενός

νέου κανονιστικού πλαισίου. Η Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές (Digital Markets Act-DMA)¹⁹² τέθηκε σε ισχύ τον Νοέμβριο του 2022 και αποτελεί το πρώτο ολοκληρωμένο ευρωπαϊκό νομοθετικό εργαλείο που επιδιώκει να αντιμετωπίσει προληπτικά τις στρεβλώσεις του ανταγωνισμού που συνδέονται με τη λειτουργία των ψηφιακών πυλωρών.

Παράλληλα, ο DMA εντάσσεται σε ένα ευρύτερο και συνεκτικό ρυθμιστικό πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την ψηφιακή οικονομία. Το πλαίσιο αυτό συμπληρώνεται από την Πράξη για τις Ψηφιακές Υπηρεσίες (DSA)¹⁹³, την Πράξη για τα Δεδομένα (Data Act)¹⁹⁴, καθώς και την Πράξη για την Τεχνητή Νοημοσύνη (AI Act)¹⁹⁵. Η συγκεκριμένη δέσμη κανόνων υλοποιεί την επίσημη στρατηγική της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τη διαμόρφωση του ψηφιακού μέλλοντος της Ευρώπης, η οποία θέτει τις βάσεις για μια ανθρωποκεντρική ψηφιακή μετάβαση¹⁹⁶. Βασική επιδίωξη είναι η τεχνολογία να αναπτύσσεται προς όφελος των πολιτών και της δημοκρατίας. Ταυτόχρονα, προάγονται ανταγωνιστικές, βιώσιμες και ανοιχτές ψηφιακές αγορές, σε πλήρη αρμονία με τις αξίες και τα θεμελιώδη δικαιώματα της Ένωσης.

Σε αντίθεση με το παραδοσιακό δίκαιο ανταγωνισμού, το οποίο ενεργοποιείται εκ των υστέρων μετά τη διαπίστωση παράβασης, ο DMA υιοθετεί μια *ex ante* προσέγγιση. Επιβάλλει σαφείς και συγκεκριμένες υποχρεώσεις ή απαγορεύσεις στις επιχειρήσεις που έχουν χαρακτηριστεί επίσημα ως «πυλωροί» (gatekeepers).

Η υιοθέτηση του DMA δεν αποσκοπεί στην αντικατάσταση των άρθρων 101 και 102 ΣΛΕΕ, αλλά στη συμπλήρωσή τους. Η εμπειρία από υποθέσεις όπως οι *Google Shopping*, *Google Android*, *Apple App Store Practices* και *Facebook/Bundeskartellamt* κατέδειξε ότι ορισμένες πρακτικές εμφανίζονται επανειλημμένα στις ψηφιακές αγορές και συνδέονται άμεσα με την ισχύ των πυλωρών. Για τον λόγο αυτό, ο ενωσιακός νομοθέτης επέλεξε να μετατρέψει τις πρακτικές αυτές σε εκ των προτέρων απαγορεύσεις και υποχρεώσεις συμμόρφωσης. Με τη μεθοδολογία αυτή, παρακάμπτεται η

¹⁹² Regulation 2022/1925 (DMA) (n 45).

¹⁹³ Regulation (EU) 2022/2065 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act) [2022] OJ L277/1.

¹⁹⁴ Regulation (EU) 2023/2854 on harmonised rules on fair access to and use of data and amending Regulation (EU) 2017/2394 and Directive (EU) 2020/1828 (Data Act) [2023] OJ L325/1.

¹⁹⁵ Regulation (EU) 2024/1689 laying down harmonised rules on artificial intelligence and amending Regulations (EC) No 300/2008, (EU) No 167/2013, (EU) No 168/2013, (EU) 2018/858, (EU) 2018/1139 and (EU) 2019/2144 and Directives 2014/90/EU, 2014/93/EU and (EU) 2020/1828 (Artificial Intelligence Act) [2024] OJ L1689/1.

¹⁹⁶ European Commission, 'Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: Shaping Europe's digital future' COM(2020) 67 final, 1-4.

χρονοβόρος διαδικασία απόδειξης της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης και των επιπτώσεών της σε κάθε μεμονωμένη περίπτωση.

6.1.1. Οι υποχρεώσεις και οι απαγορεύσεις των ρυθμιστών πρόσβασης

Οι υποχρεώσεις που εισάγει ο DMA μπορούν να ομαδοποιηθούν σε τέσσερις βασικές κατηγορίες: α)τον περιορισμό πρακτικών εκμετάλλευσης και μόχλευσης ισχύος, β)την ενίσχυση της διαλειτουργικότητας και της πρόσβασης στα δεδομένα, γ)την αντιμετώπιση των φαινομένων εγκλωβισμού των χρηστών και δ)την ενίσχυση της διαφάνειας στην ψηφιακή διαφήμιση.

Αρχικά, ο DMA επιδιώκει να περιορίσει πρακτικές μέσω των οποίων οι πυλωροί αξιοποιούν την ισχύ τους σε μία αγορά προκειμένου να αποκτήσουν αθέμιτα πλεονεκτήματα σε γειτονικές αγορές¹⁹⁷. Στο πλαίσιο αυτό απαγορεύεται, μεταξύ άλλων, η ευνοϊκή μεταχείριση των ιδίων υπηρεσιών του πυλωρού έναντι ανταγωνιστικών υπηρεσιών (*self-preferencing*), η χρήση μη δημόσιων δεδομένων επιχειρηματικών χρηστών για ανταγωνιστικούς σκοπούς, καθώς και ο συνδυασμός δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από διαφορετικές υπηρεσίες χωρίς τη συγκατάθεση του χρήστη (άρθρα 6.5 και 5.2). Οι ρυθμίσεις αυτές αντανakλούν σε σημαντικό βαθμό τα προβλήματα που αναδείχθηκαν στις υποθέσεις *Google Shopping* και *Facebook/Bundeskartellamt*.

Δεύτερον, ιδιαίτερη σημασία έχει η κατάργηση των λεγόμενων *anti-steering* περιορισμών (άρθρο 5.4)¹⁹⁸. Οι επιχειρηματικοί χρήστες αποκτούν το δικαίωμα να επικοινωνούν απευθείας με τους πελάτες τους, να τους ενημερώνουν για εναλλακτικές προσφορές και να συνάπτουν συμβάσεις εκτός της πλατφόρμας του πυλωρού¹⁹⁹. Η ρύθμιση αυτή συνδέεται άμεσα με τα ζητήματα που αναδείχθηκαν στην υπόθεση *Apple App Store Practices*²⁰⁰, όπου η Apple εμπόδιζε τους παρόχους μουσικής ροής να ενημερώνουν τους χρήστες για φθηνότερες συνδρομές εκτός του App Store.

Τρίτον, ο DMA επιδιώκει να περιορίσει τα φαινόμενα εγκλωβισμού (*lock-in*) που χαρακτηρίζουν τα ψηφιακά οικοσυστήματα. Για τον σκοπό αυτό εισάγει υποχρεώσεις διαλειτουργικότητας (*interoperability*) και φορητότητας δεδομένων (*data portability*), επιτρέποντας στους χρήστες και

¹⁹⁷ Επιτροπή Ανταγωνισμού, *Η Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές (DMA) - Σύντομος Οδηγός* (2025).

¹⁹⁸ Regulation 2022/1925 (DMA) (n 138) art 5(4): «Ο ρυθμιστής της πρόσβασης επιτρέπει στους επιχειρηματικούς χρήστες, δωρεάν, να επικοινωνούν με τους τελικούς χρήστες που αποκτώνται μέσω της βασικής υπηρεσίας πλατφόρμας ή μέσω άλλων διαύλων και να προωθούν προσφορές σε αυτούς, καθώς και να συνάπτουν συμβάσεις με τους εν λόγω τελικούς χρήστες [...]».

¹⁹⁹ Επιτροπή Ανταγωνισμού (n 34).

²⁰⁰ *Apple App Store Practices* (n 59).

στις επιχειρήσεις να μεταφέρουν ευκολότερα τα δεδομένα τους και να χρησιμοποιούν εναλλακτικές υπηρεσίες (άρθρα 6.4, 6.7, 6.12 και 7). Η λογική των ρυθμίσεων αυτών βασίζεται στην παραδοχή ότι η αποτελεσματική κινητικότητα των χρηστών αποτελεί βασική προϋπόθεση για τη διατήρηση του ανταγωνισμού. Όσο δυσκολότερη είναι η αποχώρηση ενός χρήστη από ένα οικοσύστημα, τόσο ισχυρότερη καθίσταται η θέση του πυλωρού και τόσο δυσχερέστερη η είσοδος νέων ανταγωνιστών.

Τέταρτον, ιδιαίτερη βαρύτητα αποδίδεται στη διαφάνεια και στην πρόσβαση στα δεδομένα. Οι πυλωροί υποχρεούνται να παρέχουν στους επαγγελματίες χρήστες πρόσβαση στα δεδομένα που παράγονται κατά τη χρήση της πλατφόρμας (άρθρα 6.10 και 6.11). Παράλληλα επιβάλλονται αυξημένες υποχρεώσεις διαφάνειας στον τομέα της ψηφιακής διαφήμισης (άρθρα 5.9, 5.10 και 6.8). Οι ρυθμίσεις αυτές αποσκοπούν στη δραστική μείωση των πληροφοριακών ασυμμετριών και στην ενίσχυση της δυνατότητας των επιχειρήσεων να ανταγωνίζονται επί ίσοις όροις.

Είναι σαφές ότι πολλές από τις υποχρεώσεις του DMA αποτελούν ουσιαστικά τη νομοθετική κωδικοποίηση των προβληματισμών που ανέκυψαν κατά την εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ. Η αυτοπροτίμηση, οι περιορισμοί *anti-steering*, η αναγκαστική συγχώνευση δεδομένων και η μόχλευση ισχύος είχαν ήδη αποτελέσει αντικείμενο εκτεταμένων ερευνών. Συνεπώς, ο DMA αξιοποιεί τη δικαστική εμπειρία των τελευταίων ετών για να προλάβει τις στρεβλώσεις πριν αυτές παγιωθούν.

Παράλληλα, ο DMA συνοδεύεται από ιδιαίτερα αυστηρούς μηχανισμούς επιβολής. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αποτελεί την αποκλειστικά αρμόδια αρχή για την παρακολούθηση της συμμόρφωσης των πυλωρών και δύναται να επιβάλλει σημαντικά διοικητικά πρόστιμα σε περίπτωση παραβίασης των υποχρεώσεων του Κανονισμού. Αυτά μπορούν να ανέλθουν έως και 10% του παγκόσμιου ετήσιου κύκλου εργασιών της επιχείρησης, ενώ σε περίπτωση υποτροπής το ποσοστό αυτό μπορεί να ανέλθει έως και στο 20% ²⁰¹. Επιπλέον, σε περιπτώσεις συστηματικής μη συμμόρφωσης προβλέπεται η δυνατότητα επιβολής πρόσθετων διορθωτικών μέτρων, συμπεριλαμβανομένων ακόμη και δομικών παρεμβάσεων (όπως ο λειτουργικός διαχωρισμός τμημάτων της επιχείρησης).

Η σημασία του DMA δεν περιορίζεται, επομένως, στην εισαγωγή νέων κανόνων συμπεριφοράς για τις ψηφιακές πλατφόρμες. Αντιπροσωπεύει μια ευρύτερη μεταβολή στη φιλοσοφία της

²⁰¹ Ευρωπαϊκή Επιτροπή, *The Digital Markets Act: ensuring fair and open digital markets* (Official DMA Website, 2023) https://digital-markets-act.ec.europa.eu/index_en accessed 7 March 2026.

ευρωπαϊκής πολιτικής ανταγωνισμού, σηματοδοτώντας τη μετάβαση από την αποκλειστική reliance σε ex post μηχανισμούς επιβολής προς ένα μικτό μοντέλο, στο οποίο η προληπτική ρύθμιση αποκτά κεντρικό ρόλο. Η εξέλιξη αυτή αντανάκλα την πεποίθηση ότι οι ιδιαιτερότητες των ψηφιακών αγορών απαιτούν ταχύτερα και αποτελεσματικότερα εργαλεία παρέμβασης από εκείνα που παραδοσιακά παρείχε το άρθρο 102 ΣΛΕΕ.

6.1.2. Η εφαρμογή του DMA στην πράξη: Διαδικασίες ελέγχου συμμόρφωσης

Ήδη από το πρώτο έτος εφαρμογής του DMA, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προχώρησε στην έναρξη διαδικασιών συμμόρφωσης κατά ορισμένων από τους χαρακτηρισμένους πυλωρούς, επιβεβαιώνοντας ότι ο Κανονισμός δεν αποτελεί απλώς ένα θεωρητικό ρυθμιστικό εργαλείο αλλά εφαρμόζεται ήδη στην πράξη. Οι πρώτες αυτές παρεμβάσεις αφορούν πρακτικές που είχαν απασχολήσει και στο παρελθόν τις αρχές ανταγωνισμού, γεγονός που καταδεικνύει τη στενή σύνδεση μεταξύ του DMA και της προγενέστερης νομολογίας του άρθρου 102 ΣΛΕΕ.

Ειδικότερα, η Επιτροπή έχει κινήσει διαδικασίες κατά της Apple αναφορικά με τους περιορισμούς *anti-steering* στο App Store²⁰², κατά της Meta σχετικά με το μοντέλο «*Pay or Consent*» και τη χρήση προσωπικών δεδομένων²⁰³, καθώς και κατά της Alphabet για ζητήματα αυτοπροτίμησης (*self-preferencing*)²⁰⁴ και συμμόρφωσης των υπηρεσιών αναζήτησης με τις υποχρεώσεις του DMA. Παρότι οι περισσότερες από τις διαδικασίες αυτές βρίσκονται ακόμη σε εξέλιξη, αποτελούν τις πρώτες ενδείξεις για τον τρόπο με τον οποίο το νέο κανονιστικό πλαίσιο εφαρμόζεται στην πράξη και αναμένεται να διαμορφώσει τη μελλοντική ρύθμιση των ψηφιακών αγορών.

6.2. Πράξη για τις Ψηφιακές Υπηρεσίες (Digital Services Act - DSA)

6.2.1. Σκοπός και πεδίο εφαρμογής

Η ραγδαία αύξηση της χρήσης των ψηφιακών υπηρεσιών ανέδειξε νέους κινδύνους και προκλήσεις για την κοινωνία. Η αποκλειστική διαχείριση του περιεχομένου αυτών των υπηρεσιών γινόταν παραδοσιακά μέσω όρων χρήσης που συντάσσονταν μονομερώς από τους παρόχους. Η πρακτική

²⁰² *Apple App Store Practices* (n 59).

²⁰³ *Case DMA.8 Meta - Pay or consent* (European Commission, Opening of Proceedings, 25 March 2024)

²⁰⁴ *Case DMA.5 Alphabet - Google Search self-preferencing* (European Commission, Opening of Proceedings, 25 March 2024)

αυτή δημιούργησε σημαντικούς κινδύνους για την προστασία των δικαιωμάτων των χρηστών και την εύρυθμη λειτουργία του διαδικτύου.

Για την αντιμετώπιση του προβλήματος, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δημοσίευσε στις 15 Δεκεμβρίου 2020 μια Πρόταση Κανονισμού σχετικά με την ενιαία αγορά ψηφιακών υπηρεσιών, γνωστή ως Πράξη για τις Ψηφιακές Υπηρεσίες (Digital Services Act-DSA)²⁰⁵. Ο Κανονισμός αυτός τροποποίησε ριζικά την Οδηγία 2000/31/ΕΚ για το ηλεκτρονικό εμπόριο (*e-Commerce Directive*)²⁰⁶. Ο DSA τέθηκε σε πλήρη εφαρμογή στις 17 Φεβρουαρίου 2024. Αξίζει να σημειωθεί ότι ορισμένες κρίσιμες διατάξεις που αφορούν τις πολύ μεγάλες πλατφόρμες είχαν τεθεί σε ισχύ ήδη από τον Νοέμβριο του 2022²⁰⁷.

Ο DSA αποτελεί τον πρώτο ολοκληρωμένο κανονισμό σε παγκόσμιο επίπεδο που καθιστά τις ψηφιακές επιχειρήσεις υπόλογες για το περιεχόμενο που φιλοξενούν. Βασικός στόχος είναι η διαμόρφωση ενός ασφαλέστερου, διαφανούς και αξιόπιστου ψηφιακού περιβάλλοντος εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το νέο αυτό πλαίσιο επιδιώκει την αποτελεσματικότερη προστασία των καταναλωτών και των θεμελιωδών τους δικαιωμάτων.

Παράλληλα, οριοθετεί με σαφήνεια τις αρμοδιότητες των επιγραμμικών πλατφορμών και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Κεντρικό άξονα αποτελεί η καταπολέμηση του παράνομου περιεχομένου, των παράνομων προϊόντων, της ρητορικής μίσους και της παραπληροφόρησης²⁰⁸. Επιπλέον, ο Κανονισμός αποσκοπεί στην ενίσχυση της διαφάνειας μέσω μηχανισμών λογοδοσίας, προάγοντας ταυτόχρονα την καινοτομία και την ανταγωνιστικότητα στην εσωτερική αγορά της Ένωσης.

Ο DSA εφαρμόζεται οριζόντια στους παρόχους ενδιάμεσων ψηφιακών υπηρεσιών (*intermediary services*), οι οποίοι προσφέρουν τις υπηρεσίες τους σε χρήστες εγκατεστημένους στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Στο πεδίο εφαρμογής του περιλαμβάνονται οι υπηρεσίες φιλοξενίας περιεχομένου

²⁰⁵ Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act), *Official Journal of the European Union*, OJ L 277/1.

²⁰⁶ Directive 2000/31/EC on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic commerce) [2000] OJ L178/1.

²⁰⁷ Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 'The Digital Services Act package' (Official Website of the European Commission) <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package> accessed 4 July 2026.

²⁰⁸ European Union, *Digital Services Act* (Summary of EU Legislation, EUR-Lex, 2022) <https://eur-lex.europa.eu/EL/legal-content/summary/digital-services-act.html> accessed 4 July 2026.

(*hosting*), οι διαδικτυακές πλατφόρμες, οι επιγραμμικές αγορές, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και οι μηχανές αναζήτησης²⁰⁹.

Ιδιαίτερη σημασία αποδίδεται στις Πολύ Μεγάλες Διαδικτυακές Πλατφόρμες (*Very Large Online Platforms-VLOPs*) και στις Πολύ Μεγάλες Διαδικτυακές Μηχανές Αναζήτησης (*Very Large Online Search Engines-VLOSEs*), οι οποίες εξυπηρετούν μηνιαία περισσότερους από 45 εκατομμύρια ενεργούς χρήστες εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Λόγω της συστημικής τους επιρροής, οι οντότητες αυτές υπόκεινται σε αυστηρότερες υποχρεώσεις. Υποχρεούνται να εντοπίζουν, να αξιολογούν και να περιορίζουν τους συστημικούς κινδύνους που απορρέουν από τη λειτουργία τους, όπως η διάδοση παράνομου περιεχομένου ή οι απειλές για τη δημόσια ασφάλεια. Για τον σκοπό αυτό, προβλέπονται ετήσιες αξιολογήσεις κινδύνου και ενισχυμένη εποπτεία από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Σε αντίθεση με τον DMA, ο οποίος επικεντρώνεται στην οικονομική διάσταση και τη ρύθμιση των «πυλωρών» (*gatekeepers*), ο DSA εστιάζει πρωτίστως στην ασφάλεια και την προστασία των δικαιωμάτων των χρηστών. Οι δύο Κανονισμοί λειτουργούν συμπληρωματικά: ο DMA αντιμετωπίζει ζητήματα οικονομικής ισχύος, ενώ ο DSA επιδιώκει να διασφαλίσει ένα ασφαλές και αξιόπιστο ψηφιακό περιβάλλον, αποτελώντας τους δύο βασικούς πυλώνες της ευρωπαϊκής ψηφιακής στρατηγικής.

6.2.2. Βασικές υποχρεώσεις των παρόχων

Ο DSA εισάγει ένα ενισχυμένο πλαίσιο διαφάνειας, λογοδοσίας και προστασίας, το οποίο κλιμακώνεται ανάλογα με το μέγεθος της υπηρεσίας. Όλοι οι πάροχοι ενδιάμεσων υπηρεσιών υποχρεούνται να διαθέτουν ενιαίο σημείο επαφής για τους χρήστες και τις αρμόδιες αρχές, βάσει του Κανονισμού 2022/2065.

Παράλληλα, οφείλουν να περιλαμβάνουν στους όρους χρήσης σαφείς πληροφορίες σχετικά με τους περιορισμούς περιεχομένου και τη λειτουργία των συστημάτων τους. Επιπλέον, υποχρεούνται να δημοσιεύουν τακτικές εκθέσεις διαφάνειας σχετικά με τις πρακτικές ελέγχου περιεχομένου (*content moderation*) που εφαρμόζουν.

²⁰⁹ Μαριανίνα Παπαδή, 'Υποχρεώσεις διαφάνειας των παρόχων ψηφιακών πλατφορμών με βάση τον Κανονισμό 2022/2065 της Ευρωπαϊκής Ένωσης' (Διπλωματική Εργασία, ΕΚΠΑ 2024)

Ιδιαίτερη βαρύτητα αποδίδεται στην αντιμετώπιση του παράνομου περιεχομένου. Οι πάροχοι υπηρεσιών φιλοξενίας υποχρεούνται να διαθέτουν εύχρηστους μηχανισμούς ειδοποίησης και αναφοράς (*notice and action*). Όταν μια πλατφόρμα αποφασίζει την αφαίρεση ή τον περιορισμό περιεχομένου, υποχρεούται να παρέχει πλήρη αιτιολόγηση (*statement of reasons*) προς τον επηρεαζόμενο χρήστη. Τέλος, οι πάροχοι οφείλουν να προσφέρουν στους χρήστες αποτελεσματικά μέσα, όπως εσωτερικά συστήματα διαχείρισης καταγγελιών, επιτρέποντάς τους να αμφισβητούν τις αποφάσεις αφαίρεσης υλικού ή αναστολής των λογαριασμών τους.

6.2.3. Δικαιώματα χρηστών, εποπτεία και κυρώσεις

Ο DSA θεσπίζει, παράλληλα, κι ένα ενισχυμένο πλαίσιο προστασίας των χρηστών. Οι χρήστες διαθέτουν δικαιώματα ενημέρωσης, προσφυγής και υποβολής καταγγελιών, ενώ φυσικά πρόσωπα και οργανώσεις μπορούν να απευθύνονται στους Συντονιστές Ψηφιακών Υπηρεσιών των κρατών μελών σε περίπτωση παραβιάσεων του Κανονισμού (άρθρο 49 παρ. 2 DSA). Επιπλέον, προβλέπεται η δυνατότητα αποζημίωσης των χρηστών για ζημίες που προκύπτουν από μη συμμόρφωση των παρόχων με τις υποχρεώσεις του Κανονισμού.

Η εποπτεία του DSA βασίζεται σε ένα σύστημα συνεργασίας μεταξύ των εθνικών αρχών και της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Σε περίπτωση μη συμμόρφωσης, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δύναται να επιβάλει πρόστιμα έως 6% του συνολικού παγκόσμιου ετήσιου κύκλου εργασιών της επιχείρησης, καθώς και περιοδικές χρηματικές ποινές σε περίπτωση καθυστέρησης συμμόρφωσης. Σε περιπτώσεις σοβαρών ή επανειλημμένων παραβάσεων, είναι δυνατόν να ληφθούν πρόσθετα διορθωτικά μέτρα²¹⁰.

6.3. Κανονισμός Δεδομένων (EU Data Act)

Ο Κανονισμός Δεδομένων αποτελεί έναν ακόμη σημαντικό πυλώνα της ευρωπαϊκής στρατηγικής για τη ρύθμιση της ψηφιακής οικονομίας και συμπληρώνει το κανονιστικό πλαίσιο που διαμορφώνουν ο DMA και ο DSA. Ο Κανονισμός (ΕΕ) 2023/2854²¹¹ αποσκοπεί στη δημιουργία μιας δικαιότερης και αποτελεσματικότερης οικονομίας δεδομένων, διευκολύνοντας την πρόσβαση, τη χρήση και τη διαμοίραση δεδομένων μεταξύ επιχειρήσεων, καταναλωτών και δημόσιων φορέων. Βασική παραδοχή του Κανονισμού είναι ότι τα δεδομένα αποτελούν πλέον έναν από τους

²¹⁰ Digital Services Act (n 205).

²¹¹ Regulation (EU) 2023/2854 of the European Parliament and of the Council of 13 December 2023 on harmonised rules on fair access to and use of data and amending Regulation (EU) 2017/2394 and Directive (EU) 2020/1828 (Data Act).

σημαντικότερους παραγωγικούς πόρους της ψηφιακής οικονομίας και ότι η άνιση κατανομή της πρόσβασης σε αυτά μπορεί να οδηγήσει σε σημαντικές στρεβλώσεις του ανταγωνισμού²¹².

Κεντρικό στοιχείο του Data Act αποτελεί η ενίσχυση των δικαιωμάτων των χρηστών συνδεδεμένων προϊόντων και υπηρεσιών, όπως έξυπνες συσκευές, οχήματα και προϊόντα του Διαδικτύου των Πραγμάτων (*Internet of Things-IoT*). Οι χρήστες αποκτούν δικαίωμα πρόσβασης στα δεδομένα που παράγονται από τη χρήση των προϊόντων αυτών, καθώς και τη δυνατότητα να ζητούν τη διαβίβασή τους σε τρίτους παρόχους υπηρεσιών. Με τον τρόπο αυτό επιδιώκεται η μείωση της εξάρτησης από τον αρχικό πάροχο και η ενίσχυση του ανταγωνισμού σε δευτερογενείς αγορές υπηρεσιών που βασίζονται στην αξιοποίηση δεδομένων.

Παράλληλα, ο Κανονισμός εισάγει κανόνες για τη διαμοίραση δεδομένων μεταξύ επιχειρήσεων (*Business-to-Business Data Sharing*), προβλέποντας ότι η πρόσβαση και η χρήση τους πρέπει να πραγματοποιούνται υπό δίκαιους, εύλογους και μη διακριτικούς όρους (*FRAND terms*)²¹³. Επιπλέον, προβλέπονται μέτρα που διευκολύνουν τη μεταφορά δεδομένων και την αλλαγή παρόχου υπηρεσιών υπολογιστικού νέφους (*cloud switching*), με στόχο τον περιορισμό των φαινομένων εγκλωβισμού (*lock-in*) και την ενίσχυση της διαλειτουργικότητας μεταξύ διαφορετικών ψηφιακών υπηρεσιών.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η σχέση του Data Act με τον DMA και ειδικότερα με τις επιχειρήσεις που έχουν χαρακτηριστεί ως «πυλωροί» (*gatekeepers*). Ο Κανονισμός προβλέπει ότι οι πυλωροί δεν μπορούν να λειτουργούν ως δικαιούχοι δεδομένων (*data recipients*) στο πλαίσιο των μηχανισμών υποχρεωτικής διαμοίρασης δεδομένων που θεσπίζει ο ίδιος ο Data Act²¹⁴. Η επιλογή αυτή αντανακλά την ανησυχία του ευρωπαϊκού νομοθέτη ότι οι επιχειρήσεις αυτές διαθέτουν ήδη σημαντικό πλεονέκτημα πρόσβασης και επεξεργασίας δεδομένων και ότι η περαιτέρω ενίσχυσή του θα μπορούσε να οδηγήσει σε μεγαλύτερη συγκέντρωση οικονομικής ισχύος.

Ωστόσο, οι πυλωροί δεν αποκλείονται πλήρως από την απόκτηση δεδομένων μέσω άλλων νόμιμων μηχανισμών, όπως συμβατικές σχέσεις ή συγκατάθεση των χρηστών. Υπό την έννοια αυτή, ο Data Act δεν επιδιώκει να αποκλείσει τις μεγάλες ψηφιακές πλατφόρμες από την οικονομία δεδομένων,

²¹² European Commission, 'Data Act' (Official Website of the European Commission) <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/data-act> accessed 4 July 2026.

²¹³ Μικρουλέα (n 20).

²¹⁴ Ibid.

αλλά να αποτρέψει την περαιτέρω ενίσχυση της ισχύος τους μέσω των ειδικών μηχανισμών πρόσβασης που εισάγει ο ίδιος ο Κανονισμός.

Ο Data Act επιβεβαιώνει ότι η πρόσβαση στα δεδομένα έχει αναχθεί σε κεντρικό ζήτημα ανταγωνισμού στις ψηφιακές αγορές. Ενώ ο DMA επιχειρεί να περιορίσει την οικονομική ισχύ των πυλωρών και ο DSA να ενισχύσει τη διαφάνεια και την ασφάλεια των ψηφιακών υπηρεσιών, ο Data Act εστιάζει στην ισόρροπη κατανομή και αξιοποίηση των δεδομένων, αναγνωρίζοντας ότι ο έλεγχός τους αποτελεί πλέον βασική πηγή ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στην ψηφιακή οικονομία.

6.4. Κριτική αποτίμηση της νέας ευρωπαϊκής ρυθμιστικής προσέγγισης

Η υιοθέτηση της νέας ευρωπαϊκής δέσμης κανόνων (DMA, DSA, Data Act) συνιστά μια ιστορική καμπή για τη διακυβέρνηση της ψηφιακής οικονομίας. Το νέο αυτό κανονιστικό πλαίσιο επιχειρεί να αντιμετωπίσει προκλήσεις που αναδείχθηκαν κατά την εφαρμογή του παραδοσιακού δικαίου ανταγωνισμού και συνδέονται με τη συγκέντρωση οικονομικής ισχύος, τον έλεγχο των δεδομένων και τον καθοριστικό ρόλο των ψηφιακών πλατφορμών στη λειτουργία των σύγχρονων αγορών. Στο πλαίσιο αυτό, η ευρωπαϊκή προσέγγιση μετατοπίζεται από ένα αποκλειστικά *ex post* μοντέλο παρέμβασης προς ένα υβριδικό σύστημα, στο οποίο συνυπάρχουν η εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού και η *ex ante* ρύθμιση συγκεκριμένων ψηφιακών δραστηριοτήτων.

Η εξέλιξη αυτή παρουσιάζει σημαντικά πλεονεκτήματα. Οι νέοι Κανονισμοί επιτρέπουν ταχύτερη αντιμετώπιση προβλημάτων που στο παρελθόν απαιτούσαν πολυετείς έρευνες, ενισχύουν τη διαφάνεια των ψηφιακών αγορών, περιορίζουν φαινόμενα εγκλωβισμού των χρηστών και επιχειρούν να αντιμετωπίσουν τις ασυμμετρίες που δημιουργεί η συγκέντρωση δεδομένων και οικονομικής ισχύος σε περιορισμένο αριθμό επιχειρήσεων. Παράλληλα, αναγνωρίζουν ότι στις ψηφιακές αγορές η πρόσβαση στα δεδομένα, οι δικτυακές επιδράσεις και ο έλεγχος των ψηφιακών οικοσυστημάτων αποτελούν πλέον κρίσιμες παραμέτρους ανταγωνισμού.

Ωστόσο, η νέα αυτή ρυθμιστική προσέγγιση δεν στερείται προβληματισμών. Κατά την άποψή μας, ιδιαίτερη σημασία έχει να διασφαλιστεί ότι η ενίσχυση της κανονιστικής παρέμβασης δεν θα λειτουργήσει εις βάρος της καινοτομίας και των επενδυτικών κινήτρων. Όπως επισημαίνεται, ο ενωσιακός νομοθέτης οφείλει να διασφαλίσει ότι ο «χαμένος» του νέου ρυθμιστικού πλαισίου δεν

θα είναι η καινοτομία και η ανάπτυξη νέων τεχνολογιών²¹⁵. Η παρατήρηση αυτή αποκτά ιδιαίτερη σημασία στις ψηφιακές αγορές, όπου ο ανταγωνισμός εκδηλώνεται συχνά μέσω της τεχνολογικής εξέλιξης και όχι αποκλειστικά μέσω της τιμής.

Παράλληλα, τίθεται το ερώτημα κατά πόσο ένα σύστημα προκαθορισμένων κανονιστικών υποχρεώσεων μπορεί να ανταποκρίνεται αποτελεσματικά στη διαρκώς μεταβαλλόμενη φύση των ψηφιακών αγορών. Οι τεχνολογικές εξελίξεις, η εμφάνιση νέων επιχειρηματικών μοντέλων και η ταχύτητα μετασχηματισμού των ψηφιακών οικοσυστημάτων ενδέχεται να δημιουργήσουν νέες μορφές ισχύος και νέες προκλήσεις που δεν είχαν προβλεφθεί κατά τη θέσπιση των υφιστάμενων κανόνων. Για τον λόγο αυτό, η αποτελεσματικότητα των νέων ρυθμιστικών εργαλείων θα πρέπει να αξιολογείται διαρκώς και να προσαρμόζεται στις εξελισσόμενες συνθήκες της αγοράς.

Στο πλαίσιο αυτό, έχει υποστηριχθεί ότι η μελλοντική εξέλιξη της ευρωπαϊκής ψηφιακής πολιτικής δεν θα πρέπει να στηρίζεται αποκλειστικά στην επιβολή νέων υποχρεώσεων, αλλά και στην ανάπτυξη αποτελεσματικότερων θεσμικών μηχανισμών εφαρμογής και εποπτείας. Ειδικότερα, έχει προταθεί η δημιουργία μιας εξειδικευμένης Μονάδας Ψηφιακών Αγορών (Digital Markets Unit), η οποία θα συγκεντρώνει τεχνογνωσία από διαφορετικές Γενικές Διευθύνσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και θα επιτρέπει μια πιο συνεκτική και διεπιστημονική προσέγγιση των ζητημάτων που ανακύπτουν στις ψηφιακές αγορές²¹⁶.

Παράλληλα, προτείνεται οι αποφάσεις που αφορούν τις έρευνες αγοράς, τη συμμόρφωση των πωλών και την επιβολή κυρώσεων να μην λαμβάνονται αποκλειστικά σε διοικητικό επίπεδο, αλλά από ένα ανεξάρτητο συμβούλιο αποτελούμενο τόσο από στελέχη των ευρωπαϊκών θεσμών όσο και από εκπροσώπους των εθνικών αρχών και ανεξάρτητους εμπειρογνώμονες. Κατά την άποψη των υποστηρικτών της πρότασης αυτής, μια τέτοια θεσμική αρχιτεκτονική θα μπορούσε να ενισχύσει τη διαφάνεια, τη λογοδοσία και την ανεξαρτησία των αποφάσεων από ενδεχόμενες πολιτικές επιρροές.

Περαιτέρω, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η πρόταση του BEREC²¹⁷ για τη δημιουργία ενός ειδικού μηχανισμού επίλυσης διαφορών, αντίστοιχου με εκείνον που εφαρμόζεται στον τομέα των

²¹⁵ Μικρουλέα (n 20) 791.

²¹⁶ Μικρουλέα (n 20) 810.

²¹⁷ BEREC Proposal on the Set-up of an Advisory Board' (BoR (21) 93, 2021) https://www.berec.europa.eu/sites/default/files/files/document_register_store/2021/6/BoR_%2821%29_93_BEREC_proposal_on_the_set-up_of_an_Advisory_Board_%28clean%29.pdf accessed 4 July 2026.

ηλεκτρονικών επικοινωνιών²¹⁸. Σύμφωνα με την προσέγγιση αυτή, εξειδικευμένες διαφορές που ανακύπτουν μεταξύ των ψηφιακών πλατφορμών και των επιχειρηματικών χρηστών τους θα μπορούν να επιλύονται ταχύτερα, μέσω δεσμευτικών αποφάσεων και εξειδικευμένων διαδικασιών. Ένας τέτοιος μηχανισμός θα μπορούσε να συμβάλει τόσο στην ταχύτερη αποκατάσταση των στρεβλώσεων όσο και στην πρόληψη μελλοντικών παραβάσεων, παρέχοντας μεγαλύτερη ασφάλεια δικαίου και αποτελεσματικότερη εφαρμογή των νέων ευρωπαϊκών κανόνων.

Συνολικά, η παρούσα μελέτη καταδεικνύει ότι το άρθρο 102 ΣΛΕΕ εξακολουθεί να αποτελεί θεμελιώδες εργαλείο για την αντιμετώπιση καταχρηστικών πρακτικών στις ψηφιακές αγορές. Παράλληλα όμως αναδεικνύεται ότι οι ιδιαιτερότητες της ψηφιακής οικονομίας κατέστησαν αναγκαία τη συμπλήρωσή του από νέα *ex ante* ρυθμιστικά εργαλεία, όπως ο DMA, ο DSA και ο Data Act. Η αποτελεσματική αντιμετώπιση της ισχύος των ψηφιακών πυλωρών φαίνεται πλέον να προϋποθέτει τον συνδυασμό παραδοσιακών κανόνων ανταγωνισμού και σύγχρονων μηχανισμών προληπτικής ρύθμισης, στο πλαίσιο ενός ολοένα πιο σύνθετου ευρωπαϊκού συστήματος ψηφιακής διακυβέρνησης.

6.5. Συμπεράσματα Κεφαλαίου

Μέσα από το Έκτο Κεφάλαιο αναλύθηκε η ιστορική στροφή της Ευρωπαϊκής Ένωσης προς τη διαμόρφωση ενός ολοκληρωμένου, προληπτικού πλαισίου ρύθμισης για την ψηφιακή οικονομία. Η θέσπιση του Digital Markets Act (DMA), σε συνδυασμό με τις Πράξεις για τις Ψηφιακές Υπηρεσίες (DSA) και τα Δεδομένα (Data Act), αποδεικνύει ότι η ενωσιακή στρατηγική δεν βασίζεται πλέον αποκλειστικά στην εκ των υστέρων καταστολή των παραβάσεων, αλλά στην εκ των προτέρων καθιέρωση σαφών κανόνων συμπεριφοράς για τις μεγάλες πλατφόρμες. Όπως καταδείχθηκε, το νέο αυτό υβριδικό μοντέλο επιχειρεί να συνδυάσει την ευελιξία του παραδοσιακού δικαίου ανταγωνισμού με την ταχύτητα της ρυθμιστικής παρέμβασης. Ωστόσο, η αποτελεσματικότητα των νέων αυτών εργαλείων στην πράξη, οι πιθανές επιπτώσεις τους στην επιχειρηματική καινοτομία, καθώς και η ανάγκη για αναδιάρθρωση των θεσμικών μηχανισμών εποπτείας, παραμένουν ανοιχτά ζητήματα που χρήζουν συνολικής αποτίμησης.

²¹⁸ Μικρουλέα (n 20) 811.

Έχοντας ολοκληρώσει τόσο τη θεωρητική όσο και την εμπειρική διερεύνηση της ευρωπαϊκής πολιτικής στις δικτυακές αγορές, καθίσταται πλέον δυνατή η συνολική αξιολόγηση της έρευνας. Στο τμήμα που ακολουθεί, υπό τον τίτλο «Συμπεράσματα και Κριτική Αποτίμηση», συγκεντρώνονται τα τελικά πορίσματα της διατριβής, απαντώνται τα κεντρικά ερευνητικά ερωτήματα και διατυπώνονται οι τελικές σκέψεις για το μέλλον της ψηφιακής διακυβέρνησης στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ

Κριτική Αποτίμηση

Η παρούσα εργασία επιχείρησε να διερευνήσει κατά πόσο το υφιστάμενο πλαίσιο του ενωσιακού δικαίου ανταγωνισμού και ιδίως ο έλεγχος της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης στο πλαίσιο του άρθρου 102 ΣΛΕΕ μπορούν να ανταποκριθούν στις ιδιαιτερότητες των ψηφιακών δικτυακών αγορών, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο η εμπειρία από την εφαρμογή τους συνέβαλε στη διαμόρφωση νέων κανονιστικών και μεθοδολογικών εργαλείων.

Η ανάλυση που προηγήθηκε καταδεικνύει ότι οι ιδιαιτερότητες της ψηφιακής οικονομίας δεν κατέστησαν παρωχημένες τις θεμελιώδεις αρχές του δικαίου ανταγωνισμού, πλην όμως ανέδειξαν τα όρια ορισμένων παραδοσιακών μηχανισμών εφαρμογής τους. Τα δικτυακά αποτελέσματα, οι αγορές μηδενικής τιμής, η συγκέντρωση και αξιοποίηση τεράστιου όγκου δεδομένων, οι μηχανισμοί εγκλωβισμού των χρηστών (*lock-in effects*), η λειτουργία πολυπλεύρων αγορών και η ανάπτυξη σύνθετων ψηφιακών οικοσυστημάτων δημιούργησαν μορφές οικονομικής ισχύος οι οποίες δεν μπορούν πάντοτε να αποτυπωθούν επαρκώς μέσω των παραδοσιακών εργαλείων ανάλυσης των αγορών.

Παρά ταύτα, η μελέτη της νομολογίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης αποδεικνύει ότι το άρθρο 102 ΣΛΕΕ εξακολουθεί να αποτελεί ένα ιδιαίτερα ισχυρό εργαλείο αντιμετώπισης καταχρηστικών πρακτικών. Οι υποθέσεις *Google Shopping*, *Google Android*, *Apple App Store Practices* και *Facebook/Bundeskartellamt* κατέδειξαν ότι οι βασικές αρχές του δικαίου ανταγωνισμού παραμένουν λειτουργικές και στο περιβάλλον των ψηφιακών αγορών.

Η σημαντικότερη, ωστόσο, διαπίστωση που προκύπτει από την παρούσα έρευνα είναι ότι η αποτελεσματικότητα του δικαίου ανταγωνισμού στις ψηφιακές αγορές εξαρτάται ολοένα και περισσότερο από την ικανότητα των αρχών να προσαρμόζουν τα εργαλεία ανάλυσης στις

πραγματικές οικονομικές συνθήκες των αγορών αυτών. Η εμπειρία από τις ανωτέρω υποθέσεις κατέδειξε ότι η προστασία του ανταγωνισμού δεν μπορεί πλέον να στηρίζεται αποκλειστικά σε παραδοσιακές παραμέτρους, όπως οι τιμές ή τα μερίδια αγοράς, αλλά απαιτεί τη συνεκτίμηση παραγόντων όπως τα δικτυακά αποτελέσματα, η πρόσβαση στα δεδομένα, η διαλειτουργικότητα, τα φαινόμενα εγκλωβισμού των χρηστών και η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η αυξανόμενη σημασία εργαλείων όπως η αξιολόγηση της μείωσης της ποιότητας, η ανάλυση των επιπτώσεων στα δεδομένα και η εξέταση των επιδράσεων που παράγονται σε πολύπλευρες αγορές, στοιχεία που αποδεικνύουν ότι το δίκαιο ανταγωνισμού οφείλει να συνοδεύεται από μία διαρκή, ρεαλιστική και οικονομικά τεκμηριωμένη προσέγγιση των ψηφιακών αγορών.

Η εμπειρία από την εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ δεν οδήγησε στην εγκατάλειψη του παραδοσιακού δικαίου ανταγωνισμού, αλλά στην αναγνώριση της ανάγκης συμπλήρωσής του με νέα εργαλεία παρέμβασης. Η σημαντικότερη ίσως θεσμική εξέλιξη που προέκυψε από τη διαδικασία αυτή υπήρξε η υιοθέτηση του Digital Markets Act. Η πραγματική καινοτομία του DMA δεν εντοπίζεται μόνο στις επιμέρους υποχρεώσεις που επιβάλλει στους πυλωρούς, αλλά στην ίδια τη φιλοσοφία του. Για πρώτη φορά η Ευρωπαϊκή Ένωση αναγνώρισε ότι ορισμένες πρακτικές στις ψηφιακές αγορές είναι τόσο επαναλαμβανόμενες και τόσο στενά συνδεδεμένες με τη θέση των πυλωρών ώστε δικαιολογείται η εκ των προτέρων ρύθμισή τους, χωρίς να απαιτείται κάθε φορά η χρονοβόρα διαδικασία απόδειξης κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης.

Κριτική Αποτίμηση του σύγχρονου ρυθμιστικού πλαισίου

Η υιοθέτηση του DMA, του DSA, του Data Act και των λοιπών ψηφιακών νομοθετημάτων δεν συνιστά απλώς μία ακόμη νομοθετική παρέμβαση. Αντιθέτως, σηματοδοτεί τη σταδιακή διαμόρφωση ενός νέου ευρωπαϊκού μοντέλου διακυβέρνησης της ψηφιακής οικονομίας. Για πρώτη φορά, η προστασία του ανταγωνισμού, η προστασία των χρηστών, η πρόσβαση στα δεδομένα, η διαφάνεια των αλγορίθμων και η λογοδοσία των ψηφιακών πλατφορμών αντιμετωπίζονται ως αλληλένδετες πτυχές ενός ενιαίου κανονιστικού εγχειρήματος.

Ο DMA και ο DSA δεν αποσκοπούν αποκλειστικά στη διασφάλιση ανοικτών και ανταγωνιστικών αγορών. Παράλληλα, επιχειρούν να επανακαθορίσουν τη σχέση μεταξύ χρηστών και ψηφιακών πλατφορμών, ενισχύοντας την αυτονομία των χρηστών, τη διαφάνεια των ψηφιακών υπηρεσιών, την ελευθερία επιλογής και τον έλεγχο επί των δεδομένων τους. Πρόκειται για μια εξέλιξη που

υπερβαίνει τα στενά όρια του δικαίου ανταγωνισμού και αγγίζει ευρύτερα ζητήματα δημοκρατικής λογοδοσίας, προστασίας των θεμελιωδών δικαιωμάτων και ισορροπίας ισχύος στην ψηφιακή οικονομία.

Η κανονιστική αυτή στροφή υπήρξε αναγκαία. Η πρακτική εμπειρία των τελευταίων ετών κατέδειξε ότι η αποκλειστική προσήλωση σε *ex post* μηχανισμούς ελέγχου δεν ήταν πάντοτε επαρκής για την αντιμετώπιση πρακτικών που μπορούσαν να παγιώσουν τη δύναμη των ψηφιακών πυλωρών πριν ακόμη ολοκληρωθεί ο διοικητικός ή δικαστικός έλεγχος. Η υιοθέτηση προληπτικών κανόνων συμπεριφοράς συνιστά μια εύλογη προσπάθεια προσαρμογής του ενωσιακού πλαισίου στις ιδιαιτερότητες της ψηφιακής οικονομίας.

Ωστόσο, η ανάγκη ρύθμισης δεν θα πρέπει να οδηγεί στην αντίθετη υπερβολή. Η σημαντικότερη πρόκληση που αντιμετωπίζει σήμερα η ευρωπαϊκή πολιτική ανταγωνισμού δεν εντοπίζεται στην έλλειψη ρυθμιστικών εργαλείων, αλλά στον ορατό κίνδυνο υπερρύθμισης των ψηφιακών αγορών. Η διαρκής παραγωγή νέων κανονιστικών υποχρεώσεων ενδέχεται να δημιουργήσει την εσφαλμένη εντύπωση ότι κάθε ατέλεια της αγοράς μπορεί να θεραπευθεί μέσω πρόσθετης ρύθμισης. Ωστόσο, η κρατική παρέμβαση δεν αποτελεί αυτοσκοπό. Το κρίσιμο ερώτημα δεν είναι εάν πρέπει να υπάρχει ρύθμιση, αλλά μέχρι ποιο σημείο αυτή μπορεί να επεκταθεί χωρίς να περιορίσει τα κίνητρα για επενδύσεις, επιχειρηματική πρωτοβουλία και καινοτομία²¹⁹.

Η διαπίστωση αυτή αποκτά βαρύνουσα σημασία αν ληφθεί υπόψη ότι οι μεγάλες ψηφιακές πλατφόρμες υπήρξαν διαχρονικά φορείς σημαντικής τεχνολογικής προόδου. Εάν η συμμόρφωση με τις κανονιστικές απαιτήσεις καταστεί υπερβολικά πολύπλοκη ή κοστοβόρα, ελλοχεύει ο κίνδυνος να επηρεαστούν αρνητικά τα κίνητρα για επενδύσεις, έρευνα και καινοτομία. Η προστασία του ανταγωνισμού δεν μπορεί να ταυτίζεται με την προστασία των λιγότερο αποτελεσματικών ανταγωνιστών ούτε με τη διαρκή ανακατανομή των πλεονεκτημάτων που προκύπτουν από την επιχειρηματική επιτυχία.

Οι προκλήσεις της ψηφιακής οικονομίας δεν απαιτούν ριζική αναθεώρηση των θεμελιωδών αρχών του δικαίου ανταγωνισμού, αλλά έναν συνεχή αναστοχασμό ως προς τον τρόπο εφαρμογής τους. Η προσέγγιση ενός «*light-touch regulation*» ή ενός διαρκούς «*fine tuning*» του κανονιστικού πλαισίου²²⁰ φαίνεται να ανταποκρίνεται πληρέστερα στις ανάγκες των ψηφιακών αγορών από ό,τι

²¹⁹ Μικρουλέα (n 20) 965.

²²⁰ Horst Eidenmüller and Gerhard Wagner, *Law by Algorithm* (Mohr Siebeck 2021) 70.

μια λογική διαρκώς αυξανόμενης ρύθμισης. Με οδηγό την αρχή της αναλογικότητας, η ρυθμιστική παρέμβαση οφείλει να περιορίζει τις στρεβλώσεις που δημιουργεί η υπερβολική οικονομική ισχύς, χωρίς όμως να αποθαρρύνει την καινοτομία ή να μετατρέπεται σε μηχανισμό διαρκούς ανακατανομής ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων.

Μελλοντικές προκλήσεις και προοπτικές

Η πραγματική δοκιμασία του νέου ευρωπαϊκού πλαισίου δεν βρίσκεται πλέον στη νομοθετική του σύλληψη αλλά στην πρακτική του εφαρμογή. Τα επόμενα έτη αναμένεται να διαμορφωθεί ένα νέο σώμα νομολογίας, το οποίο θα καθορίσει σε μεγάλο βαθμό την πραγματική εμβέλεια του DMA και του DSA.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι διαδικασίες που έχουν ήδη κινηθεί κατά της Apple σχετικά με τις υποχρεώσεις *anti-steering* και τη διαλειτουργικότητα του οικοσυστήματος iOS, κατά της Alphabet για ζητήματα αυτοπροτίμησης στις υπηρεσίες αναζήτησης και κατά της Meta αναφορικά με το μοντέλο «Pay or Consent» και τη χρήση προσωπικών δεδομένων. Οι υποθέσεις αυτές αποτελούν τα πρώτα εμβληματικά τεστ εφαρμογής του νέου κανονιστικού οικοδομήματος. Ως εκ τούτου, αναμένεται να προσφέρουν τις πρώτες κρίσιμες ερμηνευτικές κατευθύνσεις για το μέλλον της ψηφιακής ρύθμισης στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Η συζήτηση, ωστόσο, για τη ρύθμιση των ψηφιακών αγορών υπερβαίνει τα ευρωπαϊκά σύνορα. Η ανάδυση των Big Tech έχει μετατρέψει το ζήτημα σε μια παγκόσμια πρόκληση δημόσιας πολιτικής. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, το Κογκρέσο εξετάζει συστηματικά σειρά νομοθετικών πρωτοβουλιών με στόχο την πειθάρχηση των μεγάλων τεχνολογικών ομίλων, την ενίσχυση των καταναλωτικών επιλογών και την προάσπιση της καινοτομίας²²¹. Αντίστοιχα, η Κίνα έχει εντείνει αισθητά τον έλεγχο επί των εγχώριων τεχνολογικών της «πρωταθλητών»²²². Οι εξελίξεις αυτές επιβεβαιώνουν ότι η εποχή της ασυδοσίας, κατά την οποία οι μεγάλες ψηφιακές πλατφόρμες λειτουργούσαν σε ένα σχεδόν αρρύθμιστο περιβάλλον, βαίνει οριστικά προς το τέλος της. Όπως χαρακτηριστικά παρατηρεί ο Alexandre de Streel, η «Άγρια Ψηφιακή Δύση» (*Wild Digital West*)²²³ φαίνεται πλέον

²²¹ US House of Representatives Judiciary Committee, *Investigation of Competition in Digital Markets: Majority Staff Report and Recommendations* (Subcommittee on Antitrust, Commercial and Administrative Law 2020) 10-15

²²² Angela Zhang, 'Agile Governance or Big Brother? Evaluating China's Regulatory Crackdown on Big Tech' (2022) 23 Chicago Journal of International Law 345

²²³ Alexandre de Streel, *The Digital Markets Act: Regulating the Wild Digital West* (Centre for Regulation in Europe 2021) 12.

να υποχωρεί, καθώς ολοένα περισσότερες έννομες τάξεις αναζητούν τρόπους χαλιναγώγησης της οικονομικής ισχύος των ψηφιακών πυλωρών.

Η περαιτέρω θωράκιση του πλαισίου αυτού προϋποθέτει την εισαγωγή θεσμικών και κανονιστικών καινοτομιών. Προς την κατεύθυνση αυτή, κρίνεται σκόπιμη η δημιουργία μιας εξειδικευμένης ευρωπαϊκής Μονάδας Ψηφιακών Αγορών (Digital Markets Unit). Η μονάδα αυτή, πλαισιωμένη από ένα ανεξάρτητο συμβούλιο λήψης αποφάσεων με τη συμμετοχή στελεχών από διαφορετικές Γενικές Διευθύνσεις της Επιτροπής, εκπροσώπων των εθνικών αρχών και ανεξάρτητων εμπειρογνομόνων, θα ενισχύσει σημαντικά την αποτελεσματικότητα των ελέγχων. Η θεσμική αυτή αναβάθμιση πρέπει να συνοδευτεί από ταχείς μηχανισμούς επίλυσης διαφορών, καθώς και από την ανάπτυξη δεσμευτικών κωδίκων δεοντολογίας για τις πλατφόρμες.

Παράλληλα, καθίσταται αναγκαία η ανάπτυξη μηχανισμών προληπτικής αξιολόγησης (*ex-ante impact assessments*) των επιπτώσεων που επιφέρουν οι νέες ψηφιακές υπηρεσίες στον ανταγωνισμό, κατά το πρότυπο άλλων τομέων του ενωσιακού δικαίου. Στο ίδιο πλαίσιο, η καθιέρωση ρυθμιστικών δοκιμαστηρίων (*regulatory sandboxes*) θα επιτρέψει την ελεγχόμενη δοκιμή αναδυόμενων τεχνολογιών και επιχειρηματικών μοντέλων πριν από τη γενικευμένη εμπορική τους διάθεση. Με τον τρόπο αυτό, διευκολύνεται η επίτευξη της λεπτής ισορροπίας μεταξύ ρυθμιστικής εποπτείας και τεχνολογικής εξέλιξης.

Τέλος, η μεγαλύτερη πρόκληση της επόμενης δεκαετίας συνδέεται άρρηκτα με τη ραγδαία ανάπτυξη της τεχνητής νοημοσύνης. Εάν η πρώτη γενιά ψηφιακών πυλωρών στηρίχθηκε στα δίκτυα χρηστών και στα δεδομένα, η επόμενη ενδέχεται να στηριχθεί στην πρόσβαση σε υπολογιστική ισχύ, σε εξειδικευμένα τσιπ, σε θεμελιώδη μοντέλα τεχνητής νοημοσύνης και σε τεράστια σύνολα δεδομένων εκπαίδευσης. Το ερώτημα που ανακύπτει δεν είναι αν θα εμφανιστούν νέες μορφές οικονομικής ισχύος, αλλά αν το δίκαιο θα κατορθώσει να τις αναγνωρίσει και να τις αντιμετωπίσει εγκαίρως.

Όπως εύστοχα παρατηρεί ο William Kovacic²²⁴, οι αρχές ανταγωνισμού συχνά καλούνται να «κάνουν ποδήλατο ενώ οι αγορές κινούνται με την ταχύτητα αγωνιστικού αυτοκινήτου». Στην αυγή της εποχής της Τεχνητής Νοημοσύνης, η διαπίστωση αυτή καθίσταται εντονότερη από ποτέ. Εάν η πρώτη μεγάλη πρόκληση για το δίκαιο ανταγωνισμού ήταν να κατανοήσει τις ψηφιακές

²²⁴ William E Kovacic, 'Antitrust Agencies on Bikes and Digital Markets in Race Cars' (2020) 83 Antitrust Law Journal 525, 528.

πλατφόρμες, η επόμενη θα είναι να κατανοήσει την οικονομία της τεχνητής νοημοσύνης και τις νέες μορφές οικονομικής ισχύος που αυτή ενδέχεται να δημιουργήσει. Το μέλλον της ευρωπαϊκής πολιτικής ανταγωνισμού δεν θα κριθεί αποκλειστικά από την αυστηρότητα των κανόνων που θεσπίζει, αλλά από την ικανότητά της να διατηρεί μια δυναμική ισορροπία ανάμεσα στην προστασία του ανταγωνισμού, την ελευθερία της καινοτομίας και την ασφάλεια των χρηστών. Διότι το πραγματικό στοίχημα για το δίκαιο του ανταγωνισμού δεν είναι να ανακόψει την τεχνολογική πρόοδο, αλλά να διασφαλίσει ότι η πρόοδος αυτή θα εξακολουθήσει να υπηρετεί τις θεμελιώδεις αξίες μιας ανοικτής, δίκαιης και ανταγωνιστικής ψηφιακής οικονομίας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Δευτερογενείς Πηγές

A. Ελληνική Βιβλιογραφία

- Αυγερινός Γ, *Εισαγωγή στο δίκαιο ανταγωνισμού της Ε.Ε.* (Νομική Βιβλιοθήκη 2011)
- Επιτροπή Ανταγωνισμού, *Κλαδική Έρευνα στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Τελική Έκθεση* (2022)
- Επιτροπή Ανταγωνισμού, *Η Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές (DMA) - Σύντομος Οδηγός* (2025)
- Κοτσίρης Λ, *Δίκαιο Ανταγωνισμού* (7η έκδοση, Εκδόσεις Σάκκουλα 2015)
- Κυριακωνανάκη Δ, *Ψηφιακές Πλατφόρμες και Συμπεριφορική Οικονομική Ανάλυση* (Νομική Βιβλιοθήκη 2024)
- Λιανός Ι, *La transformation du droit de la concurrence par le recours à l'analyse économique* (Σάκκουλας 2007)
- Μικρουλέα Α, *Ανταγωνισμός και Ρύθμιση στην Ψηφιακή Οικονομία* (Νομική Βιβλιοθήκη 2023)
- Παπαδή Μ, 'Υποχρεώσεις διαφάνειας των παρόχων ψηφιακών πλατφορμών με βάση τον Κανονισμό 2022/2065 της Ευρωπαϊκής Ένωσης' (Διπλωματική Εργασία, ΕΚΠΑ 2024)
- Πίπη Σ, 'Η καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης επιχείρησης στο ελληνικό και ενωσιακό δίκαιο' (Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Πειραιώς 2017)
- Τζουγανάτος Δ, 'Το αντικείμενο προστασίας του δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού' σε Δ Τζουγανάτος (επιμ), *Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού* (Νομική Βιβλιοθήκη 2020)
- Τριανταφυλλάκης ΓΔ, *Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού* (4η έκδοση, Νομική Βιβλιοθήκη 2019)

B. Ξένη Βιβλιογραφία

- Bostoen F, 'Ecosystem Power and the Digital Markets Act: A New Regulatory Paradigm' (2024) 47(1) *World Competition* 45
- Carugati C, 'The Designation of Gatekeepers Under the Digital Markets Act' (2024) 15(2) *Journal of European Competition Law & Practice* 89
- Colangelo G and Borgogno M, 'The Digital Markets Act: Transforming European Antitrust into Platform Regulation' (2021) 42(11) *European Competition Law Review* 625
- Crémer J, de Montjoye Y-A and Schweitzer H, *Competition Policy for the Digital Era* (European Commission 2019)

- De Coninck R, 'The As-Efficient Competitor Test: Some Practical Considerations Following the ECJ Intel Judgment' (2018) 4(2) *Competition Law & Policy Debate* 12
- de Streel A, *The Digital Markets Act: Regulating the Wild Digital West* (Centre for Regulation in Europe 2021)
- Economides N, 'The Economics of Networks' (1996) 14 *International Journal of Industrial Organization* 673
- Eidenmüller H and Wagner G, *Law by Algorithm* (Mohr Siebeck 2021)
- Evans DS and Schmalensee R, 'A Guide to the Antitrust Economics of Networks' (2005) 10(1) *Antitrust Chronicle* 1
- Ibáñez Colomo P, 'Beyond Article 102 TFEU: The Digital Markets Act and the Future of ex ante Regulation' (2023) 60(5) *Common Market Law Review* 1321
- Jebelli K, 'The First Wave of DMA Compliance: Mapping the Gatekeepers' Responses' (2024) *Competition Policy International* 12
- Katz M and Shapiro C, 'Network Externalities, Competition, and Compatibility' (1985) 75 *The American Economic Review* 424
- Korah V, 'Concept of a dominant position within the meaning of article 86' (1980) 17 *Common Market Law Review*
- Kovacic WE, 'Antitrust Agencies on Bikes and Digital Markets in Race Cars' (2020) 83 *Antitrust Law Journal* 525
- Posner R, 'The Chicago School of Antitrust Analysis' (1979) 127 *University of Pennsylvania Law Review* 925
- Schmalensee R, 'Failure to Launch: Critical Mass in Platform Businesses' (MIT Center for Energy and Environmental Policy Research, Working Paper No 2009-002, 2009)
- Shapiro C and Varian HR, *Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy* (Harvard Business School Press 1999)
- Shy O, *The Economics of Network Industries* (Cambridge University Press 2001)
- US House of Representatives Judiciary Committee, *Investigation of Competition in Digital Markets: Majority Staff Report and Recommendations* (Subcommittee on Antitrust, Commercial and Administrative Law 2020)
- Zhang A, 'Agile Governance or Big Brother? Evaluating China's Regulatory Crackdown on Big Tech' (2022) 23 *Chicago Journal of International Law* 345

2. Ηλεκτρονικές Πηγές/Ιστοσελίδες

- BEREC, 'BEREC Proposal on the Set-up of an Advisory Board' (BoR (21) 93, 2021) https://www.berec.europa.eu/sites/default/files/files/document_register_store/2021/6/BoR_2021_93_BEREC_proposal_on_the_set-up_of_an_Advisory_Board_clean.pdf accessed 4 July 2026
- Bundeskartellamt, 'Decision under Section 32(1) Act against Restraints of Competition in the proceeding B6-22/16 (Facebook)' (6 February 2019)
- DG Competition, 'Discussion Paper on the Application of Article 82 of the Treaty to Exclusionary Abuses' (European Commission, 2005) https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_05_1626 accessed 2 February 2026
- European Commission, 'European Competition Network (ECN)' (2024) https://competition-policy.ec.europa.eu/antitrust-and-cartels/european-competition-network_en accessed 1 October 2025
- European Commission, 'Δημόσια Διαβούλευση σχετικά με το ρυθμιστικό περιβάλλον για τις πλατφόρμες, τους επιγραμμικούς διαμεσολαβητές, τα δεδομένα και το υπολογιστικό νέφος και τη συνεργατική οικονομία' (24 September 2015) <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/node/6141> accessed 1 December 2025
- European Commission, 'Commission designates six gatekeepers under the Digital Markets Act' (Press Release, IP/23/4328, 6 September 2023) https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_4328 accessed 1 December 2025
- European Commission, 'Questions and Answers: Commission adopts revised Market Definition Notice' (Press Corner, 2024) https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/el/qanda_23_6002/QANDA_23_6002_EN.pdf accessed 2 February 2026
- European Commission, 'Guidance on the Commission's enforcement priorities in applying Article 82 of the EC Treaty to abusive exclusionary conduct by dominant undertakings' [2009] OJ C45/7 <[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))> accessed 2 February 2026
- European Commission, 'Antitrust: Commission sends Statement of Objections to Google on Android operating system and applications' (Press Release, IP/16/1492, 19 April 2016)

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/ip_16_1492 accessed 2 February 2026

- European Commission, 'Antitrust: Commission fines Google €4.34 billion for illegal practices regarding Android mobile devices to strengthen dominance of Google's search engine' (Press Release, IP/18/4581, 18 July 2018) https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/ip_18_4581 accessed 2 February 2026
- European Commission, 'Commission opens investigation into potential Digital Markets Act breach by Google in demoting media publishers' content in search results' (Press Release, 2025) <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/> accessed 2 February 2026
- European Commission, 'Antitrust: Commission opens investigations into Apple practices regarding App Store' (Press Release, IP/20/1073, 16 June 2020) https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_1073 accessed 2 February 2026
- European Commission, 'Commission sends preliminary findings to Apple and opens additional non-compliance investigation against Apple under the Digital Markets Act' (Press Release, IP/24/3433, 24 June 2024) https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_3433 accessed 2 February 2026
- European Commission, 'Antitrust: Commission fines Google €2.42 billion for abusing dominance as search engine by giving illegal advantage to own comparison shopping service' (Press Release, IP/17/1784, 27 June 2017) https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_17_1784 accessed 2 February 2026
- European Commission, 'Data Act' (Official Website of the European Commission) <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/data-act> accessed 4 July 2026
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 'Αντιμονοπωλιακή νομοθεσία: η Επιτροπή επιβάλλει στην Google πρόστιμο 2,42 δισ. ευρώ για κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης που κατέχει στις μηχανές αναζήτησης, παρέχοντας παράνομο πλεονέκτημα στη δική της υπηρεσία σύγκρισης τιμών' (Δελτίο Τύπου, IP/17/1784, 27 Ιουνίου 2017) https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/ip_17_1784 accessed 2 February 2026

- Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 'Η πράξη για τις ψηφιακές αγορές: διασφάλιση δίκαιων και ανοικτών ψηφιακών αγορών' (Επίσημος ιστότοπος DMA, 2023) https://digital-markets-act.ec.europa.eu/index_en accessed 7 March 2026
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 'The Digital Services Act package' (Official Website of the European Commission) <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package> accessed 4 July 2026
- Ευρωπαϊκή Ένωση, 'Πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες' (Σύνοψη της νομοθεσίας της ΕΕ, EUR-Lex, 2022) <https://eur-lex.europa.eu/EL/legal-content/summary/digital-services-act.html> accessed 4 July 2026
- Microsoft, 'Changes to Microsoft 365 and Office 365 Licensing in the European Economic Area and Switzerland' (Microsoft Licensing News, 31 August 2023) <https://www.microsoft.com/en-us/licensing/news/m365-o365-changes-eea> accessed 3 March 2026
- Microsoft, 'Globally Consistent Licensing for Microsoft 365' (Microsoft Licensing News, 1 April 2024) <https://www.microsoft.com/en-us/licensing/news/microsoft365-teams-ww> accessed 3 March 2026

3. Νομοθετικά Κείμενα/Νομοθεσία

- Case DMA.5 Alphabet - Google Search self-preferencing, European Commission (DG Competition) Commission Decision of 25 March 2024 Opening Proceedings, 3-5.
- EEC Council, *Regulation No 17: First Regulation implementing Articles 85 and 86 of the Treaty* [1962] OJ 13/204
- European Commission, Commission Notice on the definition of the relevant market for the purposes of Union competition law [2024] OJ C/2024/1645.
- European Commission, 'Commission Staff Working Document: Evaluation of Regulations 1/2003 and 773/2004' SWD(2024) 141 final, DG Competition 2024.
- European Commission, 'Commission Staff Working Document: Impact Assessment Report Accompanying the Proposal for a Regulation on Contestable and Fair Markets in the Digital Sector (Digital Markets Act)' SWD(2020) 363 final, 45-48.
- European Commission, 'Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: Shaping Europe's digital future' COM(2020) 67 final, 1-4.

- European Commission, 'Communication from the Commission — Amendments to the Communication from the Commission — Guidance on the Commission's enforcement priorities in applying Article 82 of the EC Treaty to abusive exclusionary conduct by dominant undertakings' [2023] OJ C 116/1.
- European Commission, *Guidance on the Commission's enforcement priorities in applying Article 82 of the EC Treaty to abusive exclusionary conduct by dominant undertakings* [2009] OJ C 45/7
- European Commission *Commission Staff, Working Document: Evaluation of Regulations 1/2003 and 773/2004* (SWD(2024) 141 final, DG Competition 2024)
- Directive 2000/31/EC on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic commerce) [2000] OJ L178/1
- Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector (Digital Markets Act) [2022] OJ L252/1
- Regulation (EU) 2022/2065 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act) [2022] OJ L277/1
- Regulation (EU) 2023/2854 on harmonised rules on fair access to and use of data and amending Regulation (EU) 2017/2394 and Directive (EU) 2020/1828 (Data Act) [2023] OJ L325/1
- Regulation (EU) 2024/1689 laying down harmonised rules on artificial intelligence and amending Regulations (EC) No 300/2008, (EU) No 167/2013, (EU) No 168/2013, (EU) 2018/858, (EU) 2018/1139 and (EU) 2019/2144 and Directives 2014/90/EU, 2014/93/EU and (EU) 2020/1828 (Artificial Intelligence Act) [2024] OJ L1689/1

4. Νομολογία

- Amazon - Marketplace (Case AT.40462) Commission Decision of 20 December 2022
- Apple - Music Streaming/Anti-Steering Practices (Case AT.40437) Commission Decision of 4 March 2024
- British Midland v Aer Lingus (IV/32.638) Commission Decision 92/213/EEC [1992] OJ L96/34
- BGH (Bundesgerichtshof) Case KVZ 13/20 [2020]
- British Airways plc v Commission (Case T-219/99) [2003] ECR II-5917, ECLI:EU:T:2003:343

- Case 14/68 Walt Wilhelm v Bundeskartellamt [1969] ECR 1
- Case 22/78 Hugin Kassaregister AB and Hugin Cash Registers Ltd v Commission [1979] ECLI:EU:C:1979:138
- Case 27/76 United Brands Company and United Brands Continentaal v Commission [1978] ECLI:EU:C:1978:22
- Case 85/76 Hoffmann-La Roche & Co AG v Commission [1979] ECLI:EU:C:1979:36
- Case C-333/94 P Tetra Pak International SA v Commission [1996] ECLI:EU:C:1996:436
- Case C-413/14 P Intel Corp v Commission ECLI:EU:C:2017:632
- Case C-48/22 P Google and Alphabet v Commission (Google Shopping) ECLI:EU:C:2024:726
- Case C-53/92 P Hilti AG v Commission [1994] ECLI:EU:C:1994:77
- Case C-62/86 AKZO Chemie BV v Commission [1991] ECLI:EU:C:1991:286
- Case C-252/21 Meta Platforms and Others v Bundeskartellamt ECLI:EU:C:2023:537
- Case DMA.5 Alphabet - Google Search self-preferencing (European Commission, Opening of Proceedings, 25 March 2024)
- Case DMA.8 Meta - Pay or consent (European Commission, Opening of Proceedings, 25 March 2024)
- Case COMP/C-3/39.530 Microsoft (Internet Explorer) (European Commission Decision, 16 December 2009)
- Case AT.40739 Microsoft Teams (European Commission, Statement of Objections, 25 June 2024)
- Case T-201/04 Microsoft v Commission [2007] ECR II-3601
- Case T-604/18 Google and Alphabet v Commission (Google Android) [2022] ECLI:EU:T:2022:541
- Case T-612/17 Google and Alphabet v Commission (Google Shopping) [2021] ECLI:EU:T:2021:763
- Commission Notice on the definition of relevant market for the purposes of Community competition law [1997] OJ C372/5
- Google Android (Case AT.40099) Commission Decision of 18 July 2018
- Google Android (Case AT.40099) Final Report of the Hearing Officer [2019] OJ C402/7
- Google Android (Case AT.40099) Summary of Commission Decision [2019] OJ C402/1
- Google Search (Shopping) (Case AT.39740) Commission Decision of 27 June 2017

- NV Nederlandsche Banden-Industrie Michelin v Commission (Case 322/81) [1983] ECR 3461, ECLI:EU:C:1983:313
- OLG Düsseldorf (Oberlandesgericht) Case VI-P 1/19 [2019]
- Sea Containers v Stena Sealink (IV/34.689) Commission Decision 94/19/EC [1994] OJ L15/8