



Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΣΤΙΣ ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

ΜΕΡΟΣ 2

Δρ. Παναγιώτης Αγησιλάου
ΕΠΙΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΣΕΜΙΝΑΡΙΟ ΚΕΒΕ
30 Νοεμβρίου 2020



ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ

- Θεωρίες ανταγωνιστικής ζημίας σε ψηφιακές αγορές – δεσπόμενη θέση
- Αλγόριθμοι
 - Παράγοντας δύναμης στην αγορά
 - Θεωρίες ανταγωνιστικής ζημίας
- Αλγοριθμικές συμπράξεις
 - Οριζόντιες
 - Κάθετες
- Κάθετοι περιορισμοί σε διαδικτυακές αγορές
 - Ρήτρες μάλλον ευνοούμενου πελάτη (MFN)
 - Απαγόρευση διαδικτυακών πωλήσεων



ΠΙΘΑΝΟ ΝΕΟ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

- Εκχώρηση εξουσίας σε Ευρωπαϊκή Επιτροπή για διενέργεια τομεακών ερευνών και επιβολή διαρθρωτικών και συμπεριφορικών μέτρων θεραπείας → διατήρηση ανταγωνιστικής δομής αγοράς
- https://ec.europa.eu/competition/consultations/2020_new_comp_tool/index_en.html#:~:text=The%20New%20Competition%20Tool%20is,ultimate%20benefit%20of%20European%20consumers



ΘΕΩΡΙΕΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΜΙΑΣ – ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑ ΘΕΣΗ

- Εκμεταλλευτικές πρακτικές (exploitative abuses)
 - Υπερβολική τιμολόγηση
 - Υποβέλτιστη ποιότητα (π.χ. βαθμός προστασίας δεδομένων χρηστών)
 - Μη αιτιολογημένοι / δυσανάλογοι όροι & προϋποθέσεις χρήσης (π.χ. περιορισμός δικαιωμάτων χρηστών για αποκατάσταση ζημίας)



ΥΠΟΘΕΣΗ FACEBOOK (BUNDESKARTELLAMT, 6/2/2019)

- Facebook
 - Δεσπόζουσα θέση Facebook στην αγορά των κοινωνικών δικτύων της Γερμανίας
 - Μεριδίο αγοράς > 90% (DUAs και MAUs)
 - Ισχυρές επιδράσεις δικτύου (network externalities)
 - Αποτελέσματα εγκλωβισμού (locked-in effects)
- Πρακτική
 - Συγκέντρωση / συνδυασμός / επεξεργασία δεδομένων από διαφορετικές πηγές
 - **Δεδομένα από FB (on-facebook)**
 - Δραστηριότητες χρήστη στο FB
 - **Δεδομένα εκτός FB (off-facebook)**
 - Άλλες εφαρμογές της Facebook (π.χ. Whatsapp, Instagram)
 - Ιστοσελίδες / εφαρμογές τρίτων (π.χ. Social plugins, facebook login, facebook analytics)
 - Ανυπαρξία επιλογής για χρήστες για μη αποδοχή των όρων χρήσης του FB



ΥΠΟΘΕΣΗ FACEBOOK (BUNDESKARTELLAMT, 6/2/2019)

- Απόφαση Bundeskartellamt
 - Επιβολή αθέμιτων όρων συναλλαγής → μη ύπαρξη επιλογής στον χρήστη για προαιρετική αποδοχή όρων της Facebook
 - Μη απαραίτητη η συλλογή και επεξεργασία δεδομένων από τρίτες πηγές για την λειτουργία του FB
 - On-Facebook → δικαιολογείται από το επιχειρηματικό μοντέλο
 - Off-Facebook → μη εύλογες προσδοκίες χρηστών για απεριόριστη συλλογή / επεξεργασία δεδομένων
 - Πρόκληση βλάβης σε καταναλωτές και ανταγωνιστές
 - Παρέκκλιση από τους όρους που θα διαμορφώνονταν σε μια αγορά με αποτελεσματικό ανταγωνισμό (counterfactual)



ΥΠΟΘΕΣΗ FACEBOOK (BUNDESKARTELLAMT, 6/2/2019)

- Διορθωτικά μέτρα / θεραπείες
 - On-Facebook
 - Συλλογή / επεξεργασία δεδομένων μπορεί να συνεχίσει ΑΛΛΑ η αναβάθμιση των προφίλ των χρηστών μόνον με εθελοντική συναίνεση τους
 - Off-Facebook
 - Μόνον με εθελοντική συναίνεση χρηστών
 - Εισήγηση μέτρων από Facebook εντός 4 μηνών
 - Εφαρμογή μέτρων σε 12 μήνες



ΥΠΟΘΕΣΗ FACEBOOK (BUNDESKARTELLAMT, 6/2/2019)

- **Απόφαση Ανώτερου Περιφερειακού Δικαστηρίου του Düsseldorf για αναστολή εφαρμογής απόφασης Bundeskartellamt (26/8/2019)**
 - Μη επαρκής απόδειξη ότι η συμπεριφορά της Facebook αποκλίνει από αυτήν που αναμένεται σε μια ανταγωνιστική αγορά → δεν αναλύθηκε το αντιπαράδειγμα
 - Μη επαρκής ανάλυση της ανταγωνιστικής ζημίας και βλάβης καταναλωτή
 - Οι καταναλωτές έχουν την επιλογή να μην γίνουν χρήστες του FB >50% (π.χ. μη εξαναγκασμός / πιέσεις) → μη ουσιώδης υπηρεσία η FB
 - Τα δεδομένα που συλλέγονται δεν είναι μοναδικά → μπορούν να συλλεγούν τα ίδια δεδομένα και από ανταγωνιστές
 - 80% χρηστών δεν έχουν μελετήσει τους όρους & προϋποθέσεις χρήσης του FB → μη καθοριστικό ρόλο στις αποφάσεις / επιλογές χρηστών
 - Μη σύνδεση
 - Δεσπόζουσας θέσης και κατάχρησης
 - Ανταγωνιστικής ζημίας και αντιπαράδειγματος
 - Παράβαση κανόνων προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα → όχι αυτόματα παράβαση κανόνων ανταγωνισμού (ποιο το βέλτιστο επίπεδο προστασίας δεδομένων σε μια ανταγωνιστική αγορά)



ΥΠΟΘΕΣΗ FACEBOOK (BUNDESKARTELLAMT, 6/2/2019)

- **Ενδιάμεση απόφαση Federal Court of Justice - Bundesgerichtshof, (23/6/2020)**
 - Μη σοβαρές αμφιβολίες για κατοχή δεσπόζουσας θέσης από την FB στην αγορά μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην Γερμανία
 - Μη σοβαρές αμφιβολίες για κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης μέσω επιβολής αθέμιτων όρων συναλλαγής από την FB
 - Αποστέρηση επιλογής για χρήστες
 - Πιθανότητα στρέβλωσης ανταγωνισμού στην αγορά μέσων κοινωνικής δικτύωσης και ψηφιακής διαφήμισης (βασίζεται σε δεδομένα χρηστών)
 - Διαφωνία με Bundeskartellamt όσον αφορά χρήση GDPR ως σχετικό πρότυπο για αξιολόγηση κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης



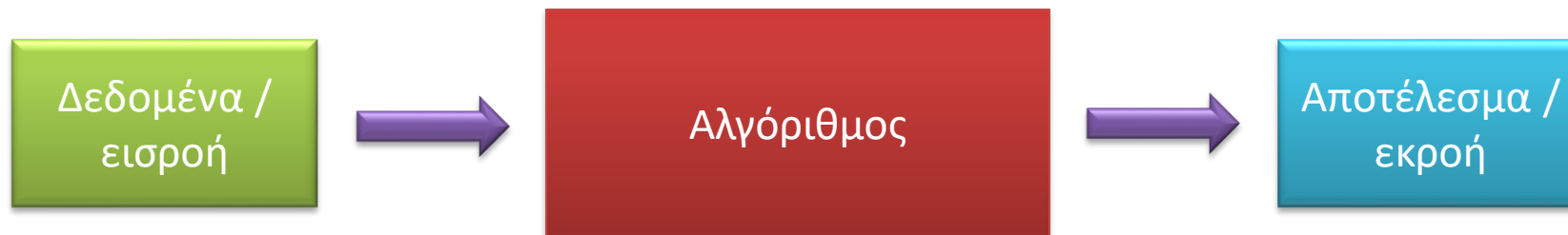
ΘΕΩΡΙΕΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΜΙΑΣ – ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑ ΘΕΣΗ

- Παρεμποδιστικές πρακτικές (exclusionary abuses)
 - Ρήτρες αποκλειστικότητας / μεταβιβαστικές πληρωμές / εκπτώσεις πίστης → διατήρηση / επέκταση πλεονεκτήματος δεδομένων
 - Άρνηση προμήθειας / συνεργασίας (π.χ. τεχνολογία, δίκτυο, δεδομένα)
 - Μη συμβατότητα / διαλειτουργικότητα προϊόντων / υπηρεσιών → αύξηση κόστους μεταστροφής (switching cost)
 - Επιθετική τιμολόγηση → ιδιαιτερότητες ψηφιακών αγορών (π.χ. δίπλευρος / πολύπλευρος χαρακτήρας, εκμετάλλευση επιδράσεων δικτύου)
 - Μόχλευση ισχύος σε μια άλλη αγορά (π.χ. πρακτικές δέσμευσης)
 - Διακριτική τιμολόγηση μέσω εξατομικευμένης τιμολόγησης (π.χ. τελικό καταναλωτή / χρήστη, ανταγωνιστές σε αγορά επόμενου σταδίου)



ΑΛΓΟΡΙΘΜΟΙ

- Διαρθρωμένες διαδικασίες λήψης αποφάσεων οι οποίες αυτοματοποιούν υπολογιστικές διαδικασίες εξάγοντας αποτελέσματα βάσει δεδομένων που εισάγονται
- Τυποποιημένοι αλγόριθμοι (Standardized algorithms)
 - Όλες οι παράμετροι εισάγονται από τον χρήστη
 - Μη δυνατότητα αυτόματης αλλαγής παραμέτρων
- Αλγόριθμοι μάθησης (Learning algorithms)
 - Οι παράμετροι προσαρμόζονται αυτόματα στα δεδομένα





ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΙ ΡΟΛΟΙ ΑΛΓΟΡΙΘΜΩΝ

- Αλγόριθμοι μηχανών αναζήτησης (search engine algorithms)
- Αλγόριθμοι συνταιριάσματος (matching)
- Αλγόριθμοι κατάταξης (ranking algorithms)
- Αλγόριθμοι εξατομίκευσης (personalization algorithms)
- Αλγόριθμοι συνάφειας (relevancy algorithms)
- Αλγόριθμοι παρακολούθησης τιμών ανταγωνιστών (price monitoring algorithms)
- Αλγόριθμοι τιμολόγησης (pricing algorithms)



ΑΛΓΟΡΙΘΜΟΣ MATCH-LOW-PRICE ΤΗΣ AMAZON

- Επιτρέπει σε ανεξάρτητους έμπορες που χρησιμοποιούν την πλατφόρμα Amazon marketplace να αντιστοιχήσουν τις τιμές των προϊόντων τους με αυτές ανταγωνιστικών εμπόρων (ή με συγκεκριμένο έμπορα που επιλέγεται)

Your price ⓘ Lowest price for **New**

\$13.99 + \$0.00 shipping

Manufacturer's Suggested Retail Price ⓘ

Sale Price ⓘ

Sale Start Date ⓘ

Sale End Date ⓘ



ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΑΛΓΟΡΙΘΜΩΝ

Προσφορά

- Βελτίωση αποδοτικότητας ανθρώπινης εργασίας (π.χ. μεταφράσεις, οδικές μεταφορές)
- Αμεσότερες αποφάσεις (π.χ. γρηγορότερη ανταπόκριση τιμών σε μεταβολές ζήτησης / προσφοράς)
- Ενίσχυση αποτελεσματικότητας διαχείρισης αποθεμάτων (π.χ. ξενοδοχεία, αεροπορικά εισιτήρια)
- Νέα επιχειρηματικά μοντέλα
- Βελτίωση ποιότητας προϊόντων / υπηρεσιών (π.χ. μηχανές αναζήτησης)

Ζήτηση

- Βελτίωση καταναλωτικής εμπειρίας
- Παρακολούθηση τιμών (π.χ. Camel Camel Camel)
- Πρόβλεψη μελλοντικών τιμών (π.χ. Flight Price Aggregation - Kayak)
- Ψηφιακός προσωπικός βοηθός (π.χ. Amazon Alexa, Apple Siri, Google Assistant)



ΑΛΓΟΡΙΘΜΟΙ – ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΔΥΝΑΜΗΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

- Βελτίωση ποιότητας προϊόντος / υπηρεσίας (π.χ. Google Search, Amazon marketplace)
- Επηρεασμός σειράς εμφάνισης αποτελεσμάτων (π.χ. Google Shopping)
- Εμπόδιο εισόδου στην αγορά (π.χ. κόστος, δεδομένα για εφαρμογή)
- **Θεωρίες ανταγωνιστικής ζημίας**
 - Προτιμησιακή μεταχείριση (self-preferencing)
 - Άρνηση πρόσβασης / παροχής πληροφοριών αλγόριθμου
 - Υπερβολική τιμολόγηση
 - Διακριτική τιμολόγηση



ΝΟΜΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΣΥΜΠΡΑΞΕΩΝ

- Άρθρο 101(1) ΣΛΕΕ
 - *Απαγορεύονται συμφωνίες και εναρμονισμένες πρακτικές μεταξύ επιχειρήσεων και αποφάσεις ενώσεων επιχειρήσεων που έχουν ως αντικείμενο ή αποτέλεσμα τον περιορισμό του ανταγωνισμού*
 - **Συμφωνία** → απόδειξη ύπαρξης **κοινής βούλησης** των επιχειρήσεων (concurrency of wills)
 - **Εναρμονισμένη πρακτική** → απόδειξη ύπαρξης **άμεσης / έμμεσης επαφής**



ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΣΥΜΠΡΑΞΕΩΝ

- Συνθήκες για σύμπραξη
 - Δημιουργία σύμπραξης → επίτευξη συμπαιγνιακής ισορροπίας
 - Διατήρηση σύμπραξης → παρακολούθηση / εντοπισμός παρεκκλίσεων + επιβολή τιμωρίας
 - Χαρακτηριστικά αγοράς που διευκολύνουν την σύμπραξη

Χαρακτηριστικό αγοράς	Ανάπτυξη / διατήρηση συμπαιγνίας
Αριθμός επιχειρήσεων	<i>Μειώνεται</i>
Εμπόδια εισόδου	<i>Αυξάνεται</i>
Συχνότητα αλληλεπίδρασης	<i>Αυξάνεται</i>
Διαφάνεια αγοράς για επιχειρήσεις	<i>Αυξάνεται</i>



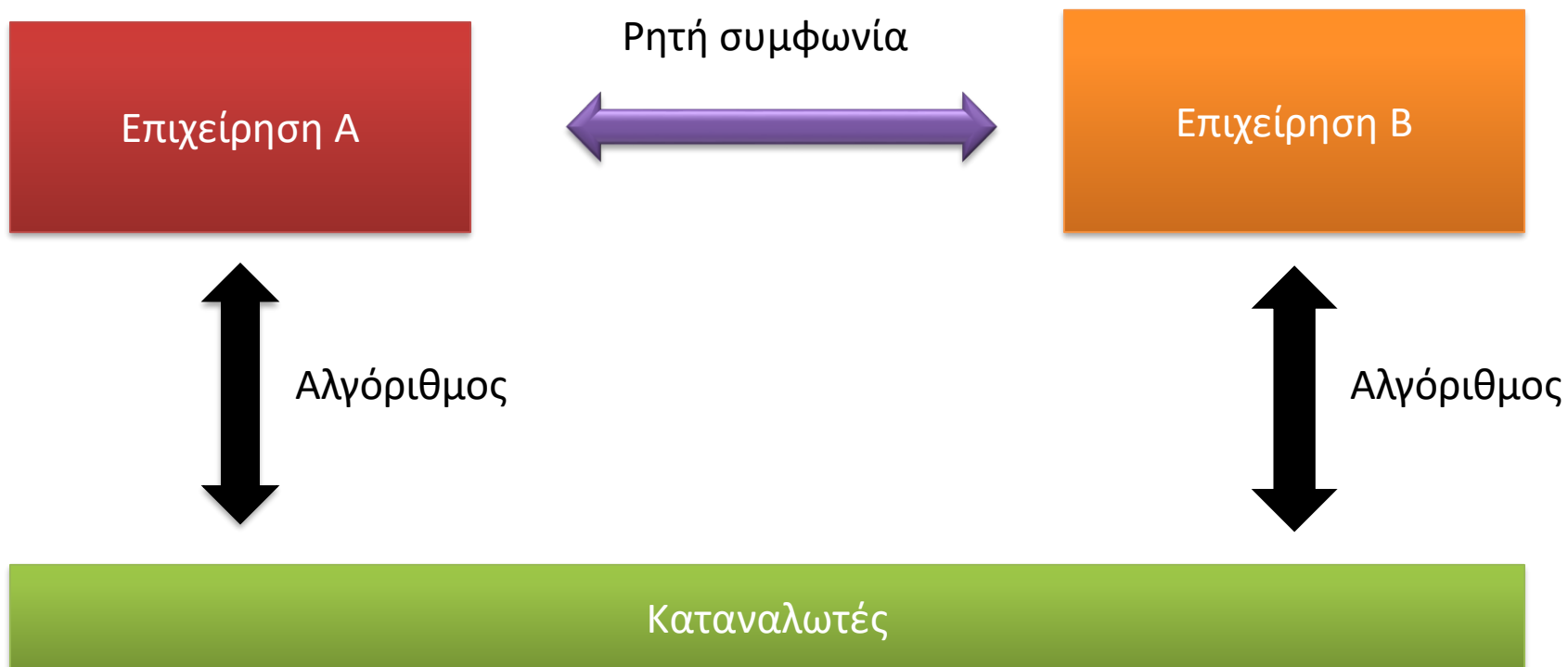
ΑΛΓΟΡΙΘΜΙΚΕΣ ΣΥΜΠΡΑΞΕΙΣ

- Διευκόλυνση οριζόντιας σύμπραξης
 - Σύμπραξη επιχειρήσεων και διευκόλυνση εφαρμογής σύμπραξης από αλγόριθμο → καθοριστικός ο ανθρώπινος παράγοντας
 - Εφικτή η σύμπραξη ακόμη και σε αγορές που παραδοσιακά δεν ήταν επιρρεπείς σε συμπράξεις λόγω προβλημάτων εφαρμογής (π.χ. παρακολούθηση, συχνότητα αλληλεπίδρασης)

Χαρακτηριστικό αγοράς	Ανάπτυξη / διατήρηση συμπαιγνίας	Επίδραση αλγόριθμου
Αριθμός επιχειρήσεων	Μειώνεται	+
Εμπόδια εισόδου	Αυξάνεται	+/-
Συχνότητα αλληλεπίδρασης	Αυξάνεται	+
Διαφάνεια αγοράς για επιχειρήσεις	Αυξάνεται	+



ΑΛΓΟΡΙΘΜΙΚΕΣ ΣΥΜΠΡΑΞΕΙΣ





ΥΠΟΘΕΣΗ POSTERS (CMA, 12/8/2016)

- **Εμπλεκόμενα μέρη**
 - GB Eye Ltd: χονδρέμπορας αφισών που αποφάσισε να δραστηριοποιηθεί σε λιανικό επίπεδο / κατάστημα Amazon marketplace
 - Trod Ltd: διανομέας GB Eye
- **Πρακτική**
 - Συζήτηση μελλοντικών προθέσεων / στρατηγικών
 - Email: «*επιμένεις να μας σπρώχνεις εκτός αγοράς ... αυτό δεν λειτουργεί και μακροπρόθεσμα θα μειώσει τα κέρδη της GB Eye ... ας προσπαθήσουμε να το κάνουμε με τρόπο που να επωφελούμαστε όλοι*»
 - Email: «*Η Trod έχει συμφωνήσει να μην υποσκάψει τις τιμές μας στην Amazon και έχω συμφωνήσει να ανταποδώσω. Θα επιδιώξουμε να έχουμε τις ίδιες τιμές, να σπρώξουμε τις τιμές προς τα επάνω και να μοιραστούμε τις πωλήσεις*»
 - Συμφωνία μη υπόσκαψης τιμών δεδομένου ότι άλλος διανομέας δεν θα πωλούσε σε χαμηλότερη τιμή (3/2011 - 7/2015)
 - Χρήση λογισμικού αυτόματης αναπροσαρμογής τιμών
- Πρόστιμο σε Trod Ltd £163.371 (εξ αντικειμένου περιορισμός ανταγωνισμού)



ΥΠΟΘΕΣΗ ECONOMY ENERGY / DYBALL ASSOCIATES (OFGEM, 30/5/2019)

- Εμπλεκόμενα μέρη
 - Economy Energy, E (Gas and Electricity) Ltd
 - Dyball Associates
- Πρακτική
 - Συμφωνία καταμερισμού πελατών → ο κάθε πάροχος δεν θα στόχευε πελάτες του άλλου παρόχου
 - Χρήση λογισμικού / αλγορίθμων για ανταλλαγή πληροφοριών με λίστες πελατών
 - Ο αλγόριθμος δεν επέτρεπε την υποβολή προσφοράς σε πελάτες του άλλου παρόχου
- Πρόστιμο: £650.000



ΑΛΓΟΡΙΘΜΙΚΕΣ ΣΥΜΠΡΑΞΕΙΣ

- Διευκόλυνση κάθετης σύμπραξης
 - Παρακολούθηση τιμών λιανεμπόρων / δικαιοδόχων
 - Αυτόματη τιμωρία παρεκκλίσεων
 - εφαρμογή τιμών μεταπώλησης (RPM) για διαδικτυακές πωλήσεις / ελάχιστων διαφημιζόμενων τιμών





ΥΠΟΘΕΣΗ CARREFOUR / ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ (ΕΑ 4951/VI/2010, 6/7/2020)

- Εμπλεκόμενα μέρη
 - 3 δικαιοδόχοι (franchisees)
 - Δικαιοπάροχος - Carrefour Μαρινόπουλος (franchisor)
- Πρακτική
 - Συμβατική ρήτρα υποχρέωσης δικαιοδόχων να ακολουθούν προτεινόμενες τιμές δικαιοπάροχου
 - Παρακολούθηση τιμών δικαιοδόχων μέσω λογισμικού συστήματος του δικτύου
 - Ιδιαίτερα δυσχερής / χρονοβόρα η αλλαγή τιμών από δικαιοδόχους
 - ➔ Καθορισμός τιμών μεταπώλησης (RPM) = ακαμψία τιμών στο σύστημα δικαιόχρησης της Carrefour - Μαρινόπουλος
- Πρόστιμο €12 εκ.



ΑΛΛΕΣ ΠΡΟΣΦΑΤΕΣ ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ

- **Casio (CMA, 1/8/2019)**

- Καθορισμός τιμών μεταπώλησης (resale price maintenance) για διαδικτυακές πωλήσεις πιάνων και αρμονίων (2013-2018)
- Απαγόρευση πώλησης κάτω από ένα συγκεκριμένο επίπεδο τιμών
- Χρήση λογισμικού για παρακολούθηση τιμών / εκπτώσεων διανομέων / λιανοπωλητών
- Άσκηση πιέσεων για αύξηση τιμών σε περίπτωση που ήταν κάτω από το συγκεκριμένο επίπεδο
- Πρόστιμο σε Casio £3,7 εκ.

- **Fender (CMA, 8/10/2019)**

- Καθορισμός ελάχιστων τιμών μεταπώλησης για κιθάρες Fender (2013-2018)
- Στόχος οι τιμές διαδικτυακής πώλησης κιθάρων Fender να υπερβαίνουν μια ελάχιστη προκαθορισμένη τιμή
- Απειλή επιβολής μέτρων (π.χ. καθυστέρηση προμηθειών, μείωση παραδόσεων)
- Πρόστιμο σε Fender £4,5 εκ.

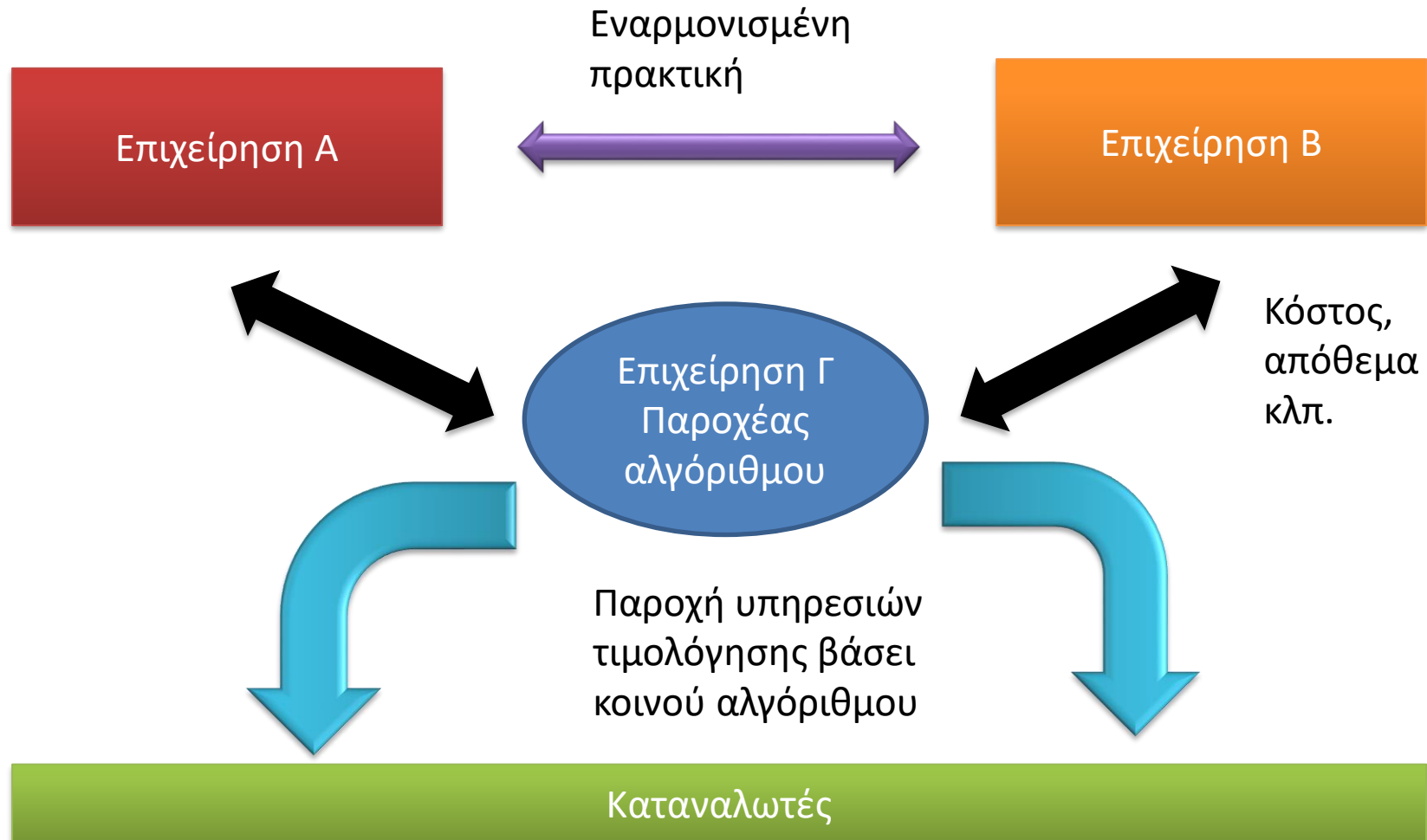


ΑΛΛΕΣ ΠΡΟΣΦΑΤΕΣ ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ

- **Roland (CMA, 29/6/2020)**
 - Καθορισμός ελάχιστης τιμής μεταπώλησης για ντραμς (2011-2018)
 - Χρήση λογισμικού για παρακολούθηση τιμών / εκπτώσεων διανομέων / λιανοπωλητών
 - Πρόστιμο σε Roland £4 εκ.
- **Yamaha (CMA, 17/7/2020)**
 - Καθορισμός ελάχιστης τιμής μεταπώλησης για ηλεκτρικές κιθάρες, αρμόνια και ψηφιακά πιάνο (03/2013-03/2017)
 - Απειλή επιβολής μέτρων (π.χ. καθυστέρηση προμηθειών, μείωση παραδόσεων)
 - Χρήση κρυπτογραφημένου λογισμικού για παρακολούθηση τιμών / εκπτώσεων διανομέων / λιανοπωλητών
 - Πρόστιμο σε μεταπωλητή της Yamaha £279 χιλ.
- **Korg (CMA, 29/7/2020)**
 - Καθορισμός ελάχιστης τιμής μεταπώλησης για ντραμς κ.α. (2015-2018)
 - Απειλή επιβολής μέτρων (π.χ. καθυστέρηση προμηθειών, μείωση παραδόσεων)
 - Χρήση κρυπτογραφημένου λογισμικού για παρακολούθηση τιμών / εκπτώσεων διανομέων / λιανοπωλητών
 - Πρόστιμο σε Korg £1,5 εκ.

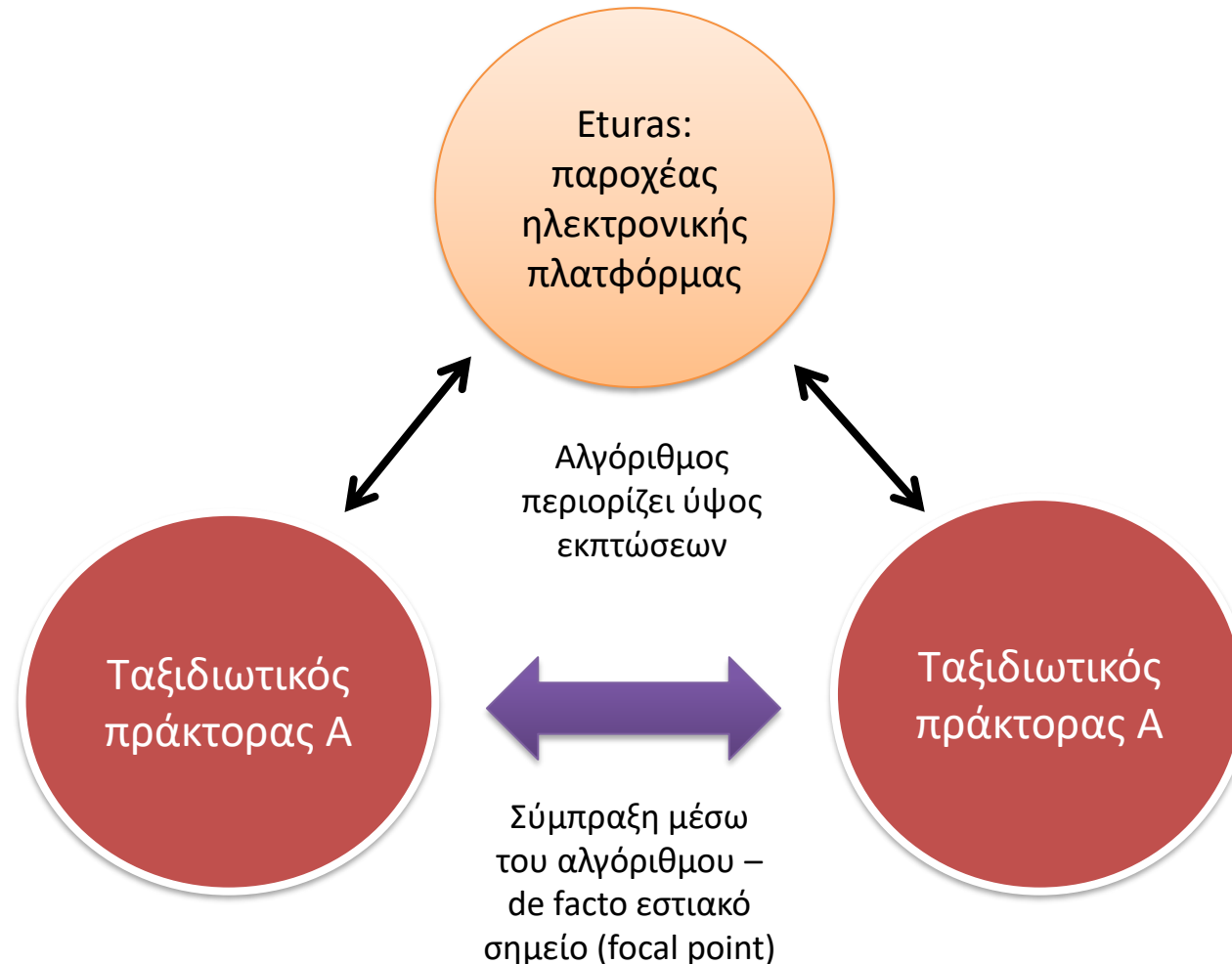


ΑΛΓΟΡΙΘΜΙΚΕΣ ΣΥΜΠΡΑΞΕΙΣ





ΥΠΟΘΕΣΗ ETURAS (C-74/14, 21/1/2016)





ΥΠΟΘΕΣΗ ETURAS (C-74/14, 21/1/2016)

- Προδικαστικά ερωτήματα Ανωτάτου Διοικητικού Δικαστηρίου Λιθουανίας σε ΔΕΕ
 - ① Τεκμαίρεται από την ανακοίνωση στην ηλεκτρονική πλατφόρμα και τον τεχνικό περιορισμό του εύρους των εκπτώσεων ότι οι επιχειρήσεις (ταξιδιωτικοί πράκτορες) γνώριζαν ή όφειλαν να γνωρίζουν το περιεχόμενο της ανακοίνωσης εφόσον δεν προέβαλαν αντιρρήσεις για την εφαρμογή του περιορισμού στο ποσοστό των εκπτώσεων → επομένως εξέφρασαν σιωπηρά τη συναίνεση τους
 - ② Ποιοι παράγοντες πρέπει να ληφθούν υπόψη για να κριθεί ότι οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν σε μια ηλεκτρονική πλατφόρμα ακολούθησαν εναρμονισμένη πρακτική



ΥΠΟΘΕΣΗ ETURAS (C-74/14, 21/1/2016)

- Απόφαση ΔΕΕ

- Η αποστολή ενός ηλεκτρονικού μηνύματος με αντιανταγωνιστικό περιεχόμενο δεν επαρκεί για τη στοιχειοθέτηση της γνώσης του περιεχομένου του από τους αποδέκτες
- Θα πρέπει να υπάρχουν άλλα αντικειμενικά και συγκλίνοντα στοιχεία που να δείχνουν σιωπηρή αποδοχή / συναίνεση
 - Μελέτη / διάβασμα μηνύματος
 - Μη δημόσια αποστασιοποίηση
 - Μη καταγγελία στις αρμόδιες αρχές ανταγωνισμού
 - Μη συστηματική εφαρμογή μέγιστων επιτρεπόμενων εκπτώσεων



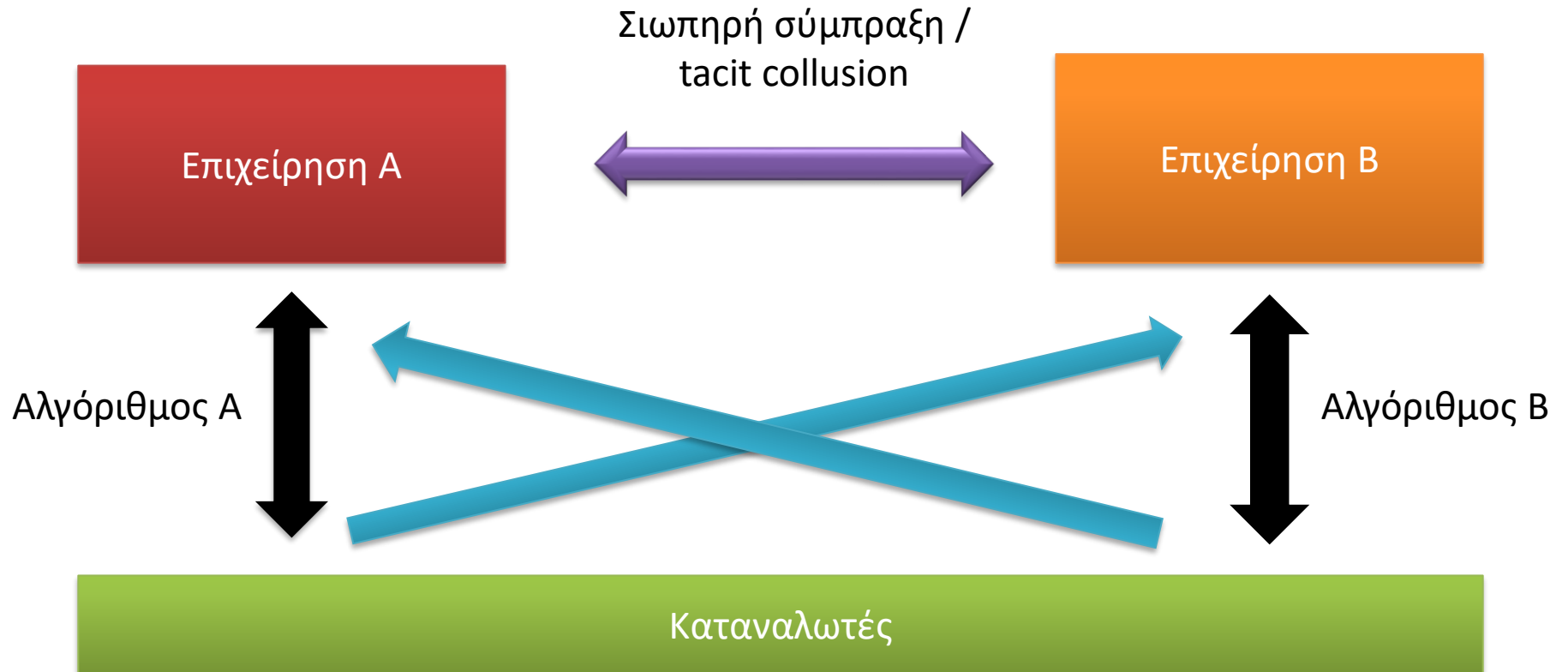
ΑΣΚΗΣΗ

Η εταιρεία ABC Commerce παρέχει υπηρεσίες αυτοματοποιημένης βελτιστοποίησης τιμών σε λιανέμπορες και λογισμικό παρακολούθησης των τιμών που επιβάλλουν οι ανταγωνιστές τους στην αγορά. Οι αλγόριθμοι που χρησιμοποιεί η εν λόγω εταιρεία έχουν την ικανότητα να αναλύσουν διάφορες παραμέτρους των κωδικών προϊόντων των λιανεμπόρων (μεταξύ των οποίων και οι τιμές) και να προχωρούν κατά τρόπο αυτόματο σε ανατιμολογήσεις σε πραγματικό χρόνο. Η κατασκευή από έναν λιανέμπορα ενός τέτοιου αλγόριθμου ή λογισμικού προγράμματος είναι ασύμφορη λόγω υψηλού κόστους. Η εταιρεία ABC Commerce υπόσχεται μεγιστοποίηση των κερδών των λιανεμπόρων και λαμβάνει για το σκοπό αυτό προμήθεια σε ποσοστό των κερδών κάθε λιανέμπορα. Αυτό το επιτυγχάνει μέσω της χρήσης δεδομένων που συλλέγει από όλους τους λιανέμπορες που συνεργάζονται μαζί της.

1. Θα μπορούσε να στοιχειοθετηθεί αντιανταγωνιστική σύμπραξη στην περίπτωση που οι λιανέμπορες δεν γνωρίζουν ότι ο αλγόριθμος της ABC Commerce χρησιμοποιεί μη-δημόσια διαθέσιμα δεδομένα ανταγωνιστικών λιανεμπόρων για σκοπούς ανατιμολόγησης των προϊόντων τους;
2. Αλλάζει η απάντηση στο πιο πάνω ερώτημα σε περίπτωση που είναι γνωστό στους λιανέμπορες ότι όλοι τους χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες της ABC Commerce και ότι η τελευταία χρησιμοποιεί όλα τα δεδομένα που συλλέγει από αυτούς για σκοπούς ανατιμολόγησης των προϊόντων τους;



ΑΛΓΟΡΙΘΜΙΚΕΣ ΣΥΜΠΡΑΞΕΙΣ





ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΑΛΓΟΡΙΘΜΙΚΩΝ ΣΥΜΠΡΑΞΕΩΝ

- Ρόλος αλγόριθμου / λόγοι υιοθέτησης
- Τεχνικές δυνατότητες (π.χ. αυτόματη αλλαγή τιμών, αυτόματη αλλαγή παραμέτρων, υποβοήθηση λήψης αποφάσεων)
- Δεδομένα που λαμβάνει υπόψη (ακόμη και στο στάδιο εκπαίδευσης)
- Χρόνος εφαρμογής / αλλαγής αλγόριθμου
- Λόγοι αλλαγών αλγόριθμου
- Ύπαρξη τρίτης επιχείρησης που στηρίζει τον αλγόριθμο – συμφωνία μαζί της
- Υπεύθυνος παραμετροποίησης / αλλαγών αλγόριθμου
- Ομοιότητα αλγόριθμων ανταγωνιστών



ΡΗΤΡΕΣ ΜΑΛΛΟΝ ΕΥΝΟΟΥΜΕΝΟΥ ΠΕΛΑΤΗ

- Συμβατικός όρος βάσει του οποίου ο πωλητής υπόσχεται στον αγοραστή ότι κανένας άλλος αγοραστής δεν θα έχει ευνοϊκότερη μεταχείριση από αυτόν
- Εργαλείο επηρεασμού των τιμών προμηθευτή και αγοραστή → **μπορεί να έχει αντιανταγωνιστικές επιδράσεις**
- Ευρεία χρήση:
 - διαδικτυακές πλατφόρμες ξενοδοχειακών κρατήσεων
 - διαδικτυακές πλατφόρμες σύγκρισης τιμών



ΡΗΤΡΕΣ ΜΑΛΛΟΝ ΕΥΝΟΟΥΜΕΝΟΥ ΠΕΛΑΤΗ

Ευρείες ρήτρες MFN

- Περιορίζουν τον Πωλητή να μην καθορίζει χαμηλότερες τιμές στην ιστοσελίδα του, **όπως και σε οποιοδήποτε άλλο κανάλι διανομής** (συμπερ. και διαδικτυακών μηχανών σύγκρισης τιμών), από τις τιμές στις διαδικτυακές σελίδες των Αγοραστών

Στενές ρήτρες MFN

- Περιορίζουν τον Πωλητή να μην καθορίζει χαμηλότερες τιμές μέσω των δικών του ιστοσελίδων από τις διαδικτυακές σελίδες των Αγοραστών



ΡΗΤΡΕΣ ΜΑΛΛΟΝ ΕΥΝΟΟΥΜΕΝΟΥ ΠΕΛΑΤΗ

Σενάριο 1 – Ευρεία ρήτρα MFN

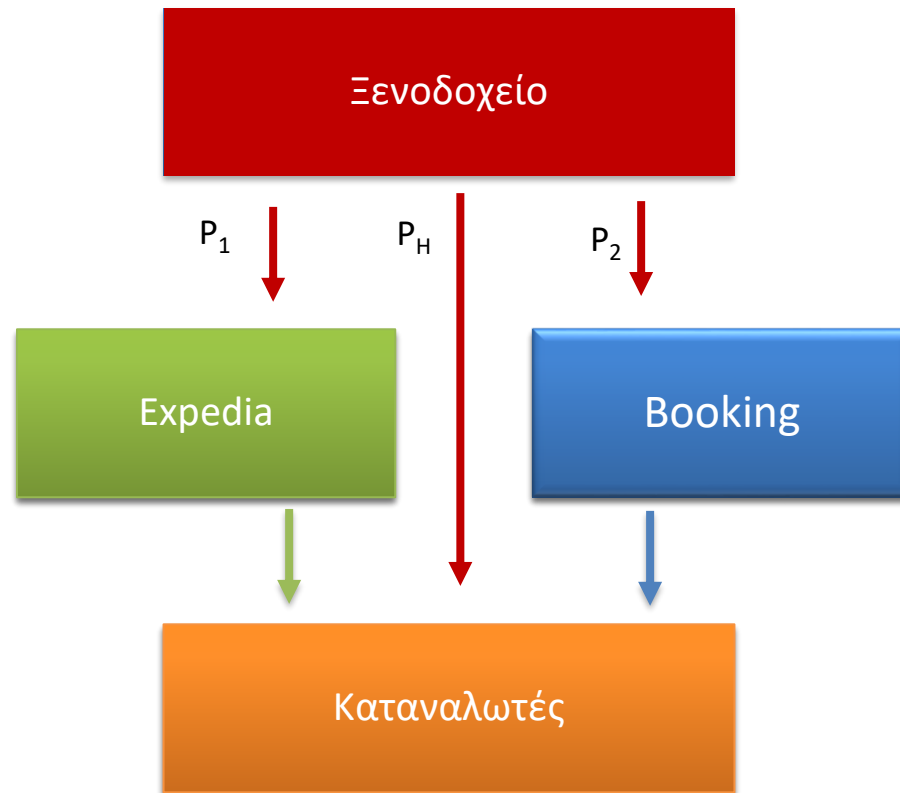
- Ένα ξενοδοχείο εγγυάται ότι θα παρέχει σε έναν διαδικτυακό ταξιδιωτικό πράκτορα τις καλύτερες τιμές από αυτές που προσφέρονται σε όλους τους διαδικτυακούς ταξιδιωτικούς πράκτορες καθώς και τις τιμές που προσφέρει το ξενοδοχείο στις δικές του ιστοσελίδες και offline

Σενάριο 2 – Στενή ρήτρα MFN

- Ένα ξενοδοχείο εγγυάται ότι θα παρέχει σε έναν διαδικτυακό ταξιδιωτικό πράκτορα καλύτερες τιμές σε σχέση με τις τιμές που προσφέρει το ξενοδοχείο στις δικές του ιστοσελίδες



ΥΠΟΘΕΣΗ BOOKING.COM (BUNDESKARTELLAMT, 22/12/2015)



Ευρεία MFN με Booking

$$P_1 \geq P_2 \text{ και } P_H > P_2$$

Στενή MFN με Booking

$$P_H > P_2$$



ΥΠΟΘΕΣΗ BOOKING.COM (BUNDESKARTELLAMT, 22/12/2015)

- **Αντιανταγωνιστικές επιδράσεις**
 - Ανταγωνισμός μεταξύ διαδικτυακών ταξιδιωτικών πρακτόρων (OTA)
 - Περιορισμός κινήτρων για ανταγωνισμό μέσω ύψους προμήθειας → το Ξενοδοχείο πρέπει να δώσει τις ίδιες τιμές και σε άλλους OTA
 - Αποκλεισμός νέων ανταγωνιστών (διαδικτυακών ταξιδιωτικών πρακτόρων)
 - Δεν μπορούν να προσελκύσουν πελατεία μέσω χαμηλότερων λιανικών τιμών σε αντάλλαγμα με χαμηλότερη προμήθεια → δέσμευση ξενοδοχείου με MFN σε υφιστάμενους OTA
 - Έμμεσες επιδράσεις δικτύου → χρειάζεται μεγάλη πελατεία για προσέλκυση ξενοδοχείων από έναν νέο OTA



ΥΠΟΘΕΣΗ BOOKING.COM (BUNDESKARTELLAMT, 22/12/2015)

- Δεσμεύσεις → στενή ρήτρα MFN
 - MFN μόνον για τιμές Ξενοδοχείου και OTA → προστασία OTA από προβλήματα δωρεάν επιβάτη
 - ΌΧΙ MFN για τιμές μεταξύ OTA
 - προαγωγή ανταγωνισμού μεταξύ OTA για ύψος προμήθειας
 - επιτρέπει στα Ξενοδοχεία να ανταμείβουν με καλύτερες τιμές τους OTA με χαμηλότερη προμήθεια → καλύτερες λιανικές τιμές → αύξηση ζήτησης καταναλωτών
- Ανατροπή απόφασης από Higher Regional Court of Düsseldorf (2019)



ΥΠΟΘΕΣΗ COMPARETHEMARKET (CMA, 11/2020)

- ComparetheMarket → διατηρεί σελίδα σύγκρισης τιμών στο διαδίκτυο (π.χ. σύγκριση τιμών ασφαλιστών κατοικιών)
- Πρακτική
 - Ρήτρα MFN → υποχρέωση των ασφαλιστών κατοικιών να μην διαφημίζουν χαμηλότερες τιμές σε ανταγωνιστικές πλατφόρμες σύγκρισης τιμών
- Αντιανταγωνιστικές επιδράσεις
 - Περιορισμός ασφαλιστών να παρέχουν καλύτερες τιμές σε ανταγωνιστικές πλατφόρμες σύγκρισης τιμών → μείωση ανταγωνιστικών πιέσεων των ασφαλιστών κατοικιών σε πλατφόρμες σύγκρισης τιμών
 - Ανέφικτο για τις ανταγωνιστικές πλατφόρμες να αποκτήσουν πλεονέκτημα τιμής έναντι της ComparetheMarket (π.χ. μέσω μείωσης προμηθειών για ενθάρρυνση ασφαλιστών να προσφέρουν καλύτερες τιμές στις πλατφόρμες τους)
 - Περιορισμός ανταγωνιστικών πιέσεων που αντιμετώπιζε η ComparetheMarket → χωρίς την ρήτρα MFN έπρεπε να προσφέρει πιο χαμηλή προμήθεια για να λάβει καλύτερες τιμές από τους ασφαλιστές κατοικιών
- Πρόστιμο: £17,9 εκ.



PIERRE FABRE (C-439/09)

- Pierre Fabre
 - Παραγωγός καλλυντικών προϊόντων (μη φαρμακευτικά)
 - Επωνυμίες: Klorene, Ducrey, Gelenic, Avene
 - Μερίδιο αγοράς στη Γαλλία: 20%
- Συμβάσεις διανομής
 - Απαγόρευση διαδικτυακών πωλήσεων
 - Δίπλωμα φαρμακοποιού
- Autorité de la Concurrence → παράβαση Άρθρου 101(1) ΣΛΕΕ



PIERRE FABRE (C-439/09)

ΣΚΕΠΤΙΚΟ ΔΕΕ

1. Οι συμβάσεις διανομής επηρεάζουν τον ανταγωνισμό
2. Υπάρχουν εύλογοι / θεμιτοί λόγοι για τέτοιες συμβάσεις (π.χ. μη τιμολογιακός ανταγωνισμός)
3. Επιλογή διανομέων βάσει **αντικειμενικών, αναλογικών** κριτηρίων **ποιοτικού χαρακτήρα** που επιβάλλονται και εφαρμόζονται **αδιακρίτως**
4. Μη αποδεκτός ο περιορισμός διαδικτυακών πωλήσεων
 - Δεν είναι αναγκαία η παροχή προσωπικών συμβουλών από φαρμακοποιούς για πώληση προϊόντων που δεν απαιτούν ιατρική συνταγή
 - Αβάσιμο το επιχείρημα περί διατήρησης της εικόνας γοήτρου του προϊόντος
 - **Ο περιορισμός των παθητικών πωλήσεων είναι σοβαρός περιορισμός του ανταγωνισμού**→ Εξ αντικειμένου περιοριστικοί όροι για ανταγωνισμό
5. Μπορεί να τύχει ατομικής εξαίρεσης βάσει Άρθρου 101(3) ΣΛΕΕ



ΥΠΟΘΕΣΗ COTY (C-230/16)

- Coty
 - Προμηθεύτρια καλλυντικών πολυτελείας
- Parfümerie Akzente
 - Εξουσιοδοτημένος διανομέας προϊόντων της Coty
 - Συμβατικές και διαδικτυακές πωλήσεις (μέσω δικής της ηλεκτρονικής σελίδας και Amazon.de)
- Πρακτική
 - Απαγόρευση διαδικτυακών πωλήσεων με τρόπο που να φαίνεται στον καταναλωτή ότι ο πωλητής είναι τρίτη επιχείρηση ή ηλεκτρονικό κατάστημα που διαχειρίζεται τρίτο πρόσωπο (π.χ. Amazon.de)
- Άρνηση Parfümerie Akzente να συναινέσει
- Αγωγή Coty v. Parfümerie Akzente



ΥΠΟΘΕΣΗ COTY (C-230/16)

- **Απόφαση Δικαστηρίου Γερμανίας**
 - Η φύση των σημάτων Coty Prestige δικαιολογεί τη χρήση συστήματος επιλεκτικής διανομής (προϊόντα πολυτελείας)
 - Η επίμαχη ρήτρα παραβιάζει το Άρθρο 101(1) ΣΛΕΕ
- Έφεση Coty στο Εφετείο Φραγκφούρτης → προδικαστικό ερώτημα στο ΔΕΕ
- **Απόφαση ΔΕΕ**
 - Καθόλα αποδεκτό το σύστημα επιλεκτικής διανομής για σκοπούς διαφύλαξης εικόνας πολυτέλειας προϊόντος
 - Δεν απαγορεύεται η ρήτρα που να απαγορεύει στους επιλεγμένους διανομείς ενός προϊόντος πολυτελείας να χρησιμοποιεί κατά τρόπο που να φαίνεται προς τα έξω τρίτες πλατφόρμες για διαδικτυακές πωλήσεις
 - Αναλογική ρήτρα που αποσκοπεί στη διαφύλαξη της εικόνας πολυτελείας του προϊόντος, προβλέπεται κατά τρόπο ενιαίο και εφαρμόζεται χωρίς διακρίσεις
 - Ανέφικτη η αποτελεσματική τήρηση των ποιοτικών απαιτήσεων από τρίτες πλατφόρμες → μη έλεγχος από προμηθευτή
 - Όχι εξ αντικειμένου περιορισμός καθώς δεν απαγορεύονται όλες οι διαδικτυακές πωλήσεις (σε αντίθεση με Pierre Fabre) → εφικτές οι παθητικές πωλήσεις



ΑΣΚΗΣΗ

Η εταιρεία αθλητικών ειδών ASICS έχει απαγορεύσει στους επιλεγμένους διανομείς των προϊόντων της να χρησιμοποιούν μηχανές σύγκρισης τιμών (price comparison engines) και διαδικτυακές πλατφόρμες πωλήσεων τρίτων ή να χρησιμοποιούν την εμπορική επωνυμία ASICS όταν προβαίνουν σε διαφημίσεις σε ιστοσελίδες με αποτελέσματα μηχανών διαδικτυακής αναζήτησης. Ταυτόχρονα η ASICS έχει δημιουργήσει το δικό της ηλεκτρονικό κατάστημα στο διαδίκτυο και συνεργάζεται με μεγάλες πλατφόρμες πωλήσεων στο διαδίκτυο (π.χ. Amazon). Το μερίδιο αγοράς της ASICS εκτιμάται σε 25-30%.

Συνιστούν οι επίμαχες πρακτικές παράβαση του Άρθρου 101(1) ΣΛΕΕ;

Δρ. Παναγιώτης Αγησιλάου

W: www.trojaneconomics.com

E: p.agisilaou@trojaneconomics.com

T: (+357) 22560175

F: (+357) 22560065

