



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
Εθνικόν και Καποδιστριακόν  
Πανεπιστήμιον Αθηνών

ΝΟΜΙΚΗ ΣΧΟΛΗ

ΕΝΙΑΙΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ

ΣΠΟΥΔΩΝ

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΑΥΛΑ ΑΓΑΘΑ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΟ ΕΤΟΣ: 2016-2017

## **Διπλωματική Εργασία**

του Δημήτρη Κοκκινογένη του Γεωργίου

με ΑΜ: 7340010516003

**Ανταγωνισμός και Ρύθμιση στον Τομέα των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών:  
τα Προβλήματα που Ανακύπτουν στην Αγορά Εξαιτίας της Παρουσίας Over-  
The-Top Παρόχων**

### **Επιβλέπουσα Καθηγήτρια και Τριμελής Επιτροπή:**

Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Αλεξάνδρα Π. Μικρουλέα  
Επίκουρη Καθηγήτρια Ευθυμία Ι. Κινινή  
Επίκουρος Καθηγητής Εμμανουήλ Μαστρομανώλης

Αθήνα, Δεκέμβριος 2016

Copyright © Δημήτρης Κοκκινογένης, Δεκέμβριος 2017

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα.

Οι απόψεις και θέσεις που περιέχονται σε αυτήν την εργασία εκφράζουν τον συγγραφέα και δεν πρέπει να ερμηνευθεί ότι αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών.

## Περιεχόμενα

<b>A. ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....</b>	<b>6</b>
1. ΠΡΟΛΟΓΟΣ .....	6
2. ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ .....	7
<b>B. Η ΑΓΟΡΑ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ .....</b>	<b>10</b>
1. ΓΕΝΙΚΑ .....	10
2. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΤΗΤΕΣ .....	12
2.1. Αποτελέσματα Δικτύου .....	12
2.2 Διακρίσεις Αποτελεσμάτων Δικτύου .....	13
2.2.1 Άμεσα Αποτελέσματα Δικτύου .....	14
2.2.2 Έμμεσα Αποτελέσματα Δικτύου .....	14
2.3 Εξωτερικότητες .....	16
2.4 Συνοπτική Αξιολόγηση.....	17
3. ΠΛΑΤΦΟΡΜΕΣ ΚΑΙ ΑΓΟΡΕΣ ΠΟΛΛΑΠΛΗΣ «Όψεως».....	19
3.1 Πλατφόρμες .....	19
3.1.1 Γενικά .....	19
3.1.2 Τιμολογιακή πολιτική μίας πλατφόρμας .....	21
3.1.3 Οι ISPs ως Πλατφόρμες.....	23
4. ΑΓΟΡΕΣ ΠΟΛΛΑΠΛΗΣ «Όψεως» Η «ΠΟΛΥΠΛΕΥΡΕΣ» ΑΓΟΡΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ (TWO/MULTI-SIDED MARKETS).....	24
4.1 Γενικά .....	24
4.2 Συναλλακτικές και Μη Συναλλακτικές Αγορές Πολλαπλής «Όψεως» .....	25
4.3 Πόσες Σχετικές Αγορές Πρέπει να Ορισθούν; .....	26
4.4 Συνοπτική Αξιολόγηση.....	28
<b>Γ. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΩΝ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ .....</b>	<b>30</b>
1. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ .....	30
2. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ .....	31
3. ΟΤΤ: ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ, ΟΡΙΣΜΟΣ, ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ .....	33
3.1 Ορισμός και Περιγραφή .....	33
3.2 Κατηγοριοποίηση .....	37
3.2.1 «Μαύρη» Λίστα / ΟΤΤ-0 .....	37
3.2.2 «Γκρι» Λίστα / ΟΤΤ-1 .....	39

3.2.3 «Λευκή» Λίστα / ΟΤΤ-2.....	41
3.3 Συνοπτική Αξιολόγηση.....	42
4. Η ΣΧΕΤΙΚΑ ΑΓΟΡΑ.....	43
4.1 Σχετική Αγορά Προϊόντων ή Υπηρεσιών.....	44
4.1.1 Γενικά .....	45
4.1.2 Σχετική Αγορά Επιφυών Υπηρεσιών Διαπροσωπικής Επικοινωνίας .....	45
4.1.3 Σχετική Αγορά Υπηρεσιών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών.....	48
4.1.4 Η Σχέση των Επιφυών και Παραδοσιακών Υπηρεσιών.....	50
4.1.5 Λειτουργικά και Τεχνικά Κριτήρια .....	53
4.1.6 Κοινωνικά Κριτήρια .....	54
4.2 ΣΧΕΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΑΓΟΡΑ.....	56
4.2.1 Γενικά .....	56
4.2.2 Σχετική Γεωγραφική Αγορά Επιφυών Υπηρεσιών .....	56
4.2.3 Σχετική Γεωγραφική Αγορά Υπηρεσιών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών.....	57
5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	58

**Δ. Η ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΜΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ ΜΕ ΙΣΟΤΙΜΟΥΣ ΌΡΟΥΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ –  
LEVEL PLAYING FIELD..... 60**

1. ΤΟ ΙΣΧΥΟΝ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ.....	60
2. Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ.....	61
3. ΑΡΙΘΜΟΔΟΤΗΣΗ ΚΑΙ ΦΟΡΗΤΟΤΗΤΑ ΑΡΙΘΜΩΝ .....	62
3.1 Αριθμοδότηση .....	62
3.2 Φορητότητα .....	64
3.3 Η αριθμοδότηση και η φορητότητα βάσει της Πρότασης για τον Ευρωπαϊκό Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών .....	66
3.4 Επέκταση υποχρεώσεων αριθμοδότησης και φορητότητας στους ΟΤΤ παρόχους ή απορρύθμιση; .....	67
4. ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΚΛΗΣΕΩΝ ΈΚΤΑΚΤΗΣ ΑΝΑΓΚΗΣ.....	69
4.1 Υποχρεώσεις Παροχής Κλήσεων Έκτακτης Ανάγκης .....	69
4.2 Υποχρέωση παροχής υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης βάσει της Πρότασης για τον Ευρωπαϊκό Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών .....	71
4.3 Επέκταση υποχρέωσης παροχής υπηρεσίας κλήσεων έκτακτης στους ΟΤΤ παρόχους ή απορρύθμιση;.....	73
5. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΔΙΑΦΑΝΕΙΑΣ .....	74
6. ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ .....	77

6.1 Διασύνδεση.....	77
6.2 Διαλειτουργικότητα .....	79
6.3 Υποχρέωση διαλειτουργικότητας των ΟΤΤ παρόχων βάσει της Πρότασης για τον Ευρωπαϊκό Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών .....	81
6.4 Επιβολή υποχρεώσεων διαλειτουργικότητας στους ΟΤΤ ή απορρύθμιση της διασύνδεσης; .....	82
7. Η ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΦΥΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΡΑ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ.....	84
8. ΈΜΦΑΣΗ ΣΕ ΕΝΑ ΜΟΝΤΕΛΟ ΣΤΑΤΙΚΟΥ Η ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ;.....	86
9. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	88
<b>Ε. ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΚΑΤΑΧΡΗΣΗΣ ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑΣ ΘΕΣΗΣ ΒΑΣΕΙ ΤΩΝ ΑΡΘΡΩΝ 102 ΣΛΕΕ ΚΑΙ 2 Ν 3959/2011 .....</b>	<b>91</b>
1. Η ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΙΣΧΥΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ (ΣΙΑ) ΚΑΙ Η ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑ ΘΕΣΗ (ΔΘ) .....	91
2. ΣΥΛΛΟΓΙΚΗ ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑ ΘΕΣΗ .....	93
3. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΗΣ ΔΘ ΚΑΙ ΣΙΑ .....	95
3.1 Μεριδία Αγοράς.....	96
3.2 Φραγμοί Εισόδου.....	97
3.3 Αντισταθμιστική Ισχύς Αγοραστών (Buyer’s Power).....	99
4. ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΤΑΧΡΗΣΗΣ ΤΗΣ ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑΣ ΘΕΣΗΣ Η ΤΗΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗΣ ΙΣΧΥΟΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ.....	100
4.1 Γενικά .....	100
4.2 Καταχρήσεις μη Τιμολογιακού χαρακτήρα.....	102
4.2.1 Καταχρηστικές Πρακτικές Μέσω της Διαχείρισης της Κίνησης .....	102
4.2.2 Παρεμπόδιση (Blocking) της Νόμιμης Κίνησης.....	105
4.3 Καταχρήσεις Τιμολογιακού Χαρακτήρα.....	108
4.3.1 Γενικά .....	108
4.3.2 Υπερβολική Τιμολόγηση.....	111
4.3.3 Διακριτική Τιμολόγηση .....	113
4.3.4 Συμπίεση Περιθωρίου (Margin Squeeze).....	114
4.4 Αντικειμενικοί δικαιολογητικοί λόγοι για την εξαίρεση από συμπεριφορές κατάχρησης της δεσπόζουσας θέσης .....	118
5. Η ΟΥΔΕΤΕΡΟΤΗΤΑ ΔΙΚΤΥΟΥ (NET NEUTRALITY) ΚΑΙ Ο ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ 2015/2120 ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΟ ΑΝΟΙΧΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ .....	121
<b>ΣΤ. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ - ΕΠΙΛΟΓΟΣ .....</b>	<b>124</b>

<b>Z. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ - ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ - ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ .....</b>	<b>128</b>
1. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	128
2. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	128
3. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ .....	128
4. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ.....	129
4. ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ .....	132
5. ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ .....	134
6. ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ .....	135
7. ΒΑΣΙΚΕΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ .....	135

## A. Εισαγωγή

### 1. Πρόλογος

Το Διαδίκτυο έχει αποτελέσει την αιτία πολλών αναταραχών στις παραδοσιακές αγορές προϊόντων και υπηρεσιών. Μία από αυτές είναι και η αγορά των τηλεπικοινωνιών. Νέοι τρόποι επικοινωνίας και ανταλλαγής πληροφοριών εμφανίζονται με ραγδαίους ρυθμούς. Οι παραδοσιακοί πάροχοι υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, αντιμετωπίζουν ολοένα και μεγαλύτερα προβλήματα στο επίπεδο της λιανικής αγοράς φωνητικών υπηρεσιών, αλλά και στο ίδιο το δίκτυο που εκμεταλλεύονται. Η ταχύτητα, με την οποία εξαπλώνονται νέες και καινοτόμες εφαρμογές μέσω του Διαδικτύου οι οποίες κάνουν χρήση στοιχείων των υποδομών του δικτύου για την παροχή των υπηρεσιών στο καταναλωτικό κοινό, δημιουργεί προκλήσεις στην αγορά, για τις παραδοσιακές επιχειρήσεις.

Ο τομέας των τηλεπικοινωνιών δεν είναι άγνωστος σε τεχνολογικές εξελίξεις και ταχείς ρυθμούς ανάπτυξης. Στην κινητή τηλεφωνία, τα δίκτυα και η τεχνολογία, που την συνοδεύουν, τυγχάνουν συνεχούς προόδου. Αρχικά με τα δίκτυα πρώτης γενιάς (1G) οι χρήστες είχαν την δυνατότητα να πραγματοποιούν κλήσεις. Κατόπιν τα δίκτυα δεύτερης γενιάς (2G) προσέφεραν την ευχέρεια στους συνδρομητές να χρησιμοποιούν υπηρεσίες των μηνυμάτων (SMS) και σε περιορισμένο βαθμό να προχωρούν στην χρήση δεδομένων με σκοπό να έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο. Στην συνέχεια, η τρίτη γενιά τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών και δικτύων (3G) άλλαξε εντελώς το τοπίο των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, καθώς επέτρεψε στους τελικούς χρήστες να έχουν ευρεία πρόσβαση στο Διαδίκτυο με αντάλλαγμα την χρήση δεδομένων. Την παρούσα περίοδο διανύουμε την τέταρτη γενιά τηλεπικοινωνιών στην κινητή τηλεφωνία (4G), η οποία χαρακτηρίζεται από την τεχνολογία LTE (Long Term Evolution) για την παροχή υπηρεσιών. Μάλιστα, αναμένουμε την πραγματοποίηση επενδύσεων για την εισαγωγή των τεχνολογιών πέμπτης γενιάς (5G) τηλεπικοινωνιών, η οποία θα αλλάξει πλήρως το περιβάλλον της αγοράς.

Στην σταθερή τηλεφωνία η τεχνολογική εξέλιξη δεν παρουσιάζει τις ίδιες σταδιακές προόδους όπως η κινητή. Αυτό μάλλον μπορούμε να το δικαιολογήσουμε και από το γεγονός ότι τα επενδυτικά κόστη για τον τοπικό βρόγχο (καλώδια χαλκού) ήταν και είναι ιδιαίτερα υψηλά. Παρόλα αυτά, έχουν αρχίσει εδώ και πολύ καιρό έργα για την δημιουργία δικτύων πρόσβασης νέας γενιάς (Next Generation Access Network – NGA), τα οποία θα αντικαταστήσουν τα καλώδια χαλκού με οπτικές ίνες<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Σύσταση της Επιτροπής της 20ής Σεπτεμβρίου 2010 σχετικά με τη ρυθμιζόμενη πρόσβαση σε δίκτυα πρόσβασης νέας γενιάς (NGA), παρ. 3.

Καθίσταται σαφές έτσι πως καινοτόμοι τρόποι επικοινωνιών και τεχνολογικά ανεπτυγμένα δίκτυα αποτελούν στοιχεία εφάμιλλα στην αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Αυτές όμως οι συνθήκες δεν φαίνεται ότι είναι επαρκείς για την αντιμετώπιση του ρεύματος των «Over-the-Top» (εφεξής: «επιφυείς» ή OTT) επιχειρήσεων (και υπηρεσιών), που έχουν κάνει αισθητή την παρουσία τους τα τελευταία χρόνια. Με τον όρο Over-the-Top χαρακτηρίζουμε επιχειρήσεις, οι οποίες δραστηριοποιούνται αποκλειστικά μέσω διαδικτύου, και υπηρεσίες, που προσφέρονται σε τελικούς χρήστες μέσω αυτής της οδού, δίχως να γίνεται απευθείας χρήση των στοιχείων δικτύου ενός φορέα εκμετάλλευσης δικτύου ηλεκτρονικών επικοινωνιών<sup>2</sup>.

Προβληματισμοί όσον αφορά την σχέση των παραδοσιακών και επιφυών υπηρεσιών και των ζητημάτων που γεννώνται στην αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών εξαιτίας των τελευταίων ανέκυπταν συνεχώς κατά την εκπόνηση της εργασίας. Προσωπικά, κάθε φορά χρησιμοποιούσα μία εκ των διαδικτυακών εφαρμογών για την πραγματοποίηση κλήσεων ή την ανταλλαγή μηνυμάτων μου δημιουργούνταν ερωτήματα, όπως εάν θα καταστούν ποτέ παρωχημένες οι παραδοσιακές υπηρεσίες και θα υπάρξει πλήρης μετάβαση των τηλεπικοινωνιών σε ένα περιβάλλον που θα βασίζεται στο Πρωτόκολλο Διαδικτύου (Internet Protocol – IP). Ακόμη, πως θα διαμορφωθεί εν τέλει η αγορά ηλεκτρονικών επικοινωνιών με τους φορείς εκμετάλλευσης των δικτύων να εμφανίζουν μειώσεις στις παραδοσιακές πηγές εσόδων τους, τις υπηρεσίες φωνής και μηνυμάτων;

Η αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών είναι απόλυτα συνυφασμένη με την ύπαρξη δικτύων, αφού δίχως τα τελευταία δεν υπάρχουν υπηρεσίες. Έτσι, είναι προφανής από μια πρώτη ματιά οι προκλήσεις που πρέπει να αντιμετωπίσουν οι φορείς εκμετάλλευσης των δικτύων εξαιτίας των επιφυών παρόχων. Οι τελευταίοι επωφελούνται από την «πλατφόρμα» του Διαδικτύου για την δραστηριοποίησή τους στην αγορά, με τους τελικούς τους χρήστες να μπορούν να κάνουν χρήση των επιφυών υπηρεσιών που προσφέρονται μόνο εάν έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο<sup>3</sup>.

## **2. Διάρθρωση της εργασίας**

---

<sup>2</sup> Για λεπτομερή ανάλυση του όρου «Over-The-Top» βλ. Μέρος Γ' κεφ. 3 της παρούσας μελέτης.

<sup>3</sup> Πρόσβαση στο Διαδίκτυο προσφέρουν οι Προμηθευτές Υπηρεσιών Ίντερνετ ή Πάροχοι Πρόσβασης στο Διαδίκτυο (Internet Service Providers - ISPs). Οι επιχειρήσεις αυτές μπορούν να δραστηριοποιούνται μόνο στην λιανική αγορά δίχως να έχουν οι ίδιες εξουσία επί των στοιχείων ενός δικτύου. Στην μελέτη αυτή όμως όταν γίνεται λόγος για παρόχους πρόσβασης στο Διαδίκτυο θα νοούνται οι κάθετα ολοκληρωμένοι φορείς εκμετάλλευσης των δικτύων, οι οποίοι βρίσκονται σε όλα τα επίπεδα της αγοράς των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, καθώς τα σημαντικότερα προβλήματα που εμφανίζονται στην αγορά εξαιτίας των OTT παρόχων στο λιανικό επίπεδο, ανακύπτουν στα ίδια τα δίκτυα.



Με την εργασία αυτή γίνεται μια προσπάθεια κατανόησης του νομικού και οικονομικού πλαισίου, εντός του οποίου ανταγωνίζονται δύο διακριτές ομάδες επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, Θα εξετάσουμε πως οι καθετοποιημένοι φορείς εκμετάλλευσης δικτύων ηλεκτρονικών επικοινωνιών (παραδοσιακοί πάροχοι) αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα στην αγορά των τηλεπικοινωνιών από νέα μορφώματα επιχειρήσεων (ΟΤΤ πάροχοι), τα οποία επαφίενται στο Διαδίκτυο για την προσφορά των υπηρεσιών τους και όχι σε ενεργητικά στοιχεία ενός δικτύου ηλεκτρονικών επικοινωνιών.

Τα ζητήματα που θα μας απασχολήσουν καθ' όλη την έκταση της μελέτης θα επιχειρήσουμε να τα προσεγγίσουμε με γνώμονα την ανάγκη της τεχνολογικής προόδου και καινοτομίας. Πέραν αυτών όμως θα πρέπει να γίνει όχι, απαραίτητα, μια συντηρητική εκτίμηση, αλλά μία προσέγγιση σύμφωνα με την οποία θα σημειωθούν στην αγορά οι μέγιστες συνθήκες αποτελεσματικότητας, κατανομής των πόρων και αύξηση της ευημερίας των καταναλωτών.

Στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας θα αναλύσουμε ορισμένα οικονομικά φαινόμενα που διακρίνουν τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Αρχικά, θα εξεταστούν τα αποτελέσματα δικτύου και οι εξωτερικότητες που εμφανίζονται στο τομέα των τηλεπικοινωνιών και τις επιπτώσεις τους σε αυτό το ιδιαίτερο νομικό-οικονομικό περιβάλλον. Στην συνέχεια, θα εξετάσουμε τις επιχειρήσεις που λειτουργούν ως πλατφόρμες και τις πολυμερείς αγορές (multi-sided markets), που δημιουργούνται μέσω των επιχειρήσεων αυτών. Θα αναλυθεί γιατί καθίσταται ένα περιβάλλον που δεν ευνοεί την ύπαρξη ίσων ανταγωνιστικών όρων, από την στιγμή που οι επιφυείς πάροχοι εκμεταλλευόμενοι το δίκτυο των παραδοσιακών παρόχων προσφέρουν υπηρεσίες, που δύνανται να έχουν σχέση υποκατάστασης με τις υπηρεσίες των τελευταίων, σε μηδενική τιμή.

Στο δεύτερο κεφάλαιο θα γίνει αναφορά στις κατηγορίες υπηρεσιών που προσφέρονται στην αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και την ανταγωνιστική τους σχέση. Θα αναλυθούν οι δύο κύριες κατηγορίες υπηρεσιών που προσφέρονται στον τομέα των τηλεπικοινωνιών, τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών και αυτές της κοινωνίας της πληροφορίας. Κατόπιν, θα αναλυθεί ο όρος «Over-The-Top» και θα εξεταστεί σε ποια από τις ανωτέρω κατηγορίες υπηρεσιών εμπίπτουν οι επιφυείς υπηρεσίες. Ενώ θα καταπιαστούμε και με την οριοθέτηση της σχετικής αγοράς υπηρεσιών και την γεωγραφική σχετική αγορά, αλλά και την σχέση των παραδοσιακών και επιφυών υπηρεσιών κατά την επίμαχη ανάλυση.

Κατόπιν, θα προβληματιστούμε σχετικά με το ισχύον ρυθμιστικό πλαίσιο που εφαρμόζεται στα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Στο εν λόγω κεφάλαιο θα αναλυθεί το ζήτημα της ανάγκης για επέκταση ή μη υποχρεώσεων, που επιβάλλονται στους παρόχους παραδοσιακών υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, στους ΟΤΤ πάροχους. Στην ουσία θα παρουσιαστούν

ζητήματα που θα αφορούν τις υποχρεώσεις διαφάνειας, παροχής υπηρεσίας κλήσεων έκτακτης ανάγκης, διασύνδεσης και διαλειτουργικότητας, αριθμοδότησης και φορητότητας αριθμών καθώς και την ανάγκη για τροποποίηση του ισχύοντος ορισμού των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Ενώ, έμφαση θα δοθεί και στον τρόπο που αντιμετωπίζονται οι επιφυείς επιχειρήσεις από τις Εθνικές Ρυθμιστικές Αρχές (ΕΡΑ) κατά την ανάλυση των αγορών για την εκτίμηση της ύπαρξης σημαντικής ισχύος (ΣΙΑ).

Τέλος θα εξετάσουμε περιπτώσεις που ενδιαφέρουν το δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού από την σκοπιά των άρθρων 102 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ) και 2 Ν. 3959/2011. Ειδικότερα, θα δούμε πως μπορούν οι φορείς εκμετάλλευσης των δικτύων μπορούν να εκμεταλλευθούν την δεσπόζουσα θέση τους στην αγορά ούτως ώστε να περιορίσουν ή ακόμη και να αποκλείσουν τους παρόχους περιεχομένου, εφαρμογών και υπηρεσιών (Content and Applications Providers – CAPs). Πέραν αυτού, είναι υψίστης σημασίας να προβληματιστούμε σχετικά με τον τρόπο που θα πρέπει να προσεγγίζονται από τις αρμόδιες αρχές πρακτικές, από επιχειρήσεις με ΣΙΑ, που είναι πιθανό να υπάγονται στις ανωτέρω διατάξεις, για να είμαστε σίγουροι ότι εξασφαλίζονται ότι δεν προάγονται μόνο βραχυπρόθεσμα οφέλη για τους καταναλωτές. Αντίθετα, πρέπει να λαμβάνουν, οι αρμόδιες αρχές, υπόψη τους πως δεν περιορίζεται μακροπρόθεσμα ο ανταγωνισμός και δεν θα θυσιάσκει η ευημερία των καταναλωτών για την επίτευξη προσωρινών ανταγωνιστικών συνθηκών.

## **B. Η Αγορά των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών**

### **1. Γενικά**

Η αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών αποτελεί έναν από τους τομείς στους οποίους επικρατούσε μια αυστηρά κρατική μονοπωλιακή δομή. Η δομή αυτή έχει την βάση της στην πεποίθηση των κρατών πως οι υπηρεσίες που προσφέρονται σε αυτή την αγορά είναι κοινής ωφελείας (ΥΚΩ)<sup>4</sup>, με αποτέλεσμα την συγκέντρωση όλων των αρμοδιοτήτων αλλά και των οικονομικών δραστηριοτήτων σε κρατικούς οικονομικούς φορείς. Έτσι για να εξασφαλιστεί από τα κράτη η δυνατότητα πρόσβασης του κοινωνικού συνόλου σε όλες αυτές τις υπηρεσίες, κύρια οικονομική πρακτική τους ήταν να παρεμβαίνουν στην αγορά και να δημιουργούν κρατικά μονοπώλια για την εξυπηρέτηση του δημοσίου ή γενικού συμφέροντος<sup>5</sup>. Οι επιχειρήσεις οι οποίες συνιστούσαν αυτή την μονοπωλιακή διάρθρωση της αγοράς κατείχαν και χειρίζονταν τις συναφείς/ουσιώδεις υποδομές (essential facilities) που ήταν απαραίτητες για την παροχή της υπηρεσίας στο κοινό.

Η ανωτέρω προσέγγιση της εν λόγω αγοράς βγάζει στην επιφάνεια τις οικονομικές αντιλήψεις και τάσεις που επικρατούσαν πριν την απελευθέρωσή της. Συγκεκριμένα, μας υποδεικνύει μια «αγοραφοβική» στάση απέναντι στις υπηρεσίες που προσφέρονται προς την εξυπηρέτηση ενός γενικού οικονομικού συμφέροντος. Όπως σημειώνεται και από τον *Αντώνιο Π. Μανιάτη* «η αγορά των τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών στην Ελλάδα όπως και γενικότερα στην Ευρώπη αποτέλεσε κατά παράδοση “βασίλειο” των κρατικών μονοπωλίων»<sup>6</sup>.

Η πραγματικότητα αυτή διατηρήθηκε σε Ευρωπαϊκό επίπεδο έως τις αρχές του 1990. Την δεκαετία του 90' εκδόθηκε μια σειρά Οδηγιών που μας οδήγησε σταδιακά σε μια αγορά που να στηρίζεται ολόενα και περισσότερο στις βασικές αρχές μιας ελεύθερης και ανοιχτής αγοράς, που να λειτουργεί με ανταγωνιστικές συνθήκες και να υπόκειται μόνο στον *ex post* έλεγχο που προβλέπουν τα άρθρα 101 και 102 ΣΛΕΕ.

Στον τομέα των τηλεπικοινωνιών η κρατική επιχείρηση ήταν υπεύθυνη για την διαχείριση, την ανάπτυξη και την λειτουργία του δικτύου. Η μονοπωλιακή αυτή διάρθρωση συναντάται κατά κύριο λόγο στην σταθερή τηλεφωνία, εξαιτίας του δικτύου με το οποίο παρέχονται οι υπηρεσίες στους καταναλωτές, δηλαδή τον τοπικό βρόγχο (καλώδια χαλκού). Οι επενδύσεις για

---

<sup>4</sup> Αυτές τις υπηρεσίες τις συναντούμε κυρίως στους τομείς της ενέργειας, των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, του ταχυδρομείου, των μεταφορών, της ραδιοτηλεόρασης κ.ο.κ.

<sup>5</sup> *Γιώργος Ι. Δελλής*, Κοινή Ωφέλεια και Αγορά, Τόμος Α', Το Τέλος των διαχωριστικών γραμμών: η «αγορακεντρική» δημόσια ρύθμιση των κοινωφελών δραστηριοτήτων, σελ. 13, 2008, Εκδ. Αντ. Ν. Σάκκουλα.

<sup>6</sup> *Αντώνιος Π. Μανιάτης*, Κοινωνικοποίηση και απελευθέρωση των τηλεπικοινωνιών, ΔΕΕ 8-9/2007, σελ. 909.

την δημιουργία περισσότερων του ενός δικτύων κορμού προϋποθέτει τεράστια ποσά, τα οποία είναι αποτελεσματικότερο, για την ίδια την αγορά, να μην καταβληθούν. Επομένως όλες οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην αγορά της σταθερής τηλεφωνίας μισθώνουν το δίκτυο του ιστορικού παρόχου, για να μπορούν να προσφέρουν τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών<sup>7</sup>.

Η μονοπωλιακή αυτή δομή δεν παρουσιάστηκε παρόλα αυτά στην αγορά της κινητής τηλεφωνίας. Τα επενδυτικά κόστη (CapEx – Capital Expenditures) για τα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας δεν απαιτούν τα ίδια υπέρογκα ποσά όπως αυτά της σταθερής. Έτσι, δεν υπήρξε η ανάγκη για την δημιουργία ενός κρατικού μονοπωλίου, με αποτέλεσμα την απουσία ενός ιστορικού παρόχου από την αγορά. Πέραν τούτων όμως επειδή για την μεταφορά σημάτων, οι επιχειρήσεις, βασίζονται στο φάσμα και τις συχνότητες MHz, που υπάρχουν εξαιτίας αυτού, η αγορά παρουσιάζει συνθήκες ολιγοπωλίου. Αυτό συμβαίνει γιατί το φάσμα αποτελεί ένα φυσικό μέσο το οποίο δεν είναι απεριόριστο, με αποτέλεσμα την ανάγκη κατανομής των συχνοτήτων βάσει αδειών<sup>8</sup>.

Το μέλλον των τηλεπικοινωνιών υποστηρίζεται πως θα έχει ως θεμέλιο λίθο το πρωτόκολλο Διαδικτύου (IP)<sup>9</sup>. Η μετάβαση όμως από το δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο (PSTN) σε ένα περιβάλλον τηλεπικοινωνιών το οποίο θα βασίζεται στο πρωτόκολλο Διαδικτύου για την παροχή υπηρεσιών, απαιτεί την πραγματοποίηση υψηλών επενδύσεων. Για την εξασφάλιση της καλής λειτουργίας του δικτύου και την παροχή της καλύτερης δυνατής ποιότητας υπηρεσιών πρέπει να επενδύσουν, οι φορείς εκμετάλλευσης, σε υψηλών ταχυτήτων δίκτυα ηλεκτρονικών επικοινωνιών<sup>10</sup>.

Προτού προχωρήσουμε στον έλεγχο των υπηρεσιών που προσφέρονται στην αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και την σχέση τους με υπηρεσίες που παρέχονται μέσω του διαδικτύου, είναι σημαντικό να έχουμε λάβει υπόψη μας ορισμένες οικονομικές συνθήκες που χαρακτηρίσουν της επίμαχη αγορά. Ειδικότερα, θα εξετάσουμε τα αποτελέσματα δικτύου, τις

---

<sup>7</sup> Στην Ελλάδα, ιστορικός πάροχος τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών και του δικτύου ήταν ο ΟΤΕ (Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος).

<sup>8</sup> Βλ. Αλεξάνδρα Π. Μικρούλεα, Η εφαρμογή των κανόνων του Ανταγωνισμού στις συμφωνίες πρόσβασης των φορέων παροχής υπηρεσιών (service providers) στις υποδομές των τηλεπικοινωνιακών δικτύων, ΕΕμπΔ 2001, σελ. 439.

<sup>9</sup> COM(2016) 590, Πρόταση για Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την θέσπιση του Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, αιτιολογική έκθεση σελ. 2, [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=comnat:COM\\_2016\\_0590\\_FIN](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=comnat:COM_2016_0590_FIN).

<sup>10</sup> Βλ. ETNO, Policy Paper Towards a New Telecoms Framework, 2016. σελ. 6, [https://etno.eu/datas/publications/studies/2016\\_Summary\\_TelcoFrameworkReview.pdf](https://etno.eu/datas/publications/studies/2016_Summary_TelcoFrameworkReview.pdf).

εξωτερικότητες καθώς και το ζήτημα των πλατφόρμων και των αγορών πολλαπλών «όψεων» που δημιουργούν οι τελευταίες.

## **2. Αποτελέσματα Δικτύου και Εξωτερικότητες**

### **2.1. Αποτελέσματα Δικτύου**

Ένα από τα πιο σημαντικά οικονομικά χαρακτηριστικά που συναντώνται στην αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών είναι τα αποτελέσματα δικτύου (network effects). Κατά βάση, αποτελούν την δημιουργία προστιθέμενης/οικονομικής αξίας (value), ή την αύξησή της, για τον χρήστη μιας υπηρεσίας, που του προσφέρει ένα συγκεκριμένο δίκτυο<sup>11</sup>. Η αύξηση αυτή ή η δημιουργία της οικονομικής αξίας αντιστοιχίζεται πλήρως με την συμμετοχή ολοένα και περισσότερων τελικών χρηστών στο ίδιο δίκτυο, έχοντας πρόσβαση στις ίδιες υπηρεσίες ή αγαθά που προσφέρονται εντός αυτού. Επομένως με μια πρώτη ματιά ερχόμαστε σε επαφή με ένα ζήτημα που θα μας απασχολήσει καθ' όλη την εργασία, την ισχύ που αποκτά μια επιχείρηση στην αγορά εξαιτίας αυτών των επιπτώσεων.

Κλασσικό παράδειγμα, το οποίο μάλιστα εξυπηρετεί και το ίδιο το θέμα της εργασίας, είναι αυτό του τηλεφώνου. Εάν θέλουμε να έχουμε μια πλήρη και καθολική εικόνα της λειτουργίας των αποτελεσμάτων δικτύου δεν χρειάζεται να κάνουμε τίποτα άλλο, παρά να εξετάσουμε τον τρόπο με τον οποίο προσδίδει αξία ο καταναλωτής σε ένα δίκτυο που του προσφέρει υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών και συγκεκριμένα ως εμμείνουμε στις φωνητικές υπηρεσίες. Είναι έλλογο και απόλυτα ασφαλές να ισχυριστούμε ότι ένας χρήστης τηλεφώνου θα επιθυμούσε να έχει πρόσβαση σε αυτό, μόνο εάν του επιτρέπει να έρχεται σε επαφή με τον μέγιστο δυνατό αριθμό ατόμων. Έτσι όσο περισσότεροι χρησιμοποιούν το τηλέφωνο, τόσο μεγαλύτερη ζήτηση θα έχει για τους ίδιους αλλά και για λοιπούς καταναλωτές που ακόμα δεν είναι χρήστες, αλλά θα θελήσουν να προχωρήσουν στην χρήση αυτού.

Με βάση το ανωτέρω παράδειγμα μπορούμε να συνάγουμε την χρησιμότητα του οικονομικού αυτού φαινομένου σε όλη την έκταση της αγοράς ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Όπως έχει ήδη αναφερθεί η αγορά της σταθερής τηλεφωνίας αποτελούσε ένα κρατικό μονοπώλιο, με την κρατική επιχείρηση να αποτελεί τον μόνο, για τους χρήστες, πάροχο που τους διέθετε πρόσβαση στις υπηρεσίες σταθερής τηλεφωνίας<sup>12</sup>. Έτσι με την απελευθέρωσή της, και την

---

<sup>11</sup> Βλ. *Daniel F. Spulber και Christopher S. Yoo*, *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics* Volume 1, Oxford University Press, 2015, επιμέλεια: *Roger D. Blair και D. Daniel Sokol*, σελ. 385, *Εφη Ι. Κινινή*, Η άρνηση παραχώρησης άδειας εκμετάλλευσης αύλων αγαθών στο δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλα, Αθήνα 2004, σελ. 312-313.

<sup>12</sup> Αναφερθήκαμε ήδη για την διαφορά της διάρθρωσης αγοράς στην κινητή τηλεφωνία σε σχέση με την σταθερή.

εισαγωγή κανόνων ρύθμισης για την ομαλή πορεία αυτής, έπρεπε να ληφθεί υπόψη από τον νομοθέτη η ύπαρξη των αποτελεσμάτων δικτύου από τους εγκαθιδρυμένους παρόχους. Η κατάσταση αυτή αντιμετωπίστηκε κυρίως με επιβολή υποχρεώσεων που αφορούσαν την πρόσβαση<sup>13</sup>, την διασύνδεση<sup>14</sup>, την διαλειτουργικότητα<sup>15</sup> κοκ. Αυτό κατέστη αναγκαίο γιατί ο αριθμός των συνδρομητών τους αποτελούσε μία από τις μεγαλύτερες προκλήσεις για την κατάρριψη των εμποδίων εισόδου στην αγορά και την ανάπτυξη ανταγωνιστικών συνθηκών σε αυτή, μετά τις δυσχέρειες που εμφανίζονται εξαιτίας της παρουσίας ενός «φυσικού μονοπωλίου»<sup>16</sup> στην αγορά της σταθερής τηλεφωνίας.

Βέβαια ζητήματα ανακύπτουν εξαιτίας των αποτελεσμάτων δικτύου και στην αγορά της κινητής τηλεφωνίας. Παρά το γεγονός ότι δεν εμφανίζει το ίδιο μονοπωλιακό καθεστώς όπως η σταθερή τηλεφωνία λόγω του τοπικού βρόγχου, η διάρθρωση της αγοράς είναι εκ φύσεως ολιγοπωλιακή. Αυτό συμβαίνει για τον λόγο ότι οι άδειες που εκδίδει κάθε αρμόδια εθνική αρχή<sup>17</sup> σε φορείς εκμετάλλευσης του δικτύου, για παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, είναι περιορισμένες. Ο περιορισμός αυτός υφίσταται λόγω του ότι και το ίδιο το φάσμα που χρησιμοποιείται, από τους φορείς εκμετάλλευσης, για την παροχή των επίμαχων υπηρεσιών είναι περιορισμένο, με απότοκο την αδυναμία ύπαρξης ενός μοντέλου τέλειου ανταγωνισμού, με ελεύθερη, για τον κάθε ενδιαφερόμενο, είσοδο στην αγορά.

## 2.2 Διακρίσεις Αποτελεσμάτων Δικτύου

Ανάλογα με τον τρόπο που επηρεάζουν την ζήτηση και την προσφορά σε μία αγορά, τα αποτελέσματα δικτύου, μπορούμε να τα κατηγοριοποιήσουμε. Οι κατηγορίες που μπορούμε εύκολα να διακρίνουμε είναι δύο, αυτή των άμεσων και των έμμεσων αποτελεσμάτων<sup>18</sup>. Ο ρόλος τους είναι ιδιαίτερα σημαντικός, ενώ και ο τρόπος που εμφανίζονται στην αγορά οδηγεί σε συνθήκες, που διαφέρουν σημαντικά από αγορές στις οποίες δεν εμφανίζεται αυτό το στοιχείο.

---

<sup>13</sup> Οδηγία 2002/19/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 7ης Μαρτίου 2002, σχετικά με την πρόσβαση σε δίκτυα ηλεκτρονικών επικοινωνιών και συναφείς ευκολίες, καθώς και με τη διασύνδεσή τους (οδηγία για την πρόσβαση), άρθρο 2 στοιχείο α'.

<sup>14</sup> Ο.π. άρθρο 2 στοιχείο β'.

<sup>15</sup> Ο.π. άρθρο 5.

<sup>16</sup> Βλ. Ενέργεια: Δίκαιο, Οικονομία & Πολιτική, επιμέλεια: Νικόλαος Ε. Φαραντούρης Νομική Βιβλιοθήκη, 2012, σελ. 20, Γιώργος Ι. Δελλής, ο.π. σημ. 109.

<sup>17</sup> Στην χώρα μας ο φορέας αυτός είναι η Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (ΕΕΤΤ).

<sup>18</sup> Βλ. Έφη Ι. Κιρινή ο.π. σελ. 315.

### **2.2.1 Άμεσα Αποτελέσματα Δικτύου**

Για την ανάλυση των άμεσων αποτελεσμάτων θα απομακρυνθούμε από το παράδειγμα του τηλεφώνου, για να χρησιμοποιήσουμε μία περίπτωση που βρίσκεται σε μεγαλύτερο βαθμό συνάφειας με τη συγκεκριμένη μελέτη. Ας λάβουμε υπόψη μας έναν, από τους ισχυρότερους στην αγορά, πάροχο επιφυών υπηρεσιών διαπροσωπικής επικοινωνίας, το Skype. Η υπηρεσία που προσφέρει, στους τελικούς χρήστες του, παρουσιάζει αύξηση ως προς την αξία της (για τους ίδιους τους χρήστες), εάν αυξάνεται η ζήτηση στην εν λόγω υπηρεσία<sup>19</sup>. Επομένως γίνεται λόγος για άμεσα αποτελέσματα δικτύου όταν η υπηρεσία είναι, για τους τελικούς χρήστες, συμπληρωματική, δηλαδή χρησιμοποιούν το δίκτυο για τον ίδιο σκοπό (π.χ. την πραγματοποίηση κλήσεων ή βίντεοκλήσεων μέσω της εφαρμογής του Skype). Λοιποί αξιοσημείωτοι πάροχοι επιφυών υπηρεσιών, πέραν του Skype, στα επιχειρηματικά μοντέλα των οποίων εμφανίζονται άμεσα αποτελέσματα δικτύου είναι οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης (λ.χ. FaceBook, LinkedIn, Tinder κ.α.) και κάθε διαδικτυακή πλατφόρμα μέσω της οποίας παρέχονται στους χρήστες φωνητικές υπηρεσίες μέσω του Διαδικτύου (VoIP) και εφαρμογές ανταλλαγής άμεσων μηνυμάτων (Instant Messaging – IM) λ.χ. WhatsApp, Viber, FaceBook Messenger κ.α.

Συμπερασματικά γίνεται εμφανές πως τα άμεσα αποτελέσματα δικτύου, που δύναται να παρουσιάσει ένα δίκτυο, υπάρχουν και στις παραδοσιακές/συμβατικές αγορές φωνής και μηνυμάτων (SMS), αλλά και στις διαδικτυακές αγορές όπως αυτές των υπηρεσιών VoIP και IM.

### **2.2.2 Έμμεσα Αποτελέσματα Δικτύου**

Πέραν των άμεσων αποτελεσμάτων δικτύου στις διαδικτυακές, κατά κανόνα, αγορές εμφανίζονται και τα έμμεσα αποτελέσματα. Για έμμεσα αποτελέσματα δικτύου γίνεται λόγος στην περίπτωση που δραστηριοποιείται, σε μια αγορά, μια επιχείρηση που λειτουργεί ως πλατφόρμα, η οποία εξυπηρετεί τις ανάγκες δύο ή και περισσότερων διακριτών ομάδων καταναλωτών («διμερείς» ή «πολυμερείς» αγορές είτε αγοράς «διπλής» ή «πολλαπλής» όψεως)<sup>20</sup>. Τα έμμεσα αυτά αποτελέσματα, αντίθετα με την πρώτη κατηγορία που διακρίναμε,

---

<sup>19</sup> Βλ. *Joseph Farrell και Paul Klempner*, Coordination and Lock-in: Competition with Switching cost and Network Effects, σελ. 9, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=917785](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=917785), *Rolf H. Weber*, Competition Law Issues in the Online World, σελ. 2, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2341978](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2341978).

<sup>20</sup> Βλ. *Nikolai Van Gorp, Dr Olga Batura*, Challenges for Competition Policy in a Digitalized Economy, Directorate-General for Internal Policies, Policy Department A, Economic and Scientific Policy, Study for ECON Committee, 2015, σελ. 22, [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOL\\_STU\(2015\)542235\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOL_STU(2015)542235_EN.pdf) , *Lapo*

δημιουργούν «προστιθέμενη» αξία για την μία εκ των διακριτών ομάδων βάσει της σημείωσης αύξησης ζήτησης και συμμετοχής στην άλλη διακριτή ομάδα.

Ειδικότερα, ας λάβουμε υπόψη μας την πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης FaceBook. Όπως ήδη αναφέραμε στο FaceBook, παρουσιάζονται άμεσα αποτελέσματα δικτύου, καθώς όσο περισσότεροι χρήστες κοινωνικής δικτύωσης συμμετάσχουν σε αυτή τόσο μεγαλύτερη «προστιθέμενη» αξία δημιουργείται γι' αυτούς, αλλά και για μελλοντικούς ενδιαφερομένους που θα θελήσουν να υιοθετήσουν μια πλατφόρμα σαν το FaceBook. Πέραν τούτου όμως, στην άλλη «όψη» της επιχείρησης αυτής βρίσκεται μια άλλη ομάδα της οποίας τα συμφέροντα εξυπηρετούνται. Αυτή η ομάδα, στην προκειμένη περίπτωση, είναι οι διαφημιστές. Για τους διαφημιστές όμως, η «προστιθέμενη» αξία του δικτύου δεν εξαρτάται από υψηλούς αριθμούς λοιπών διαφημιστών στην ίδια πλατφόρμα. Αντίθετα θεωρούν πως ένα δίκτυο φέρει μεγαλύτερη αξία εάν υπάρχουν υψηλά ποσοστά συμμετοχής στην άλλη «όψη» της αγοράς, δηλαδή τους τελικούς χρήστες.

Αυτή η τόσο σημαντική διαφορά ανάμεσα στα δύο αποτελέσματα δικτύου μας οδηγεί και σε μια περαιτέρω διάκριση των εμμέσων αποτελεσμάτων. Τα τελευταία μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε θετικά και αρνητικά. Τα θετικά έμμεσα αποτελέσματα δικτύου επέρχονται σε μια αγορά πολλαπλής «όψεως» όταν η αξία που σημειώνεται στην μία από τις διακριτές ομάδες έχει ως απότοκο και την αύξηση της αξίας σε άλλη «όψη» της αγοράς. Όπως αναλύθηκε και ανωτέρω, η αξία του δικτύου αυξάνεται για τους διαφημιστές ανάλογα με την αύξηση που σημειώνεται στην «όψη» των χρηστών της πλατφόρμας του FaceBook. Άρα όσο μεγαλύτερη είναι η ζήτηση από την πλευρά των χρηστών τόσο μεγαλύτερη θα είναι και η προσφορά από την πλευρά των διαφημιστών<sup>21</sup>.

Αντίθετα, τα αρνητικά έμμεσα φαινόμενα δικτύου εμφανίζονται όταν συμβαίνει ακριβώς το αντίστροφο. Για παράδειγμα οι χρήστες, της εν λόγω πλατφόρμας κοινωνικής δικτύωσης, λαμβάνουν ως αρνητικό στοιχείο, το οποίο συμβάλει στην μείωση (ή τουλάχιστον μη επαύξηση) της «προστιθέμενης» αξίας που αποδίδουν στο δίκτυο, την ύπαρξη μεγάλου όγκου διαφημίσεων. Επομένως σε αυτή την περίπτωση όταν η προσφορά από την «πλευρά» των διαφημιστών είναι ιδιαίτερα υψηλή, η ζήτηση των χρηστών ως προς τις υπηρεσίες που προσφέρει η πλατφόρμα δύναται να μειωθεί<sup>22</sup>. Βέβαια είναι πιθανό και το να μην υπάρξει μείωση της «προστιθέμενης» αξίας από την πλευρά των τελικών χρηστών παρά τον υψηλό αριθμό διαφημίσεων και

---

*Filistrucchi, Damien Geradin, Eric van Damme, Identifying Two-Sided Markets, σελ. 4, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2008661](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2008661), Rolf H. Weber ο.π.*

<sup>21</sup> Βλ. *Lapo Filistrucchi, Damien Geradin, Eric van Damme ο.π. σελ. 4.*

<sup>22</sup> Ο.π. σελ. 4.



διαφημιστών που χρησιμοποιούν την πλατφόρμα. Δεν είναι αναγκαίο να εμφανίζονται σε μια αγορά και θετικά και αρνητικά έμμεσα αποτελέσματα δικτύου, ένα εκ των δύο αρκεί.

### 2.3 Εξωτερικότητες

Ένα θεμελιώδες ζήτημα που πρέπει να αντιμετωπιστεί στις αγορές ηλεκτρονικών επικοινωνιών είναι η ανάλυση των εξωτερικοτήτων από τις αρμόδιες αρχές. Ως εξωτερικότητες νοούνται τα κόστη και τα οφέλη που δημιουργούνται λόγω της προσφοράς ή της ζήτησης σε μέρη τα οποία δεν είναι άμεσα εμπλεκόμενα, δηλαδή δεν ανήκουν στην προσφορά ή την ζήτηση της ίδιας αγοράς<sup>23</sup>. Το πιο σύνηθες παράδειγμα για την κατανόηση μιας εξωτερικότητας είναι αυτό της ρύπανσης του περιβάλλοντος εξαιτίας της παραγωγής ενός εργοστασίου. Εάν η επιχείρηση αυτή δεν αναγκάζεται από το κράτος να αποκαταστήσει την ζημία που επέρχεται εξαιτίας της ρύπανσης, τότε αυτή (η ρύπανση) δεν περιλαμβάνεται στο κόστος της επιχείρησης και δεν λαμβάνει υπόψη της, η τελευταία, την κοινωνική ζημία που προκαλεί στο περιβάλλον.

Με την σειρά τους και οι εξωτερικότητες διακρίνονται σε θετικές και αρνητικές, ανάλογα με τα αποτελέσματά τους. Ειδικότερα, εάν η προσφορά ή η ζήτηση επωφελείται από τις εξωτερικότητες, τότε γίνεται λόγος για θετικές. Αντίθετα, όταν δημιουργούνται κόστη για τα μέρη, που δεν είναι άμεσα εμπλεκόμενα στην παραγωγή ή τη ζήτηση, τότε γίνεται λόγος για αρνητικές εξωτερικότητες, π.χ. όταν η επιχείρηση δεν λαμβάνει υπόψη της στο ιδιωτικό της κόστος, την προκαλούμενη ρύπανση, δηλαδή το κοινωνικό κόστος.

Είναι σημαντικό να διευκρινιστεί πως οι εξωτερικότητες δεν πρέπει να συγχέονται με τα αποτελέσματα δικτύου όπως αυτά αναλύθηκαν παραπάνω. Αρχικά πρέπει να ξεκαθαρίσουμε πως λόγω της ίδιας της φύσης των αποτελεσμάτων δικτύου δημιουργούνται στην αγορά εξωτερικότητες, με την λογική πως δεν μπορεί πάντοτε μια επιχείρηση να «εσωτερικοποιήσει» στην τιμή της όλα τα οφέλη που αποκτά από την συμμετοχή όλο και περισσότερων χρηστών στην πλατφόρμα της. Ως παράδειγμα αναφέρεται η εφαρμογή του Skype, η οποία αν και αποκτά συνεχώς νέους χρήστες δεν μπορεί να τους χρεώσει για τις υπηρεσίες που προσφέρει στο ομότιμο δίκτυό της (peer-to-peer), γιατί όπως έχει δεχθεί και σε απόφασή της η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, μια αύξηση, έστω και ελάχιστη, στην μηδενική τιμή των υπηρεσιών της θα είχε ως

---

<sup>23</sup> Βλ. Νίκος Βέττας και Γιάννης Κατσουλάκος, Πολιτική Ανταγωνισμού & Ρυθμιστική Πολιτική, 2004, Τυποθήτω, σελ. 71, David A. Besanko και Ronald R. Braeutigam, Μικροοικονομική, *Επιμέλεια: Μιχάλης Ντεμούσης, Μετάφραση: Ανδρέας Σοκοδήμος*, Εκδ. Gutenberg, Αθήνα 2009, σελ. 854, αν και ο όρος “externality” έχει αποδοθεί στην ελληνική γλώσσα από τον μεταφραστή ως «εξωτερική επίδραση».

αποτέλεσμα την παύση χρήσης της εν λόγω εφαρμογής και την μετακίνηση του καταναλωτικού κοινού σε άλλη, η οποία προσφέρει την υποκατάστατες υπηρεσίες σε μηδενική τιμή<sup>24</sup>.

Από τον ανωτέρω συλλογισμό εξάγεται και το συμπέρασμα πως για να αποτελεί ένα οικονομικό φαινόμενο εξωτερικότητα, η οποία επηρεάζει είτε θετικά είτε αρνητικά την παραγωγή ή την κατανάλωση, που δεν είναι άμεσα συνδεδεμένες, με την προσφορά και την ζήτηση της σχετικής αγοράς, η οποία μας απασχολεί, πρέπει να μην μπορεί αυτή (η εξωτερικότητα) να «εσωτερικοποιηθεί» από την επιχείρηση η οποία επηρεάζεται<sup>25</sup>.

Η σημαντικότερη εξωτερικότητα που θα μας απασχολήσει για αυτή την μελέτη είναι αυτή που εμφανίζεται ανάμεσα στους παρόχους επιφών υπηρεσιών και τις υποδομές δικτύου των φορέων εκμετάλλευσης. Οι πάροχοι περιεχομένου, εφαρμογών και υπηρεσιών (CAPs) δεν κατέχουν δικό τους δίκτυο για την μετάδοση σήματος προς παροχή των υπηρεσιών τους. Βέβαια λόγω και της φύσης των υπηρεσιών τους (VoIP) δεν είναι απαραίτητο να λειτουργούν τα ίδια ενεργητικά και παθητικά στοιχεία υποδομών που χρειάζονται οι φορείς εκμετάλλευσης των δικτύων ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Πέραν όμως τούτου δεν μπορούμε να μην αγνοήσουμε πως δίχως τις κατάλληλες υποδομές (δηλαδή το «hardware») δεν μπορεί να υπάρξει ο ψηφιακός κόσμος του Διαδικτύου, μέσω του οποίου οι ΟΤΤ πάροχοι, μπορούν να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους. Επομένως καταλήγουμε πως λόγω των επενδύσεων, που πραγματοποιούν οι παραδοσιακοί πάροχοι ηλεκτρονικών επικοινωνιών<sup>26</sup>, στις υποδομές του δικτύου τους δημιουργούνται θετικές εξωτερικότητες για τις επιφυσείς επιχειρήσεις της αγοράς, καθώς επωφελούνται παρά του ότι δεν είναι άμεσα εμπλεκόμενες μέσω μιας συμβατικής σχέσης με τους πρώτους.

## 2.4 Συνοπτική Αξιολόγηση

Από τα παραπάνω βλέπουμε πως ένα από τα κύρια «όπλα» των επιχειρήσεων στην αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών είναι η εκμετάλλευση των αποτελεσμάτων δικτύου. Εάν δεν επιβαλλόταν η υποχρέωση της διασύνδεσης στους φορείς εκμετάλλευσης του δικτύου θα ήταν αδύνατο για συνδρομητές που δεν ανήκουν στον ίδιο πάροχο να επικοινωνήσουν μεταξύ τους. Απότοκο αυτού θα ήταν ο πάροχος με τους περισσότερους συνδρομητές να επιβληθεί στην

---

<sup>24</sup> Υπόθεση COMP/M.6281 – *Microsoft/Skype*, σκ. 77.

<sup>25</sup> Βλ. *Joseph Farrell και Paul Klemperer*, *Coordination and Lock-in: Competition with Switching cost and Network Effects*, *Handbook of Industrial Organization*, Volume 3, *Edited by M. Armstrong and R. Porter*, 2007, σελ. 2021, [http://www.nuffield.ox.ac.uk/users/klemperer/Farrell\\_KlempererWP.pdf](http://www.nuffield.ox.ac.uk/users/klemperer/Farrell_KlempererWP.pdf).

<sup>26</sup> ΟΤΕ, VODAFONE, WIND κoκ.

αγορά και να εξοβελίσει τους ανταγωνιστές του, αλλά και να καταστήσει δυσχερή τον δυνητικό ανταγωνισμό, δημιουργώντας σημαντικά εμπόδια εισόδου στην αγορά<sup>27</sup>.

Βέβαια κατά την άποψη του γράφοντος δεν φέρουν ιδιαίτερα σημαντικά προβλήματα στην αγορά, με το παρόν νομοθετικό πλαίσιο τουλάχιστον, τα άμεσα αποτελέσματα δικτύου που παρατηρούνται στα επιχειρηματικά μοντέλα των φορέων εκμετάλλευσης του δικτύου. Αυτό συμβαίνει καθώς λόγω των υποχρεώσεων διασύνδεσης, κοινής χρήσης των στοιχείων του δικτύου μεταξύ παρόχων και τις συμφωνίες περιαγωγής που συνάπτονται ανάμεσα σε φορείς εκμετάλλευσης του δικτύου, οι συνδρομητές δεν αντιμετωπίζουν προβλήματα επικοινωνίας με χρήστες διαφορετικού δικτύου. Έτσι με πολύ μεγάλη δυσχέρεια μπορούν να παρουσιαστούν αντιανταγωνιστικές συμπεριφορές και πρακτικές αποκλεισμού μέσω της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης (Ν. 3959/2011 αρ. 2 και 102 ΣΛΕΕ) σε σχέση με την εκμετάλλευση των αμέσων αποτελεσμάτων δικτύου, αφού αυτά αναιρούνται μέσω των συμμετρικών υποχρεώσεων που επιβάλλονται στους παραδοσιακούς παρόχους της αγοράς, βάσει του ισχύοντος Κανονιστικού Πλαισίου για τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες.

Αντίθετα μεγαλύτερα ζητήματα αντιμετωπίζουμε όταν τα αποτελέσματα δικτύου εμφανίζονται σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται μέσω του Διαδικτύου. Λόγω του ότι οι εν λόγω επιχειρήσεις και οι υπηρεσίες που προσφέρουν δεν τυγχάνουν των ίδιων αυστηρών *ex ante* ή συμμετρικών υποχρεώσεων, όπως οι παραδοσιακοί πάροχοι, έχουν μεγαλύτερη ευχέρεια εκμετάλλευσης των αποτελεσμάτων δικτύου που εμφανίζουν τα μοντέλα τους. Για παράδειγμα, η πλατφόρμα του FaceBook, η οποία θα αναλυθεί στο επόμενο κεφάλαιο της εργασίας, αποτελεί τον ισχυρότερο πάροχο υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης στο Διαδίκτυο. Εξαιτίας των αμέσων αποτελεσμάτων δικτύου που εμφανίζονται, ανάμεσα στους χρήστες, είναι μάλλον απίθανο να δούμε μια σημαντική μετακίνηση των τελευταίων σε άλλη πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης. Συμπερασματικά μπορούμε να υποστηρίξουμε πως για αυτό και μόνο τον λόγο το FaceBook κατέχει υπερδεσπόζουσα στην αγορά θέση<sup>28</sup>.

Επιπρόσθετα, η παρουσία αποτελεσμάτων δικτύου σε μια αγορά δημιουργεί οικονομίες κλίμακας<sup>29</sup>. Οι οικονομίες κλίμακας αποτελούν το κατεξοχήν εμπόδιο εισόδου ανταγωνιστών σε μια αγορά. Αυτό συμβαίνει για τον λόγο ότι μια αγορά στην οποία συναντώνται οικονομίες κλίμακας το μακροχρόνιο μέσο κόστος παραγωγής των εγκαθιδρυμένων επιχειρήσεων είναι

---

<sup>27</sup> Βλ. *Tony Shortall*, Determining the Scope of the Regulatory Framework, ENLR 2, 2016, σελ. 124.

<sup>28</sup> Βλ. *A. Κομνηνός – Ι. Λιανός*, Καταχρηστική Εκμετάλλευση της Δεσπόζουσας Θέσης, Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού, επιμέλεια: *Δημήτριος Ν. Τζουγανάτος*, Νομική Βιβλιοθήκη 2013, σελ. 517.

<sup>29</sup> Βλ. *Joseph Farrell και Paul Klempner*, ο.π. σελ. 1974.

πολύ χαμηλό, με αποτέλεσμα να είναι αδύνατο ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις (δυναμικοί ανταγωνιστές) να εισέλθουν στην αγορά και να ανταγωνιστούν αποτελεσματικά τις πρώτες<sup>30</sup>.

Το ίδιο επιτυγχάνουν και τα αποτελέσματα δικτύου. Με την εμφάνιση εμμέσων αποτελεσμάτων δικτύου οι επιχειρήσεις μπορούν να δημιουργήσουν οικονομίες κλίμακας. Όπως σε μια παραδοσιακή, με οικονομίες κλίμακας, αγορά το μέσο κόστος μειώνεται με την αύξηση της παραγωγής, έτσι και σε αγορές πολλαπλής «όψεως» με την αύξηση των συναλλαγών μεταξύ καταναλωτών και ενός πωλητή επέρχεται αύξηση του πλεονάσματος κάθε του κάθε καταναλωτή<sup>31</sup>.

Επιπλέον, η εμφάνιση εξωτερικοτήτων μέσω της χρήσης του δικτύου των παραδοσιακών παρόχων, από τους ΟΤΤ παρόχους, καθιστά τους τελευταίους “free riders”. Η κατάσταση αυτή δημιουργεί πολλά προβλήματα για τους φορείς εκμετάλλευσης του δικτύου και ίσως να αποτελεί και την καρδιά του ζητήματος εάν θα πρέπει να υπάρξουν ισότιμοι όροι ανταγωνισμού (level playing field), μεταξύ αυτών των παρόχων. Οι ίσοι όροι ανταγωνισμού θα επιβληθούν είτε μέσω του περιορισμού των υποχρεώσεων που επιβάλλονται στους παραδοσιακούς παρόχους, είτε με της επέκτασης των υποχρεώσεων που διέπουν τους τελευταίους και στους επιφυείς παρόχους.

### **3. Πλατφόρμες και Αγορές Πολλαπλής «Όψεως»**

#### **3.1 Πλατφόρμες**

##### **3.1.1 Γενικά**

Μία από τις βασικότερες μορφές επιχειρήσεων που συμμετέχουν σε μια αγορά που έχει ως βάση της το Διαδίκτυο είναι οι πλατφόρμες. Αν και ο προβληματισμός της μελέτης αυτής έχει να κάνει με την αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, κεντρικό ζήτημα είναι ο τρόπος δραστηριοποίησης επιχειρήσεων, που ανταγωνίζονται παραδοσιακούς πάροχους τηλεπικοινωνιών, κάνοντας χρήση του Διαδικτύου. Εξαιτίας αυτή της επιχειρηματικής δραστηριότητας (υπηρεσίες φωνής και μηνυμάτων μέσω διαδικτυακού πρωτοκόλλου) είναι απαραίτητο να αναλυθεί η έννοια μιας επιχειρήσεως ως πλατφόρμα.

Ειδικότερα, ως πλατφόρμα ορίζουμε μία επιχείρηση η οποία φέρνει σε οικονομική επαφή δύο ή περισσότερες διακριτές μεταξύ τους ομάδες, οι οποίες δημιουργούν οικονομική αξία η μία για την άλλη<sup>32</sup>. Ανάλογα με τον αριθμό των ομάδων που φέρνουν σε επαφή οι επιχειρήσεις αυτές

<sup>30</sup> Βλ. *Νίκος Βέττας και Γιάννης Κατσουλάκος*, ο.π. σελ. 30, 142-143.

<sup>31</sup> Βλ. *Joseph Farrell και Paul Klempner*, ο.π.

<sup>32</sup> Βλ. *David S. Evans και Richard Scmalensee*, *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics Volume 1*, Oxford University Press, 2015, επιμέλεια: *Roger D. Blair και D. Daniel Sokol*, σελ. 404, BEREC, Differentiation

μπορούν να διακριθούν σε διμερείς και πολυμερείς πλατφόρμες. Ας δούμε ως παράδειγμα την πλατφόρμα Play Store της εταιρείας Google. Η εφαρμογή αυτή αποτελεί μία κλασσική πλατφόρμα, η οποία συνδέει δύο, τουλάχιστον, διακριτές ομάδες, τους δημιουργούς εφαρμογών και περιεχομένου και τους τελικούς χρήστες αυτών. Άλλες πλατφόρμες που αξίζει να αναφέρουμε και που απασχολούν άμεσα την μελέτη μας είναι το FaceBook, το οποίο έχει ως κύριες διακριτές ομάδες τους διαφημιστές και τους χρήστες των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης, το Viber και το LINE, τα οποία εξυπηρετούν την ομάδα των καταναλωτών της φωνητικής υπηρεσίας μέσω διαδικτυακού πρωτοκόλλου και τους δημιουργούς ψηφιακών αγαθών (όπως ψηφιακά αυτοκόλλητα κλπ), ενώ το ίδιο επιχειρηματικό μοντέλο έχει υιοθετήσει και η κινεζική εφαρμογή WeChat.

Ο ρόλος της πλατφόρμας είναι να αποτελεί το μέσο για την πραγματοποίηση των συναλλαγών των διακριτών ομάδων που την χρησιμοποιούν. Επομένως λειτουργεί σαν μεσάζων (intermediary). Στην ουσία αποσκοπούν στην λύση ενός πολύ σημαντικού εμποδίου (οικονομικού κατά κύριο λόγο) το οποίο επηρεάζει αρνητικά τον κόσμο των συναλλαγών. Εξαλείφουν την δυσχέρεια, τον χρόνο και το κόστος εξεύρεσης του επιθυμητού αντισυμβαλλομένου από έναν καταναλωτή αλλά και εξυπηρετούν την πλευρά της προσφοράς, η οποία έρχεται ευκολότερα σε επαφή με την πλευρά της ζήτησης. Για παράδειγμα, ένας διαφημιστής μπορεί να προχωρήσει σε στοχευόμενες διαφημίσεις ή οι διαφημίσεις του να έχουν μεγαλύτερο κοινό, το οποίο θα τις λάβει υπόψη του.

Μία από τις πρώτες έρευνες που είχαν ως κύριο θέμα τους επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται ως πλατφόρμες αλληλεπίδρασης, δύο τουλάχιστον, διακριτών ομάδων μεταξύ τους είναι αυτή των *Jean-Charles Rochet* και *Jean Tirole*<sup>33</sup>. Κύριο κριτήριο για την αναγνώριση μιας αγοράς στην οποία εμφανίζεται μια επιχείρηση ως πλατφόρμα είναι ο ιδιαίτερος τρόπος με τον οποίο μπορεί να τιμολογήσει τους καταναλωτές της, δηλαδή τις ομάδες που χρησιμοποιούν την πλατφόρμα. Επιπρόσθετα, σύμφωνα με τους προαναφερθέντες, σημασία έχει να ερευνηθεί κατά πόσο δύναται μια πλατφόρμα να εκμεταλλευθεί την «προστιθέμενη» αξία που δημιουργείται στην κάθε ομάδα, λόγω των μεταξύ τους συναλλαγών<sup>34</sup>. Βέβαια εάν η αγορά είναι μία πολύπλευρη «μη συναλλακτική» (non-transaction multi-sided market), όπως θα

---

practices and related competition issues in the scope of net neutrality, 24 Νοεμβρίου 2012, παρ. 166, [http://www.berec.europa.eu/eng/document\\_register/subject\\_matter/berec/reports/1094-berec-report-on-differentiation-practices-and-related-competition-issues-in-the-scope-of-net-neutrality](http://www.berec.europa.eu/eng/document_register/subject_matter/berec/reports/1094-berec-report-on-differentiation-practices-and-related-competition-issues-in-the-scope-of-net-neutrality). Στην εθνική μας έννομη τάξη ο ορισμός της έννοιας «ψηφιακή πλατφόρμα» συναντάται στο άρθρο 111 παρ. 1 εδ. β' του Ν. 4446/2016.

<sup>33</sup> Βλ. *Jean-Charles Rochet* και *Jean Tirole*, Platform Competition in Two-sided Markets, Journal of the European Economic Association, June 2003, 1(4):990 –1029.

<sup>34</sup> Ο.π. σελ. 995.

αναλυθεί παρακάτω, τότε η οικονομική αξία δημιουργείται μέσω της αλληλεπίδρασης των περισσότερων ομάδων χρηστών της πλατφόρμας, καθώς ελλείπει το στοιχείο της συναλλαγής.

### 3.1.2 Τιμολογιακή πολιτική μίας πλατφόρμας

Η τιμολογιακή πολιτική μιας πλατφόρμας είναι το κύριο στοιχείο που την διαφοροποιεί από τις παραδοσιακές μορφές επιχειρήσεων και δημιουργεί σημαντικά προβλήματα στις αρχές ανταγωνισμού, ως προς την οριοθέτηση της σχετικής αγοράς. Ειδικότερα, καθώς η πλατφόρμα έχει ως καταναλωτές δύο και πλέον διακριτές ομάδες, θα πρέπει να εξετάσει τις επιλογές της σχετικά με τις τιμές που μπορεί να χρεώνει στην κάθε ομάδα για την παροχή των υπηρεσιών της. Στην ουσία μια επιχείρηση λειτουργεί ως πλατφόρμα όταν μπορεί να επηρεάσει τον όγκο των συναλλαγών, που μπορούν να λάβουν χώρα μεταξύ των χρηστών της, χρεώνοντας την μία «όψη» της αγοράς περισσότερο, μειώνοντας παράλληλα την τιμή στην άλλη «όψη». Επομένως έχει σημασία ο τρόπος με τον οποίο θα δομήσει τις τιμές της η επιχείρηση, ούτως ώστε να καταφέρει να πετύχει τον μεγαλύτερο δυνατό αριθμό συναλλαγών μεταξύ των «πλευρών» της<sup>35</sup>. Για τον λόγο αυτό είναι δυνατό να εμφανίζονται αγορές στις οποίες παρέχονται υπηρεσίες σε μηδενική τιμή (Zero Price Effect), καθιστώντας το βασικό όργανο για την οριοθέτηση της σχετικής αγοράς, SSNIP test<sup>36</sup>, παρωχημένο, καθώς δεν μπορεί να ελεγχθεί μια υποθετική αύξηση της τιμής, της τάξεως 5-10%, ούτως ώστε εξετασθεί κατά πόσο ορισμένα αγαθά είναι υποκατάστατα, όταν η τιμή είναι μηδενική<sup>37</sup>.

Τα επιχειρηματικά μοντέλα που μπορεί να υιοθετήσει μια πλατφόρμα είναι δυνατό να τα διακρίνουμε σε τρία: α) το συνδρομητικό μοντέλο/μοντέλο πληρωμής, β) το διαφημιστικό μοντέλο και γ) το μοντέλο πρόσβασης<sup>38</sup>. Σύμφωνα με το πρώτο οι τελικοί χρήστες χρεώνονται απευθείας από τον πάροχο των υπηρεσιών (π.χ. Netflix). Στο δεύτερο μοντέλο οι υπηρεσίες παρέχονται δίχως απευθείας πληρωμή από τους αποδέκτες αυτών. Τα έσοδα των παρόχων προέρχονται από μία άλλη διακριτή ομάδα, τους διαφημιστές ή μέσω της εκμετάλλευσης των προσωπικών δεδομένων που παρέχουν οι χρήστες κατά την συμμετοχή τους στην πλατφόρμα

<sup>35</sup> Βλ. *Rochet, Jean-Charles & Tirole, Jean.* (2006), Two-sided Markets: A Progress Report. The RAND Journal of Economics. 37. 645 – 667.

<sup>36</sup> Small but Significant Non-Transitory Increase in Price, όπου εφαρμόζεται σε μια αγορά μία αύξηση της τιμής του αγαθού της τάξεως του 5-10% δίχως αυτή να είναι παροδική για να εξεταστεί εάν οι καταναλωτές θα συνέχιζαν να αγοράζουν το ίδιο προϊόν ή θα προτιμούσαν κάποιο άλλο. Το τελευταίο θα θεωρούταν και υποκατάστατο του πρώτου.

<sup>37</sup> Βλ. *John M. Newman,* Antitrust In Zero-Price Markets: Applications, 2015, [https://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract\\_id=2681304](https://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract_id=2681304), σελ. 14.

<sup>38</sup> Βλ. *Nikolai Van Gorp, Dr Olga Batura,* Challenges for Competition Policy in a Digitalized Economy ο.π. σελ. 22.

(π.χ. FaceBook, Viber, Google Search, Youtube κ.α.). Τέλος με το επιχειρηματικό μοντέλο της πρόσβασης η πλατφόρμα παρέχει δωρεάν πρόσβαση. Συνήθως αποτελούν μεσάζοντες σε τελικούς χρήστες και δημιουργούς εφαρμογών και περιεχομένου (π.χ. Play Store, App Store κ.α.). Σε αυτό το μοντέλο η πλατφόρμα μπορεί να επιλέξει να χρεώνει τους δημιουργούς επειδή μεσολαβεί στην πώληση των υπηρεσιών ή του περιεχομένου που δημιουργούν, είτε να χρεώνει τους τελικούς χρήστες των παραπάνω.

Μια πλατφόρμα πρέπει να κινηθεί τιμολογιακά με βάση δύο είδη τιμών, το επίπεδο της τιμής (price level) και τη δομή της (price structure)<sup>39</sup>. Η πρώτη τιμή ορίζει αποτελεί την τιμή που χρεώνει η πλατφόρμα συνολικά για την κάθε συναλλαγή. Είναι δηλαδή το άθροισμα που πληρώνει η κάθε πλευρά της αγοράς για να έρθει σε επαφή και να συναλλαχθεί με την άλλη<sup>40</sup>. Από την άλλη η δομή της τιμής είναι το ποσό που θα χρεώσει στην κάθε διακριτή ομάδα (το οποίο ποσό αντιστοιχεί στο επίπεδο της τιμής). Η ευχέρεια αυτή, των πλατφόρμων να δομούν τις τιμές τους, είναι που επιτρέπει την εμφάνιση αγορών με μηδενική τιμή όπως αναφέραμε ανωτέρω, καθώς μπορεί να αποφασίσει να επιβαρύνει μόνο την μία πλευρά της αγοράς και να επιτρέψει στην άλλη την ελεύθερη χρήση των υπηρεσιών της<sup>41</sup>.

Ένα άλλο ενδιαφέρον οικονομικό φαινόμενο που επηρεάζει την τιμολογιακή πολιτική των εν λόγω επιχειρήσεων, πέραν του τρόπου με τον οποίο μπορούν να δομήσουν τις τιμές τους, είναι η παρουσία αποτελεσμάτων δικτύου και εξωτερικότητας. Λόγω των εμμέσων εξωτερικότητας δικτύου, δηλαδή εξωτερικότητας που προκύπτουν ως απότοκο των εμμέσων αποτελεσμάτων δικτύου, δημιουργείται «προστιθέμενη» αξία για την κάθε πλευρά της αγοράς. Οι κύριες μορφές εξωτερικότητας που εκμεταλλεύονται οι πλατφόρμες είναι αυτές της χρήσης των υπηρεσιών που προσφέρονται (usage externalities) και οι εξωτερικότητες συμμετοχής στην πλατφόρμα (membership externalities). Οι πρώτες στην ουσία εκφράζουν τα οφέλη που αποκομίζουν οι ομάδες όταν γίνεται χρήση της πλατφόρμας, ενώ οι εξωτερικότητες συμμετοχής μας υποδεικνύουν την αξία που προσδίδει στην πλατφόρμα η μία ομάδα σε σχέση με τον αριθμό

---

<sup>39</sup> Βλ. *Lapo Filistrucchi, Damien Geradin, Erice van Damme, Pauline Affeldt*, Market Definition in Two-Sided Markets: Theory and Practice, <http://ssrn.com/abstract=2240850> , σελ. 7, *Rochet, Jean-Charles & Tirole, Jean.* (2006) ο.π.

<sup>40</sup> Βλ. *Filistrucchi, Geradin, van Damme, Affeldt*, ο.π., *Francesco Ducci*, Out-Of-Market Efficiencies, Two-Sided Platforms and Consumer Welfare: A Legal and Economic Analysis, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2767246](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2767246) , σελ. 17.

<sup>41</sup> Ως παραδείγματα μπορούμε να προβάλλουμε τις πλατφόρμες FaceBook, Play Store, Viber και LINE, οι οποίες προσφέρουν δωρεάν υπηρεσίες στους τελικούς χρήστες αλλά χρεώνουν την άλλη ομάδα καταναλωτών τους, όπως τους διαφημιστές ή τους δημιουργούς περιεχομένου.

συμμετεχόντων στην άλλη ομάδα<sup>42</sup>. Για παράδειγμα, όσο περισσότεροι χρήστες συμμετέχουν στην πλατφόρμα του FaceBook, τόσο περισσότεροι διαφημιστές θα έλκονται με την σειρά τους να συμμετάσχουν σε αυτή. Αντίθετα, δεν είναι απαραίτητο το ίδιο να συμβαίνει και για τους τελικούς χρήστες του FaceBook, δηλαδή δεν είναι απαραίτητο να θεωρούν ότι αποκτά ολόένα και μεγαλύτερη αξία η επίμαχη πλατφόρμα ανάλογα με τον αριθμό των διαφημιστών που συμμετέχει σε αυτή.

### **3.1.3 Οι ISPs ως Πλατφόρμες**

Όπως ορίσαμε παραπάνω μία επιχείρηση δραστηριοποιείται ως πλατφόρμα στην περίπτωση που λειτουργεί ως μεσάζων δύο διακριτών ομάδων, τις οποίες και φέρνει σε επαφή. Βάσει αυτών ο BEREC, έχει προχωρήσει στην ανάλυση του ίδιου του Διαδικτύου ως πλατφόρμα, με τους παρόχους υπηρεσιών πρόσβασης σε αυτό να είναι οι μεσάζοντες<sup>43</sup>. Οι δύο ομάδες τις οποίες φέρνουν σε επαφή οι εν λόγω πάροχοι είναι οι τελικοί χρήστες των υπηρεσιών τους (δηλαδή οι συνδρομητές τους) και οι πάροχοι περιεχομένου, εφαρμογών και υπηρεσιών<sup>44</sup>. Επομένως, οι αρμόδιες αρχές που εξετάζουν τις συγκεκριμένες αγορές ηλεκτρονικών επικοινωνιών, οφείλουν να λαμβάνουν υπόψη τις ανωτέρω ιδιαιτερότητες που προκαλούνται εξαιτίας των εξωτερικοτήτων και των αποτελεσμάτων δικτύου που αναφέραμε παραπάνω αλλά και της τιμολογιακής πολιτικής που μπορούν να ακολουθήσουν.

Όπως είπαμε μία αγορά με περισσότερες όψεις πρέπει να εμφανίζονται θετικά ή/και αρνητικά αποτελέσματα δικτύου, ως απότοκο των θετικών ή αρνητικών εξωτερικοτήτων, δίχως να είναι αναγκαία η εμφάνιση και των δύο. Στην περίπτωση της διμερούς αγοράς που δημιουργεί η πρόσβαση στο Διαδίκτυο παρουσιάζονται εξωτερικότητες και αποτελέσματα δικτύου που είναι θετικά και για τις δύο «όψεις» της αγοράς. Όσο περισσότεροι τελικοί χρήστες έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο, τόσο πιο ελκυστική θα είναι και η δραστηριοποίηση και η πρόσβαση σε αυτούς τους χρήστες από τους παρόχους περιεχομένου, εφαρμογών και υπηρεσιών. Επιπλέον, με την πρόσβαση περισσότερων παρόχων επιφυών υπηρεσιών στο Διαδίκτυο και την αύξηση περιεχομένου, εφαρμογών και υπηρεσιών που προσφέρουν αυξάνεται και η ευημερία των τελικών χρηστών, λόγω των επιλογών που τίθενται στην διάθεσή τους<sup>45</sup>.

---

<sup>42</sup> Βλ. *David S. Evans και Richard Scmalensee*, ο.π. σελ. 407-408.

<sup>43</sup> Βλ. BEREC, *Differentiation practices and related competition issues in the scope of net neutrality* ο.π. παρ. 166

<sup>44</sup> Βλ. *Martin Peitz και Tommaso Valletti*, *Reassessing Competition Concerns in Electronic Communications Markets*, Centre for European Economic Research, <http://ssrn.com/abstract=2538421> , σελ. 18.

<sup>45</sup> Βλ. BEREC, ο.π. παρ. 168.



Η προβληματική της εφαρμογής της οικονομικής θεωρίας των αγορών διπλής «όψεως» και των πλατφόρμων στην συγκεκριμένη αγορά έγκειται στην οικονομική σχέση των ISPs και των CAPs. Αυτές οι δύο κατηγορίες επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών δεν έχουν άμεση συμβατική σχέση μεταξύ τους. Φυσικά το πρόβλημα που δημιουργεί στην αγορά αυτή η έλλειψη συμβατικής σχέσης είναι πως δεν χρεώνουν οι πάροχοι του δικτύου τους παρόχους επιφυών υπηρεσιών για την κίνηση δεδομένων που πραγματοποιείται ενός του δικτύου των πρώτων, ούτε προχωρούν στην επιβολή τελών τερματισμού για την χρήση του δικτύου τους. Αυτό, με τη σειρά του, σημαίνει ότι δεν μπορούν, οι ISPs να «εσωτερικοποιήσουν» εξωτερικότητες, που εμφανίζονται στην αγορά, προσαρμόζοντας το επίπεδο τιμής και την δομή της, όπως οι πλατφόρμες που μπορούν να χρεώσουν και τις δύο διακριτές ομάδες που εξυπηρετούν. Άρα, δεν μπορούν να τύχουν εφαρμογής όλες οι πτυχές της θεωρίας των πλατφόρμων όπως αναλύθηκαν ανωτέρω, καθώς οι πάροχοι πρόσβασης στο Διαδίκτυο δεν ακούν πλήρη έλεγχο επί των εξωτερικοτήτων που δημιουργούνται και της τιμής που θα μπορούσαν να δομήσουν<sup>46</sup>.

Παρά ταύτα, μπορούν να εκμεταλλευθούν την συμμετοχή παρόχων επιφυών υπηρεσιών αυξάνοντας την τιμή που χρεώνουν τους συνδρομητές τους. Φυσικά μία τέτοια κίνηση θα οδηγήσει σε αρνητικά, για όλη την αγορά, αποτελέσματα. Οι συνδρομητές πιθανότατα θα μειώνονταν, με αμέσως επόμενο την απουσία κινήτρων των παρόχων επιφυών υπηρεσιών να δραστηριοποιηθούν και να αποκτήσουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο<sup>47</sup>. Παράλληλα μάλιστα θα παρουσιάζονταν μειώσεις και στα έσοδα των ίδιων των επιχειρήσεων που εκμεταλλεύονται τα δίκτυα ηλεκτρονικών επικοινωνιών, λόγω απώλειας σημαντικού μέρους του καταναλωτικού τους κοινού.

Αυτό όμως δεν πρέπει να οδηγεί σε πλήρη απόρριψη της αντιμετώπισης των κάθετα ολοκληρωμένων φορέων εκμετάλλευσης δικτύων ως πλατφόρμες. Η σχέση αλληλεπίδρασης που έχουν με τους πάροχους περιεχομένου, εφαρμογών και υπηρεσιών είναι αρκετά στενή παρά την έλλειψη συμβατικής σχέσεως. Ασκώντας πλήρη έλεγχο επί του δικτύου τους οι φορείς εκμετάλλευσής του μπορούν να περιορίσουν σημαντικά την επιχειρηματική δραστηριότητα των CAPs, παρά την, παρούσα, αδυναμία τους να αξιώνουν αντίτιμο για την χρήση του δικτύου τους, μέσω επιβολής τελών τερματισμού.

## **4. Αγορές πολλαπλής «όψεως» ή «Πολύπλευρες» Αγορές στον Τομέα των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών (Two/Multi-Sided Markets)**

### **4.1 Γενικά**

---

<sup>46</sup> Βλ. BEREC, ο.π. παρ. 172.

<sup>47</sup> Ο.π. παρ. 170.

Οι αγορές στις οποίες δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις ως πλατφόρμες ονομάζονται «δίπλευρες/πολύπλευρες» αγορές ή αγορές διπλής ή πολλαπλής «όψεως». Αποδίδεται ο εν λόγω ορισμός εξαιτίας της ίδιας της λειτουργίας των πλατφόρμων. Όπως αναλύσαμε παραπάνω στις αγορές αυτές εμφανίζονται δύο, τουλάχιστον, διακριτές ομάδες καταναλωτών. Οι ομάδες αυτές αποτελούν τις «όψεις» της σχετικής αγοράς που θα πρέπει να ορίσει μια αρχή ανταγωνισμού ή μια εθνική ρυθμιστική αρχή.

Ας εξετάσουμε τα βασικά στοιχεία που διαφοροποιούν μια αγορά η οποία εμφανίζει περισσότερες «όψεις» από μια παραδοσιακή αγορά. Οι επιχειρήσεις σε αυτές τις αγορές ανταγωνίζονται μεταξύ τους για να επικρατήσουν και στις δύο «όψεις» της αγοράς. Επομένως οι «όψεις» αποτελούν για τις πλατφόρμες ετερογενείς ομάδες καταναλωτών, δηλαδή την ζήτηση, άσχετα με το αν μία εξ αυτών αποτελείται από επιχειρήσεις<sup>48</sup>. Από τα σημαντικότερα στοιχεία που συνοδεύουν μια αγορά διπλής «όψεως» είναι αυτό της διαμόρφωσης της τιμής από την πλατφόρμα όπως αναφέραμε παραπάνω. Τι σημαίνει όμως αυτό εν τέλει;

#### **4.2 Συναλλακτικές και Μη Συναλλακτικές Αγορές Πολλαπλής «Όψεως»**

Όταν αναλύουμε το πρόβλημα των αγορών πολλαπλής «όψεως» πρέπει να δώσουμε βάση και σε μια πολύ σημαντική διάκριση αυτών. Πρέπει να γίνει λόγος για συναλλακτικές και μη «πολύπλευρες» αγορές<sup>49</sup>. Όπως ρητά προκύπτει από τους ίδιους τους όρους η κατηγοριοποίηση γίνεται ανάλογα με το αν είναι παρόν το στοιχείο της συναλλαγής ανάμεσα στις διακριτές ομάδες τη πλατφόρμας.

Αρχικά ας εξετάσουμε τις συναλλακτικές αγορές διπλής «όψεως». Βασικό χαρακτηριστικό τους είναι η παρουσία άμεσης οικονομικής επαφής των ομάδων που κάνουν χρήση της πλατφόρμας<sup>50</sup>. Περιπτώσεις που αποτελούν ενδιαφέροντα και καίρια παραδείγματα είναι οι πλατφόρμες του eBay και της Amazon, στις οποίες έρχονται σε επαφή πωλητές με αγοραστές και συμβάλλονται. Η σημαντικότερη συνέπεια μιας συναλλακτικής «δίπλευρης» αγοράς είναι πως λόγω της άμεσης επαφής και συναλλαγής των δύο ομάδων η πλατφόρμα μπορεί να χρεώσει τόσο για την συμμετοχή σε αυτή («εσωτερικοποίηση» των εξωτερικότητων συμμετοχής) αλλά και για την χρήση της («εσωτερικοποίηση» των εξωτερικότητων χρήσης)<sup>51</sup>. Κλασικό παράδειγμα συναλλακτικής «πολύπλευρης» αγοράς είναι αυτό των πληρωμών μέσω τραπεζικών

<sup>48</sup> Βλ. Γιάννης Κατσουλάκος, Οικονομική Ανάλυση του ανταγωνισμού, Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού, επιμέλεια: Δημήτριος Ν. Τζουγανάτος, Νομική Βιβλιοθήκη 2013, σελ. 95.

<sup>49</sup> Transaction και non transaction two-sided markets.

<sup>50</sup> Βλ. Nikolai Van Gorp, Dr Olga Batura, Challenges for Competition Policy in a Digitalized Economy ο.π. σελ. 53.

<sup>51</sup> Βλ. Filistrucchi, Geradin, van Damme, Affeldt, ο.π., σελ. 6.

καρτών. Οι δύο πλευρές που φέρνει σε επαφή μία τράπεζα, οι καταναλωτές που προχωρούν σε χρήση της κάρτας και οι έμποροι που δέχονται πληρωμή μέσω της κάρτας, συναλλάσσονται άμεσα. Έτσι η τράπεζα μπορεί να χρεώσει τις δύο πλευρές και για την συμμετοχή τους στην πλατφόρμα, αλλά και για την χρήση κάθε φορά της κάρτας που έχει εκδώσει<sup>52</sup>.

Από την άλλη πλευρά, οι μη συναλλακτικές «πολύπλευρες» αγορές διακρίνονται, όπως συνάγεται και από τον όρο, λόγω της έλλειψης του στοιχείου της συναλλαγής. Ας εξετάσουμε την αγορά διπλής «όψεως» που δημιουργεί η πλατφόρμα του Facebook. Οι χρήστες της εν λόγω πλατφόρμας κοινωνικής δικτύωσης δεν συναλλάσσονται άμεσα με τους διαφημιστές που ελκύει αυτή η αγορά. Σίγουρα βλέπουν τις διαφημίσεις και μπορεί εν τέλει να προχωρήσουν σε μια αγορά λόγω κάποιας από αυτές, αλλά αυτή η συναλλαγή λαμβάνει χώρα σε δεύτερο χρόνο συγκριτικά με την διαφήμιση και σίγουρα δεν μεσολαβεί το Facebook για την περάτωση της συναλλαγής. Αυτό σημαίνει πως αγορές πολλαπλής «όψεως» όπως το Facebook, το LinkedIn, αλλά και πέραν αυτών που προσφέρουν εν δυνάμει υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών, π.χ. εφημερίδες που χρησιμοποιούν διαφημίσεις ως πηγή εσόδων και λοιπές αγορές των μέσων ενημέρωσης, δεν μπορούν να «εσωτερικοποιήσουν» τις εξωτερικότητες χρήσης της πλατφόρμας (usage externalities) από τους τελικούς χρήστες, καθώς δεν μπορούν να χρεώσουν τους τελευταίους αλλά και τους διαφημιστές ανάλογα με την κάθε συναλλαγή που πραγματοποιούν<sup>53</sup>.

#### **4.3 Πόσες Σχετικές Αγορές Πρέπει να Ορισθούν;**

Η διάκριση των πολυμερών αγορών σε συναλλακτικές και μη δεν έχει μόνο θεωρητικό ενδιαφέρον. Βάσει αυτής θα πρέπει οι αρμόδιες αρχές που θα αναλάβουν το έργο να οριοθετήσουν μία σχετική αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών να ελέγξουν εάν υφίσταται μία ή περισσότερες αγορές.

Το κύριο εργαλείο για την ανίχνευση αγορών είναι αυτό της τιμής. Αφού η σχέση υποκατάστασης εξετάζεται με το SSNIP τεστ, τότε βάσει μεταβολών της τιμής θα ορισθούν οι υπό εξέταση σε κάθε περίπτωση αγορές. Αυτό όμως, όπως έχει γίνει σαφές στα προηγούμενα μέρη της εργασίας, δεν θα οδηγήσει σε ορθή εκτίμηση της αγοράς λόγω της παρουσίας μηδενικών τιμών αλλά και της αλληλεπίδρασης των τιμών ανάμεσα στις διακριτές ομάδες που έρχονται σε επαφή μέσω μίας πλατφόρμας. Η μηδενική τιμή είδαμε πως μπορεί να αποτελέσει τρόπο μεγιστοποίησης των κερδών μίας επιχείρησης, αφού θα μπορεί να επιβάλλει υψηλότερες

---

<sup>52</sup> Ο.π. σελ. 6.

<sup>53</sup> Ο.π. σελ. 6.

τιμές στην άλλη ομάδα καταναλωτών της. Ενώ παράλληλα θα ευνοηθεί και από την μεγαλύτερη συμμετοχή καταναλωτών στην πλευρά που παρέχει τις υπηρεσίες της δωρεάν<sup>54</sup>.

Επομένως, από την σκοπιά και μόνο της τιμής δεν θα πρέπει να συνάγεται το συμπέρασμα ότι δεν υφίσταται σχετική αγορά υπηρεσίας ή προϊόντος στην οποία συμμετέχει μία πλατφόρμα. Η οριοθέτηση μία ή περισσότερων αγορών μπορεί να φέρει σημαντικές συνέπειες σε μία ανάλυση από τις αρμόδιες αρχές. Με την αποδοχή ότι και οι δύο «όψεις» της πλατφόρμας αποτελούν μόνο μία αγορά, λόγω απουσίας χρέωσης στην μία «όψη», θα υπάρχει ο κίνδυνος είτε να υπάγεται η πλατφόρμα σε αυτή την αγορά είτε να μην υπάγεται. Αντίθετα, εάν γίνει δεκτό ότι υπάρχουν τόσες αγορές όσες και οι «όψεις» της πλατφόρμας τότε η πλατφόρμα θα εμπίπτει σε μία από αυτές τις αγορές και όχι στην άλλη<sup>55</sup>.

Το κύριο στοιχείο που θα πρέπει να οδηγεί τις αρχές ανταγωνισμού, τις εθνικές ρυθμιστικές αρχές και τα δικαστήρια για την ύπαρξη περισσότερων αγορών είναι αυτό της συναλλαγής. Σε μία διμερή συναλλακτική αγορά, όπως αυτή των τραπεζικών καρτών πληρωμής δεν αμφισβητείται ότι η σχετική αγορά είναι μία. Μία τράπεζα που εκδίδει κάρτες πληρωμής θα βρίσκεται είτε στην σχετική αγορά και των δύο πλευρών (των επιχειρήσεων που δέχονται την πληρωμή μέσω της κάρτας και των αγοραστών που πληρώνουν μέσω αυτής) είτε σε καμία από αυτές. Αυτό συμβαίνει για τον λόγο ότι η συναλλαγή είτε θα γίνει μέσω της χρήσης της συγκεκριμένης κάρτας, είτε δίχως αυτή<sup>56</sup>.

Από την άλλη σε μία διμερή αγορά όπου απουσιάζει το στοιχείο της συναλλαγής ανάμεσα στις διακριτές ομάδες θα πρέπει να οριοθετούνται δύο ή περισσότερες σχετικές αγορές (ανάλογα με τις «όψεις» της αγοράς). Ας πάρουμε ως παράδειγμα δύο κλασσικές διμερείς αγορές, αυτή των εφημερίδων (διαφημιστές και αναγνώστες) και αυτή της τηλεόρασης (διαφημιστές και τηλεθεατές). Και στις δύο αυτές πλατφόρμες (εφημερίδα και τηλεόραση) υπάρχει η πλευρά των διαφημιστών και η πλευρά των καταναλωτών/τελικών χρηστών. Από την πλευρά των καταναλωτών, προφανώς και δε τίθεται θέμα εναλλαξιμότητας και σχέσης υποκατάστασης μεταξύ των προϊόντων/υπηρεσιών που προσφέρονται. Δύο επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται η μία στην αγορά της εφημερίδας και η άλλη σε αυτή της τηλεόρασης, δεν ανταγωνίζονται μεταξύ τους, λόγω του ότι το καταναλωτικό κοινό αυτών διαφέρει. Από την άλλη, οι διαφημιστές επιθυμούν να απευθυνθούν στο καταναλωτικό κοινό τόσο το τηλεοπτικό όσο και αυτό που χρησιμοποιεί εφημερίδες. Επομένως, οι επιχειρήσεις αυτές αν και από την πλευρά του περιεχομένου δεν έχουν ανταγωνιστική σχέση, από την πλευρά των διαφημίσεων τελούν σε

---

<sup>54</sup> Ο.π. σελ. 9.

<sup>55</sup> Ο.π. σελ. 9.

<sup>56</sup> Ο.π. σελ. 9.

σχέση ανταγωνισμού, καθώς οι διαφημιστές τις αντιλαμβάνονται ως υποκατάστατες πλατφόρμες<sup>57</sup>.

Η σημασία για την οριοθέτηση μίας ή περισσότερων σχετικών αγορών, σε αγορές που δραστηριοποιούνται πλατφόρμες, βρίσκεται στην εκτίμηση της ισχύος μιας επιχείρησης. Εάν οι αρχές και τα δικαστήρια θεωρήσουν ότι υπάρχει μία αγορά τότε η πλατφόρμα είτε θα εντάσσεται σε αυτή και άρα θα προσμετρηθεί στο μερίδιο αγοράς της, είτε δεν θα εντάσσεται. Ενώ με την αναγνώριση ποικίλων σχετικών αγορών η πλατφόρμα ακόμα και αν θεωρηθεί πως δεν εντάσσεται σε μία εξ αυτών, θα δραστηριοποιείται στην άλλη.

#### 4.4 Συνοπτική Αξιολόγηση

Θα πρέπει βεβαίως να διασαφηνιστεί πως εάν μια επιχείρηση θα λειτουργήσει ως πλατφόρμα, με ρόλο μεσάζοντος σε μια «πολύπλευρη» αγορά (όπως το Facebook, το Google Search, το Youtube κ.α.), είτε ως πάροχος των δικών της και μόνο υπηρεσιών σε τελικούς χρήστες δίχως την προσέλευση άλλης ομάδας καταναλωτών, είναι ξεκάθαρα απόφαση της επιχείρησης<sup>58</sup>. Ως παραδείγματα μπορούμε να τις προαναφερόμενες επιχειρήσεις Google και Facebook.

Η πρώτη όπως είπαμε δρα μέσω του Google Search ως πλατφόρμα σε αγορά διπλής «όψευς». Συγκεκριμένα, οι χρήστες της επίμαχης μηχανής αναζήτησης αποτελούν την μία πλευρά της αγοράς με τους διαφημιστές και τους κατόχους των ιστοσελίδων και άλλων διευθύνσεων διαδικτυακού πρωτοκόλλου τις άλλες πλευρές. Πέραν όμως αυτής της αγοράς δραστηριοποιείται και στην παροχή VoIP και IM, μέσω της εφαρμογής Hangouts, η οποία όμως δεν ακολουθεί το ίδιο μοντέλο με την μηχανή αναζήτησης της Google. Όσον αφορά το Facebook, όπως είπαμε η πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης είναι μια «δίπλευρη» αγορά. Στις κινητές συσκευές όμως (smartphones) παρέχει επιφυείς υπηρεσίες φωνής, βιντεοκλήσεων και instant messaging μέσω αυτόνομης εφαρμογής. Αυτή η εφαρμογή, Facebook Messenger, δεν ακολουθεί το ίδιο διαφημιστικό μοντέλο, όπως η πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης, για την παροχή των υπηρεσιών της σε μηδενική τιμή.

Αυτό συμβαίνει μάλλον για τον λόγο ότι η παροχή των ως άνω υπηρεσιών δεν συνοδεύονται από υψηλά κόστη. Οι επιχειρήσεις αυτές δεν χρειάζεται να επενδύσουν σε υψηλού κόστους υλικές υποδομές. Αρκεί η κατοχή servers και του κατάλληλου λογισμικού. Ενώ συγχρόνως, δεν συνοδεύονται από μη ανακτήσιμο κόστος (sunk cost), δηλαδή μπορούν εύκολα να

---

<sup>57</sup> Ο.π.σελ. 10.

<sup>58</sup> Βλ. *Jan Krämer & Michael Wohlfarth*, *Regulating Over-the-Top Service Providers in Two-Sided Content Markets: Insights from the Economic Literature*, *Digiworld Economic Journal*, no. 99, 3<sup>rd</sup> Q. 2015, σελ. 74, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2674081](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2674081).

διαφοροποιήσουν την χρήση της επένδυσής τους και να προχωρήσουν σε παροχή άλλων υπηρεσιών μέσω του Διαδικτύου<sup>59</sup>.

Δεν πρέπει όμως να συμπεράνουμε ότι το μοντέλο δραστηριοποίησης μιας εταιρίας (ως πλατφόρμας ή όχι) σχετίζεται με τον τύπο υπηρεσιών που αυτή προσφέρει. Έχουμε ήδη αναφέρει πως υπάρχουν επιχειρήσεις που παρέχουν υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών μέσω του Διαδικτύου αλλά λειτουργούν με διαφορετικά μοντέλα. Το Skype για παράδειγμα αποτελεί μια παραδοσιακή μορφή επιχείρησης με καταναλωτές τους χρήστες των υπηρεσιών του, και ως έσοδα την εμπορική εκμετάλλευση των προσωπικών δεδομένων και την χρέωση υπηρεσιών που χρησιμοποιούν το δημόσιο δίκτυο επικοινωνιών (αρ. 2 στοιχ. γ' Οδ. 2002/21/EK). Από την άλλη το Viber ακολουθεί ένα επιχειρηματικό μοντέλο που έχει ως καταναλωτές τους τελικούς χρήστες, τους δημιουργούς και προγραμματιστές ψηφιακών αγαθών (όπως αυτοκόλλητα κ.α.) και αποτελεί πλατφόρμα για διαφημίσεις.

---

<sup>59</sup> Βλ. *Νίκος Βέττας και Γιάννης Κατσουλάκος*, Πολιτική Ανταγωνισμού & Ρυθμιστική Πολιτική, 2004, Τυποθήτω, σελ. 28.

## Γ. Υπηρεσίες στον Τομέα των Τηλεπικοινωνιών

### 1. Υπηρεσίες Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών

Τον ορισμό των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών τον συναντάμε στην Οδηγία 2002/21/EK της 7<sup>ης</sup> Μαρτίου 2002, σχετικά με το κοινό κανονιστικό πλαίσιο για δίκτυα και υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Βάσει του άρθρου 2 στοιχ. γ' της εν λόγω Οδηγίας ως υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών ορίζονται «οι υπηρεσίες που παρέχονται συνήθως έναντι αμοιβής και των οποίων η παροχή συνίσταται, εν όλω ή εν μέρει, στη μεταφορά σημάτων σε δίκτυα ηλεκτρονικών επικοινωνιών, συμπεριλαμβανομένων των υπηρεσιών τηλεπικοινωνιών και των υπηρεσιών μετάδοσης σε δίκτυα που χρησιμοποιούνται για ραδιοηλεκτρονικές μεταδόσεις, αλλά εξαιρουμένων των υπηρεσιών που παρέχουν περιεχόμενο μεταδιδόμενο με χρήση δικτύων και υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών ή που ασκούν έλεγχο επί του περιεχομένου· δεν περιλαμβάνουν επίσης τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, όπως αυτές ορίζονται στο άρθρο 1 της οδηγίας 98/34/EK, οι οποίες δεν συνιστανται, εν όλω ή εν μέρει, στη μεταφορά σημάτων σε δίκτυα ηλεκτρονικών επικοινωνιών».

Εξετάζοντας προσεκτικά τον ορισμό, που αποδίδει η νομοθεσία της ΕΕ στις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών, μπορούμε να διακρίνουμε τρία στοιχεία που χαρακτηρίζουν την υπαγωγή μιας υπηρεσίας σε αυτόν. Πρώτον, θα πρέπει η υπηρεσία να προσφέρεται έναντι αμοιβής από τον πάροχο. Η προϋπόθεση της αμοιβής σε αυτή τη διάταξη θεωρείται πως βρίσκεται σε άμεση συνάφεια με τον αμοιβή που απαιτεί το άρθρο 57 ΣΛΕΕ για να θεωρηθούν ως υπηρεσίες, παροχές που προσφέρονται στην ενιαία αγορά της Ένωσης. Το κριτήριο της αμοιβής θα πρέπει να ερμηνεύεται με τέτοιο τρόπο ώστε μια υπηρεσία να θεωρείται πως παρέχεται για οικονομικό και όχι κοινωνικό σκοπό<sup>60</sup>.

Επόμενο και ιδιαίτερα αμφιλεγόμενο στοιχείο που διακρίνει μια παροχή ως υπηρεσία ηλεκτρονικής επικοινωνίας είναι αυτό της εν όλω ή εν μέρει μετάδοσης σήματος. Για να μπορέσει μια υπηρεσία να υπαχθεί στο ρυθμιστικό πλαίσιο της αγοράς των ηλεκτρονικών επικοινωνιών θα πρέπει να μεταδίδεται μέσω σημάτων, χρησιμοποιώντας το δίκτυο ηλεκτρονικών επικοινωνιών που χειρίζονται οι φορείς εκμετάλλευσης. Το σήμα μεταδίδεται μέσω των τηλεπικοινωνιακών υποδομών που χειρίζονται κατά κύριο λόγο οι παραδοσιακοί πάροχοι της αγοράς. Τα κυριότερα μέσα για την πραγματοποίηση της μετάδοσης είναι τα

<sup>60</sup> Βλ. BEREC Report on OTT services, 2016, [http://berec.europa.eu/eng/document\\_register/subject\\_matter/berec/reports/5751-berec-report-on-ott-services](http://berec.europa.eu/eng/document_register/subject_matter/berec/reports/5751-berec-report-on-ott-services) σελ. 12.

ενεργητικά στοιχεία του δικτύου<sup>61</sup>, τα οποία μεταφέρουν τις υπηρεσίες φωνής, τα μηνύματα και τα δεδομένα από το ένα στοιχείο στο άλλο και εν τέλει στον συνδρομητή/τελικό χρήστη του παρόχου<sup>62</sup>.

Σε μια πρόσφατη απόφασή του το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΔΕΕ) ανέλυσε το στοιχείο της μετάδοσης σήματος που προβλέπει η Οδηγία-Πλαίσιο<sup>63</sup>. Η καίρια σκέψη, που πρέπει να λάβουμε υπόψη μας για την μελέτη του ζητήματος του ανταγωνισμού των παραδοσιακών παρόχων με τις επιχειρήσεις που προσφέρουν VoIP, είναι η παρ. 43 της απόφασης. Βάσει αυτής, η μετάδοση σήματος ακόμα και αν πραγματοποιείται από υποδομές που δεν ανήκουν στον πάροχο μιας υπηρεσίας δεν αποτελεί το βασικό κριτήριο για την υπαγωγή της υπηρεσίας αυτής στο νομικό πλαίσιο της Οδηγίας 2002/21/ΕΚ. Έτσι δεν αποτελεί κύριο όρο ο πάροχος μιας υπηρεσίας να κατέχει τις απαραίτητες υποδομές και να είναι υπεύθυνος για τη λειτουργία και τη συντήρηση αυτών, για τον χαρακτηρισμό μιας παροχής ως υπηρεσία ηλεκτρονικών επικοινωνιών<sup>64</sup>.

Βέβαια μεγάλο πρόβλημα αποτελεί η έλλειψη διευκρινήσεων όσον αφορά το ποσοτικό στοιχείο της μετάδοσης. Όταν η Οδηγία αναφέρεται σε εν όλω ή εν μέρει μετάδοση, που θα πρέπει να δοθεί βάση για να καταλήγει μια ανεξάρτητη αρχή στην υπαγωγή μιας υπηρεσίας στο άρθρο 2 στοιχ. γ’;

Το τελευταίο κριτήριο που προσδιορίζει μια παροχή ως υπηρεσία ηλεκτρονικών επικοινωνιών είναι αρνητικό. Ειδικότερα το άρθρο 2 στοιχ. γ’ της Οδηγίας-Πλαισίου μας ορίζει πως δεν αποτελούν αυτής της φύσης υπηρεσίες όποιες παροχές εμπίπτουν στην κοινωνία της πληροφορίας (άρθρο 1 στοιχ. β’ της οδηγίας 98/34/ΕΚ) αλλά και παροχές που αποτελούν περιεχομένου, το οποίο μεταδίδεται μέσω ενός δικτύου ηλεκτρονικών επικοινωνιών.

## **2. Υπηρεσίες της Κοινωνίας της Πληροφορίας**

Οι υπηρεσίες αυτές είναι άμεσα συναφείς με το αντικείμενο της συγκεκριμένης μελέτης λόγω της φύσης των επιφυών υπηρεσιών. Συγκεκριμένα, επειδή αυτές οι υπηρεσίες παρέχονται μέσω του Διαδικτύου και άρα εξ αποστάσεως, για τον λόγο ότι είναι απαραίτητη η παροχή τους

---

<sup>61</sup> Δίκτυο Πυρήνα (Core Network), Δίκτυο Πρόσβασης Ραδιοεπικοινωνίας (RAN).

<sup>62</sup> Βλ. *Kevin Coates and Wolf Sauter, Faull & Nikpay The EC Law of Competition, edited by Jonathan Faull and Ali Nikpay, Oxford University Press, Second Edition, 2007, σελ. 1519.*

<sup>63</sup> ΔΕΕ C-475/12 της 30ής Απριλίου 2014.

<sup>64</sup> Βλ. BEREC ο.π. σελ. 12.



μέσω ηλεκτρονικών μέσων αλλά και με αίτημα του τελικού χρήστη και άρα αποδέκτη αυτών, υπάγονται στο άρθρο 1 στοιχ. β' της Οδηγία 98/34/EK<sup>65</sup>.

Τα δύο πρώτα χαρακτηριστικά στοιχεία υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας (ΚτΠ) είναι αρκετά σαφή δίχως την ανάγκη ανάλυσης. Οι καταναλωτές και οι πάροχοι αυτών συναλλάσσονται μεταξύ τους εξ αποστάσεως, αφού κύριο μέσο συναλλαγής τους είναι το Διαδίκτυο, το οποίο εκ φύσεως προϋποθέτει πως υπάρχει μια απόσταση ανάμεσα στον πάροχο και τον τελικό χρήστη. Ενώ, δεν αμφισβητείται πως οι επιφυείς υπηρεσίες διαπροσωπικής επικοινωνίας υλοποιούνται με ηλεκτρονικά μέσα. Η πραγματοποίηση κλήσεων, βιντεοκλήσεων και ανταλλαγή μηνυμάτων μέσω διαδικτυακού πρωτοκόλλου μπορεί να λαμβάνει χώρα μόνο μέσω εξοπλισμών ηλεκτρονικής επεξεργασίας.

Το μόνο σημείο στο οποίο θα μπορούσαμε να επιμείνουμε ούτως ώστε να μην υπαχθεί μια υπηρεσία στην κοινωνία της πληροφορίας είναι αυτό της αμοιβής στις περιπτώσεις που παρατηρείται η προσφορά της υπηρεσίας σε μηδενική τιμή. Η οικονομική πλευρά της εμφάνισης αγορών με μηδενική τιμή εξετάστηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο. Η Οδηγία 98/34/EK, όπως τροποποιήθηκε με την Οδ. 98/48/EK, απαιτεί η υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας να παρέχεται έναντι αμοιβής. Όπως, όμως, ήδη εξετάσαμε, σε ποικίλα μοντέλα αγορών διπλής «όψεως» (π.χ. Facebook, Viber, Google κ.α.) αλλά και παραδοσιακών αγορών (όπου δεν εμφανίζεται το μοντέλο της πλατφόρμας π.χ. Skype, WhatsApp κ.α.), οι υπηρεσίες παρέχονται δίχως να είναι εμφανής η καταβολή ανταλλάγματος. Σε αυτές τις περιπτώσεις έχουμε αυτής της φύσεως υπηρεσίες;

Την απάντηση έχει δώσει το ΔΕΕ σε δύο αποφάσεις στις οποίες θα αναφερθούμε. Αρχικά, στην υπόθεση C-291/13, *Παπασάββας κατά Ο Φιλελεύθερος, Δημόσια Εταιρεία Λτδ*, ένα από τα προδικαστικά ερωτήματα που απευθύνθηκαν στο Δικαστήριο ήταν εάν η έννοια της «υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας» και «φορέας παροχής υπηρεσιών» που αναφέρεται στο άρθρο που αναφέρεται στο άρθρο 2 της Οδηγίας (2000/31) και στο άρθρο 1 παρ. 2 της Οδηγίας 98/34, καλύπτει υπηρεσίες πληροφόρησης μέσω Διαδικτύου για τις οποίες η αμοιβή για την υπηρεσία δεν παρέχεται απευθείας από τον αποδέκτη, αλλά επιτυγχάνεται έμμεσα μέσω των εμπορικών διαφημίσεων που αναρτούνται στην ιστοσελίδα. Στην σκέψη 28, της εν λόγω απόφασης, το Δικαστήριο έκρινε πως πρέπει να υπάγονται εντός του νομικού πλαισίου της κοινωνίας της πληροφορίας και οικονομικές δραστηριότητες οι οποίες δεν αμείβονται απευθείας από τον αποδέκτη. Έτσι γίνεται δεκτό, το οποίο είναι και σύμφωνο με το άρθρο 57 ΣΛΕΕ, πως μια υπηρεσία δεν πρέπει να αποφέρει τα έσοδα σε μια επιχείρηση από τον αποδέκτη/τελικό χρήστη

---

<sup>65</sup> Όπως αυτή τροποποιήθηκε με την Οδηγία 98/48/EK της 20<sup>ης</sup> Ιουλίου 1998, του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και Συμβουλίου.

αυτής, αλλά αρκεί το γεγονός πως τα έσοδα προέρχονται από μια άλλη «όψη» της αγοράς, όπως αυτή της διαφήμισης<sup>66</sup>.

Επιπλέον στην υπόθεση C-484/14, *T. McFadden κατά Sony Music Entertainment Germany GmbH*, το ΔΕΕ παρέμεινε στην στάση που υιοθέτησε σε προγενέστερες αποφάσεις του (C-352/85, C-51/96 και C-191/97), σχετικά με τον τρόπο αμοιβής για την παροχή υπηρεσιών της ΚτΠ. Ενώ, δεν απομακρύνθηκε και από την προαναφερθείσα απόφαση *Παπασάββας* όσον αφορά την προέλευση της αμοιβής από τον αποδέκτη της υπηρεσίας ή άλλη πηγή<sup>67</sup>. Έτσι, το Δικαστήριο έχει δεχθεί πως η προέλευση ανταλλάγματος μπορεί να προέρχεται και από άλλη πηγή πέραν του αποδέκτη μιας υπηρεσίας. Με τον τρόπο αυτό δεν παύει να υφίσταται ο όρος της παροχής έναντι αμοιβής που απαιτεί η Οδηγία, καθώς η αμοιβή καταβάλλεται σε συγκαλυμμένη μορφή, π.χ. μέσω διαφημίσεων<sup>68</sup>. Βάσει αυτών βλέπουμε πως το ΔΕΕ συγκλίνει με την οικονομική ανάλυση των αγορών πολλαπλής «όψεως» και τις επιλογές διάρθρωσης της τιμής, όπως αυτές αναλύθηκαν στο παραπάνω κεφάλαιο.

Με αυτές τις αποφάσεις, στην ουσία, το Δικαστήριο αναγνώρισε την οικονομική λειτουργία των πλατφόρμων και των αγορών πολλαπλής «όψεως» που δημιουργούν. Αν και δεν αφορούν υπηρεσίες που παρέχονται μέσω του Διαδικτύου και ανταγωνίζονται τις παραδοσιακές υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών μπορούμε εύκολα να συνάγουμε ορισμένα συμπεράσματα που δύνανται να επηρεάσουν την αγορά των τηλεπικοινωνιών. Αρχικά, παρά το γεγονός ότι η πλειοψηφία των επιφυών υπηρεσιών διαπροσωπικής επικοινωνίας παρέχονται σε μηδενική τιμή, αυτό δεν σημαίνει ότι δεν αποτελούν και υπηρεσίες σύμφωνα με το άρθρο 57 ΣΛΕΕ. Λόγω του χαμηλού επενδυτικού και λειτουργικού τους κόστους, αλλά και των ιδιαίτερων μοντέλων επιχειρηματικής δραστηριότητας που εμφανίζονται σε αυτές τις αγορές οι επιχειρήσεις δύνανται να παρέχουν τις υπηρεσίες του σε μηδενική τιμή δίχως αυτό να σημαίνει ότι δεν ισοσκελίζουν τα κέρδη τους από άλλες πηγές εσόδων.

### **3. ΟΤΤ: Περιγραφή, Ορισμός, Κατηγοριοποίηση**

#### **3.1 Ορισμός και Περιγραφή**

Ο Φορέας Ευρωπαϊκών Ρυθμιστικών Αρχών για τις Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες (BEREC) σε σχετική αναφορά του<sup>69</sup> επισημαίνει πως ο όρος επιφυείς (ΟΤΤ) υπηρεσίες δεν φέρει νομικό

<sup>66</sup> ΔΕΕ C-291/13, σκ. 29 και 30.

<sup>67</sup> ΔΕΕ C-484/14, σκ. 39-43.

<sup>68</sup> Βλ. ΔΕΕ Υποθ. C-484/2014, αποφ. της 15.9.2016, Κοινωνία της Πληροφορίας. Επαγγελματικό ασύρματο τοπικό δίκτυο (WLAN), σημ. *Γιώργος Καλογεράκης*, ΔΙΜΕΕ 4/2016, σελ. 628.

<sup>69</sup> BEREC Report on OTT services, 2016.

υπόβαθρο και δεν αποτελεί στοιχείο στο οποίο να αναφέρεται ρητά η Οδηγία-Πλαίσιο<sup>70</sup> και οι υπηρεσίες ή τα δίκτυα τηλεπικοινωνιών τα οποία ρυθμίζει. Πέραν τούτου όμως οι υπηρεσίες που χαρακτηρίζονται ως επιφυείς επιδρούν άμεσα στο πλαίσιο της αγοράς των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και καθίσταται αναγκαίο να υπάρξει μια προσπάθεια προσδιορισμού τους, ούτως ώστε να μπορούν να αντιμετωπιστούν τα ποικίλα προβλήματα ανταγωνισμού, που προκύπτουν στην εν λόγω αγορά, εξαιτίας αυτών.

Το κενό που υπάρχει στο δίκαιο έχει οδηγήσει πολλούς θεωρητικούς αλλά και φορείς να προβούν σε πλείονες προσπάθειες ορισμού των υπηρεσιών αυτών. Σε μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε για την Επιτροπή της Ενιαίας Αγοράς και Προστασίας του Καταναλωτή του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου<sup>71</sup> ο όρος Over-The-Top λαμβάνεται υπόψη ως μια υπηρεσία, η οποία προσφέρεται μέσω του Διαδικτύου και μπορεί να υποκαταστήσει εν δυνάμει τις παραδοσιακές υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών (ήδη ηλεκτρονικών επικοινωνιών βάσει του αρ. 2 στοιχείο γ' της Οδηγίας 2002/21/EK), τις υπηρεσίες SMS και τις υπηρεσίες τηλεοράσεως<sup>72</sup>. Επιπλέον πολλοί είναι αυτοί που επιχειρούν μέσω αυτού του όρου να διακρίνουν, όχι μόνο τις προσφερόμενες υπηρεσίες, αλλά και τις ίδιες τις επιχειρήσεις που τις παρέχουν από τους παραδοσιακούς παίκτες<sup>73,74</sup>.

Ένας από τους πρώιμους ορισμούς που έχει αποδοθεί στις επιφυείς υπηρεσίες προέρχεται από τους *Wedge Green* και *Barbara Lancaster*<sup>75</sup>. Σύμφωνα με την μελέτη τους επιφυείς υπηρεσίες είναι αυτές «που μεταδίδονται πάνω από το δίκτυο, διανέμοντας «προστιθέμενη» αξία στους πελάτες, χωρίς να μετέχει κάποιος φορέας εκμετάλλευσης του δικτύου στον σχεδιασμό,

---

<sup>70</sup> Οδηγία 2002/21/EK σχετικά με το κοινό κανονιστικό πλαίσιο για τα δίκτυα και τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών (οδηγία-πλαίσιο).

<sup>71</sup> Directorate General for Internal Policies, Policy Department A: Economic and Scientific Policy, Over-the-top (OTT) players: market dynamics and policy changes, 2015, [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/569979/IPOL\\_STU\(2015\)569979\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/569979/IPOL_STU(2015)569979_EN.pdf).

<sup>72</sup> Οι υπηρεσίες τηλεοράσεως δεν θα αποτελέσουν μέρος της συγκεκριμένης μελέτης.

<sup>73</sup> *Anne-Marie Allouët, Sylvie Le Franc, Marie-Noémie Marques & Luisa Rossi*, Achieving a Level Playing Field between the Players of the Internet Value Chain, *Digiworld Economic Journal*, no. 93, 1<sup>st</sup> Q. 2014, σελ. 99, <https://ec.europa.eu/futurium/en/content/orange-achieving-level-playing-field-between-players-internet-value-chain>, *Pier Luigi Parcu and Virginia Silvestri*, Electronic Communications Regulation in Europe: An Overview of Past and Future Problems, *EUI, Robert Schuman Center for Advanced Studies*, 2013, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2376211](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2376211).

<sup>74</sup> Κλασικά παραδείγματα επιχειρήσεων που προσφέρουν επιφυείς υπηρεσίες είναι η Google, το FaceBook, το Skype, το Yahoo, το AirBnb κ.α.

<sup>75</sup> *Wedge Green and Barbara Lancaster*, Over The Top Services, 2006, *Pipeline*, Volume 4, Issue 7, [http://www.pipelinepub.com/1207/pdf/Article\\_3.pdf](http://www.pipelinepub.com/1207/pdf/Article_3.pdf).

τις πωλήσεις ή την παροχή αυτών- και φυσικά χωρίς την άμεση αποκόμιση κέρδους των παραδοσιακών παρόχων από αυτές»<sup>76</sup>. Τα βασικά σημεία των υπηρεσιών αυτών, βάσει του ανωτέρω ορισμού είναι: α) η παροχή μιας υπηρεσίας δίχως την χρήση του δικτύου ενός φορέα εκμετάλλευσης, β) η προσφορά προστιθέμενης αξίας στον τελικό χρήστη και γ) η απουσία συμμετοχής, σε αυτή την παροχή υπηρεσιών, του φορέα εκμετάλλευσης του δικτύου, ο οποίος είναι και κάθετα ολοκληρωμένος, παρέχοντας υπηρεσίες πρόσβασης στο Διαδίκτυο.

Η έλλειψη της συνοχής στον συγκεκριμένο τομέα της αγοράς δεν οδηγεί στην επίτευξη του επιθυμητού στόχου των οργάνων της ΕΕ, την εναρμόνιση των εννόμων τάξεων των κρατών-μελών. Είναι προφανές πως το να έχει την ευχέρεια η κάθε ΕΡΑ να προβαίνει σε αυτόνομες ερμηνείες του όρου «επιφυείς» υπηρεσίες είναι σχεδόν σίγουρο ότι θα δημιουργήσει ποικίλα προβλήματα στην αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Δίχως ένα κοινό πλαίσιο αντιμετώπισης αυτών των υπηρεσιών και των επιχειρήσεων που τις προσφέρουν θα υπάρξουν στρεβλώσεις στην αγορά. Αυτές θα εμφανιστούν κυρίως στους ελέγχους που πραγματοποιούν οι ΕΡΑ για την ανάλυση της σημαντικής ισχύος στην αγορά αλλά και για την εκτίμηση ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης στην αγορά από τις αρχές ανταγωνισμού.

Προτού δημιουργηθεί με τον Κανονισμό 1211/2009 ο Φορέας Ευρωπαϊκών Ρυθμιστικών Αρχών για τις Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες, είχε συσταθεί το 2002 από την Επιτροπή, για να επιτελέσει συμβουλευτικό ρόλο ως προς τις υπηρεσίες και τα δίκτυα ηλεκτρονικών επικοινωνιών, η Ομάδα Ευρωπαϊκών Ρυθμιστικών Αρχών (European Regulators Group - ERG)<sup>77</sup>. Μια από τις μελέτες στις οποίες προχώρησε ήταν για την κοινή θέση της ομάδας αυτής στις φωνητικές υπηρεσίες μέσω διαδικτυακού πρωτοκόλλου (VoIP)<sup>78</sup>. Στην αναφορά της αυτή δεν είχε εισαχθεί ακόμη ο όρος Over-The-Top και ο ορισμός που αποδόθηκε για τις φωνητικές υπηρεσίες μέσω του Διαδικτύου φαίνεται να περιλαμβάνει όλες τις υπηρεσίες που παρέχονται μέσω αυτής της οδού<sup>79</sup>.

Ο BEREC προσεγγίζει αυτόν τον όρο αυτό με τον ίδιο τρόπο που το ERG όρισε την έννοια VoIP<sup>80</sup>. Εμμένει κυρίως στην μέθοδο με την οποία η υπηρεσία παρέχεται στον τελικό χρήστη και όχι στην υπηρεσία καθεαυτή. Έτσι ως επιφυής υπηρεσία ορίζεται «περιεχόμενο, υπηρεσία ή

<sup>76</sup> Ο.π. σελ. 2.

<sup>77</sup> Απόφαση της Επιτροπής 2002/267/ΕΕ της 29<sup>ης</sup> Ιουλίου, σχετικά με την σύσταση της ομάδας των ευρωπαϊκών ρυθμιστικών αρχών για δίκτυα και υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών.

<sup>78</sup> Βλ. ERG Common Position on VoIP, 2007, [http://berec.europa.eu/doc/publications/erg\\_07\\_56rev2\\_cp\\_voip\\_final.pdf](http://berec.europa.eu/doc/publications/erg_07_56rev2_cp_voip_final.pdf)

<sup>79</sup> Ο.π. σελ. 4.

<sup>80</sup> «Μετάδοση φωνής ή άλλων υπηρεσιών πάνω από το δίκτυα βασιζόμενη εξ ολοκλήρου ή εν μέρει στο Πρωτόκολλο Διαδικτύου».

εφαρμογή η οποία προσφέρεται σε τελικό χρήστη μέσω του δημοσίου Διαδικτύου»<sup>81</sup>. Επομένως γίνεται λόγος για μέθοδο παροχής της υπηρεσίας. Συγκεκριμένα μια υπηρεσία θεωρείται πως είναι επιφυής όταν αυτή προσφέρεται μέσω του δημοσίου Διαδικτύου (public Internet), δίχως να υφίσταται άμεση χρήση των υποδομών των παραδοσιακών παρόχων, από τις επιχειρήσεις που προσφέρουν περιεχόμενο, εφαρμογές και υπηρεσίες (CAPs)<sup>82</sup>.

Σε αυτό το σημείο καλό θα ήταν να διαχωρίσουμε τις επιφυείς σε «διαχειριζόμενες» και σε «μη διαχειριζόμενες» online υπηρεσίες<sup>83</sup>. Για τις πρώτες γίνεται λόγος όταν ο πάροχος της υπηρεσίας έχει άμεσο έλεγχο στο δίκτυο επί του οποίου αυτές προσφέρονται. Έτσι ο φορέας εκμετάλλευσης του δικτύου (είτε σταθερής είτε κινητής τηλεφωνίας) έχει την ευχέρεια να διαθέσει και να διαχειριστεί την χωρητικότητα και την κίνηση του δικτύου με τέτοιο τρόπο ούτως ώστε να εγγυάται ένα υψηλό επίπεδο ποιότητας των υπηρεσιών του. Από την άλλη οι επιχειρήσεις που παρέχουν online υπηρεσίες στηρίζονται στο Διαδίκτυο για την προσφορά τους, δίχως να έχουν ή έχοντας ελάχιστο έλεγχο επί του δικτύου.

Η ουσιώδης λειτουργία που επιτελεί ο ορισμός τον οποίο διατυπώνει ο BEREC βρίσκεται στην σχέση των επιφυών υπηρεσιών με τις υπηρεσίες των ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Ειδικότερα κατά πόσο θα πρέπει ο τρόπος παροχής της υπηρεσίας, είτε δηλαδή αυτή παρέχεται μέσα από το Διαδίκτυο, είτε μέσω μετάδοσης σημάτων προερχομένων από τα ενεργητικά στοιχεία ενός δικτύου, να αποτελεί κριτήριο διάκρισης αυτών, με ό,τι συνεπάγεται στον τρόπο αντιμετώπισής τους από τις ρυθμιστικές αρχές και τις αρχές ανταγωνισμού.

Ακολουθώντας τον ορισμό του BEREC γίνεται αντιληπτό πως υπάρχουν συγκεκριμένα βασικά στοιχεία που διαμορφώνουν μια OTT υπηρεσία. Αρχικά κρίσιμος είναι ο τρόπος παροχής μιας υπηρεσίας ή ενός περιεχομένου και όχι η ίδια η υπηρεσία ή το περιεχόμενο. Αποτέλεσμα του ανωτέρω στοιχείου είναι πως η υπηρεσία ή το περιεχόμενο δύνανται να προέρχονται από τρίτο μέρος (παρόχους περιεχομένου και εφαρμογών - CAPs) στον τελικό χρήστη και όχι από τον ίδιο τον φορέα εκμετάλλευσης του δικτύου, ο οποίος συμβάλλεται με τον τελικό χρήστη και του παρέχει την πρόσβαση στο Διαδίκτυο. Δίχως βέβαια να είναι αδύνατο οι παροχές αυτές να προέρχονται από τους ISPs. Βέβαια τότε θα γίνεται λόγος για «διαχειριζόμενες» φωνητικές υπηρεσίες μέσω διαδικτυακού πρωτοκόλλου (managed VoIP)<sup>84</sup>.

---

<sup>81</sup> Βλ. BEREC Report on OTT services, 2016, σελ. 14.

<sup>82</sup> Βλ. Over The Top Players (OTTs), ο.π. σελ. 22.

<sup>83</sup> Ο.π.

<sup>84</sup> Υπόθεση COMP/M.5532 - *Carphone Warehouse /Tiscali UK*, σκ. 38, Υπόθεση COMP/M.6990 - *Vodafone/Kabel Deutschland*, σκ. 126, Υπόθεση M.7421- *Orange /Jazztel*, σκ. 32-33, Υπόθεση COMP/M.7231 - *Vodafone/ONO*, σκ. 25-26.

Εάν αποδώσουμε την δέουσα προσοχή στην κατάσταση που σημειώθηκε ανωτέρω θα έρθουμε σε επαφή με ένα από τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει αυτή την στιγμή η συγκεκριμένη αγορά. Το γεγονός ότι ενώ οι φορείς εκμετάλλευσης του δικτύου παρέχουν την πρόσβαση του τελικού χρήστη στο Διαδίκτυο, καταλήγουν να χάνουν ένα σημαντικό μερίδιο της αγοράς από επιχειρήσεις που δεν έχουν αναλάβει αυτά τα υπέρογκα κόστη επένδυσης και συντήρησης του δικτύου, παρέχοντάς τους (οι τελευταίες) υποκατάστατες, με αυτές των παραδοσιακών παρόχων, υπηρεσίες σε ευμενέστερη ή ακόμα και μηδενική τιμή (zero rating/zero priced market).

Τέλος μέσω του ορισμού αποκομίζεται το συμπέρασμα πως δεν αποκλείεται οι υπηρεσίες που παρέχονται στους τελικούς χρήστες από τους παρόχους περιεχομένου και εφαρμογών να εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της Οδηγίας-Πλαισίου. Συγκεκριμένα είναι δυνατόν να υπάγονται στον ορισμό των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Πέραν τούτου από την ευρεία αυτή ερμηνεία του όρου «επιφυείς» υπηρεσίες μπορούμε να συνάγουμε επιπλέον πως εντός αυτού υπάγονται και υπηρεσίες που δύνανται να εντάσσονται στην ίδια σχετική αγορά (να είναι δηλαδή υποκατάστατες μεταξύ τους) δίχως να διέπονται από το αυστηρό Κανονιστικό Πλαίσιο των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών. Βέβαια υπάρχουν και υπηρεσίες που προσφέρονται από τους παρόχους περιεχομένου και εφαρμογών οι οποίες δεν βρίσκονται καν σε ανταγωνιστική σχέση με τις ανωτέρω.

### **3.2 Κατηγοριοποίηση**

Με βάση τα παραπάνω ο BEREC προχώρησε στον διαχωρισμό των επιφυών υπηρεσιών σε τρεις διακριτές μεταξύ τους κατηγορίες τις OTT-0, τις OTT-1 και τις OTT-2<sup>85</sup>. Βέβαια στην αναφορά του ο BEREC καθιστά σαφές ότι η κατηγοριοποίηση δεν έχει να κάνει με αυστηρά νομικό χαρακτηρισμό των υπηρεσιών, αλλά για την προώθηση της συζήτησης και της αντιμετώπισης των ζητημάτων ανταγωνισμού που διέπουν την αγορά.

Στην μελέτη αυτή θα διακρίνουμε τις επιφυείς υπηρεσίες ακολουθώντας την μεθοδολογία του BEREC και θα τις κατηγοριοποιήσουμε ως υπηρεσίες που εμπίπτουν στην «μαύρη» (OTT-0), «γκρι» (OTT-1) και «λευκή» (OTT-2) λίστα.

#### **3.2.1 «Μαύρη» Λίστα / OTT-0**

Στην πρώτη κατηγορία («μαύρη» λίστα/OTT-0) κατατάσσονται οι υπηρεσίες οι οποίες αποτελούν υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών (αρ. 2 στ. γ' της Οδηγίας-Πλαισίου). Οι επιχειρήσεις που παρέχουν τις υπηρεσίες αυτές αν και δεν είναι υπεύθυνες για την μετάδοση

---

<sup>85</sup> Βλ. BEREC Report on OTT services, 2016, σελ. 15.

σήματος, μέσω του δικτύου των φορέων εκμετάλλευσης, που απαιτεί το αρ. 2 στ. γ' της ίδιας Οδηγίας, είναι δυνατό να προσφέρουν τέτοιου είδους υπηρεσίες στις περιπτώσεις που τερματίζεται μία φωνητική υπηρεσία στην διαθέσιμη στο κοινό τηλεφωνική υπηρεσία (αρ. 2 στ. γ' της Οδηγίας 2002/22/EK). Επομένως, κάνουν άμεση χρήση δημοσίου τηλεφωνικού δικτύου (PSTN)<sup>86</sup>, με αποτέλεσμα την ανάγκη να παρέχουν στους χρήστες τους την ίδια ποιότητα υπηρεσιών, αλλά και τον ίδιο βαθμό ασφάλειας, όπως οι παραδοσιακές υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Δεν αρκεί όμως μόνο αυτό. Αφής στιγμής ορίζονται ως υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών θα πρέπει να υπάγονται και στις ίδιες διατομεακές υποχρεώσεις που επιβάλλονται συμμετρικά (π.χ. υπηρεσίες κλήσεων έκτακτης ανάγκης, υποχρεώσεις διαφάνειας κοκ).

Οι πιο χαρακτηριστικές υπηρεσίες αυτής της κατηγορίας είναι το ViberOut και SkypeOut. Μέσω αυτών των λειτουργιών οι εφαρμογές Viber και Skype παρέχουν την δυνατότητα στους τελικούς τους χρήστες να κάνουν άμεση χρήση του δικτύου ενός φορέα εκμετάλλευσης, επικοινωνώντας εκτός του ομότιμου δικτύου (peer-2-peer)<sup>87</sup>. Στις υπηρεσίες αυτές εφαρμόζεται κανονικά το νομικό πλαίσιο των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και οι συμμετρικές υποχρεώσεις που επιβάλλονται στους παραδοσιακούς παρόχους.

Πολύ σημαντική είναι η απόφαση της βέλγικης ρυθμιστικής αρχής (BIPT), με την οποία επιβλήθηκε πρόστιμο ύψους 222.454 ευρώ στο Skype<sup>88</sup>. Βάσει της απόφασης αυτή το BIPT θεώρησε πως η υπηρεσία SkypeOut υπάγεται στον ορισμό των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών βασιζόμενο σε τρία χαρακτηριστικά. Αρχικά παρέχεται στους τελικούς χρήστες της εφαρμογής μέσω ανταλλάγματος. Αν και οι υπηρεσίες φωνής εντός του ομότιμου δικτύου του Skype προσφέρονται σε μηδενική τιμή, για την πραγματοποίηση κλήσεων μέσω της υπηρεσίας SkypeOut υπάρχει χρέωση των τελικών χρηστών. Επιπλέον, η υπηρεσία SkypeOut συνίσταται εξ ολοκλήρου ή εν μέρει στην μεταφορά σήματος. Τέλος, η μεταφορά του σήματος τελείται μέσω ενός δικτύου ηλεκτρονικών επικοινωνιών<sup>89</sup>.

Βάσει των ανωτέρω η βέλγικη αρχή είχε ειδοποιήσει επανειλημμένα την εταιρεία Skype που εδράζει στο Βέλγιο να κοινοποιήσει σε αυτή πως παρέχει υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Μέσω αυτής της κοινοποίησης οι υπηρεσίες που προσφέρει το Skype μέσω του SkypeOut θα υπάγονται στο ρυθμιστικό πλαίσιο τηλεπικοινωνιών του Βελγίου. Η επιχείρηση

---

<sup>86</sup> Οδηγία 2002/22/EK αρ. 2 στοιχ. β'.

<sup>87</sup> Μπορούν δηλαδή να επικοινωνήσουν με όλους τους συνδρομητές που έχουν πρόσβαση στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο.

<sup>88</sup> Skype fined by BIPT regarding the SkypeOut telecom service, Δελτίο Τύπου, [http://www.ibpt.be/en/operators/press-release/123-skype-fined-by-bipt-regarding-the-skypeout-telecom-service?utm\\_source=Mondaq&utm\\_medium=syndication&utm\\_campaign=inter-article-link](http://www.ibpt.be/en/operators/press-release/123-skype-fined-by-bipt-regarding-the-skypeout-telecom-service?utm_source=Mondaq&utm_medium=syndication&utm_campaign=inter-article-link).

<sup>89</sup> Οδηγία 2002/21/EK αρ. 2 στοιχ. δ'.

τελικά δεν προχώρησε στην κοινοποίηση αυτή και η BIPT επέβαλλε το πρόστιμο υποστηρίζοντας ότι μέσω αυτής της άρνησης υπαγωγής υπηρεσιών του στο εφαρμοστέο ρυθμιστικό πλαίσιο αποφεύγει να υιοθετήσει τις βασικές υποχρεώσεις που επιβαρύνουν όλους τους παρόχους των υπηρεσιών αυτών. Συγκεκριμένα, θεώρησε πως δεν εξασφαλίζονται τα συμφέροντα των τελικών χρηστών της καθώς δεν τίθενται στην διάθεσή τους βασικές παροχές όπως ασφάλεια του δικτύου, προστασία δεδομένων, πρόσβαση σε υπηρεσίες κλήσεων έκτακτης ανάγκης και την δυνατότητα των τελικών χρηστών του να προσφύγουν στον Συνήγορο του Πολίτη για θέματα τηλεπικοινωνιών<sup>90</sup>. Επιπρόσθετα, μέσω αυτής της άρνηση δυσχεραίνει και το έργο των αρμοδίων αρχών του Βελγίου, ενώ παράλληλα ανταγωνίζεται αθέμιτα τους υπόλοιπους παρόχους, οι οποίοι οφείλουν να συμμορφώνονται με τις ανωτέρω υποχρεώσεις που προβλέπονται από τον νόμο.

Σε αυτή την κατεύθυνση κινείται και η γαλλική ρυθμιστική αρχή (ARCEP). Σε δελτίο τύπου που εξέδωσε το 2013. Αν και στην Γαλλία μία επιχείρηση δεν υποχρεούται να αιτηθεί την έκδοση διοικητικής άδειας για την παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, οφείλει να ενημερώνει την αρμόδια αρχή προτού προσφέρει αυτές τις υπηρεσίες. Έτσι όταν οι τελικοί χρήστες του Skype δύνανται να πραγματοποιούν κλήσεις εκτός του ομότιμου δικτύου, η επιχείρηση θα πρέπει να κοινοποιεί την προσφορά αυτών των υπηρεσιών στην αρμόδια γαλλική ρυθμιστική αρχή. Η κοινοποίηση αυτή των υπηρεσιών αποσκοπεί στον έλεγχο ότι τηρούνται όλες οι υποχρεώσεις που προβλέπονται από το ρυθμιστικό πλαίσιο τηλεπικοινωνιών της Γαλλίας. Έτσι θα πρέπει να εξασφαλίζεται η παροχή υπηρεσιών κλήσεων έκτακτης ανάγκης και η δυνατότητα των αρμόδιων αρχών να έχουν προχωρούν σε νόμιμες κάθε φορά που το επιβάλλουν οι συνθήκες «υποκλοπές» διαφόρων στοιχείων των κλήσεων ή ακόμη και του ίδιου του περιεχομένου αυτών<sup>91</sup>.

### **3.2.2 «Γκρι» Λίστα / OTT-1**

Η «γκρι» λίστα (OTT-1) είναι η κατηγορία υπηρεσιών η οποία θα μας απασχολήσει περισσότερο σε αυτή την εργασία. Εντός αυτής υπάγονται όλες εκείνες οι υπηρεσίες που δεν διέπονται από το ρυθμιστικό πλαίσιο των υπηρεσιών ηλεκτρονικής επικοινωνίας αλλά μπορούν

---

<sup>90</sup> Skype fined by BIPT regarding the SkypeOut telecom service, Δελτίο Τύπου, ο.π.

<sup>91</sup> Skype Refuses to Register as an Operator, ARCEP Chairman informs the Paris public prosecutor of Skype's possible failure to comply with its obligation to declare itself as an electronic communications operator in France, Δελτίο Τύπου, [https://www.arcep.fr/index.php?id=8571&no\\_cache=1&L=1&tx\\_gsactualite\\_pi1%5Buid%5D=1593&tx\\_gsactualite\\_pi1%5Bannee%5D=0&tx\\_gsactualite\\_pi1%5Btheme%5D=0&tx\\_gsactualite\\_pi1%5Bmotscle%5D=skype&tx\\_gsactualite\\_pi1%5BbackID%5D=2122&cHash=402edcec86725cdf681556a3ac5cd3b9](https://www.arcep.fr/index.php?id=8571&no_cache=1&L=1&tx_gsactualite_pi1%5Buid%5D=1593&tx_gsactualite_pi1%5Bannee%5D=0&tx_gsactualite_pi1%5Btheme%5D=0&tx_gsactualite_pi1%5Bmotscle%5D=skype&tx_gsactualite_pi1%5BbackID%5D=2122&cHash=402edcec86725cdf681556a3ac5cd3b9).



να θεωρηθούν δυνητικά ανταγωνιστικές ως προς αυτές. Σημαντικότερες υπηρεσίες αυτής της κατηγορίας είναι η φωνητική (VoIP), το instant mobile messaging (IM), οι βιντεοκλήσεις και τα e-mail που προσφέρουν οι εφαρμογές των Viber, WhatsApp, Skype, WeChat, Hangout, Gmail, Facebook Messenger, iMessenger κοκ.

Κύριο στοιχείο που τις διαφοροποιεί σε σχέση με τις υπηρεσίες της «μαύρης» λίστας είναι ο τρόπος με τον οποίο προσφέρονται και η δυνατότητα διασύνδεσής τους. Οι υπηρεσίες αυτές περιορίζονται κατά κανόνα σε τελικούς χρήστες που χρησιμοποιούν την ίδια εφαρμογή, πρόγραμμα ή λογισμικό (peer-to-peer). Δεν παρέχουν έτσι δυνατότητα να επικοινωνήσει για παράδειγμα ένας χρήστης μέσω του λογισμικού του Viber με έναν άλλο ο οποίος είναι συνδεδεμένος με την πλατφόρμα του WhatsApp ή του Skype. Ακόμα περισσότερο μάλιστα δεν μπορεί μέσω αυτών ο τελικός χρήστης να αποκτήσει πρόσβαση στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο ούτως ώστε να επικοινωνήσει με χρήστες εκτός του ομότιμου δικτύου του. Για την παροχή τους δεν είναι ανάγκη οι επιχειρήσεις που προσφέρουν τις OTT υπηρεσίες να χρησιμοποιήσουν το άμεσα το δίκτυο ενός φορέα εκμετάλλευσης, αλλά εκμεταλλεύονται το γεγονός της πρόσβασης του τελικού χρήστη στο Διαδίκτυο μέσω των υπηρεσιών του παρόχου υπηρεσιών πρόσβασης στο διαδίκτυο, δεν χρησιμοποιούν δηλαδή το δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο (PSTN).

Σε αυτή την κατηγορία ιδιαίτερα σημαντική είναι η απόφαση της γερμανικής ρυθμιστικής αρχής (Federal Network Agency for Electricity, Gas, Telecommunications, Post and Railway) να απαιτήσει από την Google την κοινοποίηση των υπηρεσιών e-mail, που προσφέρει μέσω της εφαρμογής Gmail, ως υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών, βάσει του εθνικού της ρυθμιστικού πλαισίου<sup>92</sup>. Κατά της απόφασης αυτής η εταιρεία Google προσέφυγε στο διοικητικό δικαστήριο της Κολωνίας, το οποίο και επικύρωσε την απόφαση της εν λόγω εθνικής ρυθμιστικής αρχής<sup>93</sup>. Το επιληφθέν δικαστήριο θεώρησε πως πληρούνται τα κριτήρια που θέτει ο γερμανικός νόμος για την υπαγωγή μίας υπηρεσίας στις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Ειδικότερα, αποφάνθηκε πως συντρέχει το στοιχείο της παροχής υπηρεσιών έναντι αμοιβής, για τον λόγο ότι η επίδικη υπηρεσία αποτελεί «εμπορική» πρακτική<sup>94</sup>.

---

<sup>92</sup> Βλ. *Norbert Wimmer και Tina Leibscher*, *New Players – Old Rules? The Current Debate on the Regulation of OTT Services in the EU and Germany*, <https://www.whitecase.com/publications/article/new-players-old-rules-current-debate-regulation-ott-services-eu-and-germany>, *Andreas Grünwald και Christoph Nüßing*, *German Court: Google's Gmail is a Regulated Telecoms Service*, [https://www.mofo.com/resources/publications/german-court-googles-gmail-is-a-regulated-telecoms-service.html?utm\\_source=Mondaq&utm\\_medium=syndication&utm\\_campaign=inter-article-link](https://www.mofo.com/resources/publications/german-court-googles-gmail-is-a-regulated-telecoms-service.html?utm_source=Mondaq&utm_medium=syndication&utm_campaign=inter-article-link).

<sup>93</sup> Διοικητικό Δικαστήριο της Κολωνίας, απόφαση της 11<sup>ης</sup> Νοεμβρίου 2015, 21 K 450/15.

<sup>94</sup> Για την κριτική αυτού του συλλογισμού βλ. *Andreas Grünwald και Christoph Nüßing* ο.π.

Επιπλέον, η ρυθμιστική αρχή της Γερμανίας υποστήριξε πως η Google ασκεί εν μέρει έλεγχο κατά την μεταφορά και αποστολή των e-mails από τον αποστολέα στον λήπτη. Το Δικαστήριο αποδέχθηκε τον ισχυρισμό αυτό στηριζόμενο σε προηγούμενη απόφαση του ΔΕΕ (30<sup>ης</sup> Απριλίου 2014, C-475/12). Σύμφωνα με την απόφαση αυτή ένας πάροχος υπηρεσιών δεν είναι αναγκαίο να είναι και ο κάτοχος των υποδομών του δικτύου, που είναι υπεύθυνο για την μετάδοση του σήματος, που απαιτείται για την προσφορά των υπηρεσιών του, ούτως ώστε αυτές να εμπίπτουν στον ορισμό των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών και εφαρμοστέο ρυθμιστικό πλαίσιο<sup>95</sup>. Έτσι, αφ' ής στιγμής η Google είναι υπεύθυνη για την αποστολή και λήψη των e-mails των τελικών χρηστών της, θα πρέπει να γίνει δεκτό ότι ασκεί, έστω και περιορισμένο έλεγχο, επί της μετάδοσης του σήματος μέσω του δικτύου<sup>96</sup>.

Αξίζει να σημειωθεί πως η γνώμη της Επιτροπής στο ζήτημα αυτό ήταν αντίθετη από αυτή της απόφασης του γερμανικού δικαστηρίου. Η Επιτροπή εξέφρασε την γνώμη πως η συγκεκριμένη υπηρεσία της Google δεν μπορεί να υπαχθεί στην κατηγορία των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, βάσει της Οδηγίας 2002/21/EK αρ. 2 στοιχ. γ'. Συνέχισε υποστηρίζοντας πως όσο ο πάροχος απλά κρυπτογραφεί πακέτα δεδομένων προς σκοπό μετάδοσης, δίχως όμως να έχει έλεγχο ή ευθύνη για την μεταφορά του σήματος καθαυτού μέσα από ένα δίκτυο ηλεκτρονικών επικοινωνιών, δεν μπορεί να θεωρηθεί πως προσφέρει τέτοιου είδους υπηρεσίες<sup>97</sup>.

Αντίθετη ήταν και η προσέγγιση του ζητήματος αυτού από την έννομη τάξη της Ολλανδίας. Συγκεκριμένα, δευτεροβάθμιο ολλανδικό δικαστήριο απεφάνθη πως υπηρεσίες Gmail και Hotmail, οι οποίες αποτελούν αποστολή μηνυμάτων μέσω ηλεκτρονικών διευθύνσεων (e-mails), δεν μπορούν να υπαχθούν στην κατηγορία των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών<sup>98</sup>. Όπως και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, έτσι και το εν λόγω δικαστήριο στήριξε την απόφασή του στο γεγονός ότι οι πάροχοι αυτών των υπηρεσιών δεν είναι υπεύθυνοι για την μεταφορά του σήματος γιατί λειτουργούν «πάνω» από το δίκτυο (over-the-top) και μέσω του Διαδικτύου. Έτσι, θεωρούν πως οι πάροχοι πρόσβασης στο Διαδίκτυο είναι αυτοί που καθιστούν δυνατή και όντως πραγματοποιούν την μεταφορά των σημάτων εντός του δικτύου τους ή του δικτύου στο οποίο παρέχουν πρόσβαση στους συνδρομητές τους<sup>99</sup>.

### **3.2.3 «Λευκή» Λίστα / OTT-2**

<sup>95</sup> ΔΕΕ C-475/12 της 30ής Απριλίου 2014, σκ. 43.

<sup>96</sup> Βλ. *Norbert Wimmer και Tina Leibsche*, ο.π., *Andreas Grünwald και Christoph Nüßing* ο.π.

<sup>97</sup> Βλ. *Norbert Wimmer και Tina Leibsche*, ο.π., υποσημείωση 11.

<sup>98</sup> Βλ. BEREC Report on OTT services, 2016, σελ. 20.

<sup>99</sup> Ανάλογα με το αν ένας πάροχος είναι καθετοποιημένος ή όχι.

Στην τελευταία κατηγορία υπηρεσιών OTT εμπίπτουν όλες όσες δεν μπορούν να αποτελέσουν μέρος των δύο προηγούμενων. Αυτό συμβαίνει γιατί οι εν λόγω υπηρεσίες δεν έχουν καμία σχέση με την αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, απλά η προσφορά τους στον τελικό χρήστη γίνεται με τον ίδιο τρόπο όπως στις προηγούμενες κατηγορίες, δηλαδή μέσω του Διαδικτύου. Οι υπηρεσίες αυτές είναι οι μηχανές αναζήτησης (search engines), οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης (social networks), το cloud computing, streaming περιεχομένου (όπως βίντεο και μουσικής), υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce)<sup>100</sup>. Οι πιο επιτυχημένοι και χαρακτηριστικοί πάροχοι σε αυτές τις αγορές είναι η Google, το Facebook, η Yahoo, η πλατφόρμα Airbnb, το Youtube, το eBay, το Netflix κ.α.

Δεν θα καταπιαστούμε με αυτή την κατηγορία στην μελέτη αυτή. Οι παραπάνω υπηρεσίες δεν επηρεάζουν τους φορείς εκμετάλλευσης των δικτύων με τον ίδιο τρόπο όπως οι δύο πρώτες κατηγορίες. Η σχετική αγορά στην οποία δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις αυτές είναι εντελώς διακριτή από αυτή των παραδοσιακών παρόχων υπηρεσιών ηλεκτρονικής επικοινωνίας.

Δεν υπάρχει φυσικά πλήρης απουσία σχέσεων μεταξύ αυτών των δύο ομάδων. Με την Οδηγία 2009/140 και την τροποποίηση του αρ. 20 της Οδηγίας-Πλαίσιο είναι πιθανή μια ερμηνεία που να επιτρέπει την επίλυση διαφορών, ISPs με παρόχους περιεχομένου και εφαρμογών (CAPs), σχετικές με τις υποχρεώσεις πρόσβασης και διασύνδεσης. Επίσης ζητήματα δύναται να προκύψουν σχετικά με διαχείριση της κίνησης εντός του δικτύου (traffic management) αλλά και καταχρηστικές συμπεριφορές με σκοπό την μη ισότιμη και διακριτική μεταχείριση μέσω της επιβολής περιορισμών στην κίνηση δεδομένων (net neutrality)<sup>101</sup>.

### 3.3 Συνοπτική Αξιολόγηση

Παρατηρούμε επομένως πως το πλαίσιο όσον αφορά την σχέση των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών με τις επιφυείς υπηρεσίες δεν έχει ξεκαθαριστεί στην ενιαία αγορά. Ήδη εμφανίζονται αποκλίσεις με τον τρόπο που το ζήτημα προσεγγίζεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και την εθνική έννομη τάξη της Γερμανίας. Ενώ, όσο θα εξελίσσεται η ψηφιακή αγορά και οι επιφυείς υπηρεσίες θα βρίσκονται ολοένα και περισσότερο στην σκοπιά αναλύσεων από τις αρμόδιες ρυθμιστικές αρχές πιθανότατα θα υπάρξουν και άλλες αντιφατικές αντιμετώπισεις του ζητήματος.

---

<sup>100</sup> Μια αναλυτική εικόνα των υπηρεσιών αυτών μπορεί να βρεθεί στο άρθρο των Shirley Baldry, Markus Straingröver, Markus H. Hessler, *The Rise of OTT Services-What is the Appropriate Regulatory Response?*, σελ. 4, [https://www.detecon.com/sites/default/files/Paper\\_OTT\\_Player.pdf](https://www.detecon.com/sites/default/files/Paper_OTT_Player.pdf), το οποίο βασίζεται στην μελέτη της εταιρίας Detecon Consulting, *Policy and Regulatory Framework for Governing Internet Applications*, 2014, <https://www.detecon.com/ap/en/Publications/policy-and-regulatory-framework-governing-internet-applications>.

<sup>101</sup> Βλ. BEREC Report on OTT services, 2016, σελ. 30.

Επιπρόσθετα, λόγω της εξέλιξης της τεχνολογίας και του τρόπου με τον οποίο διατίθενται οι επιφυείς υπηρεσίες έχει επηρεαστεί σε μεγάλο βαθμό η συμπεριφορά των καταναλωτών. Η δυνατότητα των επιχειρήσεων να προσφέρουν υπηρεσίες σε μηδενική τιμή αποτελεί τέτοιο καταλυτικό παράγοντα, για τους τελικούς χρήστες, ώστε να διαμορφώνει το μέτρο με το οποίο κρίνουν κατά πόσο θα χρησιμοποιήσουν μια υπηρεσία. Μάλιστα έχει εκτιμηθεί πως μέχρι το 2018 τα έσοδα των φορέων εκμετάλλευσης του δικτύου θα έχουν δραματική πτώση, από 120 δις \$ το 2013 στα 97 δις \$<sup>102</sup>. Ακόμη, στην Γερμανία σε έρευνα που διενεργήθηκε το 2015 διαπιστώθηκε πως μέσω της εφαρμογής WhatsApp οι χρήστες απέστειλαν κατά προσέγγιση 667 εκατομμύρια μηνύματα την ημέρα, ενώ τα SMS σημειώνουν σταθερή καθοδική πορεία φτάνοντας τα 39,8 εκατομμύρια την ημέρα<sup>103</sup>.

Από τα παραπάνω κατανοούμε και τις υπηρεσίες που πλήττονται περισσότερο. Παρατηρούμε πως πρώτιστα και σε μεγαλύτερο βαθμό η αγορά των SMS αντιμετωπίζει μεγαλύτερα προβλήματα σε σχέση με τις φωνητικές υπηρεσίες, με τους χρήστες να βασίζονται όλο και περισσότερο σε εφαρμογές και διαδικτυακά forum που προσφέρουν σε μηδενική τιμή την ανταλλαγή μηνυμάτων. Το ίδιο συμβαίνει και στην αγορά της φωνητικής υπηρεσίας, αλλά όχι με τόσο γρήγορους ρυθμούς όπως σε αυτή των μηνυμάτων.

#### **4. Η Σχετικά Αγορά**

Το σημαντικότερο εργαλείο για την εφαρμογή των κανόνων του ανταγωνισμού από τις αρμόδιες αρχές ή και την επιβολή εκ των προτέρων υποχρεώσεων σε ορισμένες επιχειρήσεις με ΣΙΑ είναι η οριοθέτηση μιας αγοράς. Δεν μπορούμε να μην θέσουμε όρια βάσει γεωγραφικών προδιαγραφών και σχετικών προϊόντων. Οι επιχειρήσεις ανταγωνίζονται ως προς συγκεκριμένα προϊόντα και σε ορισμένα γεωγραφικά όρια. Επομένως εντός αυτών θα πρέπει να εξετάσουμε τυχόν περιοριστικές ανταγωνιστικές πρακτικές των ανταγωνιζόμενων επιχειρήσεων<sup>104</sup>. Επιπλέον μέσω του ορισμού της σχετικής αγοράς αξιολογείται και η κατοχή δεσπόζουσας θέσης μιας

---

<sup>102</sup> *Hibbert M.*, OTT app use undermining SMS revenue, 2013, <http://telecoms.com/197721/ott-app-use-undermining-sms-revenue>.

<sup>103</sup> Βλ. Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten e.V. (VATM): 17. TK-Marktanalyse [Telecom Market Analysis] Deutschland 2015, σελ. 30, [http://www.vatm.de/fileadmin/pdf/pressemitteilungen/TK-Marktstudie\\_2015\\_211015.pdf](http://www.vatm.de/fileadmin/pdf/pressemitteilungen/TK-Marktstudie_2015_211015.pdf).

<sup>104</sup> Ανακοίνωση (97/C 372/03) της Επιτροπής όσον αφορά τον ορισμό της σχετικής αγοράς για τους σκοπούς του κοινοτικού δικαίου ανταγωνισμού, σκ. 2.

επιχείρησης στην υπό εξέταση αγορά, αλλά και οι συνθήκες ανταγωνισμού που επικρατούν στην αγορά γενικότερα<sup>105</sup>.

Οι υπηρεσίες που θα μας απασχολήσουν σε αυτή την μελέτη είναι οι βασικές παροχές προς τους τελικούς χρήστες των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Από την πλευρά των φορέων εκμετάλλευσης των δικτύων θα καταπιαστούμε με τις υπηρεσίες φωνής και των μηνυμάτων (SMS). Ενώ οι επιφυσίες υπηρεσίες που θα αποτελέσουν αντικείμενο της εργασίας είναι αυτές της φωνής μέσω διαδικτυακού πρωτοκόλλου (Voice Over Internet Protocol), των βιντεοκλήσεων και των εφαρμογών ανταλλαγής άμεσων μηνυμάτων (Instant Messaging)<sup>106,107</sup>. Τις υπηρεσίες αυτές τις διακρίνει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στην σκέψη 22 στην Υπόθεση COMP/M.6281 με την οποία έγινε δεκτή η συγκέντρωση ανάμεσα στο Skype και την Microsoft, από τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών που κάνουν χρήση του δημόσιου δικτύου επικοινωνιών (PSTN)<sup>108</sup> λόγω των διαφορετικών τεχνικών μέσων βάσει των οποίων παρέχονται.

Αν και γίνεται συνέχεια λόγος για τις ανταγωνιστικές συνθήκες ανάμεσα στους παραδοσιακούς παρόχους ως προς τις ανωτέρω υπηρεσίες και για τις συνθήκες ανταγωνισμού των παρόχων OTT υπηρεσιών μεταξύ τους, στην εργασία αυτή θα προσπαθήσουμε να αντιμετωπίσουμε το δύσκολο πρόβλημα της σχέσης των δύο αυτών τόσο διαφορετικών αγορών αλλά τόσο όμοιων υπηρεσιών. Δεν αμφισβητείται πως οι υπηρεσίες που χρησιμοποιούν τις υποδομές και τα ενεργητικά στοιχεία ενός δικτύου ούτως ώστε να καταλήξουν σε έναν τελικό χρήστη βρίσκονται σε μεταξύ τους ανταγωνιστική σχέση και μία σχέση υποκατάστασης, ενώ το ίδιο συμβαίνει και για τις υπηρεσίες VoIP, βιντεοκλήσεων και IM. Από την άλλη όμως η σχέση αυτών των δύο υπηρεσιών και οι ανταγωνιστικές συνθήκες υπό τις οποίες τελούν μεταξύ τους είναι ένας ζήτημα το οποίο αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες προκλήσεις στην αγορά των τηλεπικοινωνιών αυτή τη στιγμή παγκοσμίως.

#### **4.1 Σχετική Αγορά Προϊόντων ή Υπηρεσιών**

<sup>105</sup> Βλ. Γιάννης Κατσουλάκος, Οικονομική Ανάλυση του ανταγωνισμού, Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού, επιμέλεια: Δημήτριος Ν. Τζουγανάτος, Νομική Βιβλιοθήκη 2013, σελ. 76, Κατευθυντήριες γραμμές της Επιτροπής για την ανάλυση αγοράς και την εκτίμηση της σημαντικής ισχύος στην αγορά βάσει του κοινοτικού πλαισίου κανονιστικών ρυθμίσεων για τα δίκτυα και τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών, 2002/C 165/03, παρ. 1.

<sup>106</sup> Υπόθ. COMP/M.6281, Microsoft/Skype, σκ. 18-20.

<sup>107</sup> COM (2016) 590 final, όπως τις αποκαλεί και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στην Πρότασή της για έναν Ευρωπαϊκό Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών υπηρεσίες επικοινωνιών μέσω του διαδικτύου, Αιτιολογική έκθεση σελ. 2, [http://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:c5ee8d55-7a56-11e6-b076-01aa75ed71a1.0012.02/DOC\\_1&format=PDF](http://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:c5ee8d55-7a56-11e6-b076-01aa75ed71a1.0012.02/DOC_1&format=PDF).

<sup>108</sup> Οδηγία 2002/21/EK άρθρο 2 στοιχ. β', όπως τροποποιήθηκε με την Οδηγία 2009/140/EK.

#### **4.1.1 Γενικά**

Όταν γίνεται λόγος για σχετική αγορά προϊόντος τότε εξετάζεται κατά πόσο συγκεκριμένα προϊόντα ή υπηρεσίες δύνανται να εναλλάσσονται ή να υποκαθίστανται από τους καταναλωτές. Αυτή η εναλλαξιμότητα ή η υποκατάσταση έχει σχέση με αλλαγές που παρατηρούνται σε βασικά χαρακτηριστικά, στην τιμή και την χρήση των αγαθών που προσφέρονται<sup>109</sup>.

Για να καταλήξουμε στο συμπέρασμα πως ανήκουν στην ίδια σχετικά αγορά υπηρεσιών, οι παραδοσιακές παροχές ηλεκτρονικών επικοινωνιών και οι υπηρεσίες που παρέχονται μέσω του Διαδικτύου θα δοθεί βάση στην υποκατάσταση από την πλευρά της ζήτησης.

Η υποκατάσταση των υπηρεσιών από την πλευρά της ζήτησης αποτελεί τον δείκτη που μας υποδεικνύει εάν ένας καταναλωτής ή στην αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών ένας τελικός χρήστης θεωρεί πως το αγαθό που του προσφέρεται μπορεί να θεωρηθεί υποκατάστατο κάποιου άλλου<sup>110</sup>. Η τάση αυτή ελέγχεται με ένα τεστ, το οποίο χρησιμοποιείται από τις αρχές ανταγωνισμού και τις ανεξάρτητες ρυθμιστικές αρχές, το SSNIP<sup>111</sup>. Στην ουσία αποτελεί την υπόθεση μίας αύξησης της τιμής της τάξεως του 5-10% σε ένα προϊόν ή μία υπηρεσία. Εάν λόγω αυτής της τάσης σημειωθεί μετακίνηση του καταναλωτικού κοινού σε άλλη υπηρεσία ή προϊόν τότε γίνεται δεκτό πως αυτά τα αγαθά τελούν σε σχέση υποκατάστασης. Βέβαια όπως θα δούμε και παρακάτω το τεστ αυτό συναντά σοβαρούς περιορισμούς σε σχέση με τις ιδιαιτερότητες που παρουσιάζουν τα επιχειρηματικά μοντέλα δραστηριοποίησης, που έχουν ανακύψει, λόγω του Διαδικτύου.

#### **4.1.2 Σχετική Αγορά Επιφυών Υπηρεσιών Διαπροσωπικής Επικοινωνίας**

Όπως αναφερθήκαμε και παραπάνω ο προσδιορισμός και η οριοθέτηση της σχετικής αγοράς μέσω του κριτηρίου της τιμής είναι αν όχι μόνο δυσχερής λόγω της εμφάνισης μηδενικών τιμών αλλά και παρωχημένος. Το SSNIP τεστ προϋποθέτει την ύπαρξη μίας ελάχιστης άνω του μηδενός τιμή για να λειτουργήσει. Όντως, είναι αδύνατο να σημειωθεί αύξηση στην τιμή της τάξεως του 5 ή 10 % όταν η τιμή αυτή είναι μηδενική. Για τον λόγο αυτό υποστηρίζεται στην θεωρία πως πρέπει να υπάρξει μετάβαση από το κριτήριο της τιμής για την οριοθέτηση μίας σχετικής αγοράς και την υιοθέτηση πιο δυναμικών μεταβλητών.

<sup>109</sup> Βλ. Ανακοίνωση (97/C 372/03), σκ. 7, *Λάμπρος Ε. Κοτσίρης*, Δίκαιο Ανταγωνισμού (Αθέμιτου-Ελεύθερου. Αθέμιτες Εμπορικές Πρακτικές), Εκδόσεις Σάκκουλα Αθήνα-Θεσσαλονίκη 2015, 7<sup>η</sup> Έκδοση, σελ. 528-529.

<sup>110</sup> Ο.π. σκ. 15.

<sup>111</sup> Βλ. *Νίκος Βέττας - Γιάννης Κατσουλάκος*, Πολιτική Ανταγωνισμού & Ρυθμιστική Πολιτική, 2004, Τυποθητώ, σελ. 279.

Πριν όμως αναλύσουμε λοιπές παραμέτρους πέραν από αυτή της τιμής για την οριοθέτηση της αγοράς θα πρέπει να δούμε εάν υπάρχει αγορά σε περιπτώσεις με μηδενικές τιμές. Ήδη στην Αμερική στην υπόθεση *Liveuniverse, Inc. v. Myspace, Inc.*, δικαστήριο δέχθηκε πως παρά την μηδενική τιμή στην οποία προσφέρονται οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης υπάρχει αγορά που μπορεί να οριοθετηθεί. Ενώ το ίδιο έχει γίνει δεχτό και στο ευρωπαϊκό δίκαιο με τις προαναφερθείσες αποφάσεις του ΔΕΕ C-291/13 και C-484/14 να κρίνουν πως η αμοιβή για μία υπηρεσία μπορεί να υπάρχει ακόμα και αν αυτή δεν προέρχεται από τον αποδέκτη, δηλαδή παρέχεται στον τελευταίο σε μηδενική τιμή.

Δεν πρέπει βέβαια να παραβλέπεται μία πολύ σημαντική παράμετρος στις αγορές που παρουσιάζονται παροχές σε μηδενική τιμή. Έστω και μια ελάχιστη αύξηση της τιμής μπορεί να προκαλέσει την απώλεια ενός πολύ σημαντικού μεριδίου της αγοράς εάν υπάρχουν ανταγωνιστικές υπηρεσίες επίσης σε μηδενική τιμή. Η μετακίνηση αυτή του καταναλωτικού κοινού στις συγκεκριμένες υπηρεσίες σε περίπτωση αύξησης της μηδενικής τιμής εξετάστηκε και με την απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην Υπόθεση COMP/M.6281, *Microsoft/Skype*. Σύμφωνα με τις σκέψεις 76 και 77 το Skype προσκόμισε έγγραφο με τα οποία παρουσίαζε πως είναι πιθανή η μετακίνηση έως και του 75% των τελικών χρηστών του εάν αρχίσει να χρεώνει για τις υπηρεσίες που παρέχει σε μηδενική τιμή, με αποτέλεσμα να διαπιστώνεται υψηλή ευαισθησία ως προς την αύξηση των τιμών στις εν λόγω αγορές<sup>112</sup>.

Λύση στην αδυναμία του SSNIP τεστ να οριοθετήσει τις αγορές μηδενικής τιμής μπορεί να δοθεί με την εκτίμηση άλλων παραγόντων στην αγορά. Ειδικότερα, αφού εξετάσαμε τις οικονομικές πρακτικές και τα επιχειρηματικά μοντέλα των πλατφόρμων σε προηγούμενο κεφάλαιο μπορούμε να τα χρησιμοποιήσουμε ως κατευθυντήριες. Οι αρμόδιες αρχές που θα ορίσουν μια σχετική αγορά στην οποία δραστηριοποιούνται πλατφόρμες θα πρέπει να αποδίδουν σημασία στο επιχειρηματικό μοντέλο που ακολουθούν<sup>113</sup>.

Η σχετική αγορά είναι αναγκαίο να αντιμετωπίζεται ως ένα δυναμικό και όχι στατικό στοιχείο με γνώμονα εξ αρχής την ισχύ μιας επιχείρησης σε αυτή<sup>114</sup>. Για τον λόγο αυτό πέραν της τιμής και του επιχειρηματικού μοντέλου θα πρέπει γίνεται προσεκτικός έλεγχος των εξωτερικοτήτων που εμφανίζονται μεταξύ των ομάδων που φέρνουν σε επαφή οι πλατφόρμες.

---

<sup>112</sup> Βλ. *John M. Newman*, *Antitrust In Zero-Price Markets: Applications*, 2015, σελ. 22.

<sup>113</sup> Να εξετάζουν εάν το μοντέλο είναι συνδρομητικό, διαφημιστικό ή πρόσβασης.

<sup>114</sup> Βλ. *Nikolai Van Gorp, Dr Olga Batura*, *Challenges for Competition Policy in a Digitalized Economy*, ο.π. σελ. 51.

Ενώ θα πρέπει να δίδεται και βάρος στο κατά πόσο υπάρχει δυνατότητα μια επιχείρηση να καταφέρει να «κλέψει» κέρδη από μία άλλη βάσει των πρακτικών της στην αγορά<sup>115</sup>.

Άλλος παράγοντας που θα μπορούσε να λύσει το πρόβλημα του υποθετικού μονοπωλιακού τεστ σε μια αγορά με μηδενικές τιμές είναι η αλλαγή της μεταβλητής της τιμής στο τεστ με αυτή του κόστους. Κατά πόσο δηλαδή μια μικρή μα σημαντική και μη παροδική αύξηση του κόστους θα επηρεάσει την ζήτηση. Το πρόβλημα σε αυτή την λύση αποτελεί το ίδιο το κόστος. Στις παραδοσιακές, με θετική τιμή, αγορές μπορούμε εύκολα να συνάγουμε το κόστος που πρέπει να λάβουμε υπόψη και κατά πόσο αυτό επηρεάζει τον καταναλωτή. Από την άλλη στις αγορές με μηδενική τιμή η αύξηση του κόστους μίας πλατφόρμας μπορεί να συνίσταται στην αύξηση των διαφημίσεων ή του χώρου διαφήμισης. Αυτό όμως δεν μπορούμε να ξέρουμε τι αποτέλεσμα θα έχει στην συμπεριφορά του καταναλωτή. Σε αυτό συνδράμει και το γεγονός πως η εξισορρόπηση του κόστους και των εσόδων μπορεί να προέλθει από την παροχή προσωπικών δεδομένων των τελικών χρηστών, στοιχείο το ίδιο ρευστό ως προς τον τρόπο που θα επηρεάσει την αντίδραση ενός καταναλωτή<sup>116</sup>.

Τέλος στην ίδια κατεύθυνση βρίσκεται και μία άλλη επιλογή των αρμόδιων αρχών που θα εφαρμόσουν το τεστ υποθετικού μονοπωλίου. Αποτελεσματική εναλλακτική λύση θα ήταν η αντικατάσταση της τιμής στο τεστ με μια μεταβλητή όπως η ποιότητα ή η ποσότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών<sup>117</sup>. Το συγκεκριμένο τεστ έχει εφαρμοστεί από το Ανώτατο Λαϊκό Δικαστήριο, της Λαϊκής Δημοκρατίας της Κίνας, στην διαφορά ανάμεσα στις εταιρείες Qihoo 360 και Tencent. Και οι δύο εταιρείες δραστηριοποιούνται ως διαδικτυακές πλατφόρμες προσφέροντας ποικίλες υπηρεσίες. Το Δικαστήριο ως αντικείμενο έρευνας είχε την σχετική αγορά στην οποία παρέχονται υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών μέσω του Διαδικτύου. Χρησιμοποίησε ως δείκτη για την σχέση υποκατάστασης των υπηρεσιών που εξέτασε (μηνύματα, φωνητικές κλήσεις, βίντεοκλήσεις, SMS, e-mail, υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης, micro-blogs) την τιμή, την ποιότητα και ποσότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται αλλά και τον τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζουν οι τελικοί χρήστες τις ανωτέρω υπηρεσίες<sup>118</sup>. Πάντως δεν δέχθηκε τον ισχυρισμό της αιτούσας, την αναίρεση, επιχείρησης πως υπηρεσίες VoIP,

---

<sup>115</sup> Ο.π. σελ. 55 και 56.

<sup>116</sup> Βλ. *John M. Newman*, ο.π. σελ. 15 και 16.

<sup>117</sup> Ο.π. σελ.18-19, “SSNCQ”- Small but Significant non-Transitory Changes in Quality ή Quantity. Οι αλλαγές μπορεί να είναι είτε θετικές, π.χ. αύξηση της ποιότητας ή της ποσότητας, είτε αρνητικές, π.χ. μείωση της ποιότητας ή της ποσότητας.

<sup>118</sup> Ανώτατο Λαϊκό Δικαστήριο της Λαϊκής Δημοκρατίας της Κίνας, αρ. απόφ. 4/2013, *Qihoo 360 κατά Tencent*, <https://www.competitionpolicyinternational.com/assets/DecisionTranslation.pdf> , ανεπίσημη μετάφραση μέρους της απόφασης.



βιντεοκλήσεων και IM που παρέχονται μεμονωμένα, και όχι ομαδοποιημένα, αποτελούν και διαφορετικές σχετικές αγορές υπηρεσιών, καθώς θα υπήρχε υπερβολικός κατακερματισμός της αγοράς<sup>119</sup>.

#### **4.1.3 Σχετική Αγορά Υπηρεσιών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών**

Οι υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών που μας απασχολούν σε αυτή την μελέτη ανήκουν στο επίπεδο της λιανικής και απευθύνονται σε τελικούς χρήστες, όχι σε επιχειρήσεις που δρουν ως μεταπωλητές. Οι παροχές αυτές είναι οι υπηρεσίες λιανικού εμπορίου στην σταθερή και την κινητή τηλεφωνία. Πάγια θέση της Επιτροπής είναι να διαχωρίζει την αγορά της σταθερής τηλεφωνίας από την κινητή, λόγω βασικών χαρακτηριστικών, όπως το ότι οι υπηρεσίες παρέχονται από διαφορετικές υποδομές δικτύων και η τεχνολογία μετάδοσης του σήματος παρουσιάζει ουσιώδεις διαφοροποιήσεις<sup>120</sup>.

Αρχικά θα δούμε πως έχει αξιολογήσει η Επιτροπή την αγορά τις υπηρεσιών φωνής που παρέχονται μέσω της σταθερής τηλεφωνίας. Στην υπόθεση *Telia/Telenor* η Επιτροπή εξέτασε την ανάγκη οριοθέτησης διακριτών αγορών σχετικά με την πραγματοποίηση εισερχόμενων και εξερχόμενων κλήσεων. Στάθηκε στο γεγονός ότι ένας συνδρομητής στην ουσία μισθώνει τις γραμμές που του παρέχονται, ούτως ώστε να πληρώνει ένα ελάχιστο ποσό ακόμα και αν δεν πραγματοποιεί κλήσεις. Επομένως επαφίεται στον ίδιο τον καταναλωτή κατά πόσο θα χρεωθεί ανάλογα με την πραγματοποίηση κλήσεων ή την αποδοχή αυτών. Βάσει αυτών θα μπορούσαμε να δεχτούμε την ύπαρξη διακριτών αγορών. Η Επιτροπή όμως κατέληξε στο συμπέρασμα πως θα πρέπει να υπαχθούν σε μία σχετική αγορά λόγω των δυσχερειών και υπερβολικών επιβαρύνσεων που θα επέφερε η διαφορετική τιμολόγηση των εισερχόμενων και εξερχόμενων κλήσεων<sup>121</sup>.

Υπήρξε όμως διάκριση σε διαφορετικό επίπεδο. Ειδικότερα, θεωρήθηκε πως πρέπει να αποτελούν διακριτές σχετικές αγορές υπηρεσίες βάσει ενός τοπικού κριτηρίου. Διέκρινε τις κλήσεις σε τοπικές, υπεραστικές και διεθνείς. Όπως σημειώνει και η ίδια η Επιτροπή είναι στην ευχέρεια και επιθυμία του καταναλωτή να προχωρήσει στην πραγματοποίηση μίας εκ των ανωτέρω κλήσεων. Ωστόσο η διάκριση στηρίχθηκε όχι στην υποκατάσταση από την πλευρά της

---

<sup>119</sup> Ο.π. σελ. 6 και 7.

<sup>120</sup> Υπόθεση IV/M. 1439 *Telia/Telenor*, σκ. 94, Υπόθεση COMP/M.3914 – *Tele2 / Versatel*, Υπόθεση COMP/M.5584 - *Belgacom/ BICS/ MTN*, σκ. 30, Υπόθεση COMP/M.5650 - *T-Mobile/Orange*, Υπόθεση AT.39839 – *Telefonica/Portugal Telekom*, Υπόθεση M.7421- *Orange/Jazztel*, Υπόθεση COMP/M.7231 - *Vodafone/ONO*, Υπόθεση COMP/M.6990 - *Vodafone/ Kabel Deutschland*.

<sup>121</sup> Υπόθεση IV/M. 1439, σκ. 85-87.

ζήτησης, αλλά από αυτή την προσφοράς. Όπως αναφέρεται και στην απόφαση δεν έχουν όλοι οι προμηθευτές των υπηρεσιών την δυνατότητα να προσφέρουν υπεραστικές και διεθνείς κλήσεις, με αποτέλεσμα τον κατακερματισμό της αγοράς<sup>122</sup>.

Επιπλέον διακριτή κρίθηκε και η αγορά των κλήσεων από σταθερά τηλέφωνα σε κινητά. Οι κλήσεις αυτές εξομοιώθηκαν με υπεραστικές, γιατί απαιτούν την διασύνδεση του δικτύου της σταθερής τηλεφωνίας με αυτό της κινητής<sup>123</sup>. Υπάρχει δηλαδή ένα πρόσθετο κόστος το οποίο δεν υπάρχει για την πραγματοποίηση των τοπικών κλήσεων. Η διάκριση αυτή όμως δεν φαίνεται να έχει τηρηθεί από την Επιτροπή, αφού σε μεταγενέστερη απόφασή της (Υπόθεση AT.39839 – *Telefonica/Portugal Telekom*, 23 Ιανουαρίου του 2013) συμπεριέλαβε τις κλήσεις που πραγματοποιούνται από σταθερά τηλέφωνα σε κινητά στην ίδια σχετική αγορά υπηρεσιών με αυτή των κλήσεων από δίκτυο σταθερής τηλεφωνίας σε σταθερά τηλέφωνα<sup>124</sup>.

Τέλος οι υπηρεσίες στην σταθερή τηλεφωνία διακρίνονται και ανάλογα και με τον τελικό αποδέκτη τους. Έτσι αποτελούν άλλη σχετική αγορά οι υπηρεσίες που απευθύνονται σε επιχειρήσεις, από αυτές που προσφέρονται σε ιδιώτες τελικούς αποδέκτες.

Στην κινητή τηλεφωνία ο τρόπος προσέγγισης της αγοράς είναι διαφορετικός συγκριτικά με αυτόν της σταθερής. Δεν υπάρχει περαιτέρω διάκριση των υπηρεσιών που προσφέρονται. Έτσι οι υπηρεσίες φωνής<sup>125</sup>, η παροχή δεδομένων για πρόσβαση στο Διαδίκτυο και η αποστολή και λήψη SMS γίνεται δεκτό ότι αποτελούν μία σχετική αγορά υπηρεσιών. Η Επιτροπή τις αντιμετωπίζει ως μία σχετική αγορά, από την σκοπιά της σχέσης υποκατάστασης της ζήτησης και της προσφοράς, για τον λόγο ότι προσφέρονται από τους παρόχους ομαδοποιημένα και οι συνδρομητές τις αγοράζουν ως δέσμη υπηρεσιών<sup>126</sup>. Επιπρόσθετα, αν και οι ομάδες καταναλωτών, των υπηρεσιών που προσφέρονται, έχουν μεγάλη σημασία, αφού οι επαγγελματίες συνδρομητές αποτελούν μεγαλύτερη πηγή εσόδων σε σχέση με ιδιώτες, η Επιτροπή δεν έχει προχωρήσει σε διάκριση των υπηρεσιών ανάλογα με την ζήτηση από τις προαναφερόμενες ομάδες ή βάσει του προγράμματος με το οποίο χρεώνονται οι συνδρομητές, δηλαδή πελάτες που πληρώνουν την συνδρομή τους πριν την χρήση των υπηρεσιών (π.χ. με την

---

<sup>122</sup> Ο.π. σκ. 88, Υπόθ. COMP/M.3914 – *Tele2 / Versatel*, σκ. 10, Υπόθ. COMP/M.5584 - *Belgacom/ BICS/ MTN*, σκ. 27.

<sup>123</sup> Υπόθεση IV/M. 1439 σκ. 93.

<sup>124</sup> Απόφαση της Επιτροπής AT.39839, σκ. 187 (b).

<sup>125</sup> Κλήσεις τοπικές, διεθνείς αλλά και αυτές που καθίστανται μέσω συμφωνιών περιαγωγής.

<sup>126</sup> Υπόθεση AT.39839, σκ. 191.

αγορά καρτών) και πελάτες που πληρώνουν αφού προχωρήσουν σε χρήση αυτών (π.χ. μέσω εξόφλησης λογαριασμών ενός προγράμματος συμβολαίου κάθε μήνα)<sup>127</sup>.

Το ίδιο έχει εκφράσει και για την τεχνολογία βάσει της οποίας παρέχονται οι υπηρεσίες. Αν και υπάρχουν ποικίλα τεχνικά μέσα για την παροχή των υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας λόγω των τεχνολογιών 2<sup>ης</sup>, 3<sup>ης</sup> και 4<sup>ης</sup> γενιάς, οι αρχές δεν προχωρούν σε διάκριση της σχετικής αγοράς βάσει αυτών. Έτσι παρά το ότι παρουσιάζονται διαφορές κυρίως ως προς την ποιότητα, αφού το δίκτυο κάθε νεότερης γενιάς προσφέρει υψηλότερες ταχύτητες συγκριτικά με τα προγενέστερα, η Επιτροπή θεωρεί πως δεν πρέπει να κατακερματίζεται η αγορά εξαιτίας της τεχνολογίας βάσει της οποίας μια υπηρεσία παρέχεται στον τελικό χρήστη<sup>128</sup>.

#### **4.1.4 Η Σχέση των Επιφυών και Παραδοσιακών Υπηρεσιών**

Αφού είδαμε τον τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζονται οι επιφυείς υπηρεσίες διαπροσωπικών επικοινωνιών και οι υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών από τις αρμόδιες αρχές και δικαστήρια αυτόνομα, είναι απαραίτητο για την μελέτη αυτή να πραγματοποιηθεί μια συγκριτική ανάλυση αυτών. Η απάντηση στο ερώτημα εάν οι ανωτέρω υπηρεσίες τελούν σε σχέση υποκατάστασης θα αποτελέσει ένα σημαντικό βήμα στην καθιέρωση στην επίλυση της συζήτησης όσον αφορά την επέκταση των συμμετρικών υποχρεώσεων που επιβάλλονται στους φορείς ηλεκτρονικών επικοινωνιών και στους παρόχους επιφυών υπηρεσιών ή αντίστροφα την άρση των υποχρεώσεων αυτών από τους παραδοσιακούς παρόχους.

Σε πρόσφατες αποφάσεις της η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει κρίνει την σχέση υποκατάστασης των υπηρεσιών φωνής που παρέχονται μέσω στοιχείων του δικτύου σταθερής τηλεφωνίας και ορισμένων υπηρεσιών φωνής που είναι διαθέσιμες στους τελικούς χρήστες μέσω διαδικτυακού πρωτοκόλλου (VoIP). Συγκεκριμένα δεν γίνεται λόγος για όλες τις φωνητικές υπηρεσίες που παρέχονται μέσω του Διαδικτύου, αλλά για μόνο για τις «διαχειριζόμενες» υπηρεσίες φωνής (managed Voice over Internet Protocol). Εξαιτίας της ραγδαίας εξέλιξης των επίμαχων υπηρεσιών και της όλο και υψηλότερου επιπέδου ποιότητας που εξασφαλίζουν θεωρείται πως μπορούν να τελέσουν σε σχέση υποκατάστασης με τις φωνητικές υπηρεσίες, εάν προσφέρονται και αυτές μέσω του δικτύου σταθερής τηλεφωνίας<sup>129</sup>. Από την άλλη τα λογισμικά που

---

<sup>127</sup> Ο.π. σκ. 191, Υπόθ. COMP/M.5584 - *Belgacom/BICS/ MTN* σκ. 30, Υπόθ. COMP/M.5650 - *T-Mobile/Orange* σκ. 20, Υπόθ. COMP/M.3914 - *Tele2 / Versatel* σκ. 15, Υπόθ. COMP/M.7231 - *Vodafone/ONO* σκ. 37, Υπόθεση COMP/M.6992 *Hutchison 3G UK /Telefonica Ireland*, σκ. 143.

<sup>128</sup> Υπόθ. M.7421- *Orange/Jazztel* σκ. 63-67, Υπόθ. COMP/M.7231 - *Vodafone/ONO* σκ. 33-38, Υπόθ. COMP/M.6990 - *Vodafone/ Kabel Deutschland* σκ. 209 επ.

<sup>129</sup> Υπόθ. COMP/M.7231 - *Vodafone/ONO*, σκ. 26.

αποτελούνται από ομότιμα δίκτυα χρηστών δεν θεωρούνται ότι παρέχουν υποκατάστατες υπηρεσίες φωνής μέσω του Διαδικτύου, λόγω των περιορισμένων λειτουργιών τους<sup>130</sup>. Βέβαια η απόφαση *Carphone Warehouse /Tiscali UK* είναι του 2009, με το τοπίο να έχει αλλάξει ριζικά, λόγω του υψηλού βαθμού εξάπλωσης των εφαρμογών που προσφέρουν επιφυείς διαπροσωπικές υπηρεσίες και την υπερβολική αύξηση χρήσης τους, με αποτέλεσμα να μην είμαστε σίγουροι για τον τρόπο με τον οποίο θα οριοθετήσουν την αγορά, συγκριτικά με αυτές τις υπηρεσίες, οι αρμόδιες αρχές.

Ένα σημείο της απόφασης *Qihoo 360 v Tencent* στο οποίο είναι απαραίτητο να επικεντρωθούμε είναι πως εξετάσε εάν οι εφαρμογές ανταλλαγής άμεσων μηνυμάτων εντάσσονται στην ίδια σχετική αγορά με τα SMS. Από την αρχή το Ανώτατο Δικαστήριο της Κίνας όρισε πως οι παραδοσιακές υπηρεσίες όπως το τηλέφωνο και το φαξ δεν εμπίπτουν στην σχετική αγορά που εξετάζεται. Στην συνέχεια όμως έγινε ειδικός έλεγχος για την σχέση των υπηρεσιών IM με τα SMS. Το Δικαστήριο κατέληξε πως δεν τίθεται θέμα υποκατάστασης λόγω των ιδιαιτεροτήτων της τιμής αλλά και τον σκοπό χρήσης από τους καταναλωτές, ενώ υποστήριξε πως πρέπει να υπάρχει στενή σχέση υποκατάστασης των υπηρεσιών. Στηρίχθηκε κυρίως στο γεγονός ότι η παροχή γίνεται μέσω Διαδικτύου και όχι του δικτύου ενός φορέα εκμετάλλευσης. Τέλος έλαβε υπόψη του και το γεγονός πως δεν σημειώνεται χρέωση ανά μήνυμα στις εφαρμογές IM.

Αντίθετα η Ευρωπαϊκή Επιτροπή κράτησε μια ουδέτερη στάση σε αυτό το ζήτημα. Στην υπόθεση COMP/M.7217- *FaceBook/WhatsApp* η Επιτροπή έκρινε πως βάσει των απαντήσεων που δόθηκαν από τους συμμετέχοντες τρίτους στην υπόθεση, μέσω ερωτηματολογίων, είναι δυνατή η ύπαρξη σχέσης υποκατάστασης<sup>131</sup>. Έθιξε βέβαια διάφορα χαρακτηριστικά που διαφοροποιούν τις δύο αυτές υπηρεσίες, όπως η τιμολογιακή πολιτική των επιχειρήσεων που τις προσφέρουν αλλά και οι λειτουργίες που έχουν οι υπηρεσίες VoIP και IM, όπως η δυνατότητα να γνωρίζει ο τελικός χρήστης εάν οι συνομιλητές του είναι συνδεδεμένοι (δηλαδή διαθέσιμοι προς συνομιλία) ή όχι. Πέραν αυτών η Επιτροπή δεν προχώρησε σε μια αρνητική απόφαση, αλλά άφησε ανοιχτό το ζήτημα, υιοθετώντας την στενότερη δυνατή οριοθέτηση της αγοράς για τις ανάγκες της συγκεκριμένης υπόθεσης<sup>132</sup>.

Στο ίδιο συμπέρασμα καταφτάνουμε εξετάζοντας και τα ευρήματα διαφόρων ΕΡΑ όσον αφορά την σχέση των παραδοσιακών υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών και των επιφυών υπηρεσιών. Η μόνη ρυθμιστική αρχή που έχει αντιμετωπίσει επιφυείς φωνητικές υπηρεσίες ως

<sup>130</sup> Υπόθ. COMP/M.5532 - *Carphone Warehouse /Tiscali UK*, σκ. 38.

<sup>131</sup> Υπόθ. COMP/M.7217- *FaceBook/WhatsApp*, σκ. 29.

<sup>132</sup> Ο.π. σκ. 34.

υποκατάστατες των παραδοσιακών είναι αυτή της Νορβηγίας (NKOM)<sup>133</sup>. Η αρχή αυτή, έθεσε ως κριτήριο για την σχέση υποκατάστασης αυτών των δύο κατηγοριών υπηρεσιών την δυνατότητα των πρώτων να πραγματοποιούν κλήσεις μέσω της «διαθέσιμης για το κοινό τηλεφωνικής υπηρεσίας» (PATS)<sup>134</sup>. Επιπρόσθετα, οι ρυθμιστικές αρχές της Ισπανίας (CNMC) και της Πορτογαλίας (ANACOM), έχουν κρίνει πως επιφυείς υπηρεσίες της «μαύρης» λίστας (OTT-0), εμπίπτουν στην σχετική αγορά των υπηρεσιών φωνής, με την ρυθμιστική αρχή της Ισπανίας να τους διαθέτει αριθμούς E.164, ούτως ώστε να τους παρέχουν στους τελικούς τους χρήστες. Μάλιστα, έχουν επιβληθεί και ορισμένες υποχρεώσεις, όπως διαλειτουργικότητα με την διαθέσιμη στο κοινό τηλεφωνική υπηρεσία, παροχή υπηρεσίας κλήσεων έκτακτης ανάγκης και υποχρεώσεις διαφάνειας προς τους χρήστες τους όσον αφορά τις διαφορές των υπηρεσιών τους σε σχέση με τις παραδοσιακές υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών<sup>135</sup>. Οι υπόλοιπες ΕΡΑ όμως δεν υιοθετούν την ίδια στάση στηριζόμενες κυρίως σε τεχνικά χαρακτηριστικά, θεωρώντας πως οι τελικοί χρήστες αντιλαμβάνονται τις επιφυείς φωνητικές υπηρεσίες ως κατώτερης ποιότητας και ασφάλειας, ενώ εξαιτίας της έλλειψης διαλειτουργικότητας με «αλλοδαπά» ομότιμα δίκτυα, δεν υπάρχει δυνατότητα επικοινωνίας με χρήστες εκτός του δικτύου ενός παρόχου<sup>136</sup>.

Σχετικά με τα SMS, τρεις είναι οι ΕΡΑ που ρυθμίζουν ή θεωρούν πως πρέπει να ρυθμίσουν την αγορά σχετικά με τον τερματισμό τους. Η ρυθμιστική αρχή της Δανίας (DBA) και της Ιταλίας (AGCOM) έχουν κρίνει πως τα SMS δύνανται να βρίσκονται σε σχέση υποκατάστασης με τις υπηρεσίες IM και τα e-mails. Αντίθετα, η γαλλική ρυθμιστική αρχή (ARCEP) δεν προχώρησε στην εξαγωγή αυτού του συμπεράσματος. Θεώρησε πως λόγω απουσίας διαλειτουργικότητας δεν μπορούν αυτές οι υπηρεσίες να αποτελέσουν υποκατάστατες των SMS<sup>137</sup>. Πέραν όμως τούτου έκρινε πως θα πρέπει να προβεί σε περαιτέρω ανάλυση της αγοράς, των επίμαχων υπηρεσιών και της σχέσης τους με τα SMS, δίχως να διατηρεί μία απόλυτη στάση όσον αφορά την αλληλεπίδραση των υπηρεσιών αυτών<sup>138</sup>.

---

<sup>133</sup> Βλ. BEREC Report on OTT services, 2016, σελ. 18.

<sup>134</sup> Οδηγία 2002/21/EK αρ. 2 στοιχ. γ'.

<sup>135</sup> Βλ. BEREC, ο.π. σελ. 19, υποσημείωση 16.

<sup>136</sup> Ο.π. σελ. 19.

<sup>137</sup> Ο.π. σελ. 19.

<sup>138</sup> Βλ. Δελτίο τύπου, ARCEP places SMS termination markets under supervision, 29 Ιανουαρίου 2015, [https://www.arcep.fr/index.php?id=8571&no\\_cache=1&L=1&tx\\_gsactualite\\_pi1%5Buid%5D=1728&tx\\_gsactualite\\_pi1%5Bannee%5D=2015&tx\\_gsactualite\\_pi1%5Btheme%5D=2&tx\\_gsactualite\\_pi1%5Bmotscle%5D=&tx\\_gsactualite\\_pi1%5BbackID%5D=2122&cHash=a69de85b21cbdc050e88af9ac5f99f8f](https://www.arcep.fr/index.php?id=8571&no_cache=1&L=1&tx_gsactualite_pi1%5Buid%5D=1728&tx_gsactualite_pi1%5Bannee%5D=2015&tx_gsactualite_pi1%5Btheme%5D=2&tx_gsactualite_pi1%5Bmotscle%5D=&tx_gsactualite_pi1%5BbackID%5D=2122&cHash=a69de85b21cbdc050e88af9ac5f99f8f).

#### 4.1.5 Λειτουργικά και Τεχνικά Κριτήρια

Όπως προκύπτει και από τα παραπάνω, υπάρχουν πολλές μεταβλητές στις οποίες θα πρέπει να επικεντρωθούμε για να καταλήξουμε στο γεγονός πως παρουσιάζεται εναλλαξιμότητα των εν λόγω υπηρεσιών. Αρχικά από την σκοπιά της λειτουργίας των υπηρεσιών αυτών δεν γίνονται αντιληπτές ουσιώδεις διαφορές μεταξύ τους. Όντως, εν τέλει προσφέρονται οι ίδιες υπηρεσίες (φωνής και μηνυμάτων) μεταξύ των τελικών χρηστών. Οι τελευταίοι μπορούν να επικοινωνήσουν με τον επιθυμητό συνομιλητή τους είτε μέσω του Διαδικτύου είτε μέσω ενός δικτύου που επαφίεται σε φυσικές υποδομές για την μετάδοση του σήματος. Επομένως από την πλευρά και μόνο της λειτουργίας των υπηρεσιών δεν είναι σαφής η ανάγκη διάκρισης των υπηρεσιών και η αντιμετώπισή τους ως μη υποκατάστατα αγαθά. Βέβαια έχει κριθεί πως δεν εντάσσονται στην ίδια σχετική αγορά υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών που παρέχουν την δυνατότητα να έρθει κανείς σε επαφή με αόριστο αριθμό ατόμων, όπως είναι οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης<sup>139,140</sup>.

Μπορούμε μάλιστα να ισχυριστούμε επιπλέον πως τον καταναλωτή δεν τον ενδιαφέρει ο τρόπος μετάδοσης του σήματος, εάν δηλαδή αυτό προέρχεται μέσω του Διαδικτύου ή μέσω του δικτύου του ίδιου του παρόχου<sup>141</sup>. Έτσι γίνεται σαφές πως η τεχνολογία δεν είναι πάντοτε το καίριο σημείο για την διαπίστωση ύπαρξης σχέσης υποκατάστασης ανάμεσα σε περισσότερες υπηρεσίες. Ένα παράδειγμα για να γίνει κατανοητή η στάση αυτή των τελικών χρηστών είναι η πρόσβαση στο Διαδίκτυο. Τον καταναλωτή δεν τον ενδιαφέρει εάν η πρόσβασή του παρέχεται μέσω οπτικών ινών ή καλώδια χαλκού, μέσω τεχνολογιών 3<sup>ης</sup> ή 4<sup>ης</sup> γενιάς κινητής τηλεφωνίας. Αυτό ισχύει για τον λόγο ότι όλες οι παραπάνω τεχνολογίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τον ίδιο σκοπό, την πρόσβαση στο Διαδίκτυο και με αυτό τον τρόπο να ανταγωνίζονται η μία την άλλη<sup>142</sup>.

Για τον έλεγχο της σχέσης υποκατάστασης πρέπει να ληφθεί υπόψη και η συσκευή μέσω της οποίας μπορεί να κάνει χρήση μιας υπηρεσίας ο τελικός χρήστης. Το συμπέρασμα εάν περισσότερες υπηρεσίες βρίσκονται σε σχέση ανταγωνισμού στην αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών πρέπει να εξαχθεί αφού ελεγχθούν τεχνολογικά κριτήρια όπως οι συσκευές μέσω

---

<sup>139</sup> Ανώτατο Λαϊκό Δικαστήριο της Λαϊκής Δημοκρατίας της Κίνας, αρ. απόφ. 4/2013, *Qihoo 360 κατά Tencent*, ο.π. σελ. 9.

<sup>140</sup> Η αντιμετώπιση αυτή επικροτείται και στην πρόταση για Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, COM(2016) 590 final, αιτιολογική σκέψη 17.

<sup>141</sup> Ο.π. αιτιολογική σκέψη 15.

<sup>142</sup> Βλ. *Martin Peitz και Tommaso Valletti*, *Reassessing Competition Concerns in Electronic Communications Markets*, Centre for European Economic Research, σελ. 18.

των οποίων είναι προσβάσιμες διάφορες υπηρεσίες<sup>143</sup>. Δεν αμφισβητείται πως ορισμένες ΟΤΤ υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών παρέχονται μόνο μέσω συγκεκριμένων ηλεκτρονικών συσκευών, όπως ηλεκτρονικούς υπολογιστές, smartphones, tablets κοκ. Ενώ δεν πρέπει να μας προκαλεί και έκπληξη πως οι καταναλωτές που τείνουν να κάνουν την περισσότερη χρήση των υπηρεσιών αυτών είναι οι καταναλωτές που χρησιμοποιούν περισσότερο τις παραπάνω ηλεκτρονικές συσκευές<sup>144</sup>. Επομένως ανάλογα με την πρόσβαση του κάθε χρήστη σε μια τέτοια συσκευή και την διαθεσιμότητα κάθε εφαρμογής, που παρέχει τις επίμαχες υπηρεσίες, στην εκάστοτε συσκευή, μπορεί να εκτιμηθεί ένα οι υπηρεσίες αυτές ανήκουν στην ίδια σχετική αγορά με τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών<sup>145,146</sup>.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή σε απόφασή της έχει εκτιμήσει και το λογισμικό της εκάστοτε συσκευής. Δεν είναι συμβατές όλες οι εφαρμογές με το κάθε λογισμικό που συνοδεύει την συσκευή που χρησιμοποιεί ένας καταναλωτής, με αποτέλεσμα τον περαιτέρω κατακερματισμό της αγοράς<sup>147</sup>. Σε μεταγενέστερη απόφασή της όμως (*FaceBook/WhatsApp*) απομακρύνθηκε από αυτό το συλλογισμό και έκρινε πως δεν θα πρέπει να αποτελεί κριτήριο για τον ορισμό της σχετικής αγοράς το λειτουργικό σύστημα των συσκευών, καθώς παρά ελάχιστων εξαιρέσεων η πλειοψηφία των εφαρμογών είναι συμβατές με όλα τα λειτουργικά συστήματα<sup>148</sup>.

#### **4.1.6 Κοινωνικά Κριτήρια**

Πέραν των παραπάνω στοιχείων πρέπει να λαμβάνουμε υπόψη και κοινωνικά κριτήρια με τα οποία οι καταναλωτές προχωρούν στην χρήση διαδικτυακών ή μη υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Πρέπει να εξεταστεί και ο λόγος για τον οποίο θα προτιμήσει ένας καταναλωτής την πραγματοποίηση κλήσης μέσω παρόχου επιφυών υπηρεσιών ή μέσω παρόχων υπηρεσιών

---

<sup>143</sup> Βλ. BEREC Report on OTT services, 2016, σελ. 18.

<sup>144</sup> Βλ. René C.G. Arnold, Anna Schneider και Christian Hildebrandt, All communications services are not created equal – Substitution of OTT communication services for ECS from a consumer perspective, <http://ssrn.com/abstract=2756395>, σελ. 13.

<sup>145</sup> Για παράδειγμα οι εφαρμογές WhatsApp και Viber δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν μέσω Η/Υ, παρά μόνο με κινητά τηλέφωνα και tablets. Επιπλέον, μέσω Η/Υ προσφέρονται από το FaceBook και υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης και υπηρεσίες κλήσεων, βίντεοκλήσεων και μηνυμάτων, ενώ μέσω κινητών και tablets οι υπηρεσίες αυτές παρέχονται με διαφορετικές εφαρμογές. Τα ανωτέρω μας υποδεικνύουν ότι τελικοί χρήστες δύνανται να υποκαθιστούν τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών με επιφυσίες υπηρεσίες ανάλογα με την συσκευή που χρησιμοποιούν.

<sup>146</sup> Υποθ. COMP/M.7217- *FaceBook/WhatsApp*, σκ. 21.

<sup>147</sup> Υποθ. COMP/M.6281, *Microsoft/Skype*, σκ. 20.

<sup>148</sup> Υπόθ. COMP/M.7217- *FaceBook/WhatsApp*, σκ. 23.

ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Το ίδιο φυσικά θα πρέπει να γίνει και για τα SMS και την αποστολή άμεσων μηνυμάτων.

Σε μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην Γερμανία εξετάστηκαν διάφοροι λόγοι που παρακινούν τους τελικούς χρήστες να αντικαθιστούν τα SMS και τις υπηρεσίες φωνής των παραδοσιακών παρόχων με τις υπηρεσίες των παρόχων ΟΤΤ. Ειδικότερα, η αποστολή μηνυμάτων μέσω του πλατφόρμων του Διαδικτύου θεωρείται περισσότερο φυσικός τρόπος επικοινωνίας συγκριτικά με την αποστολή SMS. Τα τελευταία εκλαμβάνονται από τους τελικούς χρήστες ως ένα τυπικό μέσο επικοινωνίας<sup>149</sup>. Σχετικά με την φωνή έχει υποστηριχθεί πως μεγάλο ρόλο στην τάση των τελικών να προχωρήσουν στην χρήση επιφυών υπηρεσιών είναι η δυνατότητα πραγματοποίησης βιντεοκλήσεων<sup>150</sup>. Επομένως βλέπουμε πως ρόλο έχει πέραν της μηδενικής τιμής και ένα ποσοτικό κριτήριο. Παρέχεται μία λειτουργία που δεν είναι διαθέσιμη στις παραδοσιακές υπηρεσίες φωνητικών κλήσεων.

Στην ίδια έρευνα φάνηκε και ο λόγος της αντικατάστασης των SMS με τις επιφυείς υπηρεσίες. Αρχικό κίνητρο είναι η μηδενική τιμή στην οποία προσφέρονται. Αυτό όμως είναι ρευστό χαρακτηριστικό όπως είδαμε και παραπάνω, καθώς οποιαδήποτε αύξηση μπορεί να προκαλέσει την απώλεια σημαντικού μεριδίου της αγοράς. Πέραν όμως της τιμής οι καταναλωτές συνεχίζουν την χρήση αυτών των υπηρεσιών λόγω των κοινωνικών επαφών που δημιουργούν και της συνέχειας επικοινωνίας εντός του ομότιμου δικτύου που έχουν καθιερώσει σε κάθε πλατφόρμα<sup>151</sup>. Επομένως παρατηρούμε σε αυτή τη συμπεριφορά των τελικών χρηστών την επίδραση που έχουν τα αποτελέσματα δικτύου στις εν λόγω αγορές, αφού εξαιτίας αυτών καθίσταται δυσχερής η παύση χρήσης και η επιστροφή στα SMS ή η χρήση άλλης πλατφόρμας, με απότοκο την δημιουργία σημαντικής ισχύος στην αγορά.

Βέβαια η Επιτροπή στην ανακοίνωσή της, για την σχετική αγορά, έχει τοποθετηθεί για το ζήτημα της χρήσης των αγαθών, από τους καταναλωτές, και των χαρακτηριστικών. Στις παραγράφους 36 επ. της Ανακοίνωσης έχουν εκτιμηθεί τα κριτήρια που πρέπει να ληφθούν υπόψη για την οριοθέτηση της σχετικής αγοράς υπηρεσιών.

Τονίζεται σε αυτά τα σημεία και η αξιολόγηση της δυνατότητας εναλλαγής ή υποκατάστασης των υπηρεσιών από τους καταναλωτές βάσει ορισμένων χαρακτηριστικών. Ειδικότερα, σύμφωνα με την Επιτροπή τα χαρακτηριστικά και η χρήση δεν επαρκούν για την εκτίμηση της σχέσης υποκατάστασης των προϊόντων. Στηρίζεται σε αυτό το συμπέρασμα για τον λόγο ότι δεν είναι ασφαλή κριτήρια, καθώς ο τρόπος με τον οποίο θα διακυμανθεί η ζήτηση

---

<sup>149</sup> Βλ. René C.G. Arnold, Anna Schneider και Christian Hildebrandt, ο.π. σελ. 6.

<sup>150</sup> Ο.π. σελ. 5-6.

<sup>151</sup> Ο.π. σελ. 13.



εξαρτάται από περισσότερους παράγοντες οι οποίοι καθιστούν ιδιαίτερα δυσχερή την εκτίμηση της ευαισθησίας των καταναλωτών σε κάθε έναν από αυτούς.

## **4.2 Σχετική Γεωγραφική Αγορά**

### **4.2.1 Γενικά**

Αφού επιβεβαιωθούν τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που τελούν σε σχέση υποκατάστασης και άρα οριοθετηθεί η σχετική αγορά υπηρεσιών θα πρέπει να ελεγχθούν τα γεωγραφικά όρια στα οποία μετουσιώνεται η ανταγωνιστική αυτή σχέση. Η οριοθέτηση της γεωγραφικής αγοράς είναι ένας πάρα πολύ σημαντικός παράγοντας που θα καθορίσει την αναγνώριση παραβιάσεων και θα κρίνει με βάση ένα τοπικό κριτήριο σε ποιο γεωγραφικό σημείο υφίσταται ανταγωνισμός προϊόντων ή υπηρεσιών. Η σχετική γεωγραφική αγορά αποτελεί την περιοχή στην οποία ανταγωνίζονται οι υπό έλεγχο επιχειρήσεις και προϊόντα ή υπηρεσίες, ενώ οι όροι αυτού του ανταγωνισμού έχουν επαρκή βαθμό ομοιογένειας ούτως ώστε η υπό εξέταση αγορά να είναι διακριτή από γειτονικές<sup>152</sup>.

Κατά τον έλεγχο της σχετικής γεωγραφικής αγοράς η αρμόδια, κάθε φορά, αρχή πρέπει να αποδώσει την δέουσα προσοχή, γιατί ανάλογα με μια ευρεία ή στενή οριοθέτηση μπορεί να αποκτήσει λανθασμένη εικόνα για τις συνθήκες ανταγωνισμού που επικρατούν στην υπό εξέταση αγορά. Έτσι γίνεται σαφές πως εάν για παράδειγμα ως σχετική γεωγραφική αγορά προσδιορισθεί η ελληνική αντί αυτή της ευρωπαϊκής, τότε κατά πάσα πιθανότητα θα στοιχειοθετηθεί παράβαση αντιανταγωνιστικής πρακτικής, καθώς τα μερίδια αγοράς θα είναι ιδιαίτερα υψηλά. Και αντιστρόφως, εάν ως γεωγραφική αγορά ληφθεί υπόψη η ενιαία ευρωπαϊκή αγορά ή να γίνει δεκτό ότι η αγορά είναι παγκόσμια τότε θα είναι δυσχερέστερο να στοιχειοθετηθεί παραβατική συμπεριφορά λόγω εξαιτίας των ευρύτερων μεριδίων της αγοράς των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων.

### **4.2.2 Σχετική Γεωγραφική Αγορά Επιφυών Υπηρεσιών**

Στην περίπτωση των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών και των υπηρεσιών που προσφέρονται μέσω διαδικτυακού πρωτοκόλλου οι δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι ρυθμιστικές αρχές και οι αρχές ανταγωνισμού είναι ακόμα μεγαλύτερες από τις συνήθεις. Στο Διαδίκτυο είναι εύκολο να ισχυριστούμε πως δεν υφίστανται γεωγραφικά όρια λόγω της δυνατότητας να έρχεται κανείς σε επαφή δίχως να υπάρχει περιορισμός ως προς την απόσταση.

---

<sup>152</sup> Ανακοίνωση της Επιτροπής, 97/C 372/03, παρ. 8.

Η αποδοχή όμως αυτού του προσδιορισμού της σχετικής γεωγραφικής αγοράς μπορεί να αποδειχθεί αρκετά επισφαλής.

Σε αυτή την κατεύθυνση κινούνται κατά κύριο λόγο τα Δικαστήρια και οι αρμόδιες αρχές ανταγωνισμού. Συγκεκριμένα, η Επιτροπή στις αποφάσεις της *Microsoft/Skype*<sup>153</sup>, *Microsoft/Nokia*<sup>154</sup> και *FaceBook/WhatsApp*<sup>155</sup> έκρινε πως η αγορά θα πρέπει να έχει ως γεωγραφικά όρια, όσον αφορά επιφυείς υπηρεσίες τηλεπικοινωνίας, τουλάχιστον τον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο (EOX). Οι τρεις αυτές αποφάσεις στηρίχθηκαν στα χαρακτηριστικά των προσφερόμενων υπηρεσιών σε εθνικό, πανευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο. Έτσι στην πρώτη υπόθεση θεωρήθηκε πως δεν υπάρχουν νομικά και τεχνικά κριτήρια, τα οποία να περιορίζουν την παροχή των εν λόγω υπηρεσιών στους τελικούς χρήστες<sup>156</sup>. Στο ίδιο συμπέρασμα δίχως περαιτέρω αιτιολογία κατέληξε και στην υπόθεση *Microsoft/Nokia*<sup>157</sup>.

Από την άλλη στην τελευταία υπόθεση, αν και δεν άλλαξε την στάση της η Επιτροπή, προχώρησε σε μια πιο λεπτομερή εξέταση της αγοράς. Συγκεκριμένα, ήλεγξε κατά πόσο μπορεί να υπάρξει σχετική γεωγραφική αγορά σε εθνικό επίπεδο για τις φωνητικές υπηρεσίες που προσφέρονται μέσω του Διαδικτύου και τις εφαρμογές ανταλλαγής άμεσων μηνυμάτων. Πάλι αναγνώρισε την απουσία ιδιαίτερων διαφορών ως προς την παροχή των επίμαχων υπηρεσιών σε παγκόσμιο επίπεδο, αλλά διαπίστωσε πως υπάρχουν εναλλακτικές προτιμήσεις των τελικών χρηστών ανά κράτος-μέλος της Ένωσης, με αποτέλεσμα να μην υπάρχει ένας κυρίαρχος παίκτης στην ευρωπαϊκή αγορά<sup>158</sup>. Όπως διαπίστωσε, στην Κροατία και την Ελλάδα κυρίαρχος πάροχος επιφυών υπηρεσιών διαπροσωπικής επικοινωνίας είναι το Viber, η εφαρμογή του FaceBook, Messenger, κατέχει μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς στην Ουγγαρία, Πολωνία και Λιθουανία συγκριτικά με τις υπόλοιπες, ενώ στην Ιρλανδία και την Ολλανδία μεγαλύτερο μερίδιο κατέχει το WhatsApp. Πέραν όμως αυτών των διαφορών δεν θεώρησε πως επηρεάζουν την εκτίμηση των ανταγωνιστικών συνθηκών, με απότοκο να επιμένει στην οριοθέτηση της σχετικής γεωγραφικής αγοράς τουλάχιστον εντός του EOX.

#### **4.2.3 Σχετική Γεωγραφική Αγορά Υπηρεσιών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών**

---

<sup>153</sup> Υπόθ. COMP/M.6281, *Microsoft/Skype*.

<sup>154</sup> Υπόθ. COMP/M.7047 - *Microsoft/ Nokia*.

<sup>155</sup> Υπόθ. COMP/M.7217- *FaceBook/WhatsApp*.

<sup>156</sup> Υπόθ. COMP/M.6281, σκ. 64 επ.

<sup>157</sup> Υπόθ. COMP/M.7047, σκ. 77 επ.

<sup>158</sup> Υπόθ. COMP/M.7217, σκ. 37 και 38.

Η οριοθέτηση της σχετικής γεωγραφικής αγοράς στις «διαχειριζόμενες» υπηρεσίες που προσφέρουν οι φορείς εκμετάλλευσης του δικτύου τυγχάνει διαφορετικής αντιμετώπισης σε σχέση με τις επιφυείς υπηρεσίες. Αυτό μάλιστα ίσως να αποτελεί και ένα πρόσθετο πρόβλημα για την ομοιόμορφη αντιμετώπιση των υπηρεσιών πέραν των υπόλοιπων λειτουργικών, τεχνικών και κοινωνικών στοιχείων που αναφέρθηκαν παραπάνω.

Σε όλες τις αποφάσεις της η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει ορίσει την σχετική γεωγραφική αγορά, τόσο της σταθερής όσο και της κινητής τηλεφωνίας, σε εθνικό πλαίσιο. Ο λόγος που υιοθετεί τόσο στενή στάση είναι τα χαρακτηριστικά των εθνικών αγορών. Οι ανταγωνιστικές συνθήκες που επικρατούν σε κάθε κράτος-μέλος, για να μην αναφερθούμε και στις συνθήκες λοιπών εθνικών αγορών, δεν παρουσιάζουν την απαιτούμενη ομοιογένεια για την ένταξή τους σε μία ενιαία αγορά ηλεκτρονικών επικοινωνιών, όπως απαιτεί η Ανακοίνωση της Επιτροπής όσον αφορά τον ορισμό της σχετικής αγοράς για τους σκοπούς του κοινοτικού δικαίου ανταγωνισμού στην παρ. 8<sup>159</sup>.

Η αντιμετώπιση αυτή, της σχετικής γεωγραφικής αγοράς, ανάμεσα στις δύο κατηγορίες υπηρεσιών, τις οποίες προσπαθούμε στην μελέτη μας να εξετάσουμε για τυχόν ανταγωνιστική μεταξύ τους σχέση, μας τονίζει μια σημαντική διαφορά που υπάρχει ανάμεσά τους. Οι επιφυείς τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες φαίνεται να έχουν ως σύνορα προσφοράς και ζήτησης παγκοσμίου επιπέδου, αν και οι αρχές της ΕΕ διστάζουν να προσδιορίσουν, μέχρι στιγμής τουλάχιστον, αγορές ευρύτερες από τον ΕΟΧ. Αντίθετα οι υπηρεσίες σταθερής και κινητής τηλεφωνίας που απευθύνονται σε τελικούς χρήστες οριοθετούνται πάντοτε σε εθνικό επίπεδο.

## 5. Συμπεράσματα

Η παραδοχή πως οι ανωτέρω υπηρεσίες εμπίπτουν στο πεδίο της ΚτΠ και όχι στις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών παίζει ουσιαστικό ρόλο στο πρόβλημα του ανταγωνιστικού πλαισίου εντός του οποίου δραστηριοποιούνται πάροχοι επιφυών και παραδοσιακών υπηρεσιών.

Οι παροχές που εντάσσονται στο νομοθετικό πλαίσιο της Οδηγίας 98/34, ευθύς εξ αρχής δεν υπόκεινται στις συμμετρικές και τις *ex ante* υποχρεώσεις που προβλέπονται στην αγορά ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Όσον αφορά τις υπηρεσίες της «μαύρης» λίστας επιφυών υπηρεσιών δεν αντιμετωπίζονται ιδιαίτερα ζητήματα. Αυτές υπόκεινται στις ρυθμιστικές απαιτήσεις του νομικού πλαισίου των ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Από την άλλη, αποτέλεσμα της συμπερίληψης των υπηρεσιών ΟΤΤ-1, όπως διακρίναμε παραπάνω, στις υπηρεσίες της

---

<sup>159</sup> Υπόθ. COMP/M.6992 *Hutchison 3G UK / Telefonica Ireland* σκ. 162, Υπόθ. AT.39839 – *Telefonica/Portugal Telekom* σκ. 198, Υπόθ. COMP/M.7231 - *Vodafone/ONO* σκ. 31 και 40, Υπόθ. COMP/M.6990 - *Vodafone/ Kabel Deutschland* σκ. 133-137, Υπόθ. COMP/M.5650 - *T-Mobile/ Orange* σκ. 25 και 26.

κοινωνίας της πληροφορίας είναι να δημιουργούνται άνισοι όροι με τους οποίους ανταγωνίζονται μεταξύ τους οι παίκτες στην αγορά των τηλεπικοινωνιών. Οι υπηρεσίες αυτές λόγω των χαρακτηριστικών τους επηρεάζουν άμεσα την προσφορά και τη ζήτηση στην αγορά της φωνής και των SMS<sup>160</sup>. Έτσι μη παρέχοντας ένα κοινό σύστημα κανόνων, βάσει των οποίων θα πρέπει να ανταγωνίζονται στην αγορά οι επιχειρήσεις που προσφέρουν τις υπηρεσίες μέσω του Διαδικτύου, δίχως απευθείας σύνδεση στο δημόσιο δίκτυο επικοινωνιών, τους παρόχους υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών υφίσταται μια ανισορροπία στην αγορά που ίσως να έχει καταστρεπτικά για τους καταναλωτές αποτελέσματα.

Η παραδοχή ότι οι υπηρεσίες φωνής και μηνυμάτων, που παρέχονται μέσω δικτύου ηλεκτρονικών επικοινωνιών και μέσω διαδικτυακού πρωτοκόλλου, βρίσκονται σε σχέση υποκατάστασης θα έχει σημαντικές επιπτώσεις στην αγορά των τηλεπικοινωνιών. Αποτέλεσμα θα είναι ότι οι πάροχοι επιφυών υπηρεσιών θα θεωρηθούν ανταγωνιστές των παραδοσιακών παρόχων και θα γίνει δεκτό πως όντως στην αγορά ισχύουν άνισοι όροι για επιχειρήσεις που ανταγωνίζονται μεταξύ τους. Φυσικό επόμενο αυτή της παραδοχής θα είναι είτε η επέκταση ορισμένων τομεακών υποχρεώσεων και στους παρόχους επιφυών υπηρεσιών είτε η απορρύθμισή τους από τους παραδοσιακούς παρόχους.

Έτσι καταλήγουμε πως η οριοθέτηση της σχετικής αγοράς υπηρεσιών θα πρέπει να πραγματοποιείται μετά από εξέταση όλων των ανωτέρω μεταβλητών που αναφέραμε παραπάνω, δίχως να περιορίζεται στις μεταβολές τιμής και τα ποσοστά της κάθε επιχείρησης στην αγορά. Δεν μπορούν οι αρμόδιες αρχές να τηρούν μια αδιάλλακτη και στατική θέση όσον αφορά με τον ορισμό της σχετικής αγοράς και ειδικότερα στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και υπηρεσιών που προσφέρονται μέσω του Διαδικτύου, καθώς χαρακτηρίζονται από ιδιαίτερα δυναμικές συνθήκες. Οι τεχνολογικές εξελίξεις λαμβάνουν χώρα συνεχώς με αποτέλεσμα την απαίτηση από τις αρμόδιες αρχές ανταγωνισμού και ρυθμιστικές αρχές να λαμβάνουν υπόψη τους κριτήρια που εξυπηρετούν την αντίληψη και εκτίμηση αυτών των εξελίξεων.

---

<sup>160</sup> Μάλιστα, όπως έχει ρητά εκφραστεί από παραδοσιακούς παρόχους η ανταγωνιστική αυτή σχέση των υπηρεσιών (παραδοσιακών και επιφυών) είναι μονομερής και όχι αμφίδρομη, οι επιφυείς υπηρεσίες ασκούν πίεση και δύνανται να έχουν περιοριστικές επιδράσεις στις παραδοσιακές, δίχως να ισχύει το αντίστροφο, Υπόθ. COMP/M.7217-*FaceBook/WhatsApp* σκ. 32.

## Δ. Η Επίτευξη μιας Αγοράς με Ισότιμους Όρους Ανταγωνισμού – Level Playing Field

### 1. Το ισχύον Ρυθμιστικό Πλαίσιο

Το παρόν νομικό πλαίσιο της ΕΕ απαρτίζεται από ένα σώμα οδηγιών, που πλαισιώνονται γύρω από την βασική Οδηγία Πλαίσιο<sup>161</sup>. Οι Οδηγίες που διαμορφώνουν το Ρυθμιστικό Πλαίσιο των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών εντός της ενωσιακής αγοράς, πέραν της προαναφερόμενης, είναι οι ακόλουθες: η Οδηγία για την «Αδειοδότηση»<sup>162</sup>, για την «Πρόσβαση»<sup>163</sup>, για την «Καθολική Υπηρεσία»<sup>164</sup> και για την «Προστασία της Ιδιωτικής Ζωής στις Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες»<sup>165</sup>. Το εν λόγω Ρυθμιστικό Πλαίσιο ισχύει όπως έχει τροποποιηθεί με την Οδηγία 2009/140/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 25<sup>ης</sup> Νοεμβρίου 2009<sup>166</sup>.

Τα νομοθετικά αυτά κείμενα αποτελούν τις νομικές επιταγές της Ένωσης βάσει των οποίων θα πρέπει, τα κράτη-μέλη, να επιβάλλουν τις εκ των προτέρων ρυθμιστικές υποχρεώσεις, στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα των τηλεπικοινωνιών, είτε κατέχοντας δίκτυο ηλεκτρονικών επικοινωνιών<sup>167</sup>, το οποίο και εκμεταλλεύονται, είτε παρέχοντας υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών<sup>168</sup>. Απώτερος σκοπός του εν λόγω πλαισίου, όπως αναφέρεται και στην αιτιολογική σκέψη 5 της Οδηγίας 2009/140/ΕΚ, είναι η μείωση των *ex ante* τομεακών υποχρεώσεων και η κατεύθυνση προς ένα σύστημα το οποίο και θα διέπεται από τις επιταγές του

---

<sup>161</sup> Οδηγία 2002/21/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 7ης Μαρτίου 2002, σχετικά με το κοινό κανονιστικό πλαίσιο για δίκτυα και υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών (Οδηγία Πλαίσιο).

<sup>162</sup> Οδηγία 2002/20/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 7ης Μαρτίου 2002, για την αδειοδότηση δικτύων και υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών (οδηγία για την αδειοδότηση).

<sup>163</sup> Οδηγία 2002/19/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 7ης Μαρτίου 2002, σχετικά με την πρόσβαση σε δίκτυα ηλεκτρονικών επικοινωνιών και συναφείς ευκολίες, καθώς και με τη διασύνδεσή τους (οδηγία για την πρόσβαση).

<sup>164</sup> Οδηγία 2002/22/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 7ης Μαρτίου 2002, για την καθολική υπηρεσία και τα δικαιώματα των χρηστών όσον αφορά δίκτυα και υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών (οδηγία καθολικής υπηρεσίας).

<sup>165</sup> Οδηγία 2002/58/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 12ης Ιουλίου 2002, σχετικά με την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και την προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών (οδηγία για την προστασία ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες).

<sup>166</sup> Στο εθνικό μας δίκαιο το παρόν ρυθμιστικό πλαίσιο της ΕΕ έχει τεθεί σε ισχύ με τον νόμο 4070/2012.

<sup>167</sup> Οδηγία 2002/21/ΕΚ αρ. 2, στ. α'.

<sup>168</sup> Ο.π. αρ. 2, στ. γ'.

ελεύθερου ανταγωνισμού, αν όχι αποκλειστικά λόγω του ιδιαίτερου χαρακτήρα των υπηρεσιών που προσφέρονται, τότε στον μέγιστο δυνατό βαθμό.

## 2. Ο ορισμός των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών

Ένας από τους πρώτους στόχους που πρέπει να επιτευχθεί για την δημιουργία μίας αγοράς με ισότιμους όρους ανταγωνισμού είναι η τροποποίηση του ορισμού των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, όπως αυτές ορίζονται στο άρθρο 2 στοιχ. γ' της Οδηγίας-Πλαισίου. Ένα από τα βασικά στοιχεία που διακρίνει τις υπηρεσίες αυτές είναι «η μεταφορά σημάτων σε δίκτυα ηλεκτρονικών επικοινωνιών». Το στοιχείο αυτό είναι παρωχημένο, καθώς οι επιφυείς υπηρεσίες αν και δύνανται να τυγχάνουν σε ανταγωνιστική σχέση με τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών δεν μεταφέρουν σήματα ανάμεσα στα δίκτυα, γιατί προσφέρονται μέσω του Διαδικτύου. Με το να συντελούν όμως, στην μείωση των εσόδων που παρατηρείται στις παραδοσιακές υπηρεσίες φωνής και SMS, προφανώς και υφίσταται ένα περιβάλλον που ευνοεί μία κατηγορία υπηρεσιών έναντι μίας άλλης, παρά την δυνάμενη σχέση υποκατάστασής τους. Έτσι, δεν θα πρέπει βάσει αυτού του στοιχείου να υπάρχει διάκριση των υπηρεσιών σε αυτές των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και σε αυτές της κοινωνίας της πληροφορίας.

Θα πρέπει να γίνει ένα βήμα προς την επίτευξη ενός ρυθμιστικού πλαισίου βάσει ενός τεχνολογικά ουδέτερο περιβάλλον. Εάν εμφανίζεται μετά από την ανάλυση μίας αγοράς σχέση υποκατάστασης των υπηρεσιών ασχέτως τον τρόπο με τον οποίο παρέχονται τότε θα πρέπει αυτές να αντιμετωπίζονται με τον ίδιο τρόπο<sup>169</sup>. Η τεχνολογική ουδετερότητα (technical neutrality) για την διάκριση υποκατάστατων υπηρεσιών αποτελεί ένα πολύ βασικό μέσο για την δημιουργία ισότιμων όρων ανταγωνισμού<sup>170</sup>. Την ανάγκη αυτή για τεχνολογική ουδετερότητα, αναγνωρίζει και η Πρόταση για την θέσπιση του Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών στην αιτιολογική σκέψη 16<sup>171</sup>. Συγκεκριμένα, σημειώνεται πως λόγω της υποκατάστασης, από τους τελικούς χρήστες των παραδοσιακών υπηρεσιών, με υπηρεσίες που προσφέρονται μέσω του Διαδικτύου, θα πρέπει να παύσει να βασίζεται ο ορισμός των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών σε τεχνολογικές παραμέτρους, όπως αυτή της μεταφοράς σημάτων.

<sup>169</sup> Βλ. ETNO, Policy Paper Towards a New Telecoms Framework, σελ. 22, [https://etno.eu/datas/publications/studies/2016\\_Summary\\_TelcoFrameworkReview.pdf](https://etno.eu/datas/publications/studies/2016_Summary_TelcoFrameworkReview.pdf).

<sup>170</sup> Anne-Marie Allouët, Sylvie Le Franc, Marie-Noémie Marques & Luisa Rossi, Achieving a Level Playing Field between the Players of the Internet Value Chain, Digiworld Economic Journal, no. 93, 1<sup>st</sup> Q. 2014, σελ. 105, ETNO ο.π. 19.

<sup>171</sup> COM(2016) 590 final, Πρόταση για Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την θέσπιση του Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών.

Πολύ σημαντική είναι η διάκριση των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών στην οποία προχωράει ο ανωτέρω Κώδικας. Ειδικότερα, Στο άρθρο 2 στοιχ. 4 οι υπηρεσίες διακρίνονται σε τρεις: α) σε αυτές που παρέχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο, β) στις υπηρεσίες διαπροσωπικών επικοινωνιών και γ) στις υπηρεσίες που συνίστανται εν όλω ή εν μέρει στην μεταφορά σήματος. Στην μελέτη μας, η κατηγορία υπηρεσιών που μας απασχολεί κατά κύριο λόγο είναι η δεύτερη, η οποία αφορά τις υπηρεσίες φωνής, SMS, VoIP, IM, e-mails κοκ.

Ως υπηρεσίες διαπροσωπικών επικοινωνιών ορίζονται «οι υπηρεσίες που παρέχονται συνήθως έναντι αμοιβής και με τις οποίες παρέχεται η δυνατότητα απευθείας διαπροσωπικής και διαδραστικής ανταλλαγής πληροφοριών μέσω δικτύων ηλεκτρονικών επικοινωνιών μεταξύ πεπερασμένου αριθμού προσώπων, κατά την οποία τα πρόσωπα που αρχίζουν την επικοινωνία ή συμμετέχουν σε αυτήν καθορίζουν τον(-ους) αποδέκτη(-ες) της». Κατόπιν σημειώνεται πως δεν πρέπει να υπάγονται σε αυτή την κατηγορία όσες υπηρεσίες προσφέρουν αυτή τη διαπροσωπική και διαδραστική ανταλλαγή πληροφοριών ως έλασσον<sup>172</sup>. Ενώ, δεν θα πρέπει να συγχέονται σε αυτή την διάκριση υπηρεσίες που προσφέρουν στους τελικούς χρήστες την επικοινωνία με αόριστο και απροσδιόριστο αριθμό τελικών χρηστών. Στη συνέχεια οι επίμαχες υπηρεσίες κατηγοριοποιούνται σε αυτές που προσφέρονται βάσει αριθμών και σε αυτές που είναι ανεξάρτητες αριθμοδότησης<sup>173</sup>. Βλέπουμε έτσι πως υπάρχει η τάση για απομάκρυνση από τον χαρακτηρισμό μιας υπηρεσίας ως υπηρεσία ηλεκτρονικών επικοινωνιών βάσει τεχνικών κριτηρίων. Η κατεύθυνση αυτή μάλιστα προτείνεται και στην αιτιολογική σκέψη 14 του προτεινόμενου Κώδικα, όπου αναγνωρίζεται η σχέση ανταγωνισμού των φωνητικών υπηρεσιών που προσφέρονται μέσω διαδικτυακού πρωτοκόλλου με τις παραδοσιακές υπηρεσίες και η ανάγκη της τεχνολογικής ουδετερότητας που πρέπει να διέπει την αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών.

### **3. Αριθμοδότηση και Φορητότητα Αριθμών**

#### **3.1 Αριθμοδότηση**

Η Οδηγία για την Καθολική Υπηρεσία (Οδ. 2002/22/EK) στο άρθρο 2 στοιχ. δ' και στ' ορίζονται οι αριθμοί που υποχρεούνται να εκδίδουν οι πάροχοι των «διαχειριζόμενων» υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Αυτοί διακρίνονται σε γεωγραφικούς και μη. Οι πρώτοι αποτελούν, όπως μας προϋδεάζει η έννοια, αριθμούς που απονέμουν οι αρμόδιες αρχές, βάσει του εθνικού σχεδίου αριθμοδότησης, οι οποίοι έχουν γεωγραφική σημασία, καθώς ταυτοποιούν

<sup>172</sup> Για παράδειγμα τα διαδικτυακά παιχνίδια τα οποία παρέχουν chat rooms στους χρήστες τους.

<sup>173</sup> COM(2016) 590, Πρόταση για Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την θέσπιση του Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, αρ. 2 στοιχ. 6 και 7.

τους συνδρομητές εντός συγκεκριμένου γεωγραφικού χώρου. Παράδειγμα γεωγραφικών αριθμών αποτελούν τα σταθερά τηλέφωνα, τα οποία ανάλογα με την περιοχή στην οποία απονέμεται ο αριθμός έχουν συγκεκριμένο κωδικό διάκρισης.

Από την άλλη ως μη γεωγραφικοί αριθμοί νοούνται αυτοί που δεν περιορίζονται εντός γεωγραφικών ορίων και μπορούν να απονεμηθούν σε έναν συνδρομητή σε περιοχή κράτους μέλους. Παραδείγματος χάρη οι αριθμοί των κινητών τηλεφώνων δεν έχουν συγκεκριμένο διακριτικό στοιχείο το οποίο διαφοροποιείται ανάλογα με την περιοχή στην οποία απονέμεται, αλλά υπάρχει διάκριση ανάλογα με τον πάροχο που τον απονέμει.

Στην ουσία η αριθμοδότηση αποτελεί στοιχείο διάκρισης για τους συνδρομητές του κάθε παρόχου παραδοσιακών φωνητικών υπηρεσιών<sup>174</sup>. Πέραν αυτού είναι και μέσο για την επικοινωνία των συνδρομητών μεταξύ τους, για τον λόγο ότι παρουσιάζεται μια υλική σύνδεση ενός τηλεφωνικού αριθμού με το σημείο τερματισμού δικτύου<sup>175</sup>.

Η παροχή αριθμών στους συνδρομητές αποτελεί υποχρέωση ενός παρόχου υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών που ασκεί έλεγχο επί του δικτύου, το οποίο μεταφέρει το απαιτούμενο για την επικοινωνία σήμα. Αλλά πέραν αυτού και τα ίδια τα κράτη-μέλη οφείλουν να μεριμνούν για την διαθεσιμότητα των αριθμών στο καταναλωτικό κοινό και την ίση και μη διακριτική μεταχείριση των παρόχων υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών<sup>176</sup>.

Οι διαφορές που εμφανίζονται ανάμεσα στις υπηρεσίες φωνής μέσω του Διαδικτύου και τις παραδοσιακές υπηρεσίες φωνής εξαιτίας του συστήματος της αριθμοδότησης είναι ουσιώδεις. Οι επιφυείς υπηρεσίες, οι οποίες δεν έχουν πρόσβαση στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο<sup>177</sup>, όπως αντίθετα συμβαίνει με το Viber Out και το Skype Out, χρησιμοποιούν στοιχεία αναγνώρισης, άλλα από αυτό ενός αριθμού, τα οποία μπορούν να αποκτηθούν από διάφορες πηγές. Τα στοιχεία αυτά έχουν ως κύριο μέσο την πρόσβαση του τελικού χρήστη στο Διαδίκτυο και αποτελούν κυρίως διευθύνσεις διαδικτυακού πρωτοκόλλου, διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και ονόματα χώρου (domain names)<sup>178</sup>.

---

<sup>174</sup> Βλ. *Tony Shortall*, Determining the Scope of the Regulatory Framework, ENLR, 2/2016, σελ. 127, ERG Common Position on VoIP, Δεκέμβριος 2007, σελ. 14.

<sup>175</sup> Οδηγία 2002/22/EK αρ. 2 στοιχ. ε', βλ. μελέτη SMART 2015/003 που πραγματοποιήθηκε από τη WIK, την CRIDS και την Cullen, Substantive issues for review in the areas of market entry, management of scarce resources and general end-user issues, σελ. 143, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/substantive-issues-review-areas-market-entry-management-scarce-resources-and-general-end-user-0>.

<sup>176</sup> Οδηγία 2002/21/EK αρ. 10, Ν. 4070/2012 αρ. 68 παρ. 1.

<sup>177</sup> Οδηγία 2002/22/EK αρ. 2 στοιχ. β'.

<sup>178</sup> Βλ. *Tony Shortall* ο.π. σελ. 128.



### 3.2 Φορητότητα

Ως φορητότητα αριθμών νοείται η υποχρέωση των παρόχων υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών να καθιστούν δυνατή την επιλογή στους συνδρομητές τους να διατηρούν τον ίδιο αριθμό ανεξαρτήτως της επιχείρησης που παρέχει τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών<sup>179</sup>. Βέβαια η υποχρέωση φορητότητας μπορεί να υπόκειται σε δύο εξαιρέσεις. Δεν είναι δυνατό να επικληθεί το δικαίωμα αυτό ο συνδρομητής για να διατηρήσει προηγούμενο γεωγραφικό αριθμό σε τόπο άλλο από αυτόν που προσδιορίζει ο αριθμός του. Επίσης, δεν μπορεί να μεταφερθεί αριθμός σταθερού τηλεφώνου σε δίκτυο κινητής τηλεφωνίας<sup>180</sup>. Στα κράτη-μέλη η φορητότητα των αριθμών θεωρείται θεμελιώδες για τους καταναλωτές δικαίωμα, με αποτέλεσμα την επιβολή υποχρεώσεων από τα πρώτα στους παρόχους υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών

Μία από τις σημαντικότερες υποχρεώσεις που επιβάλλονται στις επιχειρήσεις που βαρύνονται με το καθήκον της αριθμοδότησης και της φορητότητας των αριθμών είναι η κοστοστρέφεια<sup>181</sup>. Ως κοστοστρέφεια εννοούμε την υποχρέωση μιας επιχείρησης να προσφέρει ορισμένες υπηρεσίες της βάσει του οριακού ή μεταβλητού της κόστους<sup>182</sup>. Βέβαια είναι πάγια η προσέγγιση των αρμόδιων αρχών να αφήνουν περιθώριο στους παρόχους υπηρεσιών, που επιβάλλεται η υποχρέωση κοστοστρέφειας, να ανακτήσουν, βάσει ενός ευλόγου συντελεστή, το επενδεδυμένο κεφάλαιο<sup>183</sup>.

Γίνεται αντιληπτό μετά την ανάλυση της αγοράς που πραγματοποιήθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο πως η διευκόλυνση του συνδρομητή να αλλάξει πάροχο είναι υψίστης σημασίας. Μέσω του δικαιώματος ενός συνδρομητή να αιτείται την φορητότητα του αριθμού του προάγεται ένα υγιές ανταγωνιστικό πλαίσιο εντός του οποίου δρουν οι παραδοσιακοί πάροχοι των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Λόγω της ολιγοπωλιακής διάρθρωσης της αγοράς τόσο στην σταθερή, αλλά και στην κινητή τηλεφωνία οι καταναλωτές δίχως την δυνατότητα να μπορούν να αλλάξουν πάροχο με την κατοχή του ίδιου αριθμού δεν θα προέβαιναν ποτέ σε μια τέτοια «μετακίνηση». Αποτέλεσμα τούτου θα ήταν η δημιουργία μιας αποτρεπτικής, για τον κάθε συνδρομητή, κατάστασης προς μεταφορά σε άλλο πάροχο, με περαιτέρω απότοκο τον περιορισμό του ανταγωνισμού σε οριζόντιο επίπεδο. Αυτό επιβεβαιώνει και η Οδηγία για την

<sup>179</sup> Οδηγία 2002/22/EK αρ. 30παρ. 1.

<sup>180</sup> Ο.π. αρ. 30 παρ. 1 εδ. β'.

<sup>181</sup> Οδηγία 2002/22/EK αιτ. σκ. 42, αρ. 30 παρ. 2, αρ. 68 παρ. 2 Ν. 4070/2012.

<sup>182</sup> Βλ. *Γιώργος Ι. Δελλής*, Κοινή Ωφέλεια και Αγορά, Τόμος Β', Το δημόσιο δίκαιο των υπό απελευθέρωση κοινοφελών υπηρεσιών (ηλεκτρονικές επικοινωνίες, ενέργεια, ταχυδρομείο, μεταφορές, ραδιοτηλεόραση), Εκδ. Αντ. Ν. Σάκκουλα, Αθήνα-Κομοτηνή 2008, σελ. 212.

<sup>183</sup> Αρ. 52 παρ. 1 εδ. β' Ν. 4070/2012.

Καθολική Υπηρεσία (2002/22/EK) στην αιτιολογική σκέψη 40, όπου επισημαίνεται πως η φορητότητα των αριθμών διευκολύνει του καταναλωτές και προάγει τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό στην αγορά των τηλεπικοινωνιών.

Στην περίπτωση των επιφυών υπηρεσιών η φορητότητα παρουσιάζει διαφορετικά ζητήματα από αυτά των παραδοσιακών υπηρεσιών φωνής και μηνυμάτων. Λόγω της φύσης των στοιχείων που εξατομικεύουν τον κάθε χρήστη (ηλεκτρονικές διευθύνσεις, διευθύνσεις διαδικτυακού πρωτοκόλλου κλπ) δεν υπάρχει αυτή η αποκλειστικότητα που παρουσιάζει η αριθμοδότηση για τον κάθε συνδρομητή. Από αυτό συνάγεται πως δεν παρουσιάζονται τα ίδια περιοριστικά, ως προς τον ανταγωνισμό, ζητήματα όπως στις παραδοσιακές αγορές. Όντως οι τελικοί χρήστες είναι ελεύθεροι να προχωρούν στην συμμετοχή πλειόνων πλατφόρμων που παρέχουν υπηρεσίες VoIP και IM, με συνέπεια την ύπαρξη αποτελεσματικού ανταγωνισμού στον συγκεκριμένο τομέα. Επομένως μπορεί να υποστηριχθεί πως δεν είναι αναγκαία η επέκταση της εν λόγω υποχρέωσης προς αριθμοδότηση και από τους παρόχους των επίμαχων υπηρεσιών, καθώς θα δημιουργούσε περισσότερα προβλήματα, δίχως να επιτύχει ένα πλαίσιο ανταγωνισμού με ισότιμους όρους<sup>184</sup>.

Υποστηρίζεται όμως και η αντίθετη πλευρά. Στις περιπτώσεις της σταθερής τηλεφωνίας, με γεωγραφικούς αριθμούς, θα πρέπει να παρέχεται στους συνδρομητές η δυνατότητα να αλλάξουν πάροχο, επιλέγοντας έναν πάροχο φωνητικών υπηρεσιών μέσω διαδικτυακού πρωτοκόλλου, που κάνει χρήση του δικτύου σταθερής τηλεφωνίας, με την διατήρηση του ίδιου αριθμού. Η ευχέρεια αυτή πρέπει να καθίσταται δυνατή διότι εν απουσία της θα ευνοούνται οι παραδοσιακοί πάροχοι έναντι των επιφυών, για τον λόγο ότι οι συνδρομητές των πρώτων δεν θα επιθυμούν να επιλέξουν ως συμβαλλομένους τους, τους τελευταίους, εάν δεν μπορούν να διατηρήσουν τον προγενέστερο αριθμό τους<sup>185</sup>. Το ίδιο συμβαίνει και για την φορητότητα των αριθμών κινητής τηλεφωνίας, απλά σε αυτή την περίπτωση δεν τίθενται γεωγραφικοί περιορισμοί λόγω της φύσης των αριθμών που παρέχονται στους τελικούς χρήστες.

Ακόμα ένα πρόβλημα που δημιουργείται εξαιτίας της απουσίας έκδοσης αριθμών στις φωνητικές υπηρεσίες μέσω διαδικτυακού πρωτοκόλλου είναι η νόμιμη παρακολούθηση των τηλεπικοινωνιών. Οι αρμόδιες αρχές δύνανται, λόγω της φύσης των αριθμών και της σύνδεσής τους με το υλικό κομμάτι του δικτύου (Σημείο Τερματισμού Δικτύου<sup>186</sup>), να ταυτοποιήσουν την γραμμή με την οποία πρέπει να συνδεθούν για να αποκτήσουν τα στοιχεία που αναζητούν. Οι

---

<sup>184</sup> Βλ. *Tony Shortall* ο.π. σελ. 128.

<sup>185</sup> ERG Common Position on VoIP, Δεκέμβριος 2007, σελ. 19.

<sup>186</sup> Οδηγία 2002/22/EK αρ. 2 στοιχ. ε'.

αριθμοί και αυτός ο τρόπος σύνδεσής με το δίκτυο διατηρούν την ασφάλεια και την ορθή λειτουργία των υπόλοιπων τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών του δικτύου<sup>187</sup>.

Από την άλλη λόγω της απουσίας αριθμοδότησης στις επιφυσίες υπηρεσίες με ομότιμα δίκτυα, δεν είναι δυνατή η τοποθέτηση του καλούντος, με αποτέλεσμα την δυσκολία αναζήτησης και παρακολούθησης των κλήσεων από τις αρχές. Αυτή η ασυμμετρία ενισχύεται και με την παράγραφο 3 του άρθρου 26 της Οδηγίας για την Καθολική Υπηρεσία. Βάσει αυτής της διάταξης οι επιχειρήσεις που εκμεταλλεύονται δημόσια τηλεφωνικά δίκτυα οφείλουν να διαθέτουν πληροφορίες για τον εντοπισμό του καλούντος στις αρμόδιες αρχές. Η υποχρέωση αυτή υφίσταται μόνο για τις κλήσεις έκτακτης ανάγκης, αλλά βλέπουμε πως υπάρχει η ευχέρεια εντοπισμού των συνδρομητών λόγω επιβολής αντίστοιχης υποχρέωσης στους παρόχους, υποχρέωση που δεν καλύπτει τους παρόχους επιφυσών υπηρεσιών.

Τέλος σημαντικό είναι να σημειώσουμε πως η χρήση ενός αριθμού από ένα πάροχο επιφυσών υπηρεσιών δεν σημαίνει πως ο ίδιος προσφέρει και την αριθμοδότηση, ή πως διασυνδέεται στα στοιχεία του δικτύου για την παροχή των υπηρεσιών του. Κλασσικό παράδειγμα αποτελεί η εφαρμογή WhatsApp, η οποία κάνει χρήση των αριθμών των τελικών χρηστών της. Δεν υποχρεούται η ίδια όμως να εκδίδει τους αριθμούς, απλά εκμεταλλεύεται τον ήδη εκδοθέντα αριθμό του τελικού της χρήστη, από τον πάροχο των «παραδοσιακών» υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, για να του επιτρέψει την πρόσβαση στην εφαρμογή και ορισμένες διευκολύνσεις, όπως τον συγχρονισμό των επαφών που έχουν αποθηκευτεί στην κάρτα SIM. Επομένως δεν έχει την ίδια λειτουργία με την αριθμοδότηση η χρήση ήδη εκδοθέντος αριθμού από άλλες επιχειρήσεις<sup>188</sup>.

### **3.3 Η αριθμοδότηση και η φορητότητα βάσει της Πρότασης για τον Ευρωπαϊκό Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών**

Το κείμενο που έχει προταθεί ως ο Ευρωπαϊκός Κώδικας Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών εισάγει τροποποιήσεις στο ζήτημα της αριθμοδότησης που προάγουν το πνεύμα δημιουργίας μίας αγοράς με ισότιμους όρους ανταγωνισμού. Η σημαντικότερη αλλαγή που έχει άμεσο ενδιαφέρον για το αντικείμενο της εργασίας είναι η δυνατότητα των ΕΡΑ να απονέμουν αριθμούς σε επιχειρήσεις οι οποίες δεν αποτελούν παρόχους δικτύων και υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών.

Το άρθρο 87 παρ. 2 σε συνδυασμό με το άρθρο 88 παρ. 1 εδ. β' του Κώδικα προβλέπει πως οι ΕΡΑ μπορούν να απονέμουν, υπό προϋποθέσεις, δικαιώματα χρήσης αριθμών και σε

<sup>187</sup> ERG Common Position on VoIP, Δεκέμβριος 2007, σελ. 17.

<sup>188</sup> Βλ. *Tony Shortall* ο.π. σελ. 127.

παρόχους οι οποίοι δεν εκμεταλλεύονται ένα δίκτυο ηλεκτρονικών επικοινωνιών και οι υπηρεσίες, που προσφέρουν, δεν εμπίπτουν σε αυτήν την κατηγορία (των ηλεκτρονικών επικοινωνιών). Ένα σημείο που πρέπει να σταθούμε είναι αυτό της ευχέρειας των αρμόδιων αρχών να παρέχουν δικαιώματα αριθμοδότησης. Δεν επιβάλλεται επομένως να απονέμονται στους παρόχους επιφυών υπηρεσιών αριθμοί για την παροχή όλων των υπηρεσιών τους. Αντίθετα, οι ΕΡΑ μπορούν να χορηγούν αριθμούς στους ΟΤΤ παρόχους για συγκεκριμένες υπηρεσίες που προσφέρουν<sup>189</sup>. Οι υπηρεσίες αυτές όμως δεν συγκεκριμενοποιούνται στο κείμενο του Κώδικα. Πέραν τούτου, στην αιτιολογική σκέψη 225 αναγνωρίζεται η ολοένα και αυξανόμενη σημασία των αριθμών για διαδικτυακές υπηρεσίες, με αποτέλεσμα να μπορούμε εύκολα να συνάγουμε το συμπέρασμα πως οι αριθμοί θα δύνανται να παρέχονται σε επιχειρήσεις που παρέχουν υπηρεσίες διαπροσωπικής επικοινωνίας με μέσο το διαδίκτυο και όχι την άμεση χρήση ενός δικτύου ηλεκτρονικών επικοινωνιών.

Για την χορήγηση αριθμών σε επιχειρήσεις, οι οποίες δεν υποχρεούνται εξ αρχής να κατέχουν, οι ΕΡΑ θα πρέπει να ελέγχουν την συνδρομή δύο προϋποθέσεων. Αρχικά, θα είναι απαραίτητο να αποδείξουν οι επίμαχες επιχειρήσεις πως έχουν την ικανότητα να διαχειριστούν τους αριθμούς που θα αναλάβουν. Ενώ, από την πλευρά τους οι ρυθμιστικές αρχές θα πρέπει να ελέγχουν κατά πόσο έχουν την ευχέρεια να διαθέτουν αριθμούς, λαμβάνοντας υπόψη τους την διαθεσιμότητα και την τρέχουσα και μελλοντική ζήτηση.

Η υποχρέωση της φορητότητας αριθμών δεν παρουσιάζει ριζοσπαστικές τροποποιήσεις όπως αυτή της αριθμοδότησης, η οποία προβλέπει την παροχή αριθμών σε ΟΤΤ επιχειρήσεις. Ενισχύονται τα δικαιώματα των τελικών χρηστών κατά την μεταφορά τους από έναν πάροχο υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών σε άλλο, ενώ παράλληλα αυξάνονται και οι υποχρεώσεις των ίδιων των παρόχων για την πραγματοποίηση της μεταφοράς και αλλαγής παρόχου (άρθρο 99 του Κώδικα).

### **3.4 Επέκταση υποχρεώσεων αριθμοδότησης και φορητότητας στους ΟΤΤ παρόχους ή απορρύθμιση;**

Όπως κατέστη σαφές, η υποχρέωση της αριθμοδότησης αποσκοπεί στην διάκριση των συνδρομητών μεταξύ τους καθώς και στην επίτευξη μιας υλικής σύνδεσης του συνδρομητή με τερματικούς σταθμούς του δικτύου του παρόχου του. Επομένως, παρατηρείται μία αναγκαιότητα για την ύπαρξη της επίμαχης υποχρέωσης, η οποία εξυπηρετεί τόσο τους ίδιους τους χρήστες, όσο και τις επιχειρήσεις για την παροχή των υπηρεσιών τους.

---

<sup>189</sup> COM(2016) 590, Πρόταση για Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την θέσπιση του Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, αρ. 87 παρ. 2 εδ. α'.

Αντίθετα, δεν είναι παρούσα αυτή η ανάγκη στους παρόχους περιεχομένου, εφαρμογών και υπηρεσιών. Η διάκριση των τελικών χρηστών τους, πραγματοποιείται μέσω των προφίλ που δημιουργούν αλλά και των προσωπικών δεδομένων που παρέχουν στην κάθε πλατφόρμα που συμμετέχουν. Επιπλέον, μη έχοντας εξουσία επί των στοιχείων του δικτύου ηλεκτρονικών επικοινωνιών δεν μπορούμε να ισχυριστούμε πως πρέπει να προχωρούν στην έκδοση αριθμών για να καθίσταται δυνατή η υλική σύνδεση του τελικού χρήστη στα σημεία τερματισμού του δικτύου. Αυτή η σύνδεση υπάρχει ήδη εξαιτίας της παροχής αριθμού από τον παραδοσιακό πάροχο με τον οποίο συμβάλλεται ο κάθε τελικός χρήστης υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Παρά την παρουσία αυτής της ανάγκης για αριθμοδότηση των CAPs που προσφέρουν υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών είναι θετική η προτεινόμενη τροποποίηση του Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, ο οποίος θέτει στην διακριτική ευχέρεια των ΕΡΑ την δυνατότητα να χορηγούν αριθμούς στους πρώτους.

Σχετικά με την υποχρέωση φορητότητας, η κατάσταση είναι πιο περίπλοκη. Δεν είναι καλοδεχούμενη οποιαδήποτε πρόταση απορρύθμισης της εν λόγω υποχρέωσης, καθώς συνεισφέρει σημαντικά στην δημιουργία ενός ανταγωνιστικού περιβάλλοντος στην αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Μέσω αυτής, περιορίζεται η σημαντική ισχύς που δύναται να έχει μία επιχείρηση στην επίμαχη αγορά λόγω των αποτελεσμάτων δικτύου που λαμβάνουν χώρα. Αυτό που επιτυγχάνεται, είναι να καταρρίπτεται ένα εμπόδιο των συνδρομητών να αλλάξουν πάροχο υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, καθώς η διατήρηση του ίδιου αριθμού αποτελεί έναν από τους βασικότερους παράγοντες που θα ελάμβανε υπόψη του ένας συνδρομητής πριν προχωρήσει στην επιλογή άλλου παρόχου, από αυτόν στον οποίο ανήκει. Έτσι, με την άρση αυτής της υποχρέωσης είναι πιθανό να σημειωθεί σημαντική μείωση του ανταγωνισμού, καθώς θα περιοριστούν τα κίνητρα αλλαγής παρόχου από τους τελικούς χρήστες και θα εμφανιστούν εντονότερα φαινόμενα «εγκλωβισμού» (lock-in) των τελευταίων.

Το ίδιο όμως μπορούμε να πούμε πως συμβαίνει και στις διαδικτυακές πλατφόρμες που προσφέρουν υπηρεσίες διαπροσωπικών επικοινωνιών. Ανάλογα με την ισχύ μίας πλατφόρμας είναι πιθανό οι συμμετέχοντες σε αυτή να μην είναι πρόθυμοι στην συμμετοχή άλλης, λόγω αδυναμίας χρήσης του ίδιου προφίλ που έχουν δημιουργήσει και των δεδομένων και περιεχομένου που έχουν διακινήσει εντός αυτής. Ως παράδειγμα μπορούμε να αναφέρουμε την πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης του FaceBook. Τα άμεσα και έμμεσα αποτελέσματα δικτύου που εμφανίζονται στην πλατφόρμα του αυτή την στιγμή, τουλάχιστον, καθιστούν μάλλον απίθανη οποιαδήποτε μαζική μετακίνηση των τελικών χρηστών του σε άλλη πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης.

Οι συνθήκες αυτές δεν εμφανίζονται όμως στις πλατφόρμες που προσφέρουν αποκλειστικά υπηρεσίες διαπροσωπικών επικοινωνιών. Με την δυνατότητα των τελικών χρηστών να

συμμετέχουν σε περισσότερες πλατφόρμες ταυτοχρόνως (multi-homing) δεν υπάρχουν ισχυρά σημάδια περιορισμού του ανταγωνισμού σε επίπεδο πλατφόρμων<sup>190</sup>. Βέβαια η άποψη του γράφοντος είναι πως θα πρέπει να ελέγχεται, κατά την ανάλυση της αγοράς από τις ΕΡΑ για την διαπίστωση παρόχων με σημαντική ισχύ στην αγορά, η δύναμη των παρόχων φωνητικών υπηρεσιών μέσω Διαδικτύου και υπηρεσιών instant messaging τόσο από την πλευρά των τελικών χρηστών, όσο και από την πλευρά των διαφημιστών και δημιουργών ψηφιακών αγαθών για τυχόν ανάγκη επιβολής υποχρέωσης φορητότητας, στον βαθμό και τον τρόπο που δύναται να επιβληθεί.

Η πρόταση του Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών αυτή την στιγμή δεν φαίνεται να αντιμετωπίζει τα ζητήματα φορητότητας επί διαδικτυακών πλατφόρμων που προσφέρουν υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών. Αυτό βέβαια ίσως να μην είναι και αρνητικό, καθώς ζητήματα που άπτονται στο εν λόγω πλαίσιο δεν είναι ακόμη τόσο ώριμα ούτως ώστε να είναι αναγκαία η παρέμβαση ρυθμιστικών αρχών. Το διαδίκτυο αποτελεί ένα συνονθύλευμα δικτύων το οποίο θα πρέπει καταρχάς να είναι ελεύθερο από παρεμβάσεις. Αυτό φυσικά δεν θα πρέπει να οδηγεί σε ένα περιβάλλον, όπως είναι το παρόν, στο οποίο δεν θα ελέγχονται υπηρεσίες που επηρεάζουν άμεσα παραδοσιακές μη διαδικτυακές αγορές.

## **4. Υπηρεσία Κλήσεων Έκτακτης Ανάγκης**

### **4.1 Υποχρεώσεις Παροχής Κλήσεων Έκτακτης Ανάγκης**

Μία από τις σημαντικότερες υποχρεώσεις που θέτει η Οδηγία Καθολικής Υπηρεσίας στους παρόχους υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών είναι η παροχή πρόσβασης των συνδρομητών τους σε υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης<sup>191</sup>. Η υποχρέωση αυτή επιβαρύνει τους παρόχους που προσφέρουν διαθέσιμες στο κοινό υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών που αποτελείται κυρίως από υπηρεσίες δημιουργίας και λήψης κλήσεων και την πρόσβαση στις υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης, μέσω αριθμού ή αριθμών που προβλέπονται από ένα εθνικό ή διεθνές σχέδιο αριθμοδότησης<sup>192</sup>. Οι υποχρεώσεις αυτές εκ φύσεως αφορούν όλους τους παρόχους που είναι επιφορτισμένοι με την υποχρέωση της αριθμοδότησης, καθώς μπορούν να καθιστούν προσβάσιμες μόνο σε χρήστες που έχουν αριθμό τηλεφώνου<sup>193</sup>. Μάλιστα όπως έχει τονίσει και η

---

<sup>190</sup> Βλ. Directorate General for Internal Policies, Policy Department A: Economic and Scientific Policy, Over-the-top (OTT) players: market dynamics and policy changes, 2015, [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/569979/IPOL\\_STU\(2015\)569979\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/569979/IPOL_STU(2015)569979_EN.pdf) σελ. 82.

<sup>191</sup> Οδηγία 2002/22/ΕΚ αρ. 2 στοιχ. γ' εδ. α' και αρ. 26.

<sup>192</sup> Ν. 4070/2012 αρ. 65, Οδηγία 2002/22/ΕΚ αρ. 2 στοιχ. γ'.

<sup>193</sup> Βλ. BEREC Report on OTT services, January 2016, σελ. 23.

Ομάδα Ευρωπαϊκών Ρυθμιστικών Αρχών υφίσταται ένας φαύλος κύκλος ανάμεσα στους παρόχους διαθέσιμων στο κοινό τηλεφωνικών υπηρεσιών και των κλήσεων έκτακτης ανάγκης, καθώς, όσοι παρέχουν διαθέσιμη στο κοινό τηλεφωνική υπηρεσία παρέχουν και υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης, αλλά για να καταστεί μία επιχείρηση πάροχος διαθέσιμη στο κοινό τηλεφωνικής υπηρεσίας πρέπει να προσφέρει κλήσεις έκτακτης ανάγκης<sup>194</sup>.

Από τα παραπάνω γίνεται αντιληπτό πως υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης προϋποθέτουν την υποχρέωση αριθμοδότησης από τους παρόχους των φωνητικών υπηρεσιών και την πρόσβαση στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο την καλύτερη δυνατή απόδοσή τους. Οι παραδοσιακοί πάροχοι λόγω του ελέγχου που ασκούν στο δίκτυο και της ποιότητας υπηρεσιών που μπορούν να εξασφαλίσουν στους συνδρομητές τους επιβαρύνονται με την υποχρέωση παροχής υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης. Αντίθετα, οι πάροχοι επιφυών υπηρεσιών που συνδέουν τους τελικούς χρήστες τους μέσω διαδικτυακού πρωτοκόλλου αδυνατούν να εγγυηθούν την ασφάλεια δημιουργίας κλήσεων στον ευρωπαϊκό τουλάχιστον αριθμό έκτακτης ανάγκης «112»<sup>195</sup>.

Έτσι, αν και για την πρώτη κατηγορία επιφυών υπηρεσιών («μαύρη» λίστα/OTT-0) δεν αμφισβητείται η ένταξή τους στις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών και η πρόσβασή τους στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο, με αμέσως επόμενο την δυνατότητα παροχής υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης, δεν συμβαίνει το ίδιο με τις υπηρεσίες που εμπίπτουν στην «γκρι» λίστα. Από την στιγμή που οι τελευταίες θεωρούνται ως υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας και άρα δεν ρυθμίζονται, οι αρμόδιες αρχές δεν τους επιβάλλουν την υποχρέωση παροχής υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης<sup>196</sup>. Αποτέλεσμα αυτού είναι να προσφέρεται μειωμένη ασφάλεια στον τελικό χρήστη από τις επιφυείς υπηρεσίες της δεύτερης κατηγορίας, παρά το γεγονός ότι μπορούν να θεωρηθούν ως υποκατάστατες, από την πλευρά της ζήτησης, των παραδοσιακών υπηρεσιών που παρέχουν πλήρη κάλυψη σχετικά με τις υποχρεώσεις της Οδηγίας για την Καθολική Υπηρεσία. Η ανάγκη επομένως επέκτασης του πεδίου επιβολής των υποχρεώσεων αυτών σε όλους τους παρόχους υπηρεσιών διαπροσωπικών επικοινωνιών ασχέτως της τεχνολογίας που χρησιμοποιούν, για την προσφορά τους στους καταναλωτές τους, έχει σαν μία από τις δικαιολογητικές της βάσεις την προστασία των τελικών χρηστών.

Πέραν της επίτευξης ενός ικανοποιητικού βαθμού προστασίας των τελικών χρηστών τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών ένα επιχείρημα για την επιβολή υποχρέωσης παροχής υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης σε όλες τις επιφυείς υπηρεσίες διαπροσωπικών επικοινωνιών είναι το κόστος που επωμίζονται οι φορείς εκμετάλλευσης του δικτύου. Είναι υποχρεωμένοι να παρέχουν πλήρη

<sup>194</sup> Βλ. ERG Common Position on VoIP, Δεκέμβριος 2007, σελ. 9.

<sup>195</sup> Βλ. *Tony Shortall* ο.π. σελ. 126.

<sup>196</sup> Βλ. Over-the-top (OTT) players: market dynamics and policy changes, 2015, ο.π. σελ. 94.

κάλυψη και την εξασφάλιση πως η κλήση όντως θα πραγματοποιηθεί. Ενώ πέραν αυτού, θα πρέπει να υπάρχει και μηχανισμός που να επιτρέπει τον εντοπισμό του καλούντος<sup>197</sup>. Οι απαιτήσεις αυτές από τις ρυθμιστικές αρχές προϋποθέτουν πρόσθετα κόστη για τους παρόχους που πρέπει να καθιστούν προσβάσιμες αυτές τις υπηρεσίες. Αντίθετα οι επιφυείς πάροχοι, παρά το γεγονός ότι ανταγωνίζονται του πρώτους, δεν φέρουν τα εν λόγω κόστη και δεν προσφέρουν το ίδιο επίπεδο ασφάλειας στους τελικούς χρήστες.

Δεν είναι όμως το απλό αυτό το ζήτημα. Σύμφωνα με μία έρευνα του ETNO (European Telecommunications Operators) μόνο το 29% των συμμετεχόντων θεωρούν πως οι πάροχοι επιφυών υπηρεσιών οφείλουν να τους παρέχουν υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης<sup>198</sup>. Από την άλλη, βάσει των αποτελεσμάτων της δημόσιας διαβούλευσης που πραγματοποίησε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, το 62% των συμμετεχόντων παικτών στην αγορά θεωρεί πως είναι αναγκαία η επέκταση των εν λόγω υποχρεώσεων και σε παρόχους φωνητικών υπηρεσιών μέσω διαδικτυακού πρωτοκόλλου<sup>199</sup>.

Επιπρόσθετα, έχει υποστηριχθεί ότι η επέκταση αυτών των υποχρεώσεων ίσως να δημιουργήσει περισσότερα προβλήματα στην αγορά. Αρχικά εξαιτίας των τεχνολογικών δυσκολιών που εμφανίζονται στο μέσο με το οποίο παρέχονται οι υπηρεσίες, δηλαδή το Διαδίκτυο. Ενώ, έχει εκφραστεί και η άποψη πως εφόσον το παρόν σύστημα υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης είναι αποτελεσματικό δεν υπάρχει λόγος επιβληθούν τα ρυθμιστικά αυτά μέτρα και σε άλλους παρόχους, λόγω απουσίας πρόσθετης αξίας για τους τελικούς χρήστες<sup>200</sup>. Αυτό μάλιστα ενισχύεται και από το γεγονός πως οι πάροχοι υπηρεσιών διαπροσωπικής επικοινωνίας δεν έχουν πάντοτε διαθέσιμες πολλαπλές υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών, επομένως δεν είναι απαραίτητο να υπάρχουν περισσότεροι από τους ήδη υπάρχοντες παρόχους υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης<sup>201</sup>.

## **4.2 Υποχρέωση παροχής υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης βάσει της Πρότασης για τον Ευρωπαϊκό Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών**

---

<sup>197</sup> Οδηγία 2002/22/EK αρ. 26 παρ. 3.

<sup>198</sup> Βλ. COMPRES, Digital Consumer Survey, Σεπτέμβριος 2015, [https://etno.eu/datas/publications/studies/ComRes\\_ETNO\\_Final%20Report\\_LATEST%20FOR%20PUBLICATION.pdf](https://etno.eu/datas/publications/studies/ComRes_ETNO_Final%20Report_LATEST%20FOR%20PUBLICATION.pdf), σελ. 9.

<sup>199</sup> Βλ. Tony Shortall ο.π. σελ. 127, Public consultation on the evaluation and the review of the regulatory framework for electronic communications networks and services, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/public-consultation-evaluation-and-review-regulatory-framework-electronic-communications>.

<sup>200</sup> Ο.π. σελ. 127.

<sup>201</sup> Ο.π. σελ. 127.



Η προτεινόμενη Οδηγία της Επιτροπής περιέχει ουσιώδεις τροποποιήσεις σχετικά με τις υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης σε τελικούς χρήστες. Στο άρθρο 2 στοιχ. 35-38 εισάγονται νέοι ορισμοί, οι οποίοι αφορούν αποκλειστικά τις εν λόγω υπηρεσίες. Οι ορισμοί αυτοί είναι το «κέντρο λήψης κλήσεων έκτακτης ανάγκης (PSAP)», το «πλέον κατάλληλο PSAP», οι «επικοινωνίες έκτακτης ανάγκης» και η «υπηρεσία έκτακτης ανάγκης». Στην ουσία δεν εισάγουν κάτι νέο στο ρυθμιστικό πλαίσιο των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, απλά προσφέρουν νομικό υπόβαθρο σε έννοιες που αφορούν υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης, οι οποίες υπηρεσίες (και κέντρα υποδοχής τους) ήδη υπάρχουν και παρέχονται.

Το ζήτημα όμως που μας ενδιαφέρει στην μελέτη αυτή είναι κατά πόσο ο Κώδικας αυτός εισάγει τροποποιήσεις στις υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης που αφορούν άμεσα τις ΟΤΤ επιχειρήσεις, οι οποίες ανήκουν στους παρόχους υπηρεσιών διαπροσωπικής επικοινωνίας ανεξαρτήτως αριθμών. Το άρθρο 102 αναφέρει πως τα κράτη-μέλη σε συνεργασία με τις ΕΡΑ και τους παρόχους υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών εξασφαλίζουν την παροχή υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης σε τελικούς χρήστες από επιχειρήσεις οι οποίες προσφέρουν υπηρεσίες διαπροσωπικής επικοινωνίας βάσει αριθμών. Σε αυτές ανήκουν τόσο οι παραδοσιακές υπηρεσίες των φορέων εκμετάλλευσης δικτύων ηλεκτρονικών επικοινωνιών, όσο και των επιφυών υπηρεσιών της «μαύρης» λίστας (ΟΤΤ-0), οι οποίες κάνουν άμεση χρήση των στοιχείων ενός δικτύου.

Για τις υπηρεσίες οι οποίες παρέχονται ανεξαρτήτως αριθμών κατά κανόνα δεν προβλέπεται η υποχρέωση παροχής υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης στους τελικούς τους χρήστες. Εισάγεται όμως μία εξαίρεση στο εδάφιο β' της δεύτερης παραγράφου του άρθρου 102, βάσει της οποίας οι ΕΡΑ μπορούν να επεκτείνουν αυτή την υποχρέωση, σε όλες τις υπηρεσίες διαπροσωπικής επικοινωνίας, σε περίπτωση που ανακύπτει ανάγκη, κυρίως εξαιτίας της αδυναμίας αποτελεσματικής πρόσβασης των τελικών χρηστών σε υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης. Η επέκταση αυτή θα πραγματοποιείται βάσει του άρθρου 59 παρ. 1 στοιχ. γ', το οποίο προβλέπει την υποχρέωση διαλειτουργικότητας παρόχων υπηρεσιών διαπροσωπικών επικοινωνιών ανεξαρτήτως αριθμού σε δικαιολογημένες περιπτώσεις, όπως το γεγονός της προαναφερόμενης αδυναμίας προσφοράς αυτών των υπηρεσιών σε τελικούς χρήστες.

Απαραίτητο είναι να γίνει μία εκτίμηση της δυνατότητας παροχής υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης από παρόχους οι οποίοι δεν έχουν άμεση σύνδεση με το δημόσιο δίκτυο επικοινωνιών κάποιου φορέα εκμετάλλευσης. Εξαιτίας αυτής της έλλειψης σύνδεσης πιθανή θα είναι, όπως τονίζεται και στην αιτιολογική σκέψη 256 του Κώδικα, η αδυναμία εντοπισμού του τελικού χρήστη που πραγματοποιεί μία κλήση έκτακτης ανάγκης. Θα πρέπει, επομένως, τα κράτη-μέλη να προνοούν πως οι πάροχοι που δεν εκμεταλλεύονται, οι ίδιοι, δίκτυο τηλεπικοινωνιών θα

έχουν την δυνατότητα να προσφέρουν υπηρεσίες κλήσεων έκτακτης ανάγκης και να υπάρχει ακριβής δρομολόγηση των υπηρεσιών αυτών για τον εντοπισμό των τελικών χρηστών.

Τέλος, θετικά πρέπει να κριθεί και το γεγονός της επέκτασης των υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης σε μέσα πέραν αυτά των κλήσεων. Ειδικότερα, στην αιτιολογική σκέψη 255 γίνεται λόγος σχετικά με τα μέσα επικοινωνίας με τα οποία θα πρέπει να παρέχονται οι επίμαχες υπηρεσίες. Έτσι, προτείνεται να είναι δυνατή η προσφορά των υπηρεσιών αυτών μέσω SMS, βίντεο αλλά και οποιοδήποτε άλλο μέσο επικοινωνίας. Άρα, εξετάζοντας πιο λεπτομερώς την εν λόγω αιτιολογική σκέψη μπορούμε να συνάγουμε το συμπέρασμα πως διευκολύνεται η παροχή υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης από επιφυείς παρόχους, καθώς διευρύνονται τα μέσα με τα οποία θα προσφέρονται οι υπηρεσίες αυτές, μη δεσμευόμενες πια μόνο σε υπηρεσίες κλήσεων.

#### **4.3 Επέκταση υποχρέωσης παροχής υπηρεσίας κλήσεων έκτακτης στους ΟΤΤ παρόχους ή απορρύθμιση;**

Για την επιβολή των υποχρεώσεων αυτών και στους παρόχους επιφυών υπηρεσιών θα πρέπει να γίνει μια αξιολόγηση. Πρώτα, είναι αναγκαίο να ελεγχθεί κατά πόσο θα εξυπηρετηθούν τα συμφέροντα των τελικών χρηστών, αφού ήδη έχουν πρόσβαση στις υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης. Στη συνέχεια είναι σημαντικό να εξετασθεί το κόστος με το οποίο θα επιφορτιστούν οι πάροχοι και εάν αυτό θα καθιστά αδύνατη την παροχή υπηρεσιών στο καταναλωτικό τους κοινό<sup>202</sup>. Σύμφωνα με τον BEREC το κύριο σημείο που θα πρέπει να σταθούν οι ΕΡΑ για την εκτίμηση της υποχρέωσης παροχής υπηρεσίας έκτακτης ανάγκης είναι κατά πόσο αυτή είναι απαραίτητη και εάν πρέπει να την παρέχουν όλοι οι πάροχοι υπηρεσιών φωνής, ανεξαρτήτων της φύσεως των υπηρεσιών που προσφέρουν<sup>203</sup>. Σε παλαιότερή του όμως δημοσίευση ο BEREC θεώρησε πως η μη παροχή υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης από τους διαδικτυακούς παρόχους φωνητικών υπηρεσιών ίσως αποτελέσει ζήτημα ιδιαίτερα ανησυχητικό για την ασφάλεια των τελικών χρηστών<sup>204</sup>.

Φυσικά και δεν πρέπει να γίνει λόγος απορρύθμιση των εν λόγω υπηρεσιών από τους παραδοσιακούς παρόχους. Η ασφάλεια και η προστασία του κοινού προσφέρουν αυτές οι υπηρεσίες είναι συμφέροντα υψηλής αξίας, τα οποία πρέπει να παρέχονται σε όλους τους τελικούς χρήστες υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Η συζήτηση, όσον αφορά την

---

<sup>202</sup> Βλ. BEREC Report on OTT services, σελ. 24.

<sup>203</sup> Ο.π.

<sup>204</sup> Βλ. BEREC, Preliminary informal views on MEP Catherine Trautmann's set of questions, <http://www.europarl.europa.eu/document/activities/cont/201306/20130617ATT67940/20130617ATT67940EN.pdf> , σελ. 12.

επίμαχη υποχρέωση, θα πρέπει να περιορισθεί μόνο στην επέκταση ή μη αυτών των υπηρεσιών αυτών στους παρόχους φωνητικών υπηρεσιών μέσω Διαδικτύου, οι υπηρεσίες των οποίων δεν συνδέονται στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο και όχι σε πιθανή παύση παροχής τους από τους καθετοποιημένους φορείς εκμετάλλευσης.

Ο Κώδικας Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών που έχει προταθεί από την Επιτροπή, δεν μπορούμε να πούμε πως περιέχει πολύ σημαντικές αλλαγές ως προς το παρόν ρυθμιστικό πλαίσιο των υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης, όσον αφορά τους ΟΤΤ παρόχους. Η επέκταση τέτοιου είδους υποχρεώσεων προβλέπεται μόνο κατ' εξαίρεση και υπό ορισμένες προϋποθέσεις. Μάλιστα, οι προϋποθέσεις αυτές ίσως και να μην τύχουν εφαρμογής, καθώς η κάλυψη των αναγκών με το παρόν σύστημα είναι αρκετά ικανοποιητική, όπως έχει αναφερθεί και παραπάνω. Επομένως, εάν ο στόχος της Επιτροπής είναι να επιτύχει ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον, παροχής υπηρεσιών, με ισότιμους όρους μάλλον θα πρέπει να λάβει μια περισσότερο σαφή θέση σχετικά με την δυνατότητα και την υποχρέωση των CAPs να προσφέρουν υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης στους τελικούς τους χρήστες.

## 5. Υποχρεώσεις Διαφάνειας

Η Οδηγία για την Καθολική Υπηρεσία προβλέπει μία σειρά άρθρων από τα οποία τα κράτη-μέλη οφείλουν να επιβάλλουν υποχρεώσεις διαφάνειας σχετικά με τις υπηρεσίες και τα συμβόλαια που προσφέρουν στους τελικούς χρήστες<sup>205</sup>. Η βάση για την επιβολή των ανωτέρω επιταγών είναι η ισορροπία ανάμεσα στην εξυπηρέτηση των καταναλωτών κατά την παροχή των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών και η προσαρμογή αυτών των υπηρεσιών στο κόστος των παρόχων<sup>206</sup>.

Το δικαίωμα ενημέρωσης των καταναλωτών για τις διαθέσιμες υπηρεσίες, την ποιότητα και τις τιμές στις οποίες προσφέρονται είναι διάχυτο σε όλο το σώμα της προαναφερόμενης Οδηγίας. Στην αιτιολογική σκέψη 15 τονίζεται πως πρέπει να παρέχεται οικονομική προσιτότητα στους τελικούς χρήστες<sup>207</sup>. Συγκεκριμένα, θα πρέπει να ενημερώνονται σχετικά με τις δαπάνες της τηλεφωνικής χρήσης και το κόστος αυτής, συγκριτικά με άλλες υπηρεσίες. Στην ουσία απαιτείται να πραγματοποιείται ένα ελάχιστο επίπεδο ανάλυσης του λογαριασμού. Εντός

---

<sup>205</sup> Οδηγία 2002/22/EK αρ.20-22.

<sup>206</sup> Βλ. BEREC Report on OTT services, σελ. 25.

<sup>207</sup> Πρέπει να αναφέρουμε πως η παροχή υπηρεσιών σε προσιτές τιμές δεν συγχέεται με την υποχρέωση των παρόχων για κοστοστρέφεια κατά την άποψη του *Γεωργίου Δελλή*. Θεωρεί πως προσιτές μπορούν να είναι και τιμές ανώτερες από αυτές των κοστοστρεφών, ανάλογα πάντα με την αγοραστική δύναμη των τελικών χρηστών, Βλ. *Γεώργιος Ι. Δελλής*, ο.π. σελ. 214.

αυτής της ανάλυσης, θα πρέπει να εξασφαλίζεται η διαφάνεια ως προς την πληροφόρηση των καταναλωτών και η ασφάλεια δικαίου<sup>208</sup>.

Στην Ελλάδα, ένα πολύ σημαντικό βήμα προς αυτή την κατεύθυνση είναι η δημιουργία από την ΕΕΤΤ μίας εφαρμογής που παρέχει τιμολογιακές πληροφορίες υπηρεσιών στην αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Στις 3 Μαρτίου του 2016 παρουσιάστηκε η εφαρμογή Pricescape, το παρατηρητήριο τιμών τηλεπικοινωνιακών και ταχυδρομικών προϊόντων που δίνει τη δυνατότητα για αναζήτηση και σύγκριση λιανικών τιμών προϊόντων σε σταθερή τηλεφωνία, κινητή και Διαδίκτυο, καθώς και στις υπηρεσίες ταχυμεταφορών για αποστολές εγγράφων και δεμάτων εντός και εκτός Ελλάδας<sup>209</sup>. Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη στα λογισμικά Android και iOS, με αποτέλεσμα να είναι προσβάσιμη στην πλειοψηφία των καταναλωτών. Έτσι παρατηρούμε έναν από τους τρόπους με τους οποίους δύνανται οι ΕΡΑ να εφαρμόζουν τις υποχρεώσεις διαφάνειας που προβλέπει το Κανονιστικό Πλαίσιο των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών στην ΕΕ.

Τέτοιου είδους υποχρεώσεις δεν μπορούμε να πούμε πως είναι απύσες και για τις επιχειρήσεις που προσφέρουν υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών μέσω του Διαδικτύου. Η Οδηγία για την Καθολική Υπηρεσία προβλέπει υποχρεώσεις που επιβάλλονται σε επιχειρήσεις συγκεκριμένου τομέα, αυτού των ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Από την άλλη το δίκαιο της Ένωσης προβλέπει και γενικές υποχρεώσεις διαφάνειας από επιχειρήσεις για ορισμένες υπηρεσίες που προσφέρουν. Για παράδειγμα, τα άρθρα 6 και 8 της Οδηγίας για τα Δικαιώματα των Καταναλωτών<sup>210</sup>. Σε αυτά τα άρθρα προβλέπονται πλείονες υποχρεώσεις που πρέπει να τηρεί ένας πάροχος που συμβάλλεται με τους καταναλωτές και προσφέρει τις υπηρεσίες του εξ αποστάσεως. Η Οδηγία αυτή, όπως και η Οδηγία 93/13/ΕΟΚ σχετικά με τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων που συνάπτονται με καταναλωτές εφαρμόζονται και στους παραδοσιακούς πάροχους υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών και στους πάροχους επιφυών υπηρεσιών διαπροσωπικής επικοινωνίας<sup>211</sup>.

Οι ανωτέρω Οδηγίες παρόλα αυτά έχουν περιορισμένο πεδίο εφαρμογής. Εισάγουν υποχρεώσεις σε B2C συναλλαγές. Αντίθετα η Οδηγία 2002/22/ΕΚ εφαρμόζεται για όλους τους

---

<sup>208</sup> Οδηγία 2002/22/ΕΚ, αιτ. σκ. 30.

<sup>209</sup> <https://www.pricescape.gr/home>.

<sup>210</sup> Οδηγία 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 25ης Οκτωβρίου 2011, σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών, την τροποποίηση της οδηγίας 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου και της οδηγίας 1999/44/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και την κατάργηση της οδηγίας 85/577/ΕΟΚ του Συμβουλίου και της οδηγίας 97/7/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ.

<sup>211</sup> Βλ. BEREC Report on OTT services, Ιανουάριος 2016, σελ. 26.

τελικούς χρήστες των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Ως τελικό χρήστη των υπηρεσιών αυτών θα πρέπει να αντιλαμβανόμαστε τον καθένα που προχωράει σε χρήση των υπηρεσιών είτε είναι καταναλωτής είτε όχι. Αυτή η διάκριση έχει σημασία γιατί η Οδηγία υιοθετεί μια πολύ στενή έννοια κατά τον ορισμό του καταναλωτή. Ως καταναλωτής ορίζεται στο άρθρο 2 στοιχείο 1 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ «κάθε φυσικό πρόσωπο το οποίο, όσον αφορά τις συμβάσεις που καλύπτει η παρούσα οδηγία, ενεργεί για λόγους οι οποίοι δεν εμπίπτουν στην εμπορική, επιχειρηματική, βιοτεχνική ή ελευθέρια επαγγελματική του δραστηριότητα». Έτσι μόνο φυσικά πρόσωπα, τα οποία δεν κάνουν επαγγελματική χρήση των υπηρεσιών δύνανται να επωφεληθούν από τις υποχρεώσεις που προβλέπουν οι ανωτέρω Οδηγίες. Επιπλέον οι πάροχοι των οποίων οι υπηρεσίες εμπίπτουν σε αυτές της κοινωνίας της πληροφορίας, δηλαδή οι υπηρεσίες ΟΤΤ-1 όπως τις κατηγοριοποίησε ο BEREC<sup>212</sup>, οφείλουν να συμμορφώνονται και με τις υποχρεώσεις που προβλέπει η Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο<sup>213</sup>.

Οι υποχρεώσεις όμως που επιβάλλονται στις δύο αυτές κατηγορίες επιχειρήσεων βάσει των ανωτέρω Οδηγιών αν και διαφοροποιούνται σε πολλά σημεία, με κυριότερο τον σκοπό και το εύρος εφαρμογής τους, δεν παρουσιάζουν σημαντικές αποκλίσεις όσον αφορά τις πληροφορίες που πρέπει να διαθέτουν. Οι υποχρεώσεις που προβλέπονται στην Οδηγία για την Καθολική Υπηρεσία είναι ειδικότερες σε σχέση με αυτές της Οδηγίας για τα Δικαιώματα των Καταναλωτών. Έτσι λόγω αυτής της σχέσης γενικού προς ειδικό, μπορούμε να υποστηρίξουμε πως οι υποχρεώσεις διαφάνειας που προβλέπει η Οδηγία 2011/31/ΕΕ εξειδικεύονται στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών με την Οδηγία 2002/22/ΕΚ<sup>214</sup>. Αποτέλεσμα αυτού είναι να μην γίνεται λόγος για μία δέσμη νέων υποχρεώσεων που επιβάλλονται στους παρόχους των παραδοσιακών υπηρεσιών φωνής και SMS.

Βάσει των ανωτέρω, γεννώνται δύο ζητήματα, εάν είναι αναγκαία η ύπαρξη ειδικών κανόνων στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και η επέκταση αυτών σε όλες τις υπηρεσίες που παρουσιάζουν παρόμοια λειτουργικά στοιχεία. Σχετικά με το πρώτο ζήτημα, άποψη του γράφοντος είναι πως εφόσον υπάρχει ένα γενικό πλαίσιο βάσει του οποίου εξασφαλίζονται στους καταναλωτές δικαιώματα σχετικά με την ενημέρωση και την διαφάνεια κατά τις συναλλαγές δεν είναι ορθό να επιβάλλονται πρόσθετες υποχρεώσεις. Ο σκοπός της Οδηγίας για την Καθολική Υπηρεσία ίσως και να μπορεί να επιτευχθεί με την Οδηγία για τα Δικαιώματα των Καταναλωτών. Τέλος, οι επιφυσείς υπηρεσίες της δεύτερης κατηγορίας όπως τις

---

<sup>212</sup> Ο.π. σελ. 16.

<sup>213</sup> Οδηγία 2000/31/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 8ης Ιουνίου 2000, για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά.

<sup>214</sup> Βλ. BEREC Report on OTT services, σελ. 26.

διέκρινε ο BEREC φέρουν ορισμένα όμοια στοιχεία με τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών, όσον αφορά τις υπηρεσίες φωνής και μηνυμάτων. Ίσως εξαιτίας αυτών των ομοιοτήτων να είναι αναγκαία η εφαρμογή της Οδηγία για την Καθολική υπηρεσία και στις πρώτες, εάν δεν υπάρξει απορρύθμιση ως προς ορισμένες από τις υποχρεώσεις που επιβάλλονται συμμετρικά στην αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών.

Κλείνοντας, αξίζει να σημειώσουμε πως η νέα Οδηγία που προτείνει η Επιτροπή για την δημιουργία ενός Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών δεν εισάγει ουσιώδεις αλλαγές σχετικά με τις υποχρεώσεις διαφάνειας που έχουν οι παραδοσιακοί και οι ΟΤΤ πάροχοι. Συγκεκριμένα, στην αιτιολογική έκθεση γίνεται ρητή μνεία στην διαθεσιμότητα διαφανών, επικαιροποιημένων και συγκρίσιμων πληροφοριών από παρόχους σχετικά με τις υπηρεσίες και τις προσφορές τους στο καταναλωτικό τους κοινό. Η θέση της Επιτροπής όμως γίνεται σαφής καθώς εξαιρεί τις επιχειρήσεις που παρέχουν υπηρεσίες διαπροσωπικών επικοινωνιών ανεξαρτήτως αριθμών από την ως άνω υποχρέωση διαφάνειας<sup>215</sup>. Αυτή η θέση μάλιστα γίνεται ξεκάθαρη από το άρθρο 96 παρ. 2 του Κώδικα, όπου προβλέπεται πως οι τελικοί χρήστες θα πρέπει να έχουν πρόσβαση σε ένα τουλάχιστον εργαλείο σύγκρισης τιμών και ποιότητας υπηρεσιών, το οποίο όμως εργαλείο δεν θα αφορά τις υπηρεσίες διαπροσωπικής επικοινωνίας ανεξαρτήτως αριθμών.

Συμπερασματικά, παρατηρούμε πως η Επιτροπή αποσκοπεί στην κατάργηση των ειδικών υποχρεώσεων διαφάνειας που διέπουν τους παραδοσιακούς παρόχους υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Παρά το γεγονός ότι ακόμα και εάν καταργηθούν οι ειδικές αυτές ρυθμίσεις θα υπάρχουν οι γενικοί κανόνες της Οδηγίας για τα Δικαιώματα των Καταναλωτών, βλέπουμε πως είναι παρούσα η πεποίθηση ανάγκης ειδικότερων κανόνων προστασίας σχετικά με τους παραδοσιακούς παρόχους. Ίσως βέβαια οι συνθήκες της αγοράς δεν είναι πιθανότατα ώριμες, την δεδομένη χρονική περίοδο, για την υιοθέτηση τόσο ριζοσπαστικών τροποποιήσεων, διατηρώντας έτσι εν ισχύ ειδικές υποχρεώσεις διαφάνειας στους παραδοσιακούς παρόχους, δίχως την παράλληλη επέκταση στους ΟΤΤ.

## **6. Διασύνδεση και Διαλειτουργικότητα**

### **6.1 Διασύνδεση**

Η υποχρέωση της διασύνδεσης και πρόσβασης σε δίκτυο φορέων εκμετάλλευσης αποτέλεσε το κύριο εργαλείο απελευθέρωσης της αγοράς των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και την εισαγωγή ανταγωνιστικών συνθηκών σε ένα μονοπωλιακό περιβάλλον για την αγορά της σταθερής τηλεφωνίας αλλά και την εξασφάλιση ανταγωνιστικών συνθηκών στο ολιγοπωλιακό

---

<sup>215</sup> COM(2016) 590, Πρόταση για Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την θέσπιση του Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, αιτ. σκ. 237

μοντέλο της κινητής τηλεφωνίας<sup>216</sup>. Ως διασύνδεση ορίζεται «η φυσική και λογική ζεύξη δημοσίων δικτύων επικοινωνιών που χρησιμοποιούνται από την ίδια ή διαφορετική επιχείρηση προκειμένου να παρέχεται στους χρήστες μιας επιχείρησης η δυνατότητα να επικοινωνούν με χρήστες της ίδιας ή άλλης επιχείρησης ή να έχουν πρόσβαση σε υπηρεσίες που παρέχονται από άλλη επιχείρηση. Οι υπηρεσίες μπορούν να παρέχονται από τα εμπλεκόμενα μέρη ή από άλλα μέρη που έχουν πρόσβαση στο δίκτυο. Η διασύνδεση είναι ειδικός τύπος πρόσβασης που εφαρμόζεται μεταξύ φορέων εκμετάλλευσης δημόσιων δικτύων»<sup>217</sup>.

Η υποχρέωση της διασύνδεσης εξυπηρετεί δύο σκοπούς. Αρχικά αποτελεί ένα μέσο αντιμετώπισης των αποτελεσμάτων δικτύου που εμφανίζονται στην αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Όπως ήδη αναλύσαμε, λόγω των άμεσων αποτελεσμάτων δικτύου οι υπηρεσίες που προσφέρουν οι επιχειρήσεις στην αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών παρουσιάζουν αύξηση της αξίας τους ανάλογα με το ποσοστό των υπόλοιπων τελικών χρηστών που τις χρησιμοποιούν για τον ίδιο σκοπό (π.χ. όσο περισσότεροι χρησιμοποιούν το τηλέφωνο τόσο μεγαλύτερη είναι η αξία του). Αυτό όμως μπορεί εύκολα να οδηγήσει σε μία αγορά με καθαρά μονοπωλιακή δομή. Όντως, όλοι οι συνδρομητές θα επιθυμούσαν να συνάψουν συμβάσεις με την επιχείρηση που τους δίδει την δυνατότητα να επικοινωνήσουν με τον υψηλότερο δυνατό αριθμό ανταποκριτών.

Επομένως με την διασύνδεση αποφεύγεται η τάση για επικράτηση (tipping) στην αγορά μίας και μόνο επιχείρησης. Η υποχρέωση να καθιστούν ευχερή, οι φορείς εκμετάλλευσης του δικτύου, την επαφή συνδρομητών που ανήκουν σε διαφορετικά δίκτυα ηλεκτρονικών επικοινωνιών είναι ένας τρόπος προαγωγής του ελεύθερου ανταγωνισμού σε μία αγορά που παρουσιάζει τάσεις προς ολιγοπωλιακή, αν όχι μονοπωλιακή, διάρθρωση<sup>218</sup>. Έτσι μέσα από την επιβολή αυτής της υποχρέωσης μπορούμε να ισχυριστούμε πως τα αποτελέσματα δικτύου στις παραδοσιακές αγορές ηλεκτρονικών επικοινωνιών έχουν αντιμετωπιστεί με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι αδύνατο από τις επιχειρήσεις να τα εκμεταλλευτούν. Περιορίζεται με αυτό τον τρόπο η σημαντική ισχύς που μπορούν να αποκτήσουν οι επιχειρήσεις στην αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών.

---

<sup>216</sup> Βλ. *Luisa Rossi*, Proposal for the reform of the regulation of digital services, <http://ssrn.com/abstract=2541593>, σελ. 2 και 5, Βλ. *Αλεξάνδρα Π. Μικρούλεα*, Η εφαρμογή των κανόνων του Ανταγωνισμού στις συμφωνίες πρόσβασης των φορέων παροχής υπηρεσιών (service providers) στις υποδομές των τηλεπικοινωνιακών δικτύων, ΕΕμπΔ 2001, σελ. 457.

<sup>217</sup> Βλ. Οδηγία 2002/19/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, 7 Μαρτίου 2002, σχετικά με την πρόσβαση σε δίκτυα ηλεκτρονικών επικοινωνιών και συναφείς ευκολίες, καθώς και με την διασύνδεσή.

<sup>218</sup> Ο.π. αιτιολογική σκέψη 19.

Πέραν όμως της αύξησης του ελεύθερου ανταγωνισμού σε αυτή την ιδιαίτερη αγορά μέσα από την διασύνδεση επιχειρείται και η αύξηση της ευημερίας των τελικών χρηστών. Αυτό συμβαίνει γιατί εκτός των χαμηλών τιμών που είναι η κύρια αιτία αύξηση του πλεονάσματος του καταναλωτή<sup>219</sup>, η αξία του αγαθού που προσφέρουν αυτές οι επιχειρήσεις (π.χ. υπηρεσίες φωνής, SMS κοκ) μεγαλώνει με την δυνατότητα των τελικών χρηστών να έρχονται σε επαφή με το υψηλότερο δυνατό αριθμό λοιπών τελικών χρηστών.

Είναι εμφανή σύμφωνα με τα ανωτέρω οι προβληματικές αντιανταγωνιστικές συνθήκες που επικρατούν στην αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και η ανάγκη για την διασύνδεση των δικτύων των παρόχων. Το ζήτημα είναι εάν μία τέτοιου είδους υποχρέωση θα πρέπει να επιβληθεί και στους παρόχους επιφυών υπηρεσιών φωνής και ανταλλαγής μηνυμάτων. Η αποδοχή ή μη επέκτασης της εν λόγω υποχρέωσης δεν είναι απλό θέμα.

## 6.2 Διαλειτουργικότητα

Η λειτουργία των επιφυών υπηρεσιών στηρίζεται σε ένα εντελώς διαφορετικό σύστημα συγκριτικά με τις παραδοσιακές υπηρεσίες φωνής και μηνυμάτων. Τα δίκτυα των παρόχων ΟΤΤ υπηρεσιών είναι ομότιμα. Επιτρέπουν δηλαδή στους τελικούς τους χρήστες να έρχονται σε επαφή με άλλους τελικούς χρήστες που χρησιμοποιούν την ίδια εφαρμογή. Για παράδειγμα, εάν κάποιος χρησιμοποιεί μέσω του κινητού του τηλεφώνου την εφαρμογή της Google, Hangouts, δεν μπορεί να έρθει σε επαφή με έναν χρήστη που είναι συνδεδεμένος στην πλατφόρμα του Viber. Για να θεωρήσουμε αναγκαία εν τέλει την πραγματοποίηση συνομιλιών ανάμεσα σε χρήστες διαφορετικών εφαρμογών θα πρέπει να εξετάσουμε κατά πόσο η υφιστάμενη κατάσταση προκαλεί αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα και βλάπτει τους τελικούς χρήστες.

Επειδή οι πάροχοι επιφυών υπηρεσιών δεν διαθέτουν δικό τους δίκτυο που να μεταδίδει τα απαραίτητα για την παροχή της υπηρεσίας σήματα, δεν μπορούμε να κάνουμε λόγο για υποχρέωση διασύνδεσης. Αντίθετα αυτό που μπορεί να επιβληθεί είναι η διαλειτουργικότητα του λογισμικού των εφαρμογών που διαθέτουν στους τελικούς χρήστες.

Σαφής ορισμός του όρου δεν υπάρχει ακόμα, πράγμα που καθιστά δυσχερή οποιαδήποτε συζήτηση για επιβολή υποχρεώσεων διαλειτουργικότητας. Ένας γενικός ορισμός που μπορεί να αποδοθεί είναι η ευχέρεια ενός συστήματος, προϊόντος ή υπηρεσίας να επικοινωνεί και να λειτουργεί με άλλα συστήματα, προϊόντα και υπηρεσίες αντίστοιχα, τα οποία όμως

---

<sup>219</sup> Βλ. Βλ. Νίκος Βέττας και Γιάννης Κατσουλάκος, Πολιτική Ανταγωνισμού & Ρυθμιστική Πολιτική, 2004, Τυποθήτω, σελ. 31, Γιάννης Κατσουλάκος, Οικονομική Ανάλυση του ανταγωνισμού, Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού, επιμέλεια: Δημήτριος Ν. Τζογανάτος, Νομική Βιβλιοθήκη 2013, σελ. 40-41.



παρουσιάζουν τεχνικές διαφορές<sup>220</sup>. Ως διαλειτουργικότητα του λογισμικού η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δέχεται πως είναι η δυνατότητα περισσότερων λογισμικών προγραμμάτων να «διαλειτουργούν», δηλαδή να ανταλλάσσουν και να χρησιμοποιούν από κοινού τις πληροφορίες που έχουν ανταλλάξει<sup>221</sup>.

Ένα σημείο στο οποίο θα πρέπει να σταθούμε κατά τον έλεγχο επιβολής υποχρεώσεων διαλειτουργικότητας είναι η ανάγκη προαγωγής του ελεύθερου ανταγωνισμού. Στις παραδοσιακές υπηρεσίες εάν δεν υπάρχει διασύνδεση των δικτύων τότε δεν είναι δυνατή η συνομιλία με συνδρομητές άλλου δικτύου από αυτό που ανήκουν. Αυτό ευθύνει εξ αρχής δημιουργεί προβλήματα στις ανταγωνιστικές συνθήκες της αγοράς. Από την άλλη, λόγω της συνεχούς τεχνολογικής προόδου και των ιδιαιτεροτήτων μίας διαδικτυακής αγοράς είναι δυσχερής η εμφάνιση ενός σταθερού μονοπωλίου. Αυτό επαφίεται στο γεγονός ότι τα δεδομένα της αγοράς διαδικτυακών προϊόντων συνεχώς αλλάζουν, με τις επιχειρήσεις να επενδύουν συνεχώς σε προγράμματα έρευνας και ανάπτυξης, με σκοπό είτε την διατήρηση της ισχυρής τους θέσης στην αγορά ή την ένταξή τους και την επικράτηση στην αγορά<sup>222</sup>.

Αυτή τη στιγμή η διαλειτουργικότητα ανάμεσα στους μεγάλους παρόχους ΟΤΤ υπηρεσιών είναι ελάχιστη. Κυρίως οι επιχειρήσεις προχωρούν σε αυτή όταν οι εφαρμογές, μέσω των οποίων παρέχονται οι υπηρεσίες, ανήκουν στις ίδιες, όταν υπάρχει δηλαδή κάθετη ολοκλήρωση στην αγορά και πραγματοποιούνται συγκεντρώσεις επιχειρήσεων<sup>223</sup>. Τα προβλήματα που παρουσιάζει η έλλειψη διαλειτουργικότητας συναντώνται κυρίως στην αδυναμία των χρηστών να μεταφέρουν τα προσωπικά τους δεδομένα από την μία πλατφόρμα στην άλλη, με αποτέλεσμα την δημιουργία νέων λογαριασμών και την παροχή προσωπικών πληροφοριών σε περισσότερους παρόχους υπηρεσιών. Μέσω αυτής της αδυναμίας όμως μπορεί να προκύψει αποτροπή των χρηστών για “multi-homing”, δηλαδή την χρήση περισσότερων πλατφόρμων,

---

<sup>220</sup> Βλ. *Wolfgang Kerber and Heike Schweitzer*, Interoperability in the digital economy, <https://www.uni-marburg.de/fb02/makro/forschung/magkspapers>, No. 12-2017, σελ. 3.

<sup>221</sup> Υπόθεση COMP/C-3/37.792 Microsoft, 24 Μαρτίου 2004, σκ. 33.

<sup>222</sup> Βλ. *Nikolai Van Gorp, Dr Olga Batura*, Challenges for Competition Policy in a Digitalized Economy, ο.π. σελ. 9, 29.

<sup>223</sup> Για παράδειγμα, η Microsoft με την απόκτηση του LinkedIn, προσφέρει, στους κατόχους ηλεκτρονικής διεύθυνσης του Outlook.com, την δυνατότητα να κάνουν χρήση ορισμένων εκ των λειτουργιών της εν λόγω πλατφόρμας μέσω του e-mail τους, [https://techcrunch.com/2017/10/31/microsoft-rolls-out-linkedin-integrations-in-outlook-com/?lipi=urn%3Ali%3Apage%3Ad\\_flagship3\\_detail\\_base%3B%2BhL%2BJ%2FXVS9i5uRX9A03GiQ%3D%3D](https://techcrunch.com/2017/10/31/microsoft-rolls-out-linkedin-integrations-in-outlook-com/?lipi=urn%3Ali%3Apage%3Ad_flagship3_detail_base%3B%2BhL%2BJ%2FXVS9i5uRX9A03GiQ%3D%3D)

αλλά και τον εγκλωβισμό τους σε όλες τις πλευρές της πλατφόρμας και επακόλουθα τον περιορισμό του ελεύθερου ανταγωνισμού<sup>224</sup>.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και οι αρμόδιες ρυθμιστικές αρχές θα πρέπει να είναι πολύ προσεκτικές με την επιβολή υποχρεώσεων διαλειτουργικότητας στους παρόχους επιφυών υπηρεσιών. Τα κόστη όσον αφορά την προαγωγή του ελεύθερου ανταγωνισμού ίσως είναι υψηλά<sup>225</sup>. Οι επιχειρήσεις θα αναγκαστούν να προσαρμόσουν τις υπηρεσίες που παρέχουν και με τον τρόπο αυτό να περιοριστεί η διαφοροποίηση την οποία ζητούν οι χρήστες από την κάθε πλατφόρμα<sup>226</sup>. Επιπλέον μία υποχρέωση τύπου διασύνδεσης δεν ήταν ποτέ απαραίτητη σε διαδικτυακές υπηρεσίες φωνής και ανταλλαγής μηνυμάτων για να διασφαλιστούν συνθήκες αποτελεσματικού και δυναμικού ανταγωνισμού. Επομένως η επιβολή αυτών ίσως να προκαλέσει αποτελέσματα αντίθετα από αυτά που θα επιδιώκονται<sup>227</sup>.

### **6.3 Υποχρέωση διαλειτουργικότητας των ΟΤΤ παρόχων βάσει της Πρότασης για τον Ευρωπαϊκό Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών**

Το προτεινόμενο νομοθετικό κείμενο της Επιτροπής δεν εισάγει υποχρεώσεις διαλειτουργικότητας των επιχειρήσεων που προσφέρουν επιφυείς υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών δίχως αριθμούς. Μπορούμε να υποθέσουμε πως εξαιτίας του multi-homing και της απουσίας ισχυρών φαινομένων lock-in στις πλατφόρμες που προσφέρουν τις εν λόγω διαδικτυακές υπηρεσίες, η Επιτροπή δεν θεωρεί πως είναι απαραίτητη η επιβολή υποχρεώσεων διαλειτουργικότητας στους CAPs, όπως αντίθετα συμβαίνει με τους ISPs, οι οποίοι πρέπει να προχωρούν σε διασύνδεση των δικτύων τους και διαλειτουργικότητα διαφόρων στοιχείων τους.

Πρέπει να σημειωθεί πως στην αιτιολογική έκθεση του Κώδικα αναγνωρίζεται ο κίνδυνος σχετικά με την προσφορά υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης λόγω της αυξανόμενης ζήτησης και χρήσης υπηρεσιών διαπροσωπικής επικοινωνίας ανεξαρτήτως αριθμών. Συγκεκριμένα στο α' εδάφιο της αιτιολογικής σκέψης 137 θίγει το ζήτημα πως τόσο η διατεματική συνδεσιμότητα, όσο και η πρόσβαση σε υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης εξαρτώνται από την χρήση υπηρεσιών διαπροσωπικής επικοινωνίας βάσει αριθμών. Έτσι, όσο οι καταναλωτές επιλέγουν να χρησιμοποιούν υπηρεσίες δίχως αριθμούς τόσο μεγαλύτερα προβλήματα προκύπτουν σχετικά με την παροχή υπηρεσιών εκτάκτου ανάγκης και την επίτευξη της απαιτούμενης εκ του νόμου ασφάλειας των τελικών χρηστών, λόγω της απουσίας διαλειτουργικότητας.

---

<sup>224</sup> Βλ. *Nikolai Van Gorp, Dr Olga Batural*, ο.π. σελ. 9.

<sup>225</sup> Βλ. *Wolfgang Kerber and Heike Schweitzer*, ο.π. σελ. 5-6.

<sup>226</sup> Βλ. *Tony Shortall* ο.π. σελ. 128.

<sup>227</sup> Ο.π.

Σημαντικός είναι και ο ρόλος του BEREC στα θέματα που έχουν να κάνουν με την διαλειτουργικότητα. Η Επιτροπή θα έχει την δυνατότητα να αιτείται την εκπόνηση έκθεσης, από τον πρώτο, με σκοπό την ανάλυση της αγοράς και την αξιολόγηση για το κατά πόσο υφίσταται ανάγκη ρυθμιστικής επέμβασης των ΕΡΑ σε θέματα διαλειτουργικότητας<sup>228</sup>. Πέραν τούτου, η Επιτροπή μπορεί να λάβει και εκτελεστικά μέτρα με τα οποία θα κρίνεται ο τρόπος παρέμβασης των αρμοδίων ρυθμιστικών αρχών, έπειτα από ανάλυση των αντίστοιχων εθνικών αγορών, για τις οποίες είναι αρμόδιες οι εν λόγω αρχές.

Όπως έχουμε ήδη αναφερθεί και σε προηγούμενο μέρος το άρθρο 59 του Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών προβλέπει την υποχρέωση, των επιφυών παρόχων, να καθιστούν τις υπηρεσίες διαπροσωπικών επικοινωνιών ανεξαρτήτως αριθμού διαλειτουργικές υπό δικαιολογημένες περιπτώσεις. Οι περιπτώσεις αυτές είναι δύο: α) η ανάγκη διασφάλισης της διαλειτουργικότητας των υπηρεσιών διαπροσωπικών επικοινωνιών και β) η αντιμετώπιση σημαντικών απειλών σχετικά με την πρόσβαση τελικών χρηστών σε υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης ή την διατελεσματική τους συνδεσιμότητα<sup>229</sup>. Γίνεται επομένως σαφές πως αφορμή, για την επέκταση των επίμαχων υποχρεώσεων σε ΟΤΤ παρόχους, αποτελεί η ασφάλεια του δικτύου και των παρεχόμενων υπηρεσιών στους τελικούς χρήστες και όχι λόγοι ανταγωνισμού και ισοστάθμισης ανισοροπιών που παρατηρούνται στην αγορά ανάμεσα στους παραδοσιακούς και τους επιφυείς παρόχους.

#### **6.4 Επιβολή υποχρεώσεων διαλειτουργικότητας στους ΟΤΤ ή απορρύθμιση της διασύνδεσης;**

Έχει υποστηριχθεί ότι θα πρέπει να γίνονται αντιληπτές συγκεκριμένες συνθήκες στην αγορά που να επιβάλλουν την επέκταση υποχρεώσεων όπως αυτών της διασύνδεσης και διαλειτουργικότητας σε μη παραδοσιακές υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Μία από τις συνθήκες που θα απαιτούσαν την επέμβαση των ρυθμιστικών αρχών μέσα από την επιβολή τέτοιων συμμετρικών και οριζόντιων υποχρεώσεων είναι η αδυναμία των χρηστών να έχουν πρόσβαση σε ορισμένες από τις εφαρμογές που παρέχουν επιφυείς υπηρεσίες<sup>230</sup>. Όντως σύμφωνα με τις συνθήκες που επικρατούν αυτή τη στιγμή στην αγορά, δεν φαίνεται να είναι αναγκαία η επιβολή αυτού του είδους υποχρεώσεων. Οι καταναλωτές έχουν πρόσβαση δίχως περιορισμούς σε όλες τις πλατφόρμες που προσφέρουν ΟΤΤ υπηρεσίες, με μόνο κώλυμα το

---

<sup>228</sup> COM(2016) 590, Πρόταση για Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την θέσπιση του Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, αιτ. σκ. 138

<sup>229</sup> Ο.π. αρ. 59 παρ. 1 εδ. γ' στοιχ. (i) και (ii).

<sup>230</sup> Βλ. *Luisa Rossi*, Proposal for the reform of the regulation of digital services, σελ. 18.

λογισμικό της συσκευής που χρησιμοποιούν. Επιπλέον εάν θα έπρεπε να υποχρεωθούν οι CAPs σε υποχρεώσεις διασύνδεσης και διαλειτουργικότητας τότε φρόνιμο θα ήταν οι υποχρεώσεις αυτές να απευθύνονται μόνο σε επιχειρήσεις με δεσπόζουσα θέση βάσει των αποτελεσμάτων δικτύου που δύνανται να εκμεταλλευθούν για πρακτικές αποκλεισμού ανταγωνιστών από την αγορά<sup>231</sup>.

Επιπρόσθετα, πρέπει να εκτιμηθεί από τις αρχές και το κόστος με το οποίο, η διασύνδεση επιβαρύνει τους παραδοσιακούς παρόχους. Με την πραγματοποίηση κλήσεων σε δίκτυο άλλου παρόχου, από αυτόν που ένας συνδρομητής ανήκει, δημιουργούνται λειτουργικά κόστη για τους φορείς εκμετάλλευσης. Ο πάροχος, του οποίου, το δίκτυο χρησιμοποιείται πρέπει να αποζημιωθεί για την «κίνηση» που δημιουργείται στα στοιχεία του δικτύου του. Για την πληρωμή αυτή υπεύθυνη είναι η επιχείρηση οι συνδρομητές της οποίας πραγματοποιούν κλήσεις σε συνδρομητές άλλου δικτύου. Αυτή όμως η επιβάρυνση θα επηρεάσει άμεσα εν τέλει τον τελικό χρήστη, με αποτέλεσμα να χρεώνεται περισσότερο για κλήσεις εκτός του δικτύου στο οποίο ανήκει<sup>232</sup>. Επομένως, είναι πασιφανές πως λόγω κόστους που προϋποθέτει η υποχρέωση της διασύνδεσης οι παραδοσιακοί πάροχοι δεν είναι δυνατό να ανταγωνιστούν τις επιφυείς υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών λόγω των ασυμμετριών που εμφανίζονται στην αγορά.

Πέραν τούτου όμως το στάδιο της αγοράς των ηλεκτρονικών επικοινωνιών είναι ακόμη σε πολύ πρώιμο επίπεδο για να τίθεται ζήτημα παύσης υποχρέωσης προς παροχή διασύνδεσης από έναν φορέα εκμετάλλευσης δικτύου σε άλλο<sup>233</sup>. Μέσω της απορρύθμισης της διασύνδεσης οδηγούμαστε σε ένα πλαίσιο ανταγωνισμού βάσει δικτύων. Αν και αυτό αποτελεί, κατά τον ETNO, ένα βασικό σημείο στο οποίο θα πρέπει να αποσκοπεί η Ευρωπαϊκή Ένωση, δηλαδή τον ανταγωνισμό επί των υποδομών του δικτύου<sup>234</sup>, μάλλον το περιβάλλον δεν είναι ακόμα πρόσφορο για την εισαγωγή τέτοιου είδους συνθηκών.

Η διασύνδεση αποτελεί μία από τις βασικότερες παραμέτρους για την διατήρηση ανταγωνιστικών συνθηκών στην αγορά. Μέσω αυτής οι συνδρομητές διαφορετικών δικτύων έχουν την ευχέρεια να επικοινωνούν μεταξύ τους. Απότοκο αυτού είναι να μην υπάρχει επικράτηση μίας επιχείρησης στην αγορά (tipping) η οποία παρουσιάζει και τα ισχυρότερα αποτελέσματα δικτύου, της επιχείρησης δηλαδή με τους περισσότερους συνδρομητές. Έτσι, παρατηρούμε πως παρά τα κόστη που δημιουργεί στους φορείς εκμετάλλευσης των δικτύων και

---

<sup>231</sup> Ο.π.

<sup>232</sup> Βλ. *Pier Luigi Parcu and Virginia Silvestri*, *Electronic Communications Regulation in Europe: An Overview of Past and Future Problems*, ο.π. σελ. 5.

<sup>233</sup> Οδηγία 2002/19/EK αρ. 5 παρ. 1.

<sup>234</sup> Βλ. *ETNO Policy Paper Towards a New Telecoms Framework*, 2016, σελ. 1.

την δυσχέραση της ανάπτυξης των τελευταίων η υποχρέωση για διαπραγμάτευση και εν τέλει παροχή διασύνδεσης είναι μία σημαντική μεταβλητή για την διατήρηση αποτελεσματικού ανταγωνισμού. Επομένως, δεν μπορεί να γίνει ακόμη λόγος για άρση υποχρεώσεων διασύνδεσης με σκοπό την επίτευξη ισότιμων όρων ανταγωνισμού στην αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, λόγω της σημαντικής λειτουργίας που επιτελεί η επίμαχη υποχρέωση.

## **7. Η προσέγγιση των επιφυών υπηρεσιών και επιχειρήσεων από τις ΕΡΑ στο πλαίσιο της ανάλυσης της αγοράς**

Για να καταστεί πιθανό ένα περιβάλλον με ισότιμους όρους ανταγωνισμού θα πρέπει οι ΕΡΑ και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή να συμπεριλαμβάνουν στην ανάλυση της αγοράς των ηλεκτρονικών επικοινωνιών τους παρόχους που προσφέρουν επιφυείς υπηρεσίες διαπροσωπικής επικοινωνίας. Η διαδικασία ανάλυσης της αγοράς όπως προβλέπεται στο άρθρο 16 της Οδηγίας 2002/21/ΕΚ θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει και τις επιφυείς υπηρεσίες για την απόκτηση μιας περισσότερο ολοκληρωμένης εικόνας της αγοράς. Με την μη ένταξή τους στην εν λόγω ανάλυση είναι πολύ πιθανό να οδηγηθούν σε λανθασμένα αποτελέσματα.

Όπως έχουμε ήδη αναλύσει σε προηγούμενο κεφάλαιο μπορεί σε πολλές περιπτώσεις να εμφανιστεί ανταγωνιστική σχέση των επιφυών υπηρεσιών, των δύο πρώτων κατηγοριών που διέκρινε ο BEREC, με τις παραδοσιακές υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Αυτό μάλιστα ενισχύεται και από την ίδια την κατάσταση στην αγορά, καθώς τα έσοδα των παραδοσιακών παρόχων, που προέρχονται από την αγορά των SMS και των φωνητικών υπηρεσιών, είτε σταθερής είτε κινητής τηλεφωνίας, σημειώνουν σημαντικές μειώσεις<sup>235</sup>. Βάσει αυτού του πλαισίου, που έχει διαμορφωθεί, δεν είναι δυνατό να συνεχίσουν να μην δίδουν οι αρμόδιες αρχές, την απαιτούμενη, σημασία σε αυτές τις νέες μορφές φωνητικών υπηρεσιών και εφαρμογές ανταλλαγής μηνυμάτων μέσω του Διαδικτύου γιατί θα εμφανιστούν στην αγορά συνθήκες ανισορροπίας.

Είναι σαφές, πως με την απουσία εκτίμησης των παρόχων περιεχομένου, εφαρμογών και υπηρεσιών μέσω του Διαδικτύου τα αποτελέσματα από την ανάλυση της αγοράς δεν θα είναι αντιπροσωπευτικά. Τα μερίδια των επιχειρήσεων που παρέχουν υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών δεν μπορούν να κριθούν με την επιθυμητή ακρίβεια εάν δεν λαμβάνονται υπόψη όλοι οι παίκτες που τις ανταγωνίζονται στην αγορά και διεκδικούν μέρος από τα δυνητικά έσοδά τους. Μάλιστα, δεν είναι απίθανο, πως με το να λάβουν υπόψη τους οι αρμόδιες αρχές κατά την ανάλυση της αγοράς και τους παρόχους επιφυών υπηρεσιών, τα συμπεράσματα που θα εξάγουν

---

<sup>235</sup> Βλ. ETNO, Annual Economic Report | 2016, <https://etno.eu/datas/publications/economic-reports/ETNO%20Annual%20Economic%20Report%202016.pdf>, σελ. 20-21.

να είναι εντελώς διαφορετικά σε σχέση με την παρουσία σημαντικής ισχύος στην αγορά από τους παραδοσιακούς παρόχους.

Από την στιγμή που το οικονομικό περιβάλλον των ηλεκτρονικών επικοινωνιών έχει διαμορφωθεί με τέτοιο τρόπο ώστε οι διαδικτυακές υπηρεσίες φωνής και μηνυμάτων να αποτελούν βασικά αγαθά των καταναλωτών που χρησιμοποιούνται σε καθημερινή βάση και επηρεάζουν σε τόσο σημαντικό βαθμό την δομή της εν λόγω αγοράς, δεν είναι ορθό να μην λαμβάνονται υπόψη κατά τις αναλύσεις που πραγματοποιούνται από τις αρμόδιες αρχές. Οι αποκλίσεις, στις οποίες μπορεί να οδηγήσει αυτή η έλλειψη εκτίμησης, ίσως να έχουν ουσιώδη αποτελέσματα στην διαμόρφωση ενός ανταγωνιστικού πλαισίου με ίσους όρους. Επιχειρήσεις, που παρέχουν υπηρεσίες, οι οποίες από την πλευρά της ζήτησης δύνανται να γίνονται αντιληπτές ως υποκατάστατες, πρέπει να διέπονται από ένα ισότιμο νομικά πλαίσιο. Η συμπερίληψη των επιφυών επιχειρήσεων και υπηρεσιών στην ανάλυση της αγοράς όπως την επιτάσσει η Οδηγία-Πλαίσιο ίσως πρέπει να αποτελέσει το πρώτο βήμα για την επίτευξη ισότιμων όρων ανταγωνισμού, καθώς η ανάλυση αυτή συνιστά το βασικότερο στοιχείο για την καθιέρωση συνθηκών αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών.

Το σημαντικότερο πρόβλημα που θα συναντήσουν οι αρμόδιες αρχές στην εκτίμηση των ΟΤΤ παρόχων κατά την ανάλυση της αγοράς θα είναι αυτό της λειτουργίας τους ως πλατφόρμες. Θα πρέπει να λάβουν υπόψη τους όλες τις «όψεις» της αγοράς, καθώς παρά το γεγονός ότι μπορεί να μην υπάρχουν τιμές με θετικό πρόσημο σε μία εξ αυτών, η ζημία τους θα καλύπτεται από άλλη πλευρά της αγοράς στην οποία θα υπάρχει χρέωση. Ήδη με τις αποφάσεις στις υποθέσεις *Παπασάββας* και *McFadden* αναγνωρίζεται από το Δικαστήριο πως και η έμμεση πληρωμή για την παροχή υπηρεσιών μπορεί να αποτελέσει το στοιχείο της αμοιβής. Επομένως, θα πρέπει να αποδοθεί η δέουσα προσοχή από τις αρχές, καθώς είναι εύκολο να προχωρήσουν σε λανθασμένες εκτιμήσεις και αναλύσεις της αγοράς όταν εξετάζουν επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται ως πλατφόρμες.

Επιπλέον, θα πρέπει να έχουν μία συνολική εικόνα των διμερών / πολυμερών αγορών (two/multi - sided markets) και των ιδιοτήτων τους. Όπως αναλύθηκε σε προγενέστερο κεφάλαιο θα πρέπει να γίνει εκτενής ανάλυση για την διαπίστωση εάν θα υπάρχουν τόσες αγορές όσες και οι πλευρές μίας πλατφόρμας και ο τρόπος που δραστηριοποιείται σε κάθε μία αγορά που διαπιστώνεται η ίδια η πλατφόρμα και όχι οι διακριτές ομάδες τις οποίες φέρνει σε επαφή. Βάσει αυτής της ανάλυσης, θα μπορέσει να εκτιμηθεί και ο τρόπος με τον οποίο ανακτά τις ζημίες της σε μία εκ των πλευρών της, στην οποία προσφέρει τις υπηρεσίες της σε μηδενική τιμή. Για παράδειγμα, το Viber αποτελεί μία πλατφόρμα με περισσότερες των δύο διακριτών ομάδων που δραστηριοποιούνται σε αυτή. Ειδικότερα, φέρνει σε επαφή τους τελικούς χρήστες

των επιφυών υπηρεσιών του με τους δημιουργούς και προγραμματιστές ψηφιακών αγαθών ενώ προχωράει και στην λειτουργία του ως διαφημιστικό μέσο για ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις. Χρεώνοντας τις δύο τελευταίες κατηγορίες πελατών του το Viber μπορεί να παρέχει φωνητικές υπηρεσίες και υπηρεσίες ανταλλαγής μηνυμάτων στους τελικούς του χρήστες σε μηδενική τιμή. Αυτό όμως δεν θα πρέπει να οδηγεί τις αρμόδιες αρχές στην απουσία αγοράς ή στην μη εκτίμηση του κύκλου εργασιών που σημειώνεται στις άλλες «όψεις» της επίμαχης πλατφόρμας.

Μέχρι στιγμής η μη συμπερίληψη των OTT επιχειρήσεων στην ανάλυση της αγοράς βάσει της Οδηγίας-Πλαίσιο είναι αισθητή. Αν και ο BEREC συμπέρανε πως δεν σημειώνονται προβλήματα κατά την εκτίμηση της ΣΙΑ σχετικά με την ως άνω Οδηγία θεώρησε πως δεν έχουν γίνει ουσιώδη βήματα προς την εκτίμηση των επιφυών υπηρεσιών της δεύτερης κατηγορίας (OTT-1)<sup>236</sup>. Αυτό, οφείλεται στην απουσία συγκέντρωσης των απαραίτητων πληροφοριών από τις επιχειρήσεις που προσφέρουν τις επίμαχες υπηρεσίες, γιατί δεν εμπίπτουν οι τελευταίες στο ρυθμιστικό πλαίσιο που προβλέπεται. Αποτέλεσμα των ανωτέρω είναι να μην έχουν οι ΕΡΑ την αρμοδιότητα περί συλλογής πληροφοριών από τους παρόχους υπηρεσιών της «γκρι» λίστας, για την εκτίμηση της αγοράς, που τους απονέμει το άρθρο 5 παρ. 1 της Οδηγίας-Πλαίσιο<sup>237</sup>.

Η στάση αυτή όμως πρέπει να αλλάξει. Για την επίτευξη ενός περιβάλλοντος με ίσους όρους ανταγωνισμού δεν δύναται οι αρμόδιες αρχές, που ελέγχουν την αγορά, να μην μπορούν να αποκτήσουν και να αναλύσουν πληροφορίες από τους CAPs οι οποίοι επηρεάζουν σε τεράστιο βαθμό την αγορά. Εάν δεν γίνεται εκτίμηση της σχέσης υποκατάστασης των OTT-1 υπηρεσιών που προσφέρουν και των μεριδίων τους στην αγορά θα είναι βέβαιο ότι θα υπάρχουν πλημμελείς αναλύσεις των αγορών.

## **8. Έμφαση σε ένα μοντέλο στατικού ή δυναμικού ανταγωνισμού;**

Σε αυτό το σημείο αντιμετωπίζουμε ένα από τα σημαντικότερα διλήμματα ανταγωνισμού, όχι μόνο στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, αλλά και σε κάθε άλλο τομέα της αγοράς που υπάρχουν υψηλά σταθερά κόστη και κωλύματα επενδύσεων σε νέες τεχνολογίες εξαιτίας αυτών. Ειδικότερα, θα πρέπει να δοθεί έμφαση στον στατικό ή τον δυναμικό ανταγωνισμό;

Ανάλογο με το στοιχείο το οποίο θα αποτελέσει τον οδηγό για την επέκταση ή όχι των συμμετρικών υποχρεώσεων και στους παρόχους επιφυών υπηρεσιών ή την μείωση των υποχρεώσεων στους παραδοσιακούς παρόχους, προάγονται διαφορετικά μοντέλα ανταγωνισμού. Ως στατικό ανταγωνισμό ορίζουμε μία αγορά στην οποία οι εγκαθιδρυμένοι προμηθευτές (incumbents) ανταγωνίζονται μεταξύ τους μόνο με βάση τις τιμές, προσφέροντας τα ίδια

---

<sup>236</sup> Βλ. BEREC, Report on OTT services, σελ. 19

<sup>237</sup> Ο.π. σελ. 22

προϊόντα/υπηρεσίες στους καταναλωτές τους<sup>238</sup>. Αποτέλεσμα αυτού είναι η στασιμότητα της αγοράς όσον αφορά τις τεχνολογικές εξελίξεις, την δημιουργία νέων προϊόντων/υπηρεσιών αλλά και την είσοδο δυνητικών ανταγωνιστών. Αυτό που συμβαίνει σε ένα περιβάλλον στατικού ανταγωνισμού είναι όλες οι επιχειρήσεις να έχουν τα ίδια τεχνολογικά μέσα, ο ανταγωνισμός να οδηγεί σε τιμές ίσες με αυτές του μακροπρόθεσμου οριακού κόστους (Long-run Marginal Cost) και να μην σημειώνεται τεχνολογική πρόοδος στην αγορά<sup>239</sup>.

Φυσικά, αυτό που μας ανησυχεί σε μία τέτοια αγορά είναι πως όταν εμφανίζονται όμοιες συνθήκες κόστους, παραγωγής, τεχνολογικής εξέλιξης και κάλυψης της ζήτησης από όλες τις επιχειρήσεις, τότε σημειώνεται κορεσμός της αγοράς. Αυτό οδηγεί σε ευνοϊκές συνθήκες συμπαιγνιών, καθώς δεν θα υπάρχει ο φόβος διατάραξης της αγοράς από νέες εισερχόμενες επιχειρήσεις αλλά και καινοτόμες τεχνολογίες που θα επιφέρουν σημαντικές αλλαγές στην διάρθρωση της αγοράς.

Από την άλλη, ο δυναμικός ανταγωνισμός στηρίζεται στην τεχνολογική πρόοδο και σε καινοτόμες εξελίξεις της αγοράς. Μία αγορά με δυναμικές συνθήκες χαρακτηρίζεται για τις ουσιώδεις διαφοροποιήσεις προϊόντων/υπηρεσιών που προσφέρονται στο καταναλωτικό κοινό αλλά και ποικίλες μεταβλητές που συμβάλλουν στην συνεχή εξέλιξη και τάση προς επικράτηση μιας κατάστασης «ανισορροπίας»<sup>240</sup>. Η αγορά του Διαδικτύου μας προσφέρει καθαρά ένα δυναμικό περιβάλλον, με συνεχείς τεχνολογικές εξελίξεις και αλλαγές στην δομή της.

Με το να εστιάσουμε την προσοχή μας αποκλειστικά στην ανάπτυξη των δικτύων των παραδοσιακών παρόχων, θυσιάζοντας τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στις τηλεπικοινωνίες διαδικτυακά, ευνοούμε στατικές συνθήκες ανταγωνισμού. Παρόλο που ο τομέας των ηλεκτρονικών επικοινωνιών παρουσιάζει μία δυναμική τεχνολογικά τάση, καθώς συνεχώς εφαρμόζονται νέοι καινοτόμοι τρόποι παροχής των υπηρεσιών αλλά και αύξηση της ποιότητας αυτών, οι επενδύσεις για τις νέες τεχνολογίες πραγματοποιούνται από τους εγκαθιδρυμένους παραδοσιακούς παρόχους, που διαχειρίζονται τα δίκτυα. Έτσι, δεν εμφανίζονται ουσιώδεις μεταβολές στην δομή της αγοράς, είτε αυτή είναι η σταθερή είτε η κινητή τηλεφωνία.

Φυσικά η τεχνολογική αυτή εξέλιξη που χαρακτηρίζει την εν λόγω αγορά δεν μπορούμε να πούμε πως καθιστά απόλυτα στατικές τις συνθήκες ανταγωνισμού. Με την προσφορά νέων, αλλά και υψηλότερης ποιότητας, υπηρεσιών λόγω τεχνολογικής προόδου είναι προφανές πως

---

<sup>238</sup> Βλ. *J. Gregory Sidak και David J. Teece*, Dynamic Competition in Antitrust Law, *Journal of Competition Law & Economics*, Volume 5, Issue 4, 1<sup>η</sup> Δεκεμβρίου 2009, σελ. 602.

<sup>239</sup> Ο.π. σελ. 603.

<sup>240</sup> Ο.π. σελ. 603.



σημειώνεται αύξηση της ευημερίας των καταναλωτών. Είναι σημαντικό να υφίστανται δίκτυα ηλεκτρονικών επικοινωνιών, τα οποία να αποτελούνται από υποδομές με στοιχεία που επιτρέπουν την παροχή καινοτόμων υπηρεσιών. Δεν πρέπει να ξεχνάμε εξάλλου, πως ακόμα και οι πάροχοι περιεχομένου, εφαρμογών και υπηρεσιών βασίζονται σε ένα απόλυτα εξελιγμένο και πλήρως εξοπλισμένο δίκτυο, για την καλύτερη δυνατή παροχή και των δικών τους υπηρεσιών διαπροσωπικής επικοινωνίας στους τελικούς τους χρήστες.

## 9. Συμπεράσματα

Αφού εξετάσαμε ορισμένες από τις βασικές υποχρεώσεις που επιβάλλονται στους παραδοσιακούς παρόχους υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, πρέπει να κρίνουμε κατά πόσο είναι απαραίτητο να πραγματοποιηθεί μία προσπάθεια επέκτασής τους και στους παρόχους περιεχομένου, εφαρμογών και υπηρεσιών. Είναι σημαντικό σε αυτό το σημείο να αναφέρουμε πως δεν είναι αναγκαία η ύπαρξη μίας σχέσης υποκατάστασης των υπηρεσιών που προσφέρουν οι ανωτέρω πάροχοι. Όπως αναφέρει και ο ίδιος ο BEREC το αν μία επιφυής υπηρεσία υπάγεται στον ορισμό των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών (αρ. 2 στοιχ. γ' Οδηγία 2002/21/EK) δεν εξαρτάται από την δυνητική ανταγωνιστική της σχέση με υπηρεσίες που εμπίπτουν στο εν λόγω ρυθμιστικό πλαίσιο<sup>241</sup>.

Η ανάγκη επέκτασης τονίζεται φυσικά από τους παραδοσιακούς παρόχους οι οποίοι βλέπουν τα κέρδη τους από τις υπηρεσίες φωνής και SMS να πέφτουν κατακόρυφα. Συγκεκριμένα, οι πάροχοι επιφυών υπηρεσιών υπολογίζεται ότι έχουν καταφέρει να «κλέψουν» το 10% των παγκοσμίων κερδών στον τομέα των τηλεπικοινωνιών, ενώ έχει εκτιμηθεί πως το ποσοστό αυτό θα αυξηθεί κατά τουλάχιστον πέντε φορές έως το 2020<sup>242</sup>. Η ευχέρεια να προσφέρουν οι πάροχοι επιφυών υπηρεσιών τα αγαθά τους σε μηδενική τιμή και η επιτυχία που συνοδεύει τα μοντέλα δραστηριοποίησής τους, καθιστούν το παρόν επιχειρηματικό πλάνο των φορέων εκμετάλλευσης των δικτύων, το οποίο βασίζεται κυρίως στα έσοδα από τις κλήσεις και τα SMS ακόμη, ασταθές<sup>243</sup>. Οι παραδοσιακοί πάροχοι θεωρούν πως το παρόν ρυθμιστικό πλαίσιο και η ασυμμετρία που σημειώνεται, όσον αφορά τις υποχρεώσεις που επιβάλλονται στους παίκτες της αγοράς, αποτελούν την κύρια αιτία απώλειας κερδών<sup>244</sup>.

<sup>241</sup> Βλ. BEREC, Report on OTT services, Ιανουάριος 2016, σελ. 16.

<sup>242</sup> Βλ. *Ron Davies*, EPRS, Regulating electronic communications: A level playing field for telecoms and OTTs?, [http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS\\_BRI\(2016\)586641](http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_BRI(2016)586641) , σελ. 3.

<sup>243</sup> Βλ. *Martin Peitz και Tommaso Valletti*, Reassessing Competition Concerns in Electronic Communications Markets, Centre for European Economic Research, σελ. 6.

<sup>244</sup> Βλ. *Pier Luigi Parcu and Virginia Silvestri*, ο.π. σελ. 10.

Βέβαια υπάρχουν και φορείς στην αγορά που ισχυρίζονται πως οι συνθήκες δεν είναι τόσο δυσμενείς, όσο τις παρουσιάζουν οι παραδοσιακοί πάροχοι. Λόγω της αύξησης χρήσης επιφυών υπηρεσιών υποστηρίζεται πως η αγορά οδεύει σε άλλη κατεύθυνση, από αυτή των φωνητικών υπηρεσιών και μηνυμάτων, για την αποκόμιση κερδών. Ειδικότερα, έχει λεχθεί πως υπάρχει στροφή προς την εκμετάλλευση των δεδομένων (data) που παρέχονται, στους συνδρομητές των φορέων εκμετάλλευσης της κινητής τηλεφωνίας, για την πρόσβασή τους στο Διαδίκτυο. Όπως τονίζει και ο ETNO λόγω της καθοδικής πορείας των φωνητικών υπηρεσιών και των SMS, η αγορά δεν έχει άλλη λύση από το να στραφεί προς τα πακέτα δεδομένων<sup>245</sup>. Εκτιμάται μάλιστα πως τα κέρδη από τα δεδομένα ίσως και να αποτελέσουν ένα αντιστάθμισμα στις απώλειες των που εμφανίζονται στις παραδοσιακές υπηρεσίες<sup>246</sup>.

Ωστόσο, δεν πρέπει να παραβλέπεται μία σημαντική συνέπεια. Οι απώλειες κερδών από τους παραδοσιακούς παρόχους δεν αποκτώνται εν τέλει από κανέναν στην αγορά<sup>247</sup>. Αυτό συμβαίνει γιατί οι OTT επιχειρήσεις προσφέρουν τις υπηρεσίες τους σε μηδενικές τιμές. Έτσι, είναι εμφανές πως σημειώνεται αναποτελεσματικότητα ως προς την κατανομή των πόρων. Μάλιστα, ίσως τα αποτελέσματα αυτά να είναι πιο δυσμενή απ' ό,τι αναμένονται, καθώς δύναται να επεκτείνουν τις υπηρεσίες που προσφέρουν, οι OTT πάροχοι, ανταγωνιζόμενοι ολόένα και περισσότερους τομείς της αγοράς των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, στους οποίους δραστηριοποιούνται οι παραδοσιακοί πάροχοι<sup>248</sup>.

Επιπρόσθετα, είναι πολύ σημαντικό να αξιολογηθεί η επιβάρυνση του δικτύου ενός παραδοσιακού παρόχου. Η αύξηση της ζήτησης υπηρεσιών που προσφέρονται μέσω του Διαδικτύου, απαιτεί την παράλληλη αύξηση της ευρυζωνικότητας και μία ευρύτερη πρόσβαση στο Διαδίκτυο, διότι αυξάνεται η ζήτηση σχετικά με την χωρητικότητα των δικτύων<sup>249</sup>. Η κίνηση στα δίκτυα αυξάνεται, με τους φορείς εκμετάλλευσής τους να υποστηρίζουν πως δεν επαρκούν οι υφιστάμενες υποδομές και η τρέχουσα τεχνολογία για την εξυπηρέτηση της ζήτησης που διαμορφώνεται λόγω της υψηλής χρήσης επιφυών υπηρεσιών. Οι πάροχοι διαδικτυακών υπηρεσιών στην ουσία δημιουργούν πρόσθετα έξοδα για τους φορείς

---

<sup>245</sup> Βλ. ETNO, Annual economic Report I 2016, σελ. 18-19.

<sup>246</sup> Ο.π. σελ. 19.

<sup>247</sup> Βλ. Shirley Baldry, Markus Straingröver, Markus H. Hessler, The Rise of OTT Services-What is the Appropriate Regulatory Response?, σελ. 12.

<sup>248</sup> Ο.π. σελ. 12.

<sup>249</sup> Βλ. Pier Luigi Parcu and Virginia Silvestri, ο.π σελ. 11, Shirley Baldry, Markus Straingröver, Markus H. Hessler, ο.π. σελ. 13.

εκμετάλλευσης, αφού οι τελευταίοι είναι αυτοί που ευθύνονται για την ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχονται στους συνδρομητές τους<sup>250</sup>.

Επομένως παρατηρούμε ένα πολύ ουσιαστικό πρόβλημα που υπάρχει στην αγορά ηλεκτρονικών επικοινωνιών όπως αυτή έχει διαμορφωθεί σήμερα. Οι πάροχοι περιεχομένου, εφαρμογών και υπηρεσιών αποκομίζουν κέρδη εκμεταλλευόμενοι τις επενδύσεις άλλων επιχειρήσεων, δίχως όμως συνεισφέρουν στην απόσβεση των επενδύσεων αυτών. Η εξωτερικότητα αυτή τους καθιστά ιδιαίτερα ανταγωνιστικούς, αλλά πέραν αυτού και ιδιαίτερα επισφαλείς. Δίχως οι επιχειρήσεις, που επενδύουν στην δημιουργία των τηλεπικοινωνιακών υποδομών, να αποσβήνουν τα υψηλά αυτά σταθερά κόστη, αποθαρρύνονται από το να προχωρήσουν σε νέες επενδύσεις. Επιπρόσθετα, πιθανότατα θα σημειωθεί και μείωση κινήτρων για έρευνα και ανάπτυξη, καθώς δεν θα υφίστανται ευνοϊκές συνθήκες για την αποκόμιση υψηλών κερδών.

Κλείνοντας το παρόν κεφάλαιο πρέπει να σημειωθεί πως η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αναγνωρίζει την ιδιαίτερη ανταγωνιστική σχέση των παραδοσιακών παρόχων με τους επιφυσείς στην Πρόταση της για την δημιουργία ενός Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών. Μάλιστα, αναφέρει ρητά πως η Ευρωπαϊκή Ένωση, λόγω της ανταγωνιστικής αυτής σχέσης, θα πρέπει να έχει το δικαίωμα να προχωρήσει στην δημιουργία ενός περιβάλλοντος οικονομικής δραστηριοποίησης, στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, με ισότιμους όρους ανταγωνισμού<sup>251</sup>. Πέραν όμως της διαπίστωσης αυτής, φαίνεται πως οι τροποποιήσεις και ο τρόπος αντιμετώπισης των ΟΤΤ παρόχων μέσω του προαναφερόμενου προτεινόμενου νομοθετικού κειμένου, δεν εισάγουν τις επιθυμητές και αναγκαίες αλλαγές που επιτάσσει η νέα οικονομική πραγματικότητα της αγοράς των ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Αν και σε γενικό βαθμό φαίνεται πως οι διατάξεις της εν λόγω πρότασης τείνουν στη ορθή κατεύθυνση, σε πολλά σημεία καθίσταται σαφής η διαφορετική αντιμετώπιση των υπηρεσιών ανάλογα με τον τρόπο και τα μέσα που προσφέρονται, καθώς είναι έντονη η διάκριση υπηρεσιών βάσει αριθμών και αυτών που είναι ανεξάρτητες αριθμοδότησης.

---

<sup>250</sup> Βλ. Over-the-top (OTT) players: market dynamics and policy changes, ο.π. σελ. 77.

<sup>251</sup> Βλ. COM(2016) 590, Πρόταση για Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την θέσπιση του Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, σελ. 5

## **Ε. Ζητήματα Κατάχρησης Δεσπόζουσας Θέσης βάσει των άρθρων 102 ΣΛΕΕ και 2 Ν 3959/2011**

### **1. Η Σημαντική Ισχύς στην Αγορά (ΣΙΑ) και η Δεσπόζουσα Θέση (ΔΘ)**

Η αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών λόγω της φύσης της αποτελείται από επιχειρήσεις που κατέχουν κατά κανόνα σημαντική ισχύ. Λόγω ύπαρξης φυσικού μονοπωλίου όσον αφορά τις υποδομές του δικτύου στην σταθερή τηλεφωνία και τις εκ φύσεως περιορισμένες συχνότητες φάσματος, στην κινητή τηλεφωνία, η είσοδος και η επιχειρηματική δραστηριότητα στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών δεν τυγχάνουν των επιθυμητών επιπέδων για την δημιουργία συνθηκών αποτελεσματικού ανταγωνισμού. Το κόστος υποδομών για ένα δίκτυο σταθερής τηλεφωνίας (τοπικός βρόγχος, οπτικές ίνες κλπ) είναι τόσο υψηλό ώστε να μην δύνανται οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις να έχουν η καθεμιά το δικό της δίκτυο για την παροχή υπηρεσιών.

Από την άλλη, στην κινητή τηλεφωνία αν και δεν παρουσιάζεται αυτή η οικονομική αδυναμία επενδύσεων στο δίκτυο της κινητής τηλεφωνίας η αγορά είναι ολιγοπωλιακά διαρθρωμένη. Το άρθρο 3 παρ. 2 εδ. α' της Οδηγία για την Αδειοδότηση, προβλέπει πως για να μπορέσει κανείς παρέχει δίκτυα ή υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών πρέπει να λάβει γενική άδεια από τον αρμόδιο εθνικό φορέα<sup>252</sup>. Η ανάγκη αδειοδότησης των επιχειρήσεων που μπορούν να προσφέρουν δίκτυα και υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών είναι αναγκαία λόγω των φυσικών περιορισμών που αντιμετωπίζει ο συγκεκριμένος κλάδος. Το διαθέσιμο φάσμα για την μεταφορά του σήματος μέσω των ενεργών στοιχείων ενός δικτύου δεν είναι απεριόριστο. Αποτέλεσμα αυτού είναι να τίθενται περιορισμοί τόσο στην διάθεση του φάσματος, όσο και στον όγκο των κλήσεων που μπορούν να πραγματοποιηθούν σε μία ζώνη συχνοτήτων<sup>253</sup>. Σε περίπτωση που πλείονες επιχειρήσεις εκπέμπουν στις διαθέσιμες, για τις τηλεφωνίες, συχνότητες θα υπάρχει μίξη των σημάτων και παρεμβολές σε συχνότητες άλλων υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών ή άλλων υπηρεσιών όπως αυτές της τηλεόρασης και του ραδιοφώνου, που χρησιμοποιούν συχνότητες του φάσματος για την μεταφορά του σήματος.

Στην Οδηγία Πλαίσιο το άρθρο 14 παρ. 2 εξισώνει την σημαντική ισχύ, που μπορεί να κατέχει μια επιχείρηση στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, με την δεσπόζουσα θέση που προβλέπει το άρθρο 102 ΣΛΕΕ. Στο άρθρο 102 ΣΛΕΕ δεν υπάρχει ορισμός που να μας καθορίζει την δεσπόζουσα θέση μιας επιχείρησης στην αγορά. Αντίθετα η έννοια αυτή έχει

<sup>252</sup> Οδηγία 2002/20/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 7<sup>ης</sup> Μαρτίου 2002, για την αδειοδότηση δικτύων και υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών.

<sup>253</sup> Βλ. Mobile Infrastructure Sharing, GSMA, <https://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2012/09/Mobile-Infrastructure-sharing.pdf>, σελ. 31.

αναπτυχθεί μέσα από την νομολογία του ΔΕΕ και την πρακτική των αρχών του ανταγωνισμού. Επομένως, ένας πάροχος υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών κατέχει σημαντική ισχύ στην αγορά και άρα δεσπόζουσα θέση όταν λόγω οικονομικής ισχύος μπορεί να δρα ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές, τους πελάτες και τους καταναλωτές του<sup>254,255</sup>. Έτσι η Επιτροπή είναι ξεκάθαρη, πως οι αρμόδιες αρχές όταν ελέγχουν την αγορά ηλεκτρονικών επικοινωνιών για την διαπίστωση σημαντικής ισχύος θα βασίζονται στην υπάρχουσα νομολογία του ΔΕΕ και την πρακτική της Επιτροπής σε υποθέσεις που έχουν κρίνει αυθεντικά το άρθρο 102 ΣΛΕΕ<sup>256</sup>.

Για την διαπίστωση ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης στην αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών η Επιτροπή έχει προχωρήσει στην έκδοση Κατευθυντηρίων Γραμμών, καθώς υπάρχουν ιδιαίτερες συνθήκες που πρέπει να ληφθούν υπόψη<sup>257</sup>. Οι επίμαχες Κατευθυντήριες έχουν ως αποστολή την επιβολή εκ των προτέρων υποχρεώσεων σε τομείς της αγοράς που εμφανίζονται επιχειρήσεις με σημαντική ισχύ και εξαιτίας αυτών δεν υπάρχουν συνθήκες αποτελεσματικού ανταγωνισμού<sup>258</sup>. Πέραν όμως τούτου αποτελούν και μέσο για την ανάλυση της αγοράς και την διακρίβωση των ανταγωνιστικών συνθηκών επ' αυτής, καθώς δεν είναι αναγκαία η επιβολή *ex ante* υποχρεώσεων κάθε φορά που διαπιστώνεται σημαντική ισχύς στην αγορά. Αυτό γίνεται σαφές και μέσω της Σύστασης για τις συναφείς αγορές προϊόντων και υπηρεσιών που προβλέπεται στην Οδηγία Πλαίσιο<sup>259</sup>. Στην τελευταία Σύσταση που εξέδωσε η Επιτροπή, προβλέπει μόνο τέσσερις αγορές που ρυθμίζονται εκ των προτέρων<sup>260</sup>. Το γεγονός όμως ότι δεν ρυθμίζονται και άλλες αγορές πέραν από αυτές δεν σημαίνει ότι απουσιάζει και η σημαντική ισχύς στις υπόλοιπες αγορές, αλλά οι συνθήκες ανταγωνισμού είναι τέτοιες ούτως ώστε να μην είναι αναγκαία η επιβολή ειδικών ρυθμιστικών υποχρεώσεων.

---

<sup>254</sup> Βλ. Α. Κομνηνός – Ι. Λιανός, Καταχρηστική Εκμετάλλευση της Δεσπόζουσας Θέσης, Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού, επιμέλεια: Δημήτριος Ν. Τζουγανάτος, Νομική Βιβλιοθήκη 2013, σελ. 475.

<sup>255</sup> Υπόθεση 85/76, *Hoffman-La Roche & Co. AG κατά Επιτροπής*, σκ. 38.

<sup>256</sup> Κατευθυντήριες γραμμές της Επιτροπής για την ανάλυση αγοράς και την εκτίμηση της σημαντικής ισχύος στην αγορά βάσει του κοινοτικού πλαισίου κανονιστικών ρυθμίσεων για τα δίκτυα και τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών, 2002/C 165/03, παρ. 70.

<sup>257</sup> Ο.π. 2002/C 165/03.

<sup>258</sup> Ο.π. παρ. 5.

<sup>259</sup> Οδηγία 2002/21/ΕΚ αρ. 15 παρ. 1, όπως έχει τροποποιηθεί με την Οδηγία 2009/140/ΕΕ.

<sup>260</sup> Σύσταση της Επιτροπής, 2014/710/ΕΕ, της 9ης Οκτωβρίου 2014, Σχετικά με σημαντικές αγορές προϊόντων και υπηρεσιών στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, οι οποίες επιδέχονται εκ των προτέρων κανονιστική ρύθμιση, σύμφωνα με την οδηγία 2002/21/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με κοινό κανονιστικό πλαίσιο για δίκτυα και υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών.

Στην παρούσα μελέτη μας ενδιαφέρει η αγορά υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών σε λιανικό επίπεδο και συγκεκριμένα οι αγορές φωνής σταθερής τηλεφωνίας, λιανικών υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας και οι αγορές επιφυών υπηρεσιών που εν δυνάμει ανταγωνίζονται τις παραδοσιακές αυτές υπηρεσίες. Οι αγορές αυτές δεν αποτελούν αντικείμενο εκ των προτέρων ρυθμιστικών παρεμβάσεων βάσει της προαναφερόμενης Σύστασης<sup>261</sup>. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θεωρεί πως μόνο στο επίπεδο της χονδρικής αγοράς πρέπει να επιβάλλονται εκ των προτέρων υποχρεώσεις, δίχως βέβαια να μην δύνανται οι ΕΡΑ να ρυθμίσουν και άλλες πέραν αυτών των αγορών μετά την πραγματοποίηση του τεστ των τριών κριτηρίων<sup>262</sup>. Και πάλι, οι αγορές σε λιανικό επίπεδο θα πρέπει κατά κανόνα να μην υπάγονται σε ρυθμιστικό καθεστώς, αλλά να προτιμάται η επιβολή *ex ante* υποχρεώσεων στις ανάντη, καθώς μέσω αυτών, ίσως να εξασφαλίζονται οι επιθυμητές ανταγωνιστικές συνθήκες στα επόμενα στάδια της αγοράς<sup>263</sup>. Με βάση τα ανωτέρω παρατηρείται η προσπάθεια περιορισμού του ρυθμιστικού πλαισίου από το οποίο διέπεται ο τομέας των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και η εφαρμογή του δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού σε όλο το εύρος του. Άρα αν και η σχετική αγορά που μας απασχολεί δεν αποτελεί αντικείμενο ρύθμισης και πάλι θα χρησιμοποιήσουμε τις προαναφερθείσες Κατευθυντήριες Γραμμές της Επιτροπής για την αξιολόγηση της δεσπόζουσας θέσης βάσει του 102 ΣΛΕΕ και του άρθρου 2 Ν. 3959/2011, καθώς είναι αναγκαίο να γίνεται συνολική εκτίμηση των αγορών χονδρικής και λιανικής, όπως καθίσταται σαφές βάσει της Σύστασης της Επιτροπής για τις σχετικές αγορές που χρήζουν ρύθμισης.

## 2. Συλλογική Δεσπόζουσα Θέση

Από το γράμμα των άρθρων 102 ΣΛΕΕ και 2 του Ν. 3959/2011 προκύπτει πως η κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης δεν είναι αναγκαίο να λάβει χώρα από μία και μόνο επιχείρηση με σημαντική ισχύ στην αγορά<sup>264</sup>. Ακόμη, και η Οδηγία-Πλαίσιο στο άρθρο 14 παρ. 2 προβλέπει πως σημαντική ισχύ στην αγορά μπορούν να κατέχουν περισσότερες επιχειρήσεις συλλογικά, πέραν της ατομικής σημαντικής ισχύος που δύναται να κατέχει ένας πάροχος υπηρεσιών και δικτύου ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Βέβαια, δεν αποκλείεται σε μία αγορά, που εμφανίζονται ανεξάρτητες νομικά μεταξύ τους επιχειρήσεις, με την ύπαρξη συλλογικής δεσπόζουσας θέσης

<sup>261</sup> Σύσταση της Επιτροπής, 2014/710/ΕΕ, Παράρτημα.

<sup>262</sup> Ο.π. παρ. 11.

<sup>263</sup> Ο.π. παρ. 18.

<sup>264</sup> Βλ. Γεώργιος Δ. Τριανταφυλλάκης, Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού, Νομική Βιβλιοθήκη, 2<sup>η</sup> Έκδοση, 2012, σελ. 191, Λάμπρος Ε. Κοτσίρης, Δίκαιο Ανταγωνισμού (Αθέμιτου-Ελεύθερου. Αθέμιτες Εμπορικές Πρακτικές), Εκδόσεις Σάκκουλα Αθήνα-Θεσσαλονίκη 2015, 7<sup>η</sup> Έκδοση, σελ. 525

να υφίσταται και ατομική<sup>265</sup>. Αυτό θα προκύπτει ανάλογα με την διάρθρωση της αγοράς, καθώς αν μία επιχείρηση πληροί τα κριτήρια, που θα αναλυθούν στο επόμενο κεφάλαιο, ακόμα και αν ενεργεί συλλογικά θα κατέχει ούτως ή άλλως ατομικά δεσπόζουσα θέση.

Για την αναγνώριση κατοχής συλλογικής δεσπόζουσας θέσης υπάρχει σχετική νομολογία των ενωσιακών δικαστηρίων που μπορούμε να ακολουθήσουμε. Η σημαντικότερη απόφαση η οποία εισήγαγε κατευθυντήριες για την διαπίστωση συλλογικής δεσπόζουσας θέσης στην αγορά είναι αυτή με την οποία έκρινε το ΔΕΕ (τότε ΔΕΚ) τις συνεκδικασθείσες υποθέσεις C-395/96 P και C-396/96 P, *Compagnie maritime Belge και λοιποί κατά Επιτροπής*. Σε αυτή την απόφασή του, το Δικαστήριο, έκρινε πως θα πρέπει να εξεταστεί κατά πόσο οι υπό έλεγχο επιχειρήσεις αποτελούν από κοινού συλλογική οντότητα έναντι των ανταγωνιστών, κοινωνικών εταίρων και των καταναλωτών τους σε μία αγορά<sup>266</sup>. Περαιτέρω, για την κατάφαση ύπαρξης συλλογικής δεσπόζουσας θέσης θα πρέπει να αποδειχθεί ότι υφίστανται οικονομικοί δεσμοί ή οι οικονομικές διασυνδέσεις μεταξύ των οικείων επιχειρήσεων, που τους επιτρέπουν να ενεργούν από κοινού ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές τους, από τους πελάτες τους και τους καταναλωτές<sup>267</sup>. Τέλος, στην ίδια απόφαση το Δικαστήριο υποστήριξε πως η ύπαρξη συμφωνίας ή άλλων νομικών δεσμών δεν είναι απαραίτητη για τη διαπίστωση ότι συντρέχει συλλογική δεσπόζουσα θέση, καθώς αυτή θα μπορούσε να προκύπτει από άλλες διασυνδέσεις και θα εξαρτάται από οικονομική εκτίμηση και, ιδίως, από εκτίμηση της διαρθρώσεως της οικείας αγοράς<sup>268</sup>.

Επιπρόσθετα σημαντικό ρόλο έπαιξε και η απόφαση του Γενικού Διαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην υπόθεση *Airtours*<sup>269</sup>. Το εν λόγω Δικαστήριο, έθεσε τρία κριτήρια, τα οποία στην συνέχεια τα υιοθέτησε η Επιτροπή στις Κατευθυντήριες Γραμμές της όσον αφορά τις Οριζόντιες Συγκεντρώσεις του 2004<sup>270</sup>. Τα κριτήρια αυτά είναι η δυνατότητα πληροφόρησης των μερών, ούτως ώστε να μπορούν να εφαρμόσουν την κοινή τους πολιτική, η σιωπηρή εναρμόνιση των μερών να είναι ανθεκτική χρονικά δίχως την παρουσία κινήτρων για

---

<sup>265</sup> Βλ. Α. Κομνηνός – Ι. Λιανός, ο.π. σελ. 522, Δημήτρης Ν. Τζουγανάτος, Ολιγοπώλιο και συλλογική δεσπόζουσα θέση στο δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού, Αθήνα, 2004, σελ. 66, Απόφαση ΕΑ 519/VI/2011, σκ. 108-109.

<sup>266</sup> Απόφαση της 16.3.2000 - Συνεκδικασθείσες Υποθέσεις C-395/96 P και C-396/96, *Compagnie maritime Belge και λοιποί κατά Επιτροπής*, παρ. 39.

<sup>267</sup> Ο.π. παρ. 41-42.

<sup>268</sup> Ο.π. παρ. 45.

<sup>269</sup> Υπόθ. Τα-342/99, *Airtours plc κατά Επιτροπής*.

<sup>270</sup> Κατευθυντήριες γραμμές για την αξιολόγηση των μη οριζόντιων συγκεντρώσεων σύμφωνα με τον κανονισμό του Συμβουλίου για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων, ΕΕ 2008 C 265/6, παρ. 81.

παρεκκλίσεις και οι αντιδράσεις των ανταγωνιστών ή των δυνητικών ανταγωνιστών να μην είναι σε θέση να απειλήσουν τα επιθυμητά αποτελέσματα των μερών που δρουν συλλογικά<sup>271</sup>.

Η συλλογική δεσπόζουσα θέση μας ενδιαφέρει στην εργασία αυτή σχετικά με τους φορείς εκμετάλλευσης δικτύου κυρίως στην κινητή τηλεφωνία. Η δομή της αγοράς είναι ολιγοπωλιακή και σε πολλές περιπτώσεις οι αρμόδιες αρχές κρίνουν πως δεν υπάρχει ατομική δεσπόζουσα θέση καθώς υπάρχουν περισσότερες επιχειρήσεις με ποσοστά να μην είναι υψηλά αλλά συναφή, με αποτέλεσμα να υπάρχει ισορροπία<sup>272</sup>. Αυτές όμως οι συνθήκες είναι ευνοϊκές για την ύπαρξη συλλογικής δεσπόζουσας θέσης. Στην σταθερή τηλεφωνία η διάρθρωση της αγοράς μπορεί να είναι επίσης ολιγοπωλιακή, αλλά λόγω του προγενέστερου κρατικού μονοπωλίου είναι πολύ πιθανό ο παραδοσιακός πάροχος να κατέχει δεσπόζουσα θέση.

Αναφέρουμε τα παραπάνω για να καταστήσουμε σαφές πως οι καταχρηστικές συμπεριφορές που θα αναλυθούν παρακάτω μπορούν να λάβουν χώρα μέσω κατάχρησης ατομικής ή συλλογικής δεσπόζουσας θέσης<sup>273</sup>. Μάλιστα, είναι πιθανό σε περιπτώσεις που υπάρχει κατάχρηση συλλογικής δεσπόζουσας θέσης τα αποτελέσματα στην ευημερία των καταναλωτών να είναι δυσμενέστερα, εξαιτίας της συμμετοχής πλειόνων επιχειρήσεων στην αντιανταγωνιστική πρακτική<sup>274</sup>. Έτσι, δεν διακρίνουμε σε καταχρήσεις βάση συλλογικής και ατομικής σημαντικής ισχύος στην αγορά, αφού οι πρακτικές είναι ίδιες και οι αρνητικές συνέπειες στην αγορά όμοιας αν όχι μεγαλύτερης έντασης.

### **3. Κριτήρια για την εκτίμηση της ΔΘ και ΣΙΑ**

Τα βασικά κριτήρια για την εκτίμηση κατοχής σημαντικής ισχύος στην αγορά από μία επιχείρηση είναι ποικίλα. Η Επιτροπή για τον εν λόγω έλεγχο προχωράει θέτει στην ανακοίνωσή της τρία κριτήρια που συνεισφέρουν στην κατοχή δεσπόζουσας θέσης στην αγορά. Αρχικά θα εξετάζεται η διάρθρωση της αγοράς, και ειδικότερα η θέση στην αγορά της υπό έλεγχο επιχείρησης και των ανταγωνιστών της, έπειτα η δυνατότητα εισόδου άλλων επιχειρήσεων στην αγορά που δραστηριοποιείται η επιχείρηση που εξετάζεται για κατοχή δεσπόζουσας θέσης και ο δυνητικός ανταγωνισμός που συνεπάγεται η έλλειψη φραγμών εισόδου. Τέλος, σημαντική θεωρείται η αντισταθμιστική ισχύς των αγοραστών και οι περιορισμοί που θέτουν στην υπό

---

<sup>271</sup> Βλ. *A. Κομνηνός – Ι. Λιανός*, ο.π. σελ. 524.

<sup>272</sup> Ο.π. σελ. 507, σχετικά με την απόφαση του Αρείου Πάγου, ο οποίος έκρινε πως μερίδιο ύψους 47% δεν συνιστά από μόνο του απόδειξη ύπαρξης ατομικής δεσπόζουσας θέσης επιχείρησης που δραστηριοποιείται στην αγορά κινητής τηλεφωνίας.

<sup>273</sup> Βλ. BEREC, *Differentiation practices and related competition issues in the scope of net neutrality*, 24 Νοεμβρίου 2012, παρ. 237 και υποσημείωση 36.

<sup>274</sup> Ο.π. παρ. 239 και υποσημείωση 37.



εξέταση επιχείρηση λόγω της διαπραγματευτικής τους δύναμης και επομένως του περιορισμού της ανεξάρτητης συμπεριφοράς που μπορεί να επιδείξει η επιχείρηση αυτή<sup>275</sup>.

Από την άλλη όσον αφορά τον ιδιαίτερο τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών δεν έχει κρατήσει τόσο στενή στάση. Πέραν αυτών των βασικών κριτηρίων η Επιτροπή προχωρεί και στην μη αποκλειστική απαρίθμηση ενός καταλόγου παραγόντων που οφείλει να λαμβάνει υπόψη της για την εκτίμηση της σημαντικής ισχύος επιχείρησης σε μια αγορά<sup>276</sup>.

### 3.1 Μερίδια Αγοράς

Όταν οριοθετηθεί μία αγορά άμεσα επόμενο είναι να εκτιμηθεί το μερίδιο που κατέχει η κάθε επιχείρηση που δραστηριοποιείται σε αυτή. Η εκτίμηση των μεριδίων που κατέχουν οι ανταγωνιζόμενες επιχειρήσεις επαφίεται σε οικονομικά στοιχεία που παρέχουν, οι πρώτες, στις αρμόδιες αρχές και σε μελέτες εμπειρογνομόνων που πραγματοποιούνται για τον έλεγχο των πληροφοριών που θα τους υποδείξουν το εκάστοτε μερίδιο.

Βάσει της νομολογίας του ΔΕΕ αλλά και της πρακτικής της Επιτροπής πρώτο στοιχείο κριτήριο που αποτελεί δείκτη της ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης ή σημαντικής ισχύος στην αγορά είναι το ποσοστό του μεριδίου της αγοράς κάθε επιχείρησης<sup>277</sup>. Η Επιτροπή σε ανακοινώσεις της θέτει ένα γενικό κανόνα, βάσει του οποίου τα ποσοστά μίας επιχείρησης στην αγορά αποτελούν και τον κυριότερο παράγοντα σημαντικής ισχύος<sup>278</sup>. Έτσι, το μερίδιο αγοράς μίας επιχείρησης κυμαίνεται από το 0 έως το 25% θεωρείται απίθανο να έχει σημαντική ισχύ<sup>279</sup>. Κατόπιν, εάν παρουσιάζονται μερίδια που ανέρχονται στο 40% τότε θα πρέπει να λαμβάνει χώρα περαιτέρω έλεγχος, καθώς είναι δυνατό να υφίσταται κατοχή δεσπόζουσα θέσης<sup>280</sup>. Τέλος σύμφωνα με την απόφαση του ΔΕΕ *AKZO* έχει καθιερωθεί κανόνας πως εάν το μερίδιο μίας επιχείρησης στην αγορά υπερβαίνει το 50% τότε έχουμε μαχητό τεκμήριο ότι όντως έχει σημαντική ισχύ<sup>281</sup>.

---

<sup>275</sup> Ανακοίνωση της Επιτροπής - Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις, ΕΕ 2009 C 45/7, παρ. 12.

<sup>276</sup> 2002/C 165/03, παρ. 78.

<sup>277</sup> Βλ. *Α. Κομνηνός – Ι. Λιανός*, ο.π. σελ. 502, *Γεώργιος Δ. Τριανταφυλλάκης*, ο.π. σελ. 198.

<sup>278</sup> Βλ. *Γεώργιος Δ. Τριανταφυλλάκης*, ο.π. σχεδιάγραμμα στην σελ. 200, *Λάμπρος Ε. Κοτσίρης*, ο.π. σελ. 522.

<sup>279</sup> Κατευθυντήριες γραμμές της Επιτροπής για την ανάλυση αγοράς και την εκτίμηση της σημαντικής ισχύος στην αγορά βάσει του κοινοτικού πλαισίου κανονιστικών ρυθμίσεων για τα δίκτυα και τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών, 2002/C 165/03, παρ. 75.

<sup>280</sup> Ο.π.

<sup>281</sup> Υπόθεση C- 62/86, *AKZO Chemie BV κατά Επιτροπής*, σκ. 60.

Πάντως πρέπει να τονιστεί ότι από μόνο του το μερίδιο της αγοράς δεν πρέπει να λαμβάνεται ως τεκμήριο ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης, αλλά απαιτείται και η εκτίμηση πολλών άλλων παραγόντων που ίσως να καθιστούν την αγορά ανταγωνιστική, παρά την παρουσία επιχείρησης με σημαντική ισχύ. Για την αποφυγή λανθασμένων εκτιμήσεων το ΔΕΕ στην απόφαση *United Brands*, έκρινε τα εξής: «Γενικά, η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης προκύπτει από τη συνδρομή αρκετών παραγόντων, οι οποίοι, λαμβανόμενοι μεμονωμένα, δεν είναι κατ' ανάγκη και καθοριστικοί. Η εξακρίβωση του αν [...] μια επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση στην οικεία αγορά, πρέπει να γίνει εξετάζοντας καταρχάς τη δομή της και κατόπιν την ανταγωνιστική της θέση στην εν λόγω αγορά.»<sup>282</sup>. Στην απόφαση *AKZO* παράλληλα με την παραδοχή πως ένα μερίδιο αγοράς ύψους 50% αποτελεί τεκμήριο σημαντικής ισχύος η Επιτροπή έκρινε πως δεν μπορεί να ληφθεί μόνο αυτό το κριτήριο υπόψη. Στην σκέψη 68 αναφέρεται πως πρέπει να εξετάζεται η δομή και τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά της σχετικής αγοράς. Στην επόμενη σκέψη μάλιστα προχωράει στην ανάλυση των υπόλοιπων παραγόντων που έλαβε υπόψη της για την εκτίμηση πως όντως η επίμαχη επιχείρηση κατείχε δεσπόζουσα θέση<sup>283</sup>.

Για την μελέτη μας σημασία έχει μια απόφαση του Αρείου Πάγου για επιχείρηση που δραστηριοποιείται στην αγορά της κινητής τηλεφωνίας. Βάσει αυτής ένα μερίδιο του ύψους 47% δεν θεωρήθηκε ιδιαίτερα υψηλό, καθώς δεν υπερέβαινε το ποσοστό που αποτελεί το τεκμήριο ύπαρξης σημαντικής ισχύος, δηλαδή το 50%. Μάλιστα το δικαστήριο θεώρησε πως τελικά όντως δεν κατείχε η επίδικη επιχείρηση δεσπόζουσα θέση, αφού με την είσοδο και άλλων ανταγωνιστών δεν κατάφερε να διατηρήσει το προαναφερθέν υψηλό μερίδιο της στην αγορά<sup>284</sup>.

### 3.2 Φραγμοί Εισόδου

Ο δυνητικός ανταγωνισμός αποτελεί μία από τις σημαντικότερες μεταβλητές που επηρεάζουν την συμπεριφορά μίας επιχείρησης στην αγορά. Εάν ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις δεν συναντούν μεγάλα εμπόδια εισόδου τότε οι ήδη καθιερωμένες δεν θα έχουν την ευχέρεια να διατηρούν τις τιμές τους σε υψηλά επίπεδα ή να προχωρούν σε υψηλές αυξήσεις αυτών. Οι φραγμοί εισόδου μπορούν να διακριθούν σε νομικούς και φυσικούς. Στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών τα εμπόδια εισόδου αποτελούν έναν πολύ σημαντικό και ιδιαίτερο παράγοντα για την εκτίμηση της σημαντικής ισχύος.

<sup>282</sup> Υπόθεση 27/76, *United Brands Company και United Brands Continental BV κατά Επιτροπής*, σκ. 66-67.

<sup>283</sup> Απόφαση της 14<sup>ης</sup> Δεκεμβρίου 1985 (IV/30.698-ECS/AKZO), σκ. 68-69.

<sup>284</sup> Βλ. Α. Κομνηνός – Ι. Λιανός, ο.π., σελ. 507.

Νομικοί φραγμοί είναι αυτοί που έχουν ήδη αναφερθεί σχετικά με την αδειοδότηση των παρόχων<sup>285</sup>. Όντως με τον περιορισμό των επιχειρήσεων που μπορούν να προσφέρουν ορισμένες υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών (κυρίως στον τομέα της κινητής τηλεφωνίας) είναι δεδομένα τα εμπόδια εισόδου και άρα η κατοχή μίας σημαντικής ισχύος στην αγορά ή μίας συλλογικής δεσπόζουσα θέσης. Από τη άλλη στην σταθερή τηλεφωνία εμφανίζονται κυρίως φυσικοί φραγμοί. Το κόστος για την είσοδο στην αγορά είναι υψηλό, ενώ η δημιουργία ιδίου δικτύου για την μεταφορά του σήματος είναι αποτρεπτική λόγω της υψηλής επένδυσης που απαιτείται.

Πρέπει να σημειωθεί πως οι ανωτέρω περιορισμοί δεν συναντώνται στο πλαίσιο των επιφυών διαπροσωπικών υπηρεσιών. Η Οδηγία 2000/31/EK στο άρθρο 4 ορίζει πως για την παροχή υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας δεν τίθεται ως προϋπόθεση η παροχή προηγούμενης άδειας από τις αρμόδιες κρατικές αρχές. Έτσι, για όσο διάστημα οι υπηρεσίες που προσφέρουν επιχειρήσεις όπως το Viber, το Skype, το Facebook Messenger, το WhatsApp και εντός ομότιμων δικτύων δεν αντιμετωπίζονται ως υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών δεν θα επιφορτίζονται με την υποχρέωση της αδειοδότησης, καθώς και λοιπές συμμετρικές υποχρεώσεις που επιβάλλονται βάσει του ρυθμιστικού πλαισίου της αγοράς των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, και η είσοδος στην αγορά θα είναι ελεύθερη.

Επιπλέον δεν υπάρχουν ούτε τα εμπόδια εισόδου λόγω υψηλού και ερματικού κόστους, καθώς απουσιάζει το χαρακτηριστικό της επένδυσης στην δημιουργία ενός φυσικού δικτύου. Για τις επιχειρήσεις αυτές η κατοχή των απαραίτητων servers, βάσει των οποίων θα δύνανται να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στους τελικούς χρήστες, αφού δεν τους παρέχουν οι ίδιοι πρόσβαση αλλά οι φορείς εκμετάλλευσης των δικτύων σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, τους οποίους παρεμπιπτόντως και ανταγωνίζονται στην λιανική αγορά της φωνής και των μηνυμάτων. Ακόμη το κόστος της επένδυσης στους servers είναι ευχερώς ανακτήσιμο, καθώς μπορούν οι επιχειρήσεις αυτές να τους χρησιμοποιήσουν για την προσφορά οποιασδήποτε υπηρεσίας μέσω διαδικτυακού πρωτοκόλλου<sup>286</sup>.

Παρόλα αυτά η επίμαχη αγορά χαρακτηρίζεται και από οξεία τεχνολογική πρόοδο. Αποτέλεσμα αυτού είναι τα όρια των αγορών να οριοθετούνται συνεχώς και να μην υπάρχει μια στατικότητα που εμφανίζεται σε άλλες αγορές όπως αυτή της ηλεκτρικής ενέργειας. Ήδη έχουν αρχίσει μελέτες για επενδύσεις και τρόπους εισαγωγής του δικτύου 5<sup>ης</sup> γενιάς στην αγορά, με το

---

<sup>285</sup> Ανακοίνωση της Επιτροπής 2002/C 165/03, παρ. 80.

<sup>286</sup> Βλ. *Jan Krämer & Michael Wohlfarth*, *Regulating Over-the-Top Service Providers in Two-Sided Content Markets: Insights from the Economic Literature*, *Digiworld Economic Journal*, no. 99, 3<sup>rd</sup> Q. 2015, σελ. 78, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2763670](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2763670).

πανεπιστήμιο του Surrey να αποτελεί πρωτοπόρο με την ίδρυση ενός ινστιτούτου το οποίο έχει ως στόχο την έρευνα και ανάπτυξη των δικτύων και της τεχνολογίας που θα αποτελέσουν τα μέσα για την παροχή των υπηρεσιών της επόμενης γενιάς στην τηλεπικοινωνία<sup>287</sup>.

Επιπρόσθετα, υψίστης σημασίας για την εκτίμηση των φραγμών εισόδου είναι τα αποτελέσματα δικτύου που αναλύθηκαν λεπτομερώς σε προηγούμενο κεφάλαιο. Έτσι όσο πιο ισχυρά είναι τα αποτελέσματα δικτύου που εμφανίζει μια επιχείρηση σε συγκεκριμένη αγορά τόσο εντονότερος είναι ο βαθμός με τον οποίο δεσμεύεται ένας συνδρομητής στο πελατολόγιό της. Εάν δεν υπάρχει θέληση και συμφέρον για έναν τελικό χρήστη να αποχωρήσει από την συμβατική του σχέση με έναν πάροχο στον οποίο και ανήκει χρόνια έχοντας χτίσει ένα δίκτυο επαφών τότε δεν θα είναι πιθανή η ένταξη ανταγωνιστών στην εν λόγω αγορά. Πάντως αξίζει να σημειωθεί πως λόγω των υποχρεώσεων φορητότητας του αριθμού και διασύνδεσης και διαλειτουργικότητας των δικτύων τα αποτελέσματα δικτύου που εμφανίζονται στους πάροχους παραδοσιακών υπηρεσιών έχουν μειωθεί αισθητά, δίχως να αποκλείεται και σε ορισμένες περιπτώσεις η ολική αδυναμία τους να επηρεάσουν την συμπεριφορά των καταναλωτών.

Το ίδιο μπορούμε να πούμε όμως και για τους παρόχους υπηρεσιών τηλεπικοινωνίας που εντάσσονται στην κοινωνία της πληροφορίας. Με την δυνατότητα του multi-homing από τους τελικούς χρήστες μάλλον δεν είναι δυνατός ο εγκλωβισμός τους σε ένα μόνο πάροχο και η επικράτηση του τελευταίου στην αγορά ως μονοπωλητή<sup>288</sup>. Αντίθετα ενδιαφέρον έχει να εξεταστεί εάν η αδυναμία μεταφοράς των προσωπικών δεδομένων από μία πλατφόρμα επιφυών υπηρεσιών αποτελεί εμπόδιο εισόδου ανταγωνιστών στην αγορά. Ίσως ένα μοντέλο υποχρεώσεων που προσιδιάζει σε αυτό της φορητότητας αριθμών να μπορούσε να επιβληθεί σε αυτές τις περιπτώσεις, με αποτέλεσμα την εξάλειψη ενδοιασμών των καταναλωτών για χρήση άλλων πλατφόρμων, αφού δεν θα υπάρχει η ανάγκη δημιουργίας νέου προφίλ. Στην περίπτωση αυτή θα πρέπει να ελεγχθεί εάν τα προσωπικά δεδομένα που κατέχει μία επιχείρηση μπορούν να αποτελέσουν «ουσιώδεις ευκολίες» (essential facilities). Εάν όντως χαρακτηριστούν ως ουσιώδεις ευκολίες, λόγω του ότι οι τελικοί χρήστες θεωρούν πως το προφίλ και τα προσωπικά δεδομένα που έχουν διαθέσει σε μια ηλεκτρονική πλατφόρμα είναι τόσο σημαντικά ούτως ώστε να μην χρησιμοποιούν ανταγωνιστικές εφαρμογές, τότε πρέπει να παραδεχτούμε πως εμφανίζονται εμπόδια εισόδου μέσω αποτελεσμάτων δικτύου.

### **3.3 Αντισταθμιστική Ισχύς Αγοραστών (Buyer's Power)**

---

<sup>287</sup> <https://www.surrey.ac.uk/5gic> .

<sup>288</sup> Βλ. *Jan Krämer & Michael Wohlfarth*, σελ. 80-81.

Η μεταβλητή αυτή έχει πολύ ιδιαίτερη εφαρμογή στην συγκεκριμένη μελέτη. Από την πλευρά των παραδοσιακών παρόχων, μπορούμε να υποστηρίξουμε πως όντως αντιμετωπίζουν εμπόδια λόγω υψηλών μεριδίων αγοράς των παρόχων επιφυών υπηρεσιών. Καθίσταται δυσχερής η επιβολή ανταγωνιστικών περιορισμών, καθώς οι τελευταίοι δύνανται να έχουν σημαντική ισχύ στην αγορά των υπηρεσιών φωνής και μηνυμάτων όπως αναλύθηκαν ανωτέρω και άρα να έχουν την απαιτούμενη διαπραγματευτική δύναμη για να λειτουργήσουν ανεξάρτητα και δίχως τον φόβο καταχρηστικών και εκμεταλλευτικών πρακτικών από τους παρόχους υπηρεσιών πρόσβασης στο Διαδίκτυο που βρίσκονται στην ανάντη αγορά. Σε μία τέτοια περίπτωση είναι σαφές ότι περιορίζεται η ανεξάρτητη συμπεριφορά στην οποία μπορεί να προχωρήσει μια επιχείρηση λόγω του υψηλού μεριδίου της στην αγορά και την αδυναμία της να επιβάλλει τους περιορισμούς που θα επιθυμούσε.

Από την άλλη, οι πάροχοι επιφυών υπηρεσιών έχουν ως πελάτες τους τελικούς χρήστες των υπηρεσιών που προσφέρουν. Δραστηριοποιούνται επομένως κατά κύριο λόγο σε λιανικό επίπεδο. Αυτό έχει ως φυσικό απότοκο την απουσία ισχύος των αγοραστών τους. Δεν αποκλείεται όμως να παρέχουν υπηρεσίες και σε επιχειρήσεις, οι οποίες να κάνουν επαγγελματική χρήση των εν λόγω υπηρεσιών, με δυνατότητα κατοχής ενός βαθμού διαπραγματευτικής ισχύος<sup>289</sup>. Ωστόσο πρέπει να σημειωθεί πως η Επιτροπή αναγνωρίζει ότι η ύπαρξη διαπραγματευτικής ισχύος σε περιορισμένο κύκλο πελατών μίας επιχείρησης δεν είναι δυνατό να αποτελέσει ένδειξη παρουσίας αντισταθμιστικής ισχύος ούτως ώστε να επηρεάσει σημαντικά την συμπεριφορά της επιχείρησης με την σημαντική ισχύ<sup>290</sup>.

#### **4. Πρακτικές Κατάχρησης της Δεσπόζουσας Θέσης ή της Σημαντικής Ισχύος στην Αγορά**

##### **4.1 Γενικά**

Τα άρθρα 102 ΣΛΕΕ και 2 του Ν. 3959/2011 προβλέπουν τέσσερις περιπτώσεις που μπορούν να αποτελέσουν κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης μιας επιχείρησης στην αγορά. Έτσι η κατάχρηση μπορεί να συνίσταται:

1. Στην άμεση ή έμμεση επιβολή μη δίκαιων τιμών αγοράς ή πωλήσεως ή άλλων όρων συναλλαγής,
2. Στον περιορισμό της παραγωγής, της διάθεσης ή της τεχνολογικής αναπτύξεως επί ζημία των καταναλωτών,

<sup>289</sup> Υπόθ. COMP/M.6281, *Microsoft/Skype*, σκ. 44 επ.

<sup>290</sup> Ανακοίνωση της Επιτροπής ΕΕ 2009 C 45/7, παρ. 18.

3. Στην εφαρμογή άνισων όρων επί ισοδυνάμων παροχών έναντι των εμπορικώς συναλλασσόμενων, με αποτέλεσμα να περιέρχονται αυτοί σε μειονεκτική θέση στον ανταγωνισμό,
4. Στην εξάρτηση της συνάψεως συμβάσεων από την αποδοχή, εκ μέρους των συναλλασσομένων, πρόσθετων παροχών που εκ φύσεως ή σύμφωνα με τις εμπορικές συνήθειες δεν έχουν σχέση με το αντικείμενο των συμβάσεων αυτών.

Και οι δύο διατάξεις περιλαμβάνουν τον όρο ιδίως στο κείμενό τους, με αποτέλεσμα η ανωτέρω απαρίθμηση να είναι ενδεικτική. Αυτό σημαίνει πως οποιαδήποτε πρακτική δύναται να θεωρηθεί ως κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης από μια επιχείρηση, εάν υπάρχει περιορισμός των ανταγωνιστικών συνθηκών και αρνητικές συνέπειες εις βάρος του καταναλωτικού κοινού, κυρίως μέσω του περιορισμού του πλεονάσματος του καταναλωτή.

Κατόπιν, οι ανωτέρω πρακτικές αλλά και κάθε άλλη που συνιστά κατάχρηση της σημαντικής ισχύος στην αγορά μπορούν να διαχωριστούν σε δύο μεγάλες κατηγορίες, τις εκμεταλλευτικές και τις παρεμποδιστικές<sup>291,292</sup>. Ως εκμεταλλευτικές αντιλαμβάνονται οι πρακτικές, των επιχειρήσεων, που φέρουν αρνητικά για τους καταναλωτές αποτελέσματα. Προαπαιτούν μία ανάλυση κόστους / οφέλους, σύμφωνα με το οποίο θα φτάσουμε στο συμπέρασμα της συνδρομής εκμεταλλευτικής κατάχρησης των καταναλωτών<sup>293</sup>. Από την άλλη οι συμπεριφορές μιας επιχείρησης που έχουν παρεμποδιστικό χαρακτήρα φέρουν ως σημείο αναφοράς τις ανταγωνιστικές συνθήκες της αγοράς και την προαγωγή μίας ελεύθερης αγοράς, καθώς μέσω αυτής εν τέλει θα ευνοηθεί και ο ίδιος ο καταναλωτής. Έτσι, θεωρείται πως υπάρχει παρεμποδιστική κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης στις περιπτώσεις κατά τις οποίες είναι πιθανή η μείωση της ανταγωνιστικής αντιπαλότητας<sup>294</sup>. Με γνώμονα την ανωτέρω διάκριση βλέπουμε πως η περίπτωση (α) που προβλέπουν οι διατάξεις 102 ΣΛΕΕ και 2 Ν. 3959/2011 αποτελεί εκμεταλλευτική κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης, ενώ οι υπόλοιπες τρεις έχουν ως κύριο στόχο τον αποκλεισμό του ανταγωνισμού. Δεν πρέπει όμως να λαμβάνουμε την κατηγοριοποίηση αυτή ως δεδομένο, είναι δυνατό μία πρακτική να έχει και εκμεταλλευτικό και παρεμποδιστικό χαρακτήρα.

---

<sup>291</sup> Βλ. *Α. Κομνηνός – Ι. Λιανός*, ο.π., σελ. 530.

<sup>292</sup> Ο *Γεώργιος Δ. Τριανταφυλλάκης* προχωράει σε μία τριμερή κατηγοριοποίηση, διακρίνοντας τις καταχρηστικές συμπεριφορές σε «εκμεταλλευτικές» καταχρήσεις, αντι-ανταγωνιστικές καταχρήσεις και καταχρήσεις λόγω αντιποίνων. Βλ. *Γεώργιος Δ. Τριανταφυλλάκης*, ο.π. σελ. 204.

<sup>293</sup> Βλ. *Α. Κομνηνός – Ι. Λιανός*, ο.π. σελ. 531-532.

<sup>294</sup> Ο.π.

Μία άλλη σημαντική διάκριση συμπεριφορών εκμετάλλευσης της σημαντικής ισχύος μίας επιχείρησης στην αγορά είναι οι καταχρηστικές συμπεριφορές τιμολογιακού και μη χαρακτήρα. Βάσει αυτής της διάκρισης θα εξετάσουμε σε αυτή την μελέτη τους περιορισμούς που δύνανται να επιβάλλουν οι πάροχοι υπηρεσιών πρόσβασης στο Διαδίκτυο στις επιχειρήσεις που προσφέρουν επιφυείς υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών, οι οποίες χρησιμοποιούν την «ουσιώδη ευκολία» που παρέχουν οι πρώτοι δίχως οικονομική επιβάρυνση, το δίκτυο των ηλεκτρονικών επικοινωνιών.

## **4.2 Καταχρήσεις μη Τιμολογιακού χαρακτήρα**

### **4.2.1 Καταχρηστικές Πρακτικές Μέσω της Διαχείρισης της Κίνησης**

Μέσω της διαχείρισης της κίνησης οι φορείς εκμετάλλευσης ενός δικτύου μπορούν να καταστήσουν δυσχερή ή ευχερή την παροχή μίας υπηρεσίας η οποία δρομολογείται μέσω του Διαδικτύου. Οι επιχειρήσεις που διαχειρίζονται τα δίκτυα ηλεκτρονικών επικοινωνιών έχουν την δυνατότητα να δημιουργούσουν γρήγορες «οδούς» για συγκεκριμένες κατηγορίες δεδομένων, δηλαδή να δώσουν προτεραιότητα σε ορισμένες υπηρεσίες έναντι άλλων, να εξασφαλίσουν χωρητικότητα του δικτύου τους για ορισμένους από τους χρήστες τους και γενικά να καθορίσουν ένα πλαίσιο βάσει του οποίου μπορούν να περιορίζουν δεδομένα και περιεχόμενα κατά την κίνησή τους εντός του δικτύου τους<sup>295</sup>.

Η Επιτροπή σε Ανακοίνωσή της έχει προχωρήσει σε μία τριμερή κατηγοριοποίηση πρακτικών διαχείρισης της κίνησης. Πρώτον διακρίνεται η μέθοδος της διαφοροποίησης πακέτων που προσφέρονται στους συνδρομητές τους. Μέσω αυτών μπορούν να καθιστούν διαφορετική αντιμετώπιση για διαφορετικές υπηρεσίες, όπως αυτή της φωνής μέσω διαδικτυακού πρωτοκόλλου. Ενώ, μέσω αυτής της διαφοροποίησης εξασφαλίζεται στους τελικούς χρήστες ορισμένη ελάχιστη ποιότητα υπηρεσιών<sup>296</sup>. Έπειτα, υπάρχει και η μέθοδος της δρομολόγησης του Πρωτοκόλλου Διαδικτύου (IP). Μέσω αυτής, οι πάροχοι επιλέγουν τις «οδούς» για την κίνηση των δεδομένων, με σκοπό της αποφυγή συμφόρησης και την παροχή των καλύτερων δυνατών υπηρεσιών<sup>297</sup>. Τέλος, οι φορείς εκμετάλλευσης του δικτύου μπορούν

---

<sup>295</sup> Βλ. BEREC, Differentiation practices and related competition issues in the scope of net neutrality, 24 Νοεμβρίου 2012, παρ. 88-89.

<sup>296</sup> Ανακοίνωση της Επιτροπής στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών, Το ανοιχτό Διαδίκτυο και η δικτυακή ουδετερότητα στην Ευρώπη, COM(2011) 222, σελ. 8.

<sup>297</sup> Ο.π. σελ. 8.

να «φιλτράρουν» την κίνηση επί του δικτύου τους, και να διακρίνουν έτσι σε «επιβλαβή» και «ασφαλή» δεδομένα αποκλείοντας έτσι τα πρώτα<sup>298</sup>.

Δεν είναι δύσκολο να συμπεράνουμε πως λόγω του πλήρους ελέγχου που ασκούν οι φορείς εκμετάλλευσης στο δίκτυό τους μπορούν να συμπεριφερθούν ανταγωνιστικά. Ειδικότερα, εάν κατέχουν και σημαντική ισχύ στην αγορά τότε πιθανότατα να καταχρώνται την δεσπόζουσα θέση τους. Λόγω της δυνατότητας διαχείρισης της κίνησης έχουν εκφραστεί από σημαντικό μέρος της αγοράς ανησυχίες για πιθανή κατάχρηση της διαχείρισης της κίνησης<sup>299</sup>. Όντως, δεν είναι απίθανο να υπάρξουν περιπτώσεις προνομιακής μεταχείρισης συγκεκριμένων υπηρεσιών έναντι άλλων, ειδικά εάν αυτές οι υπηρεσίες βρίσκονται σε ανταγωνιστική σχέση με υπηρεσίες που προσφέρουν οι φορείς εκμετάλλευσης του δικτύου (π.χ. VoIP, Instant Messaging, e-mails κ.α.).

Πέραν τούτων των προβληματισμών όμως υπάρχει η πεποίθηση και από τον ίδιο τον BEREC πως η διαχείριση της κίνησης δεν μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο ανταγωνιστικών πρακτικών και αίτιο περιορισμού της ευημερίας του καταναλωτικού κοινού ευθύς εξ αρχής<sup>300</sup>. Η διαχείριση της κίνησης συνιστά το κύριο εργαλείο για την ορθή και αποτελεσματική λειτουργία του δικτύου ενός παρόχου, ενώ τα κίνητρα και ο σκοπός πίσω από τον τρόπο διαχείρισης της κίνησης είναι ποικίλα. Έτσι, ανάλογα με τον σκοπό και τα αποτελέσματα που επιφέρουν στον ανταγωνισμό ίσως και να δικαιολογούνται.

Καταρχάς, ένας λόγος διαφοροποιημένης μεταχείρισης ορισμένων από τα δεδομένα που κινούνται εντός του δικτύου είναι η προστασία της ακεραιότητας και της ασφάλειας αυτού. Είναι σαφές πως θα πρέπει να δίδεται προτεραιότητα στην αποτελεσματική λειτουργία του δικτύου και την παροχή υπηρεσιών σε ένα ελάχιστο επίπεδο ποιότητας<sup>301</sup>. Δεν πρέπει όμως να παραβλέπεται και μία ανάλυση αναλογικότητας, αναγκαιότητας και αποτελεσματικότητας που θα συνοδεύει έναν τέτοιο λόγο διακριτικής μεταχείρισης της κίνησης των δεδομένων για να μην αποτελέσει συμπεριφορά κατάχρησης της δεσπόζουσας θέσης μίας επιχείρησης.

Επιπλέον, ένας άλλος λόγος πρακτικών διακριτικής μεταχείρισης στο πλαίσιο των υπηρεσιών που προσφέρονται μέσω του Διαδικτύου είναι η αποφυγή της συμφόρησης. Ίσως να αποτελεί και τον κύριο λόγο για την διαχείριση της κίνησης από έναν πάροχο. Η αντιμετώπιση

---

<sup>298</sup> Ο.π. σελ. 9.

<sup>299</sup> Ο.π. σελ. 9.

<sup>300</sup> Βλ. BEREC, ο.π. παρ. 90.

<sup>301</sup> Ο.π. παρ. 107-108, BEREC, A view of traffic management and other practices resulting in restrictions to the open Internet in Europe, Ευρήματα από την κοινή έρευνα του BEREC και της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, 2012, σελ. 9 <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/view-traffic-management-and-other-practices-resulting-restrictions-open-internet-europe>.



των προβλημάτων που μπορεί να προκαλέσει η συμφόρηση του δικτύου εμπίπτει σε λόγους που συντελούν στην αύξηση της αποτελεσματικότητας χρήσης του δικτύου, την παροχή καλύτερης ποιότητας υπηρεσίες στους τελικούς χρήστες και την εξασφάλιση παροχής βασικών υπηρεσιών<sup>302</sup>.

Μία άλλη περίπτωση μέσω της οποίας μπορεί να εφαρμοστεί η διαφορετική μεταχείριση της κίνησης δεδομένων είναι αυτή της διαφοροποίησης ανάλογα με τον τελικό χρήστη μιας υπηρεσίας και τον πάροχο αυτής. Μέσω των συμβολαίων που συνάπτουν οι συνδρομητές των φορέων εκμετάλλευσης μπορούν να διαπραγματευτούν τις παροχές που τους προσφέρονται. Εντός αυτών των συμβολαίων μπορούν να υπάρχουν όροι που να διευκολύνουν την πρόσβασή τους σε ορισμένες επιφυσίες υπηρεσίες. Έτσι, δύναται να προβλέπονται όροι, στα συμβόλαια, σύμφωνα με τους οποίους παρέχεται προτεραιότητα σε υπηρεσίες όπως VoIP στην κίνηση δεδομένων ενός συνδρομητή. Από την άλλη, μπορούν να υπάρξουν και συμφωνίες παρόχων περιεχομένου και εφαρμογών με τους φορείς εκμετάλλευσης του δικτύου για να δοθεί προτεραιότητα σε δικές τους υπηρεσίες, επί των στοιχείων του δικτύου τα οποία ανήκουν στους τελευταίους<sup>303</sup>.

Είναι ασφαλές να υποστηρίξουμε πως οι συμφωνίες των παρόχων με τους τελικούς χρήστες και τους παρόχους επιφυσών υπηρεσιών συνδράμουν στον ανταγωνιστικό αποκλεισμό στο επίπεδο της λιανικής αγοράς υπηρεσιών μέσω του Διαδικτύου. Η διακριτική μεταχείριση ορισμένων υπηρεσιών ή επιχειρήσεων σε αυτές τις περιπτώσεις εμπίπτει στο άρ. 102 εδαφ. β' στοιχείο γ' ΣΛΕΕ και αρ. 2 παρ. 2 στοιχείο γ' Ν. 3959/2011. Μάλιστα λόγω της φύσης τους αποτελούν πρακτικές που έχουν επίπτωση στην διαφοροποίηση των εν λόγω υπηρεσιών όσον αφορά την ποιότητά τους<sup>304</sup>. Παρόλα αυτά, οι εν λόγω πρακτικές αν και θα επιφέρουν θετικές επιπτώσεις από την πλευρά της αποτελεσματικότητας του δικτύου ενός παρόχου, παράλληλα θα προκαλέσουν και μείωση της ευημερίας των καταναλωτών, αφού θα περιορίσουν τις επιλογές τους και την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται, ενώ θα συνεισφέρουν και στην μείωση του αποτελεσματικού ανταγωνισμού, με την άνιση μεταχείριση ορισμένων παρόχων και τον αποκλεισμό άλλων<sup>305</sup>. Άρα είναι απαραίτητος, πάντοτε, ένας έλεγχος των προτερημάτων και των αντανταγωνιστικών αποτελεσμάτων που θα προκαλέσουν στην αγορά η παρουσία των ανωτέρω συμβάσεων.

---

<sup>302</sup> Βλ. BEREC, Differentiation practices and related competition issues in the scope of net neutrality, 24 Νοεμβρίου 2012, παρ. 112.

<sup>303</sup> Ο.π. παρ. 115-116.

<sup>304</sup> Ο.π. παρ. 114 και 118.

<sup>305</sup> Ο.π. παρ. 118.

Ένας ακόμη λόγος για την διακριτική μεταχείριση της κίνησης ή την παρεμπόδιση της είναι η ανταγωνιστική σχέση των φορέων εκμετάλλευσης του δικτύου που είναι καθιερωμένοι με τους παρόχους περιεχομένου και εφαρμογών που προσφέρουν υπηρεσίες VoIP, IM και E-mail. Οι παραδοσιακοί πάροχοι αποσκοπώντας στην διατήρηση του επιχειρηματικού τους μοντέλου, το οποίο στην Ευρώπη στηρίζεται ακόμη στα έσοδα μέσω υπηρεσιών φωνής και SMS<sup>306</sup>, θα προχωρήσουν σε συμπεριφορές αποκλεισμού των ανταγωνιστών τους. Μάλιστα στην δεδομένη αγορά, όπως έχει διαμορφωθεί με την παροχή υπηρεσιών σε μηδενική τιμή από τους παρόχους επιφυών υπηρεσιών, κάνοντας παράλληλα και χρήση του δικτύου των φορέων εκμετάλλευσης, οι τελευταίοι έχουν υπεραρκετά κίνητρα για τον περιορισμό του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος των πρώτων<sup>307</sup>. Συμπεριφορές, που έχουν ως στόχο τον ανταγωνιστικό αποκλεισμό για την διατήρηση του παρόντος μοντέλου δραστηριοποίησης μίας επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση, είναι μάλλον βέβαιο ότι θα υπάγονται σε καταχρηστικές πρακτικές βάσει των άρθρων 102 ΣΛΕΕ και 2 Ν 3959/2011.

#### **4.2.2 Παρεμπόδιση (Blocking) της Νόμιμης Κίνησης**

Μία πρακτική που μπορεί να αποτελέσει το κύριο όπλο καταχρηστικής συμπεριφοράς από την πλευρά των παρόχων υπηρεσιών πρόσβασης στο Διαδίκτυο είναι η δυνατότητα της παρεμπόδισης της κίνησης στο δίκτυό τους. Οι πάροχοι πρόσβασης στο Διαδίκτυο έχοντας πλήρη έλεγχο επί των στοιχείων του δικτύου τους, μπορούν με μεγάλη ευκολία να περιορίσουν την ταχύτητα στην οποία παρέχονται ορισμένες υπηρεσίες ή ακόμη και να τις εμποδίσουν εξ ολοκλήρου από την προσφορά τους στους τελικούς χρήστες<sup>308</sup>. Ως παρεμπόδιση θεωρείται είτε η δυσχέραση της πρόσβασης τελικών χρηστών σε μία υπηρεσία που παρέχεται μέσω του Διαδικτύου, είτε ο πλήρης αποκλεισμός της υπηρεσίας αυτής για τους συνδρομητές ενός παρόχου υπηρεσιών πρόσβασης στο Διαδίκτυο.

Στην συγκεκριμένη εργασία ασχολούμαστε με τις υπηρεσίες φωνής που παρέχονται μέσω διαδικτυακού πρωτοκόλλου, με αποτέλεσμα η παρεμπόδιση της κίνησης να είναι μία από τις κυριότερες μεθόδους κατάχρησης της δεσπόζουσας θέσης ενός ISP. Η παρεμπόδιση, εντός του δικτύου ενός παρόχου πρόσβασης στο Διαδίκτυο, για την προσφορά επιφυών υπηρεσιών σε τελικούς χρήστες, ανάλογα με τον τρόπο που επιβάλλεται, υπάγεται στην περίπτωση της

---

<sup>306</sup> Βλ. *Pier Luigi Parcu and Virginia Silvestri*, *Electronic Communications Regulation in Europe: An Overview of Past and Future Problems*, ο.π. σελ. 10, ETNO, *Annual Economic Report | 2016*, σελ. 18-19.

<sup>307</sup> Βλ. BEREC, *Differentiation practices and related competition issues in the scope of net neutrality*, παρ. 121.

<sup>308</sup> Βλ., BEREC, *A view of traffic management and other practices resulting in restrictions to the open Internet in Europe*, *Ευρήματα από την κοινή έρευνα του BEREC και της Ευρωπαϊκής Επιτροπής*, 2012, σελ. 7.

διακριτικής μεταχείρισης, σε πρακτική αποκλεισμού των ανταγωνιστών της δεσπόζουσας επιχείρηση ή σε πρακτικές επιθετικής τιμολόγησης<sup>309</sup>. Εφόσον σε αυτό το σημείο εξετάζουμε μη τιμολογιακές πρακτικές ως δούμε πως μπορεί να επηρεάσει αρνητικά τον ανταγωνισμό η παρεμπόδιση μίας ΟΤΤ υπηρεσίας ως περίπτωση διακριτικής μεταχείρισης και αποκλεισμού των ανταγωνιστών από την αγορά όπως αυτή ορίζεται στο άρ. 102 εδαφ. β' στοιχείο γ' ΣΛΕΕ και στο αρ. 2 παρ. 2 στοιχείο γ' Ν. 3959/2011.

Βάσει των ανωτέρω διατάξεων η συμπεριφορά μίας δεσπόζουσας επιχείρησης δεν πρέπει να περιορίζει τον ανταγωνισμό σε προγενέστερο ή μεταγενέστερο στάδιο της αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται. Απαραίτητες προϋποθέσεις για την διαπίστωση συνδρομής διακριτικής μεταχείρισης εκ μέρους μιας επιχείρησης είναι η εφαρμογή άνισων όρων επί ισοδύναμων παροχών ή ίσους όρους επί μη ισοδύναμων παροχών και πως οι όροι αυτοί καθιστούν μία ή περισσότερες επιχειρήσεις σε μειονεκτική θέση εντός της αγοράς που δραστηριοποιούνται<sup>310</sup>.

Σύμφωνα με τον τρόπο δομής της αγοράς σε αυτό τον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών οι ISPs δεν συμβάλλονται άμεσα με τους CAPs<sup>311</sup>. Άρα δεν είναι δυνατό να γίνει λόγος για ισοδύναμες παροχές και αντιπαροχές μεταξύ τους. Από την άλλη η σχέση τους μπορεί να χαρακτηριστεί ως έμμεση, καθώς οι πρώτοι παρέχουν μία υπηρεσία στους τελευταίους μέσω του δικτύου τους, αφού είναι υπεύθυνοι για την διαχείριση της κίνησης. Μέσω της κίνησης των δεδομένων στο δίκτυο παρέχεται μία υπηρεσία στον τελικό χρήστη, που είναι συνδρομητής του παρόχου υπηρεσιών πρόσβασης στο Διαδίκτυο. Έτσι αν και δεν υπάρχει απευθείας συμβατική σχέση ανάμεσα στους δύο παρόχους είναι και πάλι δυνατή η διαμόρφωση συνθηκών οι οποίες θα νοθεύουν τον ανταγωνισμό. Εξάλλου, διακριτική μεταχείριση μπορεί να υπάρξει όχι μόνο σε συμφωνίες που αφορούν την ποσότητα και τις τιμές, αλλά και σε κάθε άλλη μεταβλητή που μπορεί να επηρεάσει την ανταγωνιστική ικανότητα των επιχειρήσεων<sup>312</sup>. Μία από αυτές τις μεταβλητές μπορεί κάλλιστα να είναι η παρεμπόδιση ορισμένων φωνητικών υπηρεσιών μέσω διαδικτυακού πρωτοκόλλου έναντι άλλων από τους παρόχους υπηρεσιών πρόσβασης στο Διαδίκτυο, την οποία την εντάσσουμε σε μία καταχρηστική μορφή δυσχέρειας στην πρόσβαση

---

<sup>309</sup> Βλ. BEREC, Differentiation practices and related competition issues in the scope of net neutrality, 24 Νοεμβρίου 2012, παρ. 121.

<sup>310</sup> Βλ. Α. Κομνηνός – Ι. Λιανός, Καταχρήσεις μη τιμολογιακού χαρακτήρα, Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού, Επιμέλεια: Δημήτρης Ν. Τζουγανάτος, σελ. 627.

<sup>311</sup> Βλ. BEREC, ο.π. παρ. 162.

<sup>312</sup> Βλ. Α. Κομνηνός – Ι. Λιανός, ο.π., σελ. 627, Αλεξάνδρα Π. Μικρούλεα, Η κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης του άρθρου 2 του Ν 703/1977, ΧρΙΔ 2006,5, 25, Απόφαση ΕΑ 207/III/2002, IV.4.1.

από τεχνική πλευράς<sup>313</sup>. Ενώ δεν και απίθανος ο πλήρης αποκλεισμός μέσω της παρεμπόδισης των τελικών χρηστών να κάνουν χρήση των υπηρεσιών VoIP αδιακρίτως, καθώς αποτελούν ανταγωνιστικό κίνδυνο για τους παραδοσιακούς παρόχους, λόγω της σημαντικής μείωσης που έχει σημειωθεί στα κέρδη τους στις αγορές φωνής και μηνυμάτων<sup>314</sup>.

Η παρεμπόδιση ορισμένων υπηρεσιών, που προσφέρονται μέσω του Διαδικτύου, και η άριστη μεταχείριση των επιχειρήσεων, που δραστηριοποιούνται με βάση το Διαδίκτυο, από έναν φορέα εκμετάλλευσης δικτύου είναι σαφές ότι περιορίζουν τον ανταγωνισμό. Όπως ορίζεται και στην Ανακοίνωση προτεραιοτήτων της Επιτροπής σχετικά με την εφαρμογή του άρ. 82 της συνθήκης ΕΚ (ήδη 102 ΣΛΕΕ), μία συμπεριφορά προκαλεί αντιανταγωνιστικό αποκλεισμό όταν αυτή έχει αρνητικό αντίκτυπο στην ευημερία του καταναλωτή<sup>315</sup>. Η ευημερία μπορεί να περιοριστεί και με την μείωση των επιλογών που έχει στην διάθεσή του το καταναλωτικό κοινό. Έτσι, με την παρεμπόδιση πρόσβασής τους σε υπηρεσίες VoIP οι καταναλωτές χάνουν ένα σημαντικό μέρος από τα βασικά αγαθά που προσφέρονται μέσω του Διαδικτύου. Ακόμα όμως και αν δεν υπάρχει πλήρης αποκλεισμός, αλλά δυσχέραση ως προς την πρόσβασή τους και πάλι πλήττονται τα συμφέροντα των καταναλωτών, αφού όταν μειώνεται η ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται τόσο μειώνεται το πλεόνασμα των καταναλωτών. Τις επιπτώσεις στην ίδια την δομή του ανταγωνισμού δεν είναι ανάγκη να τις αναλύσουμε. Είναι φυσικό απότοκο πως όταν υπάρχει παρεμπόδιση η σχετική αγορά των υπηρεσιών φωνής και μηνυμάτων μέσω του Διαδικτύου περιορίζεται, καθώς οι CAPs αδυνατούν να παράσχουν τις υπηρεσίες τους, με αποτέλεσμα τον πλήρη αποκλεισμό τους από την αγορά.

Για την κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης στην αγορά δεν είναι ανάγκη να υπάρχει υπαιτιότητα από την πλευρά της επιχείρησης που έχει την σημαντική ισχύ, αλλά ούτε και να επέλθουν όντως τα αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα. Αρκεί η θέση σε εφαρμογή της επίμαχης συμπεριφοράς και η πιθανολόγηση του ότι θα υπάρξουν αντιανταγωνιστικές επιπτώσεις,

---

<sup>313</sup> Βλ. *Αλεξάνδρα Π. Μικρουλέα*, Η εφαρμογή των κανόνων του Ανταγωνισμού στις συμφωνίες πρόσβασης των φορέων παροχής υπηρεσιών (service providers) στις υποδομές των τηλεπικοινωνιακών δικτύων, ΕΕμπΔ 2001, σελ. 467.

<sup>314</sup> Βλ. ETNO, Annual economic Report I 2016, σελ. 18-19, <https://etno.eu/datas/publications/economic-reports/ETNO%20Annual%20Economic%20Report%202016.pdf>, ETNO και The Boston Consulting Group, Five Priorities for Achieving Europe's Digital Single Market, σελ. 12, [https://etno.eu/datas/publications/studies/FINAL\\_BCG-Five-Priorities-Europes-Digital-Single-Market-Oct-2015.pdf](https://etno.eu/datas/publications/studies/FINAL_BCG-Five-Priorities-Europes-Digital-Single-Market-Oct-2015.pdf).

<sup>315</sup> Ανακοίνωση της Επιτροπής ΕΕ 2009 C 45/7, παρ. 19.

σύμφωνα με τα στοιχεία της αγοράς, όπως τα μερίδια και λοιπές συναφείς συνθήκες<sup>316</sup>. Αυτό όμως δεν σημαίνει ότι δεν πρέπει να λαμβάνονται υπόψη τα κίνητρα και ο σκοπός για τον οποίο προχωράει μια επιχείρηση σε μια συμπεριφορά.

Έτσι, μπορεί μια επιχείρηση να προβάλλει ισχυρισμούς που να αποδεικνύουν πως ήταν αναγκαίοι η επιβολή διαφόρων περιορισμών σε ανταγωνιστές τους<sup>317</sup>. Οι φορείς εκμετάλλευσης του δικτύου που είναι κάθετα ολοκληρωμένοι και παρέχουν υπηρεσίες πρόσβασης στο Διαδίκτυο και υπηρεσίες που ανταγωνίζονται τις VoIP θα επικαλεστούν τη αποτελεσματικότητα και την προστασία του δικτύου τους ως λόγο επιβολής των ανωτέρω περιορισμών. Δεν τίθεται όμως τέτοιο ζήτημα, καθώς τα δεδομένα που απαιτούν οι διαδικτυακές υπηρεσίες φωνής και μηνυμάτων είναι αμελητέα συγκριτικά με τις δυνατότητες χωρητικότητας του δικτύου<sup>318</sup>. Δεν μπορεί επομένως να γίνει δεκτή μία δικαιολογία σαν και αυτή, γιατί είναι απίθανο να υπάρξει κυκλοφοριακή συμφόρηση εντός του δικτύου ενός παρόχου από τις υπηρεσίες φωνής και μηνυμάτων<sup>319</sup>.

### 4.3 Καταχρήσεις Τιμολογιακού Χαρακτήρα

#### 4.3.1 Γενικά

Είναι γενικά αποδεκτό ότι η τιμή αποτελεί την κύρια και βασική παράμετρο η οποία χαρακτηρίζει την ανταγωνιστική ή μη δομή μίας αγοράς. Μία αρχή ή ένα δικαστήριο που επιλαμβάνονται μίας υπόθεσης οφείλουν να δίδουν ιδιαίτερη βαρύτητα σε αυτή την μεταβλητή όταν εξετάζουν συμπεριφορές που δύναται να εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής των άρθρων 102 ΣΛΕΕ και 2 Ν. 3959/2011. Σε περιπτώσεις που προσφέρονται προϊόντα και υπηρεσίες σε χαμηλές τιμές τότε προάγεται η ευημερία των καταναλωτών και σημειώνεται ανταγωνισμός με γνώμονα τις τιμές (μοντέλο Bertrand<sup>320</sup>), απότοκο του οποίου είναι μία περισσότερο ανταγωνιστική δομή της αγοράς. Η συμπεριφορά αυτή όμως μπορεί σε βάθος χρόνου να οδηγήσει στην εκτόπιση και τον εξοβελισμό ανταγωνιστών από την αγορά, με φυσικό επόμενο

---

<sup>316</sup> Βλ. *A. Κομνηνός – I. Λιανός*, Καταχρηστική Εκμετάλλευση της Δεσπόζουσας Θέσης, Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού, επιμέλεια: *Δημήτριος Ν. Τζουγανάτος*, Νομική Βιβλιοθήκη 2013, σελ. 481.

<sup>317</sup> Ανακοίνωση της Επιτροπής ΕΕ 2009 C 45/7, παρ. 28.

<sup>318</sup> Βλ. BEREC, Differentiation practices and related competition issues in the scope of net neutrality, 24 Νοεμβρίου 2012, παρ. 240.

<sup>319</sup> Ο.π. και BEREC, A view of traffic management and other practices resulting in restrictions to the open Internet in Europe, Ευρήματα από την κοινή έρευνα του BEREC και της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, 2012, σελ. 9.

<sup>320</sup> Βλ. *Νίκος Βέττας και Γιάννης Κατσουλάκος*, Πολιτική Ανταγωνισμού & Ρυθμιστική Πολιτική, 2004, Τυποθήτω, σελ. 61-64.

την μείωση επιλογών των καταναλωτών και συνεπώς την μείωση της ευημερίας τους μακροπρόθεσμα. Επομένως πρέπει να γίνεται μία στάθμιση συμφερόντων και ανάλυση κόστους / οφέλους τόσο για τους καταναλωτές όσο και για την ίδια την δομή της αγοράς.

Η σχέση των φορέων εκμετάλλευσης του δικτύου και των παρόχων περιεχομένου και εφαρμογών χαρακτηρίζεται από «μονόπλευρη» διασύνδεση (one-way interconnection). «Μονόπλευρη» διασύνδεση ορίζουμε την διασύνδεση κατά την οποία μία επιχείρηση πρέπει να αποκτήσει πρόσβαση σε μία αντικειμενικά αναγκαία εισροή που κατέχει ανταγωνιστής της για να μπορέσει να προσφέρει τις υπηρεσίες της στους καταναλωτές της<sup>321</sup>. Διαφέρει από την «αμφίπλευρη» διασύνδεση (two-way interconnection), στην οποία οι επιχειρήσεις προχωρούν σε μεταξύ τους διαπραγματεύσεις ούτως ώστε να εξασφαλίσουν η μία πρόσβαση στο δίκτυο της άλλης και την δυνατότητα των συνδρομητών τους να επικοινωνούν μεταξύ τους<sup>322</sup>.

Τα προβλήματα σε μία αγορά που η διασύνδεση είναι «μονόπλευρη» είναι πασιφανή. Ο φορέας εκμετάλλευσης του δικτύου, όντας κάθετα ολοκληρωμένος και κατέχοντας την «ουσιώδη ευκολία» που έχει ανάγκη ο ανταγωνιστής του (την χρήση του Διαδικτύου στην προκειμένη περίπτωση), έχει κίνητρα για την κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης του<sup>323</sup>. Έτσι, υπάρχουν οι κατάλληλες συνθήκες για τον αποκλεισμό ανταγωνιστών και την ανταγωνιστική συμμόρφωση των αγορών από τους παραδοσιακούς παρόχους.

Οι παραπάνω παράμετροι όμως δεν ισχύουν στην παρούσα αγορά όπως είναι διαμορφωμένη. Οι παραδοσιακοί πάροχοι δεν μπορούν ακόμη να εκμεταλλευτούν την βασική υποδομή τους στην έμμεση οικονομική τους σχέση με τις επιχειρήσεις που προσφέρουν ΟΤΤ υπηρεσίες διαπροσωπικής επικοινωνίας<sup>324</sup>. Μάλιστα, το παρόν νομικό πλαίσιο μετά την έκδοση του Κανονισμού (ΕΕ) 2015/2120, σχετικά με την πρόσβαση στο ανοιχτό Διαδίκτυο, καθιστά ακόμα δυσχερέστερη την οικονομική εκμετάλλευση των υποδομών από τους φορείς εκμετάλλευσης στην σχέση τους με τους παρόχους περιεχομένου και εφαρμογών.

<sup>321</sup> Βλ. *Mark Armstrong*, The theory of access pricing and interconnection, [https://mpra.ub.uni-muenchen.de/15608/1/MPRA\\_paper\\_15608.pdf](https://mpra.ub.uni-muenchen.de/15608/1/MPRA_paper_15608.pdf), σελ. 3, Βλ. *Krishna Jayakar & Eun-A Park*, Emerging frameworks for regulation of Over-The-Top services on mobile networks: An international comparison [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2418792](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2418792), σελ. 4.

<sup>322</sup> Βλ. *Mark Armstrong*, ο.π. σελ. 51-52, *Krishna Jayakar & Eun-A Park*, ο.π. σελ. 4.

<sup>323</sup> Βλ. *Bellamy and Child: European Union Law of Competition*, Edited by *Vivien Rose, David Bailey*, 7<sup>th</sup> Edition, 2013, *Oxford Competition Law*, σελ. 921, *Αλεξάνδρα Π. Μικρούλεα*, ο.π. σελ. 452, *Γιώργος Ι. Δελλής*, Κοινή Ωφέλεια και Αγορά, Τόμος Β', Το δημόσιο δίκαιο των υπό απελευθέρωση κοινοφελών υπηρεσιών (ηλεκτρονικές επικοινωνίες, ενέργεια, ταχυδρομείο, μεταφορές, ραδιοτηλεόραση), Εκδ. Αντ. Ν. Σάκκουλα, Αθήνα-Κομοτηνή 2008, σελ. 242.

<sup>324</sup> Βλ. BEREC, *Differentiation practices and related competition issues in the scope of net neutrality*, 24 Νοεμβρίου 2012, παρ. 161 επ.

Οι πρακτικές με τιμολογιακό χαρακτήρα παρουσιάζονται με πολλές μορφές. Δεν προκύπτει από το γράμμα των επίμαχων διατάξεων η διάκριση στην οποία θα προχωρήσουμε, ενώ η κάθε πρακτική μπορεί να εμπίπτει και σε περισσότερες από μία των περιπτώσεων κατάχρησης που προβλέπονται<sup>325</sup>. Οι περιπτώσεις τιμολογιακών καταχρήσεων που θα μας απασχολήσουν παρακάτω είναι: α) η υπερβολική τιμολόγηση, β) η διακριτική τιμολόγηση και γ) θα εξετάσουμε εάν θα είναι δυνατό να υπάρξει συμπίεση περιθωρίου ή τιμών από τους φορείς εκμετάλλευσης του δικτύου σε παρόχους υπηρεσιών VoIP, IM και E-mail.

Το μεγάλο πρόβλημα στην ανάλυση των ανωτέρω τιμολογιακών πρακτικών είναι η σχέση των παρόχων υπηρεσιών πρόσβασης στο Διαδίκτυο, οι οποίοι είναι κάθετα ολοκληρωμένοι, και των παρόχων περιεχομένου και εφαρμογών. Όπως αναφέραμε σε προγενέστερο κεφάλαιο δεν υπάρχει άμεση συμβατική σχέση μεταξύ τους<sup>326</sup>. Άρα είναι δυσχερές να υπάρξουν συμπεριφορές κατάχρησης από τον πάροχο πρόσβασης. Επιπλέον δύο από τις κυριότερες καταχρήσεις τιμολογιακού χαρακτήρα, η επιθετική τιμολόγηση (predatory pricing) και οι καταχρηστικές εκπτώτικές πολιτικές, είναι αδύνατο να λάβουν χώρα στην εν λόγω αγορά, αφού οι επιφυείς επιχειρήσεις προσφέρουν τις υπηρεσίες τους σε μηδενική τιμή, με εξαίρεση ορισμένες υψηλότερης ποιότητας υπηρεσίες<sup>327</sup>. Αυτό αιτιολογείται από το γεγονός ότι απουσιάζει το υψηλό επενδυτικό κόστος για την παροχή των υπηρεσιών τους, καθώς κάνουν χρήση, δίχως την ανάλογη χρέωση για αυτή, του ήδη υφιστάμενου δικτύου που ανήκει σε επιχειρήσεις που βρίσκονται σε ανταγωνιστική, με αυτούς, σχέση<sup>328</sup>. Επιπλέον στην μηδενική τιμή συνδράμει και η λειτουργία της πλειοψηφίας αυτών ως πλατφόρμες που φέρνουν σε επαφή περισσότερες διακριτές ομάδες και μπορούν να δομούν τις τιμές τους με τέτοιο τρόπο ώστε να παρέχουν υπηρεσίες σε μηδενική τιμή<sup>329</sup>.

Η προαναφερόμενη εξωτερικότητα, σχετικά με τα δίκτυα, που εμφανίζεται στους ΟΤΤ παρόχους, την οποία και «εσωτερικοποιούν» με τις υπηρεσίες που προσφέρουν σε μηδενική τιμή, τους καθιστά ιδιαίτερα ανταγωνιστικούς απέναντι στους παραδοσιακούς παρόχους. Μάλιστα θα μπορούσε κανείς να υποστηρίξει πως βρίσκονται σε πολύ ευνοϊκότερη θέση σε σχέση με τους τελευταίους.

---

<sup>325</sup>Βλ. Ν. Κοσμίδης, Καταχρήσεις τιμολογιακού χαρακτήρα, Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού, επιμέλεια: Δημήτριος Ν. Τζουγανάτος, Νομική Βιβλιοθήκη 2013, σελ. 475.

<sup>326</sup> Βλ. BEREC ο.π. παρ. 161 επ.

<sup>327</sup> Οι υπηρεσίες αυτές προσφέρονται σε τελικούς χρήστες αποκτούν τα πακέτα premium που προσφέρουν διάφορες πλατφόρμες υπηρεσιών διαπροσωπικής επικοινωνίας.

<sup>328</sup> Βλ. Krishna Jayakar & Eun-A Park, ο.π. σελ. 2.

<sup>329</sup> Βλ. ενότητα Β, κεφάλαιο 3.

Η κατάσταση αυτή έχει οδηγήσει τους φορείς εκμετάλλευσης των δικτύων να απαιτούν από τις αρμόδιες, σε κάθε κράτος-μέλος, ρυθμιστικές αρχές το δικαίωμα να επιβάλλουν τέλη τερματισμού από τους παρόχους επιφών υπηρεσιών, με νόμιμη βάση, για την εν λόγω χρέωση, τις υπηρεσίες που τους παρέχουν λόγω της κίνησης δεδομένων εντός του δικτύου τους<sup>330</sup>. Υποστηρίζουν πως εξαιτίας της σημαντικής μείωσης των εσόδων τους από τα νέα αυτά μοντέλα επιχειρήσεων, που προσφέρουν υπηρεσίες σε μηδενική τιμή, μειώνονται παράλληλα και τα κίνητρα επενδύσεων στο δίκτυο. Έτσι θεωρούν πως μόνο μέσω των εν λόγω χρεώσεων θα επιστρέψει η αγορά στην προγενέστερη κατάσταση ισορροπίας.

Η ανάλυση των τιμολογιακών καταχρηστικών συμπεριφορών μίας δεσπόζουσας επιχείρησης στην αγορά ηλεκτρονικών επικοινωνιών απέναντι στις επιχειρήσεις που παρέχουν επιφών υπηρεσίες, θα γίνει με την υπόθεση ότι μπορούν να επιβάλλουν οι πρώτες τέλη τερματισμού στις τελευταίες.

#### **4.3.2 Υπερβολική Τιμολόγηση**

Η περίπτωση της υπερβολικής τιμολόγησης εμπίπτει στο στοιχείο α' των άρθρων 102 ΣΛΕΕ και 2 Ν 3959/2011, βάσει του οποίου απαγορεύεται η άμεση ή έμμεση επιβολή μη δίκαιων τιμών αγοράς ή πωλήσεως άλλων όρων συναλλαγής. Η υπερτιμολόγηση κατά την παροχή ενός προϊόντος ή μίας υπηρεσίας από μία επιχείρηση με σημαντική ισχύ στην αγορά μπορούμε, με μεγάλη βεβαιότητα, να πούμε ότι υπάγεται στον όρο της διάταξης που αναφέρεται στην επιβολή μη δίκαιων τιμών. Είναι δεδομένο πως σε μία αγορά με υψηλές τιμές η ευημερία των καταναλωτών μειώνεται, καθώς δεν δημιουργείται το επιθυμητό, για αυτούς, πλεόνασμα και οι ανταγωνιστές της επιχείρησης, που επιβάλλει αυτές τις τιμές, τείνουν να αποκλείονται από την αγορά αφού δυσκολεύονται να είναι αποτελεσματικοί<sup>331</sup>. Έτσι, αποτελεί μία πρακτική που επιφέρει σημαντικές αντιανταγωνιστικές συνέπειες, η οποία όμως έχει σημαντικές δυσκολίες στον εντοπισμό, την διαπίστωση και τα μακροπρόθεσμα αποτελέσματά της.

Δεν είναι σαφές πότε μία τιμολόγηση μπορεί να χαρακτηριστεί ως υπερβολική. Το κριτήριο που θα επιλεγεί για την διαπίστωσή της δεν είναι ένα ενιαίο, αλλά μπορεί να είναι αυτό του περιθωρίου που έχει ο αντισυμβαλλόμενος της δεσπόζουσας επιχείρησης ή το κόστος που αναλογεί στην δεσπόζουσα επιχείρηση για την παραγωγή ενός προϊόντος ή την παροχή μίας

<sup>330</sup> Ο.π. σελ. 6 και 9, ETNO, ITRs proposal to address new internet ecosystem <https://www.etno.eu/datas/itu-matters/etno-ip-interconnection.pdf> , σελ. 4 και 6, όπου υποστηρίζει πως πρέπει να υπάρχει αποζημίωση των φορέων εκμετάλλευσης για την κίνηση δεδομένων εντός του δικτύου τους από τους παρόχους επιφών υπηρεσιών.

<sup>331</sup> Βλ. Γιάννης Κατσουλάκος, Οικονομική Ανάλυση του ανταγωνισμού, Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού, επιμέλεια: Δημήτριος Ν. Τζουγανάτος, Νομική Βιβλιοθήκη 2013, σελ. 40-41, Βλ. Νίκος Βέττας και Γιάννης Κατσουλάκος, ο.π. σελ. 31-32.



υπηρεσίας<sup>332</sup>. Επιπλέον προβλήματα εμφανίζονται και με την μέθοδο «yardstick competition», αφού η σύγκριση των τιμών που σημειώνονται σε μία άλλη αγορά δεν εξασφαλίζεται ότι θα υφίστανται οι αντίστοιχες δομές ανταγωνισμού και οι λοιποί παράμετροι που να καθιστούν αντιπροσωπευτική μία τέτοια σύγκριση<sup>333</sup>.

Από την άλλη υποστηρίζεται πως δεν πρέπει να αποτελεί αντικείμενο του δικαίου του ανταγωνισμού η υπερβολική τιμολόγηση. Υπάρχει η πεποίθηση πως με την αποτροπή επιβολής υψηλών τιμών και αποκόμισης μονοπωλιακών κερδών δεν θα έχουν οι επιχειρήσεις κίνητρα για να προχωρήσουν σε επενδύσεις<sup>334</sup>. Ενώ, θεωρείται πως σε αγορές με απουσία εμποδίων εισόδου, οι υψηλές τιμές αποτελούν μέσο για την δραστηριοποίηση νέων επιχειρήσεων, καθώς θα προσφέρουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους σε χαμηλότερες και άρα πιο ανταγωνιστικές τιμές.

Στην αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και συγκεκριμένα στην αγορά που υφίσταται αυτή η έμμεση οικονομική σχέση που αναφέραμε παραπάνω ανάμεσα στους φορείς εκμετάλλευσης του δικτύου και τους παρόχους περιεχομένου και εφαρμογών η υπερβολική τιμολόγηση μάλλον θα έχει καταστροφικά αποτελέσματα.

Οι CAPs που παρέχουν υπηρεσίες διαπροσωπικής επικοινωνίας τις προσφέρουν κατά κανόνα σε μηδενικές τιμές. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι καταναλωτές να προχωρούν στην χρήση των υπηρεσιών αυτών εξαιτίας του μηδαμινού κόστους. Οποιαδήποτε αύξηση στην τιμή έχει υποστηριχθεί πως θα προκαλέσει μαζική απομάκρυνση των τελικών χρηστών από αυτή την υπηρεσία σε μία άλλη που συνεχίζει να προσφέρει τις υπηρεσίες σε μηδενικές τιμές<sup>335</sup>. Αποτέλεσμα αυτού θα ήταν ο αποκλεισμός των παρόχων επιφυών υπηρεσιών, καθώς δεν θα αποτελούσαν πια συμφέρουσα επιλογή για τους καταναλωτές.

Πέραν του αποκλεισμού θα μειωνόταν και η ευημερία των καταναλωτών, καθώς θα περιορίζονταν σε σημαντικό βαθμό οι επιλογές τους. Στο παρόν οικονομικό περιβάλλον οι υπηρεσίες που προσφέρονται σε μηδενική τιμή μέσω του Διαδικτύου αποτελούν ένα πολύ σημαντικό αγαθό για τους καταναλωτές. Ο περιορισμός αυτών μέσω της υπερβολικής τιμολόγησης των επιχειρήσεων που τις προσφέρουν από τους φορείς εκμετάλλευσης του δικτύου θα προκαλέσει ουσιώδεις απώλειες στην συνολική ευημερία των καταναλωτών. Έτσι, υποστηρίζεται πως εάν αρχίσουν οι πάροχοι πρόσβαση στο Διαδίκτυο να χρεώνουν τους

---

<sup>332</sup> Βλ. Λάμπρος Ε. Κοτσήρης, Δίκαιο Ανταγωνισμού (Αθέμιτου-Ελεύθερου. Αθέμιτες Εμπορικές Πρακτικές), Εκδόσεις Σάκκουλα Αθήνα-Θεσσαλονίκη 2015, 7<sup>η</sup> Έκδοση, σελ. 551.

<sup>333</sup> Βλ. Ν. Κοσμίδης, ο.π. σελ. 710-711.

<sup>334</sup> Ο.π.

<sup>335</sup> Υπόθ. COMP/M.6281, *Microsoft/Skype*, σκ. 76-77.

παρόχους περιεχομένου και εφαρμογών τότε θα δημιουργηθεί μία ουσιώδης δυσχέραση του ανταγωνισμού, καθώς θα εμφανιστούν φαινόμενα υπερβολικής τιμολόγησης για τους τελευταίους ούτως ώστε να αποκτήσουν πρόσβαση στους συνδρομητές του παρόχου πρόσβασης<sup>336</sup>.

#### 4.3.3 Διακριτική Τιμολόγηση

Με την διακριτική τιμολόγηση μία επιχείρηση με δεσπύζουσα θέση στην αγορά εφαρμόζει άνισους όρους συναλλαγής για ισοδύναμες παροχές με τους συναλλασσόμενούς της (αρ. 102 ΣΛΑΕ στοιχ. γ' και 2 Ν. 3959/2011 παρ. 2 στοιχ. γ'). Αποτέλεσμα μίας τέτοιας πρακτικής φυσικά θα είναι να περιέλθει μία επιχείρηση σε μειονεκτικότερη ανταγωνιστικά θέση τόσο σε σχέση με την επιχείρηση με σημαντική ισχύ που τιμολογεί διακριτικά (εάν αυτή είναι κάθετα ολοκληρωμένη) όσο και με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις στο ίδιο επίπεδο αγοράς για τις οποίες προσφέρονται οι παροχές της τελευταίας σε ευμενέστερες τιμές. Το όμοιο προϊόν που εξετάζεται σε αυτή την περίπτωση είναι η χρέωση των επιχειρήσεων, που προσφέρουν επιφυείς υπηρεσίες, με τέλη τερματισμού για την κίνηση δεδομένων που δημιουργούν στο δίκτυο ενός φορέα εκμετάλλευσης.

Η διακριτική συμπεριφορά της δεσπύζουσας επιχείρησης στην συγκεκριμένη μελέτη επιφέρει τα αποτελέσματά της στην κατάντη αγορά, αυτή της λιανικής υπηρεσιών φωνής και μηνυμάτων. Βάσει της ανωτέρω διάταξης δεν δημιουργείται υποχρέωση από την δεσπύζουσα επιχείρηση να προχωρεί σε ίση τιμολόγηση όλων των συμβαλλομένων της. Η τιμολογιακή πολιτική της θα πρέπει να εξετάζεται σύμφωνα με το προϊόν ή την υπηρεσία της επίμαχης αγοράς. Μόνο επί ισοδύναμων παροχών μπορεί να υπάρξει κατάχρηση της δεσπύζουσας θέσης μέσω διακριτικής τιμολόγησης<sup>337</sup>. Επιπλέον είναι απαραίτητο μέσα από μία τέτοια συμπεριφορά η επιχείρηση, που αποτελεί υποκείμενο διακριτικής τιμολόγησης, να περιέρχεται σε μειονεκτική θέση. Στην απόφαση του *British Airways κατά Επιτροπής* το ΔΕΚ (ήδη ΔΕΕ) έκρινε πως για να επέρχεται αυτό το αντιανταγωνιστικό αποτέλεσμα στην αγορά θα πρέπει να τείνει η δεσπύζουσα επιχείρηση στην νόθευση της σχέσης ανταγωνισμού των συναλλασσομένων της με αυτή<sup>338</sup>.

Στην περίπτωση που απονεμηθεί στους παρόχους δικτύων και υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών το δικαίωμα να χρεώνουν τους παρόχους περιεχομένου και εφαρμογών για την κίνηση, που προκαλούν στα δίκτυα, η διακριτική τιμολόγηση θα είναι μία από τις βασικές καταχρήσεις, τιμολογιακού χαρακτήρα, που θα εμφανιστούν. Με την διακριτική μεταχείριση

<sup>336</sup> Βλ. BEREC ο.π. παρ. 208.

<sup>337</sup> Βλ. Ν. Κοσμίδη, ο.π. σελ. 693.

<sup>338</sup> Απόφαση του Δικαστηρίου της 15<sup>ης</sup> Μαρτίου 2007, C-95/04, *British Airways κατά Επιτροπής*, σκ. 144-145.

των τελευταίων θα μπορέσουν, οι παραδοσιακοί πάροχοι, να αποκλείσουν επιχειρήσεις που βλέπουν ως τις κύριες απειλές για το μοντέλο οικονομικής δραστηριοποίησής τους.

Ενώ αρνητικά αποτελέσματα θα επέλθουν κατ' επέκταση και στην ευημερία των καταναλωτών. Αποτέλεσμα αυτού θα ήταν η πλειοψηφία επιχειρήσεων επιφυών υπηρεσιών να μην μπορεί να ανταπεξέλθει, αφού το επιχειρηματικό τους μοντέλο δεν στηρίζεται στην χρέωση των υπηρεσιών που προσφέρουν στο καταναλωτικό κοινό. Καθιστώντας ορισμένους από τους παρόχους της κατάντη αγοράς μη ανταγωνιστικούς οι τελικοί χρήστες, όπως έχουμε δει, θα μετακινηθούν σε άλλες πλατφόρμες που προσφέρουν πιο ανταγωνιστικές τιμές και υπηρεσίες. Σταδιακά η κατάσταση αυτή θα περιορίσει τις απεριόριστες επιλογές που έχει στη διάθεσή του ο καταναλωτής σύμφωνα με το παρόν οικονομικό σύστημα που έχει διαμορφώσει το Διαδίκτυο.

Βέβαια, σε μια αγορά όπως αυτή των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, η οποία χαρακτηρίζεται για τα υπερβολικά υψηλά επενδυτικά της κόστη, μία συμπεριφορά διακριτικής τιμολόγησης από την επιχείρηση που επωμίζεται τα κόστη αυτά ίσως να μην αποτελέσει αντικείμενο των άρθρων 102 ΣΛΕΕ και 2 Ν. 3959/2011. Η υποχρέωση των φορέων εκμετάλλευσης να χρεώνουν σε τιμές καθαρά οριακού κόστους ίσως να μην είναι η καλύτερη λύση για την εν λόγω αγορά. Το υψηλό σταθερό κόστος που σημειώνεται πρέπει να καλυφθεί από τις επιχειρήσεις που επενδύουν στα δίκτυα. Δίχως τις φυσικές υποδομές και την εύρυθμη λειτουργία τους δεν θα παρέχεται και η κατάλληλη ποιότητα υπηρεσιών μέσω του Διαδικτύου. Έτσι, εάν η διακριτική τιμολόγηση, των παρόχων ΟΤΤ υπηρεσιών, οδηγήσει σε συνθήκες που προσφέρουν κίνητρα στους φορείς εκμετάλλευσης να επενδύουν ολοένα και περισσότερο στα δίκτυα και την ανάπτυξη νέων τεχνολογιών προφανώς και θα ευνοηθούν εν τέλει οι καταναλωτές. Θα κρίνεται αποδεκτή επομένως μία πρακτική μέσω της οποίας θα μπορέσουν, οι φορείς εκμετάλλευσης των δικτύων, να ανακτήσουν σε βάθος χρόνου τα υψηλά επενδυτικά τους κόστη<sup>339</sup>.

#### **4.3.4 Συμπίεση Περιθωρίου (*Margin Squeeze*)**

Η συμπίεση περιθωρίου τιμών αποτελεί μία πρακτική κατά την οποία η δεσπόζουσα επιχείρηση στην ανάντη αγορά εφαρμόζει υψηλές τιμές στην σχετική αγορά της πρόσβασης για τους ανταγωνιστές της (στην κατάντη αγορά) και χαμηλές τιμές στους τελικούς χρήστες/καταναλωτές ούτως ώστε να μην αφήσει περιθώρια κέρδους για τους ανταγωνιστές της<sup>340</sup>. Η συμπίεση του περιθωρίου μπορεί να θεωρηθεί ως μία ειδικότερη περίπτωση είτε

---

<sup>339</sup> Βλ. Ν. Κοσμίδης, ο.π. σελ. 691-692.

<sup>340</sup> Βλ. Γιώργος Ι. Δελλής, Κοινή Ωφέλεια και Αγορά, Τόμος Β', Το δημόσιο δίκαιο των υπό απελευθέρωση κοινοφελών υπηρεσιών (ηλεκτρονικές επικοινωνίες, ενέργεια, ταχυδρομείο, μεταφορές, ραδιοτηλεόραση), Εκδ. Αντ. Ν. Σάκκουλα, Αθήνα-Κομοτηνή 2008, σελ. 286-287, Ν. Κοσμίδης, ο.π. σελ. 703, *Damien Geradin & Robert*

υπερβολικής τιμολόγησης, είτε διακριτικής τιμολόγησης. Με την επιβολή υπερβολικά υψηλών τιμών στην ανάντη αγορά (δηλαδή αυτή της πρόσβασης στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες) τότε η περίπτωση της περιθωριοποίησης των κερδών ανταγωνιστών υπάγεται στην περίπτωση α' των άρθρων 102 ΣΛΕΕ και 2 Ν. 3959/2011. Επιπρόσθετα, εάν εμφανίζεται διακριτική τιμολόγηση στην κατάντη αγορά υπέρ θυγατρικής της δεσπόζουσας επιχείρησης με επιβολή υψηλότερων τιμών στους υπόλοιπους πελάτες της που την ανταγωνίζονται τότε η συμπίεση των τιμών εμπίπτει στην περίπτωση γ' των ανωτέρω διατάξεων<sup>341</sup>.

Για την αντιμετώπιση της συμπίεσης τιμών από τις αρμόδιες ανεξάρτητες διοικητικές αρχές και τα δικαστήρια έχουν διατυπωθεί δύο απόψεις. Αρχικά υποστηρίζεται πως η εν λόγω πρακτική πρέπει να αντιμετωπίζεται αυτοτελώς ως παραβατική συμπεριφορά μίας επιχείρησης. Δεν πρέπει δηλαδή μία αρχή να εξετάζει την συμπίεση περιθωρίου κέρδους μέσα από το φίλτρο της διακριτικής ή υπερβολικής τιμολόγησης. Από την άλλη έχει εκφραστεί και η άποψη πως μία παράβαση με αντικείμενο την συμπίεση των τιμών θα αποτελεί καταχρηστική εκμετάλλευση της δεσπόζουσας θέσης μίας επιχείρησης εάν συντρέχουν παράλληλα μία από τις ανωτέρω καταχρήσεις τιμολογιακού χαρακτήρα<sup>342</sup>.

Κατά την άποψη του γράφοντος η συμπίεση κέρδους πρέπει να αντιμετωπίζεται ως αυτοτελής καταχρηστική συμπεριφορά, καθώς συντρέχει ειδικός σκοπός για τον οποίο μία επιχείρηση θα υιοθετήσει αυτή την πρακτική. Η καθετοποιημένη επιχείρηση που προχωρεί σε αυτή την πρακτική επιθυμεί να αποκλείσει ανταγωνιστές στο τελευταίο επίπεδο της αγοράς (κατάντη/λιανική αγορά), εξωθώντας τους στην προσφορά των προϊόντων/υπηρεσιών τους σε τιμές υψηλότερες από αυτές των θυγατρικών τους. Φυσικά δεν πρέπει να συναχθεί πως σύμφωνα με αυτή την αντιμετώπιση θα είναι αδύνατο να συντρέχουν παράλληλα περισσότερες από μία εκ των καταχρηστικών τιμολογιακών περιπτώσεων που έχουν αναλυθεί. Ούτως ή άλλως, οι διακρίσεις αυτές δεν προβλέπονται άμεσα από το ίδιο το γράμμα του νόμου, αλλά έχουν διαμορφωθεί μέσα από την οικονομική και νομική θεωρία, καθώς και βάσει της πρακτικής των αρχών ανταγωνισμού και της νομολογίας.

Η σημαντικότερη υπόθεση που είχε ως αντικείμενο την συμπίεση περιθωρίου είναι αυτή της *Deutsche Telecom* που απασχόλησε τόσο την Επιτροπή, όσο και το Πρωτοδικείο και το Δικαστήριο της τότε Ευρωπαϊκής Κοινότητας. Στην υπόθεση αυτή το ΔΕΕ επιβεβαίωσε πως η

---

*O'Donoghue*, The Concurrent Application of Competition Law and Regulation: the Case of Margin Squeeze Abuses in the Telecommunications Sector, GCLC Working Paper 04/05, σελ. 6, Bellamy and Child: European Union Law of Competition, Edited by Vivien Rose, David Bailey, 7<sup>th</sup> Edition, 2013, Oxford Competition Law, σελ. 926.

<sup>341</sup> Βλ. Ν. Κοσμίδης, ο.π. σελ. 703.

<sup>342</sup> Ο.π. σελ. 704 και περαιτέρω υποσημειώσεις.

συμπίεση τιμών είναι καταχρηστική όταν η διαφορά ανάμεσα στις τιμές που επιβάλλει στις αγορές της χονδρικής και της λιανικής είναι αρνητική ή ανεπαρκής για την κάλυψη του ειδικού κόστους των προϊόντων της δεσπόζουσας επιχείρησης για την παροχή των δικών της υπηρεσιών, κατά τρόπο ώστε να μην επιτρέπει στους εξίσου αποτελεσματικούς της ανταγωνιστές να την ανταγωνιστούν<sup>343</sup>. Παρατηρούμε έτσι πως για την αξιολόγηση μίας πρακτικής με αντικείμενο την συμπίεση τιμών εισάγεται, από το ΔΕΕ, το κριτήριο ενός αποτελεσματικού ανταγωνιστή ως προς την επιχείρηση με την σημαντική ισχύ στην αγορά, για να προαχθεί η ασφάλεια δικαίου και να μην υπάρχει υπερβολικά αυστηρή αντιμετώπιση αυτής της συμπεριφοράς από τα αρμόδια κάθε φορά όργανα<sup>344</sup>. Στην εθνική μας τάξη η περίπτωση της συμπίεσης τιμής ως καταχρηστική συμπεριφορά βάσει των άρθρων 102 ΣΛΕΕ και 2 Ν. 3959/2011, έχει αντιμετωπιστεί από την ΕΕΤΤ με την Απόφαση υπ' αρ. 447/2007, με την οποία επιβλήθηκε πρόστιμο ύψους 20 εκ. ευρώ στον ΟΤΕ.

Όπως αναφέραμε παραπάνω οι CAPs απολαμβάνουν μία κατάσταση «μονόπλευρης» διασύνδεσης (one-way interconnection) στην σχέση τους με τους ISPs. Η διασύνδεση αποτελεί σύμφωνα με την Οδηγία για την Πρόσβαση μία ειδική μορφή πρόσβασης σε ένα δίκτυο ηλεκτρονικών επικοινωνιών<sup>345</sup>. Βέβαια στο άρθρο 2 στοιχ. β' δεύτερο εδάφιο ορίζεται πως η υποχρέωση διασύνδεσης εφαρμόζεται μόνο μεταξύ φορέων εκμετάλλευσης, δηλαδή επιχειρήσεων που κατέχουν και εκμεταλλεύονται τα δίκτυα ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Λόγω όμως της αναγκαιότητας, που υφίσταται, για τις επιχειρήσεις επιφυών υπηρεσιών να μπορούν να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους μέσω του Διαδικτύου, η διασύνδεση υπάρχει εξ αρχής στο δίκτυο<sup>346</sup>. Επομένως με την απαίτησή τους οι φορείς εκμετάλλευσης για την επιβολή τελών τερματισμού, στην ουσία ζητούν να αναγνωρισθεί από τις εθνικές ρυθμιστικές αρχές η χρέωση των παρόχων ΟΤΤ υπηρεσιών για την διασύνδεσή τους στο δίκτυο.

---

<sup>343</sup> Απόφαση του Δικαστηρίου της 14<sup>ης</sup> Οκτωβρίου 2010, C-280/08 P, *Deutsche Telekom κατά Επιτροπής*, σκ. 169, Απόφαση του Δικαστηρίου της 17<sup>ης</sup> Φεβρουαρίου 2011, *TeliaSonera Sverige AB*, σκ. 32, *Λάμπρος Ε. Κοτσίρης*, ο.π. σελ. 551.

<sup>344</sup> Βλ. *Ν. Κοσμίδης*, ο.π., Απόφαση του Δικαστηρίου *Deutsche Telekom*, σκ. 202.

<sup>345</sup> Οδηγία 2002/19/EK αρ. 2 στοιχ. β', όπως έχει τροποποιηθεί με την Οδηγία 2009/140/EK, της 25<sup>ης</sup> Νοεμβρίου 2009.

<sup>346</sup> Οι τελικοί χρήστες των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο μέσω της μεταφοράς σημάτων από τα ενεργά στοιχεία του δικτύου ενός παρόχου. Επομένως οι CAPs ευνοούνται από την πρόσβαση συνδρομητών των φορέων εκμετάλλευσης στο δίκτυο και έτσι προσφέρουν τις υπηρεσίες τους. Άρα η ύπαρξη των κατάλληλων υποδομών ηλεκτρονικών επικοινωνιών από μία επιχείρηση αποτελεί εξωτερικότητα για τους παρόχους περιεχομένου και εφαρμογών, μέσω της οποίας μάλιστα αποκομίζουν σημαντικά οφέλη.

Μέσω της χρέωσης αυτής όμως θα δημιουργηθεί ένα πρόσφορο έδαφος στην συγκεκριμένη αγορά για καταχρηστικές συμπεριφορές των επιχειρήσεων που εκμεταλλεύονται τα δίκτυα<sup>347</sup>. Οι φορείς εκμετάλλευσης του δικτύου θα έχουν την δυνατότητα να επιβάλλουν χρεώσεις για την «μονόπλευρη» διασύνδεση, των παρόχων περιεχομένου και εφαρμογών, στο δίκτυό τους, οι οποίες θα τους επιτρέψουν σε βάθος χρόνου να αποκλείσουν τους τελευταίους από την λιανική αγορά των υπηρεσιών που προσφέρουν.

Οι καθιερωμένες, στο περιβάλλον του Διαδικτύου, συναλλαγές των τελικών χρηστών με τους παρόχους ΟΤΤ υπηρεσιών σε μηδενική τιμή έχει δημιουργήσει ένα πρωτόγνωρο οικονομικό περιβάλλον. Λόγω του ελάχιστου κόστους μετάβασης (switching cost) των τελικών χρηστών από μία πλατφόρμα σε άλλη, η οποία παρέχει υποκατάστατες υπηρεσίες, πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στην απονομή δικαιώματος στους φορείς εκμετάλλευσης να χρεώνουν, τις πλατφόρμες αυτές, τέλη τερματισμού της κίνησης εντός του δικτύου τους. Μία οριζόντια αύξηση των τιμών από όλους τους παρόχους περιεχομένου, εφαρμογών και υπηρεσιών ίσως να έχει αρνητικές συνέπειες στην ευημερία των καταναλωτών.

Το Skype έχει ήδη επιστήσει την προσοχή της Επιτροπής για το μοντέλο δραστηριοποίησής του. Συγκεκριμένα, έχει ισχυριστεί πως αντιμετωπίζει ουσιώδη ζητήματα κόστους/κέρδους εξαιτίας της παροχής υπηρεσιών σε μηδενική τιμή<sup>348</sup>. Ο προαναφερόμενος πάροχος επιφυών υπηρεσιών δεν έχει επιλέξει το μοντέλο της διαδικτυακής διαφήμισης για την κάλυψη των εσόδων, που του «διαφεύγουν» με την προσφορά των υπηρεσιών του σε μηδενική τιμή. Αντίθετα, βασίζεται μόνο σε έσοδα από την υπηρεσία SkypeOut, η οποία αποτελεί την πραγματοποίηση κλήσεων μέσω της χρήσης της δημόσιου τηλεφωνικού δικτύου<sup>349</sup>. Επομένως εάν τελικά αποδειχθεί βάσιμος ο ισχυρισμός πως με την παραμικρή αύξηση της μηδενικής τιμής, από έναν πάροχο επιφυών υπηρεσιών, θα υπάρξει μία υψηλού βαθμού μετακίνηση του καταναλωτικού κοινού, τότε ίσως να είναι πιθανή και μία άλλη δεινότερη συνέπεια.

Ακόμα δεν είναι σαφές το κύριο κίνητρο χρήσης των επιφυών υπηρεσιών φωνής και μηνυμάτων στην θέση των παραδοσιακών υπηρεσιών από τους τελικούς χρήστες. Σε μία έρευνα που πραγματοποιήθηκε διαπιστώθηκε πως η πλειοψηφία ως πρώτο έναυσμα, για την χρήση των υπηρεσιών αυτών, έχει τα μηδενικά κόστη. Στην συνέχεια όμως, εμμένει στην χρήση τους για άλλους κοινωνικούς λόγους, όπως την επικοινωνία με συγκεκριμένο κύκλο ατόμων που

---

<sup>347</sup> Βλ. *Krishna Jayakar & Eun-A Park*, ο.π. σελ. 6.

<sup>348</sup> Υποθ. COMP/M.6281, *Microsoft/Skype*, σκ. 124, βλέπε και υποσημείωση 72.

<sup>349</sup> Οδηγία 2002/22/EK της 7<sup>ης</sup> Μαρτίου 2002, άρ. 2 στοιχ. β<sup>ο</sup>.

δημιουργεί σε κάθε πλατφόρμα<sup>350</sup>. Εάν αυτό όντως ισχύει τότε δεν θα σημειωθούν τόσο σημαντικές επιπτώσεις στην ευημερία των καταναλωτών. Αντίθετα, σύμφωνα και με την άποψη του γράφοντος, εάν είναι η τιμή, αυτή που οδηγεί στην χρήση των εν λόγω υπηρεσιών, τότε οι συνέπειες, βάσει ενός μοντέλου χρέωση τελών τερματισμού από τους φορείς εκμετάλλευσης του δικτύου, θα είναι τεραστίων διαστάσεων.

Οι πάροχοι επιφυών υπηρεσιών ίσως να χάσουν το μεγαλύτερο μέρος του μεριδίου τους στην αγορά. Η απώλεια αυτή όμως δεν θα γίνει λόγω μετακίνησης των καταναλωτών σε άλλη πλατφόρμα, αφού υποθετικά όλοι οι πάροχοι περιεχομένου και εφαρμογών θα αναγκαστούν να αυξήσουν τις τιμές τους. Αντίθετα, οι καταναλωτές μάλλον θα επιστρέψουν στην χρήση των παραδοσιακών υπηρεσιών, αφού τους εξασφαλίζουν καλύτερη κάλυψη και ποιότητα υπηρεσιών.

Συμπερασματικά, με την χρέωση τελών τερματισμού για την κίνηση των δεδομένων, των παρόχων επιφυών υπηρεσιών, εντός του δικτύου ενός φορέα εκμετάλλευσης θα είναι καθόλα πιθανή η εμφάνιση διακριτικών καταχρήσεων ή πρακτικών αποκλεισμού των ανταγωνιστών βάσει τιμολογιακής πολιτικής. Συγκεκριμένα οι πάροχοι των δικτύων θα δύνανται να προχωρήσουν σε πρακτικές συμπίεσης τιμών, ανάλογα με τις χρεώσεις που θα επιβάλλουν στα επίμαχα τέλη. Η συμπεριφορά αυτή όμως θα έχει ουσιώδη αποτελέσματα στην ιδιαίτερη αγορά που έχει διαμορφώσει το Διαδίκτυο.

Οι επιφυείς επιχειρήσεις μέσω αυτού θα καταστούν σε υψηλό βαθμό αντιαναγωνιστικές σε σχέση με τους παραδοσιακούς παρόχους, καθώς ο κύριος λόγος χρήσης τους είναι ο παράγοντας της μηδενικής τιμής. Έτσι θα μπορέσουν οι τελευταίοι να τις εκτοπίσουν από την κατάντη αγορά στην οποία τις ανταγωνίζονται. Απότοκο των ανωτέρω φυσικά είναι η πρόκληση βλάβης και στους καταναλωτές, πέραν του ίδιου του θεσμού του ανταγωνισμού, αφού θα μειωθούν σε σημαντικό βαθμό οι επιλογές τους στην αγορά.

#### **4.4 Αντικειμενικοί δικαιολογητικοί λόγοι για την εξαίρεση από συμπεριφορές κατάχρησης της δεσπόζουσας θέσης**

Αν και δεν περιέχεται ρητή διάταξη στα άρθρα 102 ΣΛΕΕ και 2 Ν. 3959/2011 για εξαίρεση από την παρανομία μίας συμπεριφοράς που στοιχειοθετεί κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης στην αγορά γίνεται δεκτό πως είναι δυνατή μία τέτοιου είδους εκτίμηση. Μετά την διαπίστωση της παραβατικής συμπεριφοράς οι επιχειρήσεις δύνανται να αποδείξουν πως οι πρακτικές στις οποίες προχώρησαν δικαιολογούνται αντικειμενικά<sup>351</sup>.

<sup>350</sup> Βλ. *René C.G. Arnold, Anna Schneider και Christian Hildebrandt*, All communications services are not created equal – Substitution of OTT communication services for ECS from a consumer perspective, σελ. 13-14.

<sup>351</sup> Βλ. *A. Κομνηνός – Ι. Λιανός* ο.π. σελ. 485.

Το κριτήριο της αντικειμενικής αιτιολογίας μίας συμπεριφοράς που μπορεί να υπαχθεί στις ανωτέρω διατάξεις εφαρμόστηκε στην υπόθεση *British Airways*<sup>352</sup>. Στην σκέψη 86 το Δικαστήριο κατέστησε σαφές πως μία πρακτική δύναται να τύχει εξαίρεσης εάν αποδειχθεί πως οι επιπτώσεις στην αποτελεσματικότητα και την ευημερία του καταναλωτή είναι αντισταθμιστικές του περιοριστικού αποτελέσματος. Κατόπιν, το κριτήριο αυτό το ενσωμάτωσε η Επιτροπή στις Κατευθυντήριες Γραμμές σχετικά με τις καταχρηστικές συμπεριφορές<sup>353</sup>. Στις παραγράφους 28 επ. αναλύεται η αντικειμενική αναγκαιότητα και οι βελτιώσεις της αποτελεσματικότητας που πρέπει να υφίστανται για μία συμπεριφορά που εμπίπτει στο πλαίσιο της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης. Ειδικότερα, σημειώνεται πως η αναγκαιότητα πρέπει να κρίνεται με εξωτερικούς προς την δεσπόζουσα επιχείρηση παράγοντες. Από την άλλη, για την βελτίωση της αποτελεσματικότητας, η επιχείρηση θα πρέπει να στηρίζει τους ισχυρισμούς της σε στοιχεία που να αποδεικνύουν πως τα οφέλη που θα αποκομίσουν οι καταναλωτές αντισταθμίζουν, ή ακόμα και «υπεραντισταθμίζουν» τα περιοριστικά αποτελέσματα του ανταγωνισμού και τον αποκλεισμό επιχειρήσεων από την αγορά.

Κατά την γνώμη του γράφοντος οι αρμόδιες αρχές δεν θα πρέπει ευθύς εξ αρχής να κρίνουν ως καταχρηστικές και άρα παράνομες τις συμπεριφορές που αναλύθηκαν στο παρόν κεφάλαιο. Οι επιχειρήσεις επιφυών υπηρεσιών στηρίζονται στους παρόχους πρόσβασης στο Διαδίκτυο για την προσφορά των υπηρεσιών τους στο καταναλωτικό κοινό. Επιπρόσθετα, οι συνδρομητές των τελευταίων απαιτούν την καλύτερη δυνατή ποιότητα υπηρεσιών. Από την άλλη, οι φορείς εκμετάλλευσης των δικτύων, που παράλληλα ανταγωνίζονται στην λιανική αγορά τους επιφυσείς παρόχους πρέπει να επενδύσουν στις υποδομές τους ούτως ώστε να μπορούν να εξυπηρετούν την ολοένα και μεγαλύτερη «κίνηση» που λαμβάνει χώρα εντός του δικτύου τους, λόγω της αυξημένης ζήτησης των επιφυών υπηρεσιών από το καταναλωτικό κοινό<sup>354</sup>. Είναι σημαντικό να επισημανθεί πως παράγοντες της αγοράς των τηλεπικοινωνιών υποστηρίζουν ότι ο όγκος των δεδομένων που «κινείται» εντός του δικτύου αυξάνεται σε ρυθμούς ταχύτερους σε σχέση με την ανάπτυξη και επέκταση του ίδιου του δικτύου<sup>355</sup>.

Βάσει των ανωτέρω, ορισμένες πρακτικές θα πρέπει να τυγχάνουν εξαιρέσεως από το πεδίο των άρθρων 102 ΣΛΕΕ και 2 του Ν. 3959/2011 για λόγους που ανάγονται στην ανάπτυξη του

---

<sup>352</sup> Υποθ. C-95/04 P, *British Airways plc κατά Επιτροπής*.

<sup>353</sup> Ανακοίνωση της Επιτροπής - Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις, ΕΕ 2009 C 45/7.

<sup>354</sup> Βλ. *Pier Luigi Parcu and Virginia Silvestri*, ο.π. σελ. 19.

<sup>355</sup> Ο.π., βλ. και ITU Secretary-General, Dr Hamadoun I. Touré, 20 Ιουνίου 2012, <http://www.itu.int/en/osg/speeches/Pages/2012-06-20.aspx>.



δικτύου και την τεχνολογική πρόοδο. Οποιαδήποτε ενέργεια προς τιμολογιακή επιβάρυνση των παρόχων επιφυών υπηρεσιών δεν θα πρέπει να αντιμετωπίζεται ως καταχρηστική πρακτική. Είναι οικονομικά θεμιτό να επιβάλλονται τέλη στις εν λόγω επιχειρήσεις, από τους παρόχους των δικτύων ηλεκτρονικών επικοινωνιών, αφού αποκομίζουν οφέλη επιβαρύνοντας τους τελευταίους, δίχως την καταβολή ανταλλάγματος. Φυσικά, δεν θα πρέπει η τιμολογιακή πολιτική των φορέων εκμετάλλευσης να είναι ανέλεγκτη, ενώ είναι αναγκαίο τα τυχόν επιβαλλόμενα τέλη να κυμαίνονται στο ύψος του κόστους διατήρησης και συντήρησης των υποδομών<sup>356</sup>. Η τήρηση μίας τιμολογιακής πολιτικής βάσει κόστους είναι απαραίτητη για να μην παρουσιάζονται δυσανάλογες επιβαρύνσεις, οι οποίες εν τέλει θα καταστήσουν τους παρόχους επιφυών υπηρεσιών μη ανταγωνιστικούς και θα τους ωθήσουν στην έξοδό τους από την αγορά.

Δεν πρέπει να παραβλέπουμε πως η ευημερία των καταναλωτών στον τομέα των τηλεπικοινωνιών βρίσκεται σε στενή σχέση με την ύπαρξη ανεπτυγμένων και τεχνολογικά σύγχρονων δικτύων. Είναι βασικό να τονιστεί ξανά και ξανά πως δίχως τις κατάλληλες υποδομές και το αναγκαίο «hardware» δεν μπορεί να υπάρξει μεταφορά του σήματος και εν τέλει παροχή υπηρεσιών. Με το να προχωρούν οι πάροχοι του δικτύου σε συμπεριφορές που έχουν ως εμφανή αποτελέσματα την ανάπτυξη του δικτύου, καθώς και την ορθή και υγιή λειτουργία του προφανώς και θα επέλθει η επιθυμητή βελτίωση της αποτελεσματικότητας, ως προς την κατανομή των πόρων στην αγορά, αλλά η αύξηση της ευημερίας των καταναλωτών, οι οποίοι θα λαμβάνουν υψηλότερης ποιότητας υπηρεσίες.

Επομένως, συνάγεται πως οι ανωτέρω καταχρηστικές πρακτικές είναι μεν επίφοβες αλλά θα πρέπει να αντιμετωπίζονται με έναν βαθμό ανεκτικότητας. Ο Κανονισμός 2015/2020 που μπορεί να περιορίσει σε σημαντικό βαθμό την δυνατότητα επιβολής περιοριστικών πρακτικών στους παρόχους περιεχομένου, εφαρμογών και υπηρεσιών μέσω του Διαδικτύου από τους παρόχους πρόσβασης στο Διαδίκτυο, είναι απαραίτητο να μην συντελεί στην διαμόρφωση συνθηκών, οι οποίες θα ευνοούν την παροχή υπηρεσιών εις βάρος των υποδομών του δικτύου<sup>357</sup>. Με την προαγωγή αποτελεσματικού ανταγωνισμού στο λιανικό επίπεδο της αγοράς, καθιστώντας ευμενείς συνθήκες για την παροχή των υπηρεσιών τα θετικά αποτελέσματα στην ευημερία των καταναλωτών θα είναι βραχυπρόθεσμα. Αυτό συμβαίνει γιατί θα επωφεληθούν από επιλογές ανάμεσα σε πλείονες παρόχους και υπηρεσίες. Μακροπρόθεσμα όμως τα αποτελέσματα ίσως να μην είναι τόσο θετικά. Εάν δεν πραγματοποιηθούν οι αναγκαίες επενδύσεις για την ανάπτυξη του δικτύου εξαιτίας της αυστηρής αντιμετώπισης, των φορέων εκμετάλλευσης, από τις

---

<sup>356</sup> Βλ. *Krishna Jayakar & Eun-A Park*, ο.π. σελ. 12.

<sup>357</sup> Βλ. αμέσως επόμενο κεφάλαιο για τον Κανονισμό 2015/2120 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου.

ρυθμιστικές αρχές και τις αρχές ανταγωνισμού σε σχέση με τους παρόχους επιφυών υπηρεσιών, τότε είναι σίγουρο πως θα υπάρξουν αρνητικές επιπτώσεις στην ευημερία του καταναλωτικού κοινού.

## **5. Η Ουδετερότητα Δικτύου (Net Neutrality) και ο Κανονισμός 2015/2120 Σχετικά με την Πρόσβαση στο Ανοιχτό Διαδίκτυο**

Έχοντας υπόψη τις παραπάνω δυνατότητες των φορέων εκμετάλλευσης δικτύων ηλεκτρονικών επικοινωνιών για κατάχρηση της σημαντικής ισχύος τους στην αγορά η Ευρωπαϊκή Ένωση εξέδωσε τον Κανονισμό 2015/2120, με τον οποίο εξασφαλίζεται η ουδετερότητα του Διαδικτύου (net neutrality). Ως net neutrality ο BEREC έχει ορίσει την συζήτηση για τον τρόπο με τον οποίο, οι πάροχοι υπηρεσιών πρόσβασης στο Διαδίκτυο (ISPs), διαχειρίζονται δεδομένα, που έχουν πηγή τους παρόχους περιεχομένου, εφαρμογών και υπηρεσιών (CAPs), και την κίνησή τους εντός του δικτύου τους, έως ότου καταλήξουν στους συνδρομητές τους, καθώς και την κίνηση των δεδομένων αυτών μεταξύ των ίδιων των συνδρομητών μεταξύ τους<sup>358</sup>.

Ο Κανονισμός αυτός εξασφαλίζει για τους τελικούς χρήστες το δικαίωμα να έχουν πρόσβαση και να διανέμουν πληροφορίες και περιεχόμενο, να χρησιμοποιούν και να παρέχουν εφαρμογές και υπηρεσίες και να χρησιμοποιούν τερματικό εξοπλισμό της επιλογής τους (άρθρο 3 παρ. 1). Ενώ στην δεύτερη παράγραφο του ίδιου άρθρου προβλέπεται πως δεν επιτρέπονται συμφωνίες των τελικών χρηστών με τους παρόχους υπηρεσιών πρόσβασης, που περιέχουν περιορισμούς σχετικά με την πρόσβαση και διάθεση των ανωτέρω αγαθών μέσω του Διαδικτύου. Τέλος στην τρίτη παράγραφο του εν λόγω άρθρου επιβάλλεται στους ISPs να αντιμετωπίζουν ισότιμα κάθε κίνηση δεδομένων εντός του δικτύου τους.

Από τις διατάξεις αυτές συνάγεται πως περιορίζονται σε σημαντικό βαθμό οι καταχρήσεις (τιμολογιακές και μη) τις οποίες αναλύσαμε παραπάνω. Όντως, με την ψήφιση του Κανονισμού 2015/2120 οι καθετοποιημένοι φορείς εκμετάλλευσης των δικτύων δεν απολαμβάνουν τον ίδιο βαθμό δυνατότητας κατάχρησης της δεσπόζουσας θέσης τους. Πέραν ορισμένων εξαιρέσεων δεν έχουν την ευχέρεια να προχωρήσουν σε διακριτικές και αποκλειστικές συμπεριφορές έναντι των παρόχων περιεχομένου, εφαρμογών και υπηρεσιών.

Πέραν των επιταγών για ισότιμη και μη διακριτική μεταχείριση όλων των δεδομένων που κινούνται εντός του δικτύου ενός παρόχου υπηρεσιών πρόσβασης ο Κανονισμός δεν εμποδίζει τον φορέα εκμετάλλευσης από το να υιοθετεί εύλογα μέτρα με βάση τα οποία αντιμετωπίζει την κίνηση. Τα μέτρα αυτά φυσικά πρέπει να είναι διαφανή και αναλογικά, ενώ δεν πρέπει να

<sup>358</sup> Βλ. BEREC, Net Neutrality Guidelines, σελ. 1, [http://www.berec.europa.eu/files/document\\_register\\_store/2016/8/NN%20Factsheet.pdf](http://www.berec.europa.eu/files/document_register_store/2016/8/NN%20Factsheet.pdf).

επιβάλλονται με τρόπους, οι οποίοι θα εισάγουν διακρίσεις στην αγορά έναντι ορισμένων παρόχων<sup>359</sup>. Ο στόχος για την υιοθέτηση αυτών των ευλόγων μέτρων πρέπει να είναι η αποτελεσματικότερη χρήση του Διαδικτύου από τους παρόχους πρόσβασης και η βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών που παρέχονται μέσω του Διαδικτύου<sup>360</sup>. Ο κανόνας της ίσης μεταχείρισης όμοιων καταστάσεων και άνιση μεταχείρισης ανόμοιων εφαρμόζεται και σε αυτές τις περιπτώσεις, μόνο εάν είναι αντικειμενικά και απαραίτητο εξαιτίας τεχνικών προδιαγραφών<sup>361</sup>.

Υψηλής σημασίας είναι οι εξαιρέσεις που προβλέπει το άρθρο 3 του Κανονισμού, βάσει των οποίων οι πάροχοι υπηρεσιών πρόσβασης στο Διαδίκτυο μπορούν επιβάλλουν μέτρα διακριτικής μεταχείρισης της κίνησης εντός του δικτύου τους<sup>362</sup>. Πρώτον, μπορούν να παρεμποδίσουν, επιβραδύνουν, αλλοιώσουν, περιορίσουν, εισάγουν παρεμβολές, υποβαθμίσουν ή επιβάλλουν διακρίσεις έναντι συγκεκριμένου περιεχομένου, εφαρμογών ή υπηρεσιών ή συγκεκριμένων κατηγοριών αυτών εάν αυτά τα μέτρα είναι σύμφωνα με την εθνική ή ενωσιακή νομοθεσία, αλλά και την νομολογία των δικαστηρίων και την πρακτική των αρχών ανταγωνισμού. Δεν είναι δυνατό να απαγορεύεται στους παρόχους υπηρεσιών πρόσβασης στο Διαδίκτυο να μην συμμορφώνονται με τις νομικές επιταγές που θέτουν οι έννομες τάξεις στις οποίες δραστηριοποιούνται.

Η δεύτερη εξαίρεση που προβλέπεται αφορά την προστασία της ακεραιότητας και της ασφάλειας του δικτύου. Θα πρέπει οι επιχειρήσεις που κατέχουν δίκτυα ηλεκτρονικών επικοινωνιών και παρέχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο να δύνανται να αντιμετωπίζουν διάφορες παραβάσεις που λαμβάνουν χώρα στο δίκτυό τους. Έτσι, στην αιτιολογική σκέψη 14 του Κανονισμού προτάσσεται πως πρέπει οι εν λόγω πάροχοι να λαμβάνουν μέτρα για την αντιμετώπιση κίνησης δεδομένων με παράνομο και επιβλαβές περιεχόμενο, καθώς και την προστασία των τελικών χρηστών τους από πιθανές κλοπές προσωπικών τους δεδομένων.

Τέλος, εξαίρεση, από τον περιορισμό διακριτικής μεταχείρισης της κίνησης δεδομένων από υπηρεσίες, περιεχόμενο και εφαρμογές που διατίθενται μέσω του Διαδικτύου ή παρόχων, αυτών, που δραστηριοποιούνται στο Internet, μπορεί να υπάρξει για την αποφυγή συμφόρησης του δικτύου. Ο περιορισμός ή η παρεμπόδιση παροχών θα πρέπει να λαμβάνει χώρα υπό εξαιρετικές

---

<sup>359</sup> Κανονισμός 2015/2120, της 25ης Νοεμβρίου 2015, για τη θέσπιση μέτρων σχετικά με την πρόσβαση στο ανοικτό Διαδίκτυο και την τροποποίηση της οδηγίας 2002/22/EK για την καθολική υπηρεσία και τα δικαιώματα των χρηστών όσον αφορά δίκτυα και υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών και του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 531/2012 για την περιαγωγή σε δημόσια δίκτυα κινητών επικοινωνιών εντός της Ένωσης αρ. 3 παρ. 3 εδ. γ' και δ'.

<sup>360</sup> Ο.π. αιτ. σκ. 9.

<sup>361</sup> Ο.π.

<sup>362</sup> Ο.π. αρ. 3 παρ. 3 εδ. ε'.

περιπτώσεις για την αντιμετώπιση εκτάκτων αναγκών. Στην αιτιολογική σκέψη 15 του Κανονισμού σημειώνεται πως τα μέτρα για την αποσυμφόρηση του δικτύου πρέπει να λαμβάνονται για περιορισμένη διάρκεια, και μόνο σε περιπτώσεις που η ζήτηση μίας υπηρεσίας ή κάποιου περιεχομένου από τους τελικούς χρήστες θα προκαλέσει την τόσο σημαντική υπέρβαση της χωρητικότητας του δικτύου, ώστε θα μειωθεί η ποιότητα των υπόλοιπων υπηρεσιών ή ακόμα, σε εξαιρετικές περιπτώσεις, να καταστεί η αδύνατη η παροχή τους. Τέλος τονίζεται στο τελευταίο εδάφιο της ίδιας αιτιολογικής σκέψης πως τα μέτρα με τα οποία επιβάλλεται διακριτική μεταχείριση υπηρεσιών, περιεχομένου και επιχειρήσεων πρέπει να είναι προσωρινά και ποτέ μακροπρόθεσμα, ενώ θα πρέπει να εφαρμόζονται σε περιπτώσεις συμφόρησης που δεν είναι επαναλαμβανόμενες, για την μη κατάχρηση αυτής της εξαιρέσης.

## ΣΤ. Συμπέρασμα - Επίλογος

Κρίνοντας συνολικά το παρόν νομικό πλαίσιο που διέπει τον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών δεν μπορούμε παρά να παρατηρήσουμε τους άνισους όρους βάσει των οποίων ανταγωνίζονται οι παραδοσιακοί πάροχοι τους CAPs. Οι συμμετρικές υποχρεώσεις που τίθενται στον επίμαχο τομέα βάσει του Ρυθμιστικού Πλαισίου Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών καθιστά τους πρώτους να βρίσκονται σε μειονεκτική, ανταγωνιστικά, θέση στην αγορά συγκριτικά με τους επιφυείς παρόχους. Αυτό έχει ως επίπτωση την μείωση των κινήτρων, των φορέων εκμετάλλευσης, για επενδύσεις στα δίκτυα ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Εάν μέσω των επενδύσεων και της επέκτασης επί του δικτύου δεν αποφέρουν τα αναμενόμενα κέρδη, ούτως ώστε να αποσβήσουν τα υψηλά τους σταθερά κόστη τότε είναι λογικό να αποθαρρύνονται από την πραγματοποίηση επενδύσεων. Επιπρόσθετα, εάν λόγω των εξωτερικοτήτων που εμφανίζονται, οι ΟΤΤ πάροχοι καταφέρνουν να αποκομίζουν σημαντικό μερίδιο από τα κέρδη των παραδοσιακών παρόχων τότε εντείνεται η ανωτέρω δυστροπία προς την επένδυση κεφαλαίων για την ανάπτυξη των υποδομών.

Όπως έχει σημειωθεί σε πολλά σημεία της εργασίας τα δίκτυα ηλεκτρονικών επικοινωνιών αποτελούν την ραχοκοκαλιά των τηλεπικοινωνιών. Δίχως την ύπαρξη τους δεν είναι δυνατό να γίνεται λόγος για αγορά ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Αυτό έχει υποστηριχθεί και από τον *Γεώργιο Ι. Δελλή*, σύμφωνα με τον οποίο: «εάν δεν δημιουργηθεί δίκτυο, δεν πληρούνται οι προϋποθέσεις για την κάλυψη των ζωτικών αναγκών του κοινωνικού συνόλου, δεν υφίσταται καν υπηρεσία»<sup>363</sup>.

Τον συλλογισμό αυτό εύκολα μπορούμε να τον προσαρμόσουμε και στα δεδομένα που μας προβληματίζουν στην παρούσα μελέτη. Ειδικότερα, εάν δεν παρουσιάζεται η αναγκαία τεχνολογική ανάπτυξη των δικτύων ηλεκτρονικών επικοινωνιών, ούτως ώστε να μπορούν να εξασφαλίζουν οι φορείς εκμετάλλευσης των δικτύων αυτών την παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, όπως αυτές ορίζονται με τον παρόν ρυθμιστικό πλαίσιο<sup>364</sup>, και επιφυών υπηρεσιών τότε πλήττεται όλη η αγορά και όχι μόνο τα συμφέροντα των παραδοσιακών παρόχων. Μειώνεται η ευημερία του καταναλωτικού κοινού λόγω μη παροχής της καλύτερης δυνατής ποιότητας υπηρεσιών, ενώ πιθανότατα θα υπάρξει άμβλυνση του πλεονάσματος των ίδιων των επιχειρήσεων που προσφέρουν επιφυείς υπηρεσίες εξαιτίας των

---

<sup>363</sup> *Γιώργος Ι. Δελλής*, Κοινή Ωφέλεια και Αγορά, Τόμος Β', Το δημόσιο δίκαιο των υπό απελευθέρωση κοινοφελών υπηρεσιών (ηλεκτρονικές επικοινωνίες, ενέργεια, ταχυδρομείο, μεταφορές, ραδιοτηλεόραση), Εκδ. Αντ. Ν. Σάκκουλα, Αθήνα-Κομοτηνή 2008, σελ. 244.

<sup>364</sup> Οδηγία-Πλαίσιο αρ. 2 στοιχ. γ'.

περιορισμένων, τεχνολογικά, δυνατοτήτων των δικτύων, να εξυπηρετήσουν την «κίνηση». Τέλος οι φορείς εκμετάλλευσης θα επιβαρύνονται με ολοένα και μεγαλύτερα κόστη, γιατί θα είναι υποχρεωμένοι να προχωρήσουν σε επενδύσεις, οι οποίες θα εξυπηρετούν πέραν από τις δικές τους ανάγκες και τις ανάγκες των επιφυών παρόχων. Αιτία αυτού του φαινομένου είναι η υψηλή αύξηση, που παρουσιάζεται, στην ζήτηση των υπηρεσιών των τελευταίων από τους συνδρομητές των ISPs.

Για τη δυσχερή, οικονομικά και ανταγωνιστικά, κατάσταση στην οποία υπεισέρχονται οι φορείς εκμετάλλευσης των δικτύων, σχετικά με τις επιβαρύνσεις των επενδυτικών κεφαλαίων αλλά και των λειτουργικών εξόδων, υπαίτιοι είναι σε σημαντικό βαθμό οι πάροχοι περιεχομένου, εφαρμογών και υπηρεσιών. Παρά όμως το γεγονός ότι οι τελευταίοι επιβάλλουν σημαντικές πιέσεις στους παραδοσιακούς παρόχους για όλο και μεγαλύτερη ποιότητα υπηρεσιών και ανάπτυξη της ευρυζωνικότητας του δικτύου, δεν είναι διατεθειμένοι να αναλάβουν μέρος από τα υψηλά αυτά κόστη. Αυτό φυσικά έρχεται σε πλήρη αντίφαση με την οικονομική τους εξάρτηση από τα δίκτυα ηλεκτρονικών επικοινωνιών, αφού επαφίενται σε αυτά για την παροχή των υπηρεσιών τους μέσω του Διαδικτύου.

Για την αποφυγή αυτής της αποθαρρυντικής, από την πλευρά των παραδοσιακών παρόχων, στάσης όσον αφορά την πραγματοποίηση επενδύσεων επί των δικτύων τους, πρέπει να επέλθουν βασικές αλλαγές στο ρυθμιστικό πλαίσιο. Η προαγωγή μίας αγοράς με ισότιμους όρους ανταγωνισμού είναι υψίστης σημασίας. Σε μία αγορά που στηρίζεται στα δίκτυα για την παροχή υπηρεσιών είναι φυσικό πως εάν μόνο ένα μέρος των παρόχων επενδύει σε αυτά και επιβαρύνεται με τα κόστη λειτουργίας του, θα παρουσιάζονται αναποτελεσματικότητες σχετικά με την κατανομή των πόρων.

Οι επιφυείς επιχειρήσεις δεν είναι αναγκαίο να επιβαρύνονται με τα επενδυτικά κόστη των δικτύων. Αυτό που πρέπει να γίνει κατά την άποψη του γράφοντος είναι να μην αποτρέπονται οι φορείς εκμετάλλευσης των δικτύων από τιμολογιακές πρακτικές, οι οποίες έχουν ως στόχο την «αποζημίωσή» τους, από τους επιφυείς παρόχους, για την χρήση του δικτύου τους. Με τον τρόπο αυτό είναι εμφανές πως θα δοθεί προτεραιότητα στην ανάπτυξη των δικτύων της αγοράς, τα οποία απαιτούν συνεχώς υψηλότερα επενδυτικά κόστη όσο εξελίσσεται η τεχνολογία, με τους φορείς εκμετάλλευσης να αδυνατούν πολλές φορές να τα επιφορτιστούν ατομικά, προχωρώντας στην σύναψη συμφωνιών μεταξύ τους.

Πέραν τούτων δεν πρέπει να παραβλέπεται πως το Διαδίκτυο έχει αλλάξει ριζικά τα επιχειρηματικά μοντέλα δραστηριοποίησης σε πολλούς κλάδους του εμπορίου. Η καινοτομία που εμφανίζεται μέσα από την πλατφόρμα του Διαδικτύου δεν πρέπει για κανένα λόγο να τυγχάνει υπέρμετρων περιορισμών. Η παροχή υπηρεσιών σε μηδενική τιμή ίσως να αποτελεί

αυτή τη στιγμή την σημαντικότερη παράμετρο στην αύξηση της ευημερίας των καταναλωτών. Στις αγορές επιφυών υπηρεσιών της δεύτερης κατηγορίας που διέκρινε ο BEREC (OTT-1) σημειώνεται το εξής παράδοξο, με την παροχή υπηρεσιών σε μηδενική τιμή, αντί να αποκλείονται επιχειρήσεις από την αγορά και να δημιουργούνται εμπόδια εισόδου σε δυνητικούς ανταγωνιστές, εμφανίζεται έξαρση του ανταγωνισμού, καθώς εμφανίζονται συνεχώς νέων εφαρμογές που προσφέρουν υπηρεσίες VoIP, IM και βιντεοκλήσεων. Βέβαια, σε αυτό συνεισφέρει το γεγονός ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων που προσφέρει υπηρεσίες σε μηδενικές τιμές στους τελικούς της χρήστες καλύπτει τις ζημίες της από την άλλη «όψη» της αγοράς αφού δραστηριοποιούνται ως πλατφόρμες.

Την ευχέρεια αυτή όμως δεν την παρατηρούμε και στους κάθετα ολοκληρωμένους παρόχους πρόσβασης στο Διαδίκτυο. Αν και λειτουργούν με την σειρά τους ως μεσάζοντες, φέρνοντας σε επαφή τους επιφυείς παρόχους και τους συνδρομητές τους αδυνατούν να αποκομίζουν τα μέγιστα δυνατά κέρδη λόγω της απουσίας συμβατικών σχέσεων με την επιχειρηματική «όψη» της αγοράς. Αντίθετα, οι επιφυείς πάροχοι καταφέρνουν να επωφεληθούν, από τους φορείς εκμετάλλευσης των δικτύων, κατά τον μέγιστο δυνατό τρόπο, αφού δεν έχουν ανάγκη να προχωρήσουν στα υψηλά επενδυτικά κόστη, που συνοδεύουν τις υποδομές των δικτύων ηλεκτρονικών επικοινωνιών, για την παροχή των υπηρεσιών τους στους τελικούς τους χρήστες. Έτσι, τονίζεται ακόμη περισσότερο η ανισορροπία που υπάρχει στην αγορά ανάμεσα σε αυτές τις δύο κατηγορίες επιχειρήσεων.

Συμπερασματικά, οι αρμόδιες αρχές θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τους τόσο την τεχνολογική εξέλιξη και καινοτομία που προσφέρει ο διαδικτυακό περιβάλλον, όσο και την ανάγκη για την διατήρηση σύγχρονων και καινοτόμων υποδομών στα δίκτυα. Η στάθμιση των συμφερόντων θα πρέπει να αποτελεί το κύριο εργαλείο τόσο κατά την θέσπιση τομεακών υποχρεώσεων, όσο και κατά την εξέταση πρακτικών που δύνανται να έχουν περιοριστικά, για τον ανταγωνισμό, αποτελέσματα. Κατά την άποψη του συγγραφέα θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη πάντοτε η αύξηση της ευημερίας του καταναλωτικού κοινού, η οποία είναι άμεσα συνυφασμένη στον τομέα αυτό την προσφορά υψηλής ποιότητας υπηρεσιών. Επομένως, υφίσταται άμεση σχέση της αύξησης του πλεονάσματος του καταναλωτή με τις επενδύσεις και την ανάπτυξη των δικτύων ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Αν και οι υπηρεσίες που παρέχονται σε μηδενική τιμή αποτελούν μία πρωτόγνωρη παράμετρο που έχει πολύ σημαντικό αντίκτυπο στην αύξηση του πλεονάσματος των καταναλωτών, θα πρέπει να εξεταστούν τα μακροπρόθεσμα αποτελέσματα που θα προκαλέσουν στην αγορά η παρουσία OTT παρόχων<sup>365</sup>. Είναι αναγκαίο

---

<sup>365</sup> Έχει υποστηριχθεί πως οι ανταγωνιστικές συνθήκες, που δημιουργούνται από τα επιχειρηματικά μοντέλα των OTT παρόχων με τις μηδενικές τιμές, θα είναι αποτρεπτικές μελλοντικά γιατί δεν θα μπορέσουν οι επιχειρήσεις

να μην θυσιαστούν τα μέσα (δηλαδή τα δίκτυα και οι υποδομές τους), που παρέχουν τις υπηρεσίες στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, για την προσωρινή αύξηση ευημερίας των καταναλωτών και την προαγωγή ανταγωνιστικών συνθηκών.

Δεν μπορούμε να είμαστε σίγουροι για το πώς θα διαμορφωθεί η αγορά σε βάθος χρόνου εάν συνεχίσουν οι παραδοσιακοί πάροχοι να αντιμετωπίζουν τόσο δυσμενείς συνθήκες ανταγωνισμού συγκριτικά με τους CAPs. Οι πιέσεις, που ασκούνται από ενδιαφερόμενους στην αγορά (δηλαδή τους παρόχους αλλά και συλλόγους που εξυπηρετούν τα συμφέροντα αυτών αλλά και των καταναλωτών π.χ. ETNO, GSMA, BEUC κλπ.) για την ψήφιση ενός κανονιστικού πλαισίου εντός του οποίου οι υπηρεσίες δεν θα διακρίνονται ανάλογα με την τεχνολογία που παρέχονται (technical neutrality), αλλά βάσει του τρόπου που τις αντιμετωπίζουν οι ίδιοι οι καταναλωτές, δηλαδή βάσει της σχέσης υποκατάστασης, είναι μεγάλες. Η πλειοψηφία των παικτών της αγοράς καλεί την Ευρωπαϊκή Ένωση να υιοθετήσει ένα νομικό σύστημα κανόνων εντός του οποίου θα εμφανίζονται ισότιμοι όροι ανταγωνισμού<sup>366</sup>.

Ήδη, έχει προταθεί μία Οδηγία για την για την σύσταση ενός Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών<sup>367</sup>. Αναμένουμε επομένως τις εξελίξεις επάνω σε αυτό το φλέγον ζήτημα την παρούσα στιγμή. Η προσέγγιση που θα επιλέξει εν τέλει ο Ευρωπαίος νομοθέτης θα διαμορφώσει την δομή της αγοράς στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες για την επόμενη τουλάχιστον δεκαετία. Οι συνέπειες θα είναι ουσιώδεις και θα καταστεί σαφές εάν θα δημιουργηθεί ένα περιβάλλον φιλικό σχετικά την ανάπτυξη των δικτύων, προάγοντας έτσι τις επενδύσεις και τον ανταγωνισμό προς τα δίκτυα, ή εάν θα δοθεί βάση στις ίδιες τις υπηρεσίες που προσφέρονται στην αγορά και την πρόσβαση των καταναλωτών σε αυτές.

---

αυτές να τα διατηρήσουν, λόγω του ότι είναι μη επικερδή, *Shirley Baldry, Markus Straingröver, Markus H. Hessler, The Rise of OTT Services-What is the Appropriate Regulatory Response?*, σελ. 17. Μάλιστα, οι ίδιοι σημειώνουν πως στο μέλλον θα είναι απαραίτητο να προσαρμοστούν οι εν λόγω πάροχοι ειδάλλως δεν θα καταφέρουν να επιβιώσουν στην αγορά, ο.π. σελ. 17.

<sup>366</sup> Βλ. *Ron Davies, EPRS, Regulating electronic communications: A level playing field for telecoms and OTTs?*, σελ. 7.

<sup>367</sup> COM(2016) 590, Πρόταση για Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την θέσπιση του Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών.



## **Z. Βιβλιογραφία - Αρθρογραφία - Νομολογία**

### **1. Ελληνική Βιβλιογραφία**

*Βέττας Ν. και Κατσουλάκος Γ.*, Πολιτική Ανταγωνισμού & Ρυθμιστική Πολιτική, Τυποθήτω, 2004.

*Δελλής Γ.*, Κοινή Ωφέλεια και Αγορά, Τόμος Α', Το Τέλος των διαχωριστικών γραμμών: η «αγορακεντρική» δημόσια ρύθμιση των κοινωφελών δραστηριοτήτων, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα, Αθήνα-Κομοτηνή 2008.

*Ιδίου*, Κοινή Ωφέλεια και Αγορά, Τόμος Β', Το δημόσιο δίκαιο των υπό απελευθέρωση κοινοφελών υπηρεσιών (ηλεκτρονικές επικοινωνίες, ενέργεια, ταχυδρομείο, μεταφορές, ραδιοτηλεόραση), Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα, Αθήνα-Κομοτηνή 2008.

*Κινινή Ε.*, Η άρνηση παραχώρησης άδειας εκμετάλλευσης αϋλων αγαθών στο δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλα, Αθήνα 2004.

*Κοτσίρης Α.*, Δίκαιο Ανταγωνισμού (Αθέμιτου-Ελεύθερου. Αθέμιτες Εμπορικές Πρακτικές), Εκδόσεις Σάκκουλα, 7<sup>η</sup> Έκδοση, Αθήνα-Θεσσαλονίκη 2015.

*Τζουγανάτος Δ.*, Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού, Νομική Βιβλιοθήκη 2013.

*Ιδίου*, Ολιγοπώλιο και συλλογική δεσπόζουσα θέση στο δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού, Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα, 2004.

*Τριανταφυλλάκης Γ.*, Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού, Νομική Βιβλιοθήκη, 2<sup>η</sup> Έκδοση, 2012.

*Φαραντούρης Ν.*, Ενέργεια: Δίκαιο, Οικονομία & Πολιτική, Νομική Βιβλιοθήκη, 2012.

*Besanko D. και Braeutigam R.*, Μικροοικονομική, Επιμέλεια: *Μιχάλης Ντεμούσης*, Μετάφραση: *Ανδρέας Σοκοδήμος*, Εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα 2009.

### **2. Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία**

*Armstrong M. and Porter R.*, Handbook of Industrial Organization, Volume 3, 2007.

*Blair R. και Sokol D.*, The Oxford Handbook of International Antitrust Economics Volume 1, Oxford University Press, 2015.

*Faull J. and Nikpay A.*, Faull & Nikpay The EC Law of Competition, Oxford University Press, Second Edition, 2007.

*Rose V. και Bailey D.*, Bellamy and Child: European Union Law of Competition, Oxford Competition Law, 7<sup>th</sup> Edition, 2013.

### **3. Ελληνική Αρθρογραφία**

Καλογεράκης Γ., σχ. ΔΕΕ Υποθ. C-484/2014, αποφ. της 15.9.2016, ΔΙΜΕΕ 4/2016, σελ. 618 επ.

Μανιάτης Α., Κοινωνικοποίηση και απελευθέρωση των τηλεπικοινωνιών, ΔΕΕ 8-9/2007, σελ. 907 επ.

Μικρουλέα Α., Η εφαρμογή των κανόνων του Ανταγωνισμού στις συμφωνίες πρόσβασης των φορέων παροχής υπηρεσιών (service providers) στις υποδομές των τηλεπικοινωνιακών δικτύων, ΕΕμπΔ 2001, σελ. 437 επ.

Ιδίας, Η κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης του άρθρου 2 του Ν 703/1977, ΧρΙΔ 2006, σελ. 5 επ.

#### 4. Ξενόγλωσση Αρθρογραφία

Allouët A., Le Franc S., Marques M. & Rossi L., Achieving a Level Playing Field between the Players of the Internet Value Chain, Digiworld Economic Journal, no. 93, 1<sup>st</sup> Q. 2014, <https://ec.europa.eu/futurium/en/content/orange-achieving-level-playing-field-between-players-internet-value-chain>.

Armstrong M., The theory of access pricing and interconnection, [https://mpra.ub.uni-muenchen.de/15608/1/MPRA\\_paper\\_15608.pdf](https://mpra.ub.uni-muenchen.de/15608/1/MPRA_paper_15608.pdf).

Arnold R., Schneider A. και Hildebrandt C., All communications services are not created equal – Substitution of OTT communication services for ECS from a consumer perspective, <http://ssrn.com/abstract=2756395>.

Baldry S., Straingröver M., Hessler M., The Rise of OTT Services-What is the Appropriate Regulatory Response?, [https://www.detecon.com/sites/default/files/Paper\\_OTT\\_Player.pdf](https://www.detecon.com/sites/default/files/Paper_OTT_Player.pdf).

BEREC, A view of traffic management and other practices resulting in restrictions to the open Internet in Europe, Ευρήματα από την κοινή έρευνα του BEREC και της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, 2012, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/view-traffic-management-and-other-practices-resulting-restrictions-open-internet-europe>.

BEREC, Differentiation practices and related competition issues in the scope of net neutrality, 24 Νοεμβρίου 2012, [http://www.berec.europa.eu/eng/document\\_register/subject\\_matter/berec/reports/1094-berec-report-on-differentiation-practices-and-related-competition-issues-in-the-scope-of-net-neutrality](http://www.berec.europa.eu/eng/document_register/subject_matter/berec/reports/1094-berec-report-on-differentiation-practices-and-related-competition-issues-in-the-scope-of-net-neutrality).

BEREC, Net Neutrality Guidelines, [http://www.berec.europa.eu/files/document\\_register\\_store/2016/8/NN%20Factsheet.pdf](http://www.berec.europa.eu/files/document_register_store/2016/8/NN%20Factsheet.pdf).

BEREC preliminary informal views on MEP Catherine Trautmann's set of questions, <http://www.europarl.europa.eu/document/activities/cont/201306/20130617ATT67940/20130617ATT67940EN.pdf>.

BEREC, Report on OTT services, 2016, [http://bereg.europa.eu/eng/document\\_register/subject\\_matter/bereg/reports/5751-bereg-report-on-ott-services](http://bereg.europa.eu/eng/document_register/subject_matter/bereg/reports/5751-bereg-report-on-ott-services).

COMPRES, Digital Consumer Survey, Σεπτέμβριος 2015, [https://etno.eu/datas/publications/studies/ComRes\\_ETNO\\_Final%20Report\\_LATEST%20FOR%20PUBLICATION.pdf](https://etno.eu/datas/publications/studies/ComRes_ETNO_Final%20Report_LATEST%20FOR%20PUBLICATION.pdf).

*Davies R.*, EPRS, Regulating electronic communications: A level playing field for telecoms and OTTs?, [http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS\\_BRI\(2016\)586641](http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_BRI(2016)586641)

Detecon Consulting, Policy and Regulatory Framework for Governing Internet Applications, 2014, <https://www.detecon.com/ap/en/Publications/policy-and-regulatory-framework-governing-internet-applications>.

*Ducci F.*, Out-Of-Market Efficiencies, Two-Sided Platforms and Consumer Welfare: A Legal and Economic Analysis, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2767246](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2767246).

ERG Common Position on VoIP, 2007, [http://bereg.europa.eu/doc/publications/erg\\_07\\_56rev2\\_cp\\_voip\\_final.pdf](http://bereg.europa.eu/doc/publications/erg_07_56rev2_cp_voip_final.pdf).

ETNO, Annual Economic Report | 2016, <https://etno.eu/datas/publications/economic-reports/ETNO%20Annual%20Economic%20Report%202016.pdf>.

ETNO, ITRs proposal to address new internet ecosystem <https://www.etno.eu/datas/itu-matters/etno-ip-interconnection.pdf>

ETNO, Policy Paper Towards a New Telecoms Framework, 2016, [https://etno.eu/datas/publications/studies/2016\\_Summary\\_TelcoFrameworkReview.pdf](https://etno.eu/datas/publications/studies/2016_Summary_TelcoFrameworkReview.pdf).

ETNO & The Boston Consulting Group, Five Priorities for Achieving Europe's Digital Single Market, [https://etno.eu/datas/publications/studies/FINAL\\_BCG-Five-Priorities-Europes-Digital-Single-Market-Oct-2015.pdf](https://etno.eu/datas/publications/studies/FINAL_BCG-Five-Priorities-Europes-Digital-Single-Market-Oct-2015.pdf).

*Farrell J. και Klemperer P.*, Coordination and Lock-in: Competition with Switching cost and Network Effects, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=917785](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=917785).

*Filistrucchi L., Geradin D., van Damme E.*, Identifying Two-Sided Markets, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2008661](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2008661).

*Filistrucchi L., Geradin D., van Damme E., Affeldt P.*, Market Definition in Two-Sided Markets: Theory and Practice, <http://ssrn.com/abstract=2240850>.

*Geradin D. & O'Donoghue R.*, The Concurrent Application of Competition Law and Regulation: the Case of Margin Squeeze Abuses in the Telecommunications Sector, GCLC Working Paper 04/05, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=671804](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=671804).

*Godlovitch I., Kotternik B., Marcus J.S., Nooren P., Esmelijer J., Roosendaal A.*, Directorate General for Internal Policies, Policy Department A: Economic and Scientific Policy, Over-the-top (OTT) players: market dynamics and policy changes, 2015, [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/569979/IPOL\\_STU\(2015\)569979\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/569979/IPOL_STU(2015)569979_EN.pdf).

*Green W. and Lancaster B.*, Over The Top Services, 2006, Pipeline, Volume 4, Issue 7, [http://www.pipelinepub.com/1207/pdf/Article\\_3.pdf](http://www.pipelinepub.com/1207/pdf/Article_3.pdf).

*Grünwald A. και Nüßing A.*, German Court: Google's Gmail is a Regulated Telecoms Service, [https://www.mofo.com/resources/publications/german-court-googles-gmail-is-a-regulated-telecoms-service.html?utm\\_source=Mondaq&utm\\_medium=syndication&utm\\_campaign=inter-article-link](https://www.mofo.com/resources/publications/german-court-googles-gmail-is-a-regulated-telecoms-service.html?utm_source=Mondaq&utm_medium=syndication&utm_campaign=inter-article-link).

Mobile Infrastructure Sharing, GSMA, <https://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2012/09/Mobile-Infrastructure-sharing.pdf>.

*Hibbert M.*, OTT app use undermining SMS revenue, 2013, <http://telecoms.com/197721/ott-app-use-undermining-sms-revenue>.

*Jayakar K. & Park E.*, Emerging frameworks for regulation of Over-The-Top services on mobile networks: An international comparison [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2418792](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2418792).

*Kerber W. and Schweitzer H.*, Interoperability in the digital economy, <https://www.uni-marburg.de/fb02/makro/forschung/magkspapers>, No. 12-2017.

*Krämer J. & Wohlfarth M.*, Regulating Over-the-Top Service Providers in Two-Sided Content Markets: Insights from the Economic Literature, Digiworld Economic Journal, no. 99, 3<sup>rd</sup> Q. 2015, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2674081](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2674081).

*Newman J.*, Antitrust In Zero-Price Markets: Applications, 2015, [https://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract\\_id=2681304](https://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract_id=2681304).

*Parcu P. and Silvestri V.*, Electronic Communications Regulation in Europe: An Overview of Past and Future Problems, EUI, Robert Schuman Center for Advanced Studies, 2013, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2376211](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2376211).

*Peitz M. και Valletti T.*, Reassessing Competition Concerns in Electronic Communications Markets, Centre for European Economic Research, <http://ssrn.com/abstract=2538421>.

Public consultation on the evaluation and the review of the regulatory framework for electronic communications networks and services, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/public-consultation-evaluation-and-review-regulatory-framework-electronic-communications>.

*Rochet J. και Tirole J.*, Platform Competition in Two-sided Markets, Journal of the European Economic Association, June 2003, 1(4):990 –1029.

*Rochet J. & Tirole J.* (2006), Two-sided Markets: A Progress Report. The RAND Journal of Economics. 37. 645 – 667.

*Rossi L.*, Proposal for the reform of the regulation of digital services, <http://ssrn.com/abstract=2541593>.

*Shartall T.*, Determining the Scope of the Regulatory Framework, ENLR 2, 2016.

*Sidak G. και Teece D.*, Dynamic Competition in Antitrust Law, Journal of Competition Law & Economics, Volume 5, Issue 4, 1<sup>η</sup> Δεκεμβρίου 2009.

SMART 2015/0003, Substantive issues for review in the areas of market entry, management of scarce resources and general end-user issues, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/substantive-issues-review-areas-market-entry-management-scarce-resources-and-general-end-user-0>.

*Van Gorp N., Batura O.*, Challenges for Competition Policy in a Digitalized Economy, Directorate-General for Internal Policies, Policy Department A, Economic and Scientific Policy, Study for ECON Committee, 2015, [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOL\\_STU\(2015\)542235\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOL_STU(2015)542235_EN.pdf).

Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten e.V. (VATM): 17. TK-Marktanalyse [Telecom Market Analysis] Deutschland 2015, σελ. 30, [http://www.vatm.de/fileadmin/pdf/pressemitteilungen/TK-Marktstudie\\_2015\\_211015.pdf](http://www.vatm.de/fileadmin/pdf/pressemitteilungen/TK-Marktstudie_2015_211015.pdf).

*Weber R.*, Competition Law Issues in the Online World, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2341978](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2341978).

*Wimmer N. και Leibscher T.*, New Players – Old Rules? The Current Debate on the Regulation of OTT Services in the EU and Germany, <https://www.whitecase.com/publications/article/new-players-old-rules-current-debate-regulation-ott-services-eu-and-germany>.

#### **4. Νομολογία**

Απόφαση του ΔΕΕ της 14<sup>ης</sup> Φεβρουαρίου 1978, Υπόθεση 27/76, *United Brands Company και United Brands Continental BV κατά Επιτροπής*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:61976CJ0027&from=EN>.

Απόφαση του ΔΕΕ της 13<sup>ης</sup> Φεβρουαρίου 1979, Υπόθεση 85/76, *Hoffman-La Roche & Co. AG κατά Επιτροπής*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A61976CJ0085>.

Απόφαση του ΔΕΕ της 3<sup>ης</sup> Ιουλίου 1991 Υπόθεση C- 62/86, *AKZO Chemie BV κατά Επιτροπής*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα <http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf;jsessionid=9ea7d0f130d62b07b938f2a54be8a382d9bc8d38ec90.e34KaxiLc3eQc40LaxqMbN4OaN8Ke0?text=&docid=94453&pageIndex=0&doclang=EL&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=418473>.

Απόφαση του ΔΕΕ της 16<sup>ης</sup> Μαρτίου 2000 - Συνεκδικασθείσες Υποθέσεις C-395/96 P και C-396/96, *Compagnie maritime Belge και λοιποί κατά Επιτροπής*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:61996CJ0395>.

Απόφαση του Πρωτοδικείου της Ευρωπαϊκής Κοινότητας της 6ης Ιουνίου 2002, Υπόθεση T-342/99 *Airtours plc κατά Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα <http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf;jsessionid=9ea7d2dc30db2a3ed8aa93b749458e17b35c926d5be4.e34KaxiLc3qMb40Rch0SaxqTc390?text=&docid=104291&pageIndex=0&doclang=EL&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=12730>.

Απόφαση του ΔΕΕ της 15<sup>ης</sup> Μαρτίου 2007, C-95/04, *British Airways κατά Επιτροπής*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=el&num=C-95/04>.

Απόφαση του ΔΕΕ της 14<sup>ης</sup> Οκτωβρίου 2010, C-280/08 P, *Deutsche Telecom κατά Επιτροπής*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=el&num=C-280/08>.

Απόφαση του ΔΕΕ της 17<sup>ης</sup> Φεβρουαρίου 2011, Υπόθεση C-52/09 *TeliaSonera Sverige*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?docid=81796&doclang=EL>.

Ανώτατο Λαϊκό Δικαστήριο της Λαϊκής Δημοκρατίας της Κίνας, αρ. απόφ. 4/2013, *Qihoo 360 κατά Tencent*, διαθέσιμη ανεπίσημη μετάφραση μέρους της απόφασης στην ιστοσελίδα <https://www.competitionpolicyinternational.com/assets/DecisionTranslation.pdf>.

Απόφαση του ΔΕΕ της 30<sup>ης</sup> Απριλίου 2014, Υπόθεση C-475/12, *UPC DTH Sàrl κατά Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság ElnökhyetteseI*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=el&jur=C,T,F&num=C-475/12&td=ALL>.

Απόφαση του ΔΕΕ της 11<sup>ης</sup> Σεπτεμβρίου 2014, Υπόθεση C-291/13, *Σωτήρης Παπασάββας κατά Ο Φιλελεύθερος Δημόσια Εταιρεία Ατδ, Τάκη Κουνναφή, Γιώργου Σέρτη*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=el&jur=C,T,F&num=C-291/13&td=ALL>.

Διοικητικό Δικαστήριο της Κολωνίας, απόφαση της 11<sup>ης</sup> Νοεμβρίου 2015, 21 K 450/15.

Απόφαση του ΔΕΕ της 15<sup>ης</sup> Σεπτεμβρίου 2016, Υπόθεση C-484/14, *Tobias Mc Fadden κατά Sony Music Entertainment Germany GmbH*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=el&jur=C,T,F&num=C-484/14&td=ALL>.

## 5. Πρακτική της Ευρωπαϊκής Επιτροπής

Απόφαση της Επιτροπής της 13<sup>ης</sup> Οκτωβρίου 1999, Υπόθεση IV/M. 1439 *Telia/Telenor*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα [http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case\\_details.cfm?proc\\_code=2\\_M\\_1439](http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=2_M_1439).

Απόφαση της Επιτροπής της 24<sup>ης</sup> Μαρτίου 2004, Υπόθεση COMP/C-3/37.792 Microsoft, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα [http://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec\\_docs/37792/37792\\_4177\\_1.pdf](http://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/37792/37792_4177_1.pdf).

Απόφαση της Επιτροπής της 7<sup>ης</sup> Σεπτεμβρίου 2005, Υπόθεση COMP/M.3914 – *Tele2 / Versatel*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα [http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m3914\\_20050907\\_20310\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m3914_20050907_20310_en.pdf).

Απόφαση της Επιτροπής της 29<sup>ης</sup> Ιουνίου 2009, Υπόθεση COMP/M.5532 - *Carphone Warehouse /Tiscali UK*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα [http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m5532\\_20090629\\_20310\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m5532_20090629_20310_en.pdf).

Απόφαση Επιτροπής της 26<sup>ης</sup> Οκτωβρίου 2009, Υπόθεση COMP/M.5584 - *Belgacom/ BICS/ MTN*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα [http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m5584\\_20091026\\_20310\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m5584_20091026_20310_en.pdf).

Απόφαση της Επιτροπής της 1<sup>ης</sup> Μαρτίου 2010, Υπόθεση COMP/M.5650 - *T-Mobile/Orange*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα [http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m5650\\_1469\\_2.pdf](http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m5650_1469_2.pdf).

Απόφαση της Επιτροπής της 7<sup>ης</sup> Οκτωβρίου 2011, Υπόθεση COMP/M.6281 – *Microsoft/Skype*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα [http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m6281\\_924\\_2.pdf](http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m6281_924_2.pdf).

Απόφαση της Επιτροπής της 21<sup>ης</sup> Ιανουαρίου 2013, Υπόθεση AT.39839 – *Telefonica/Portugal Telekom*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα [http://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec\\_docs/39839/39839\\_1210\\_8.pdf](http://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/39839/39839_1210_8.pdf).

Απόφαση της Επιτροπής της 2<sup>ης</sup> Ιουλίου 2013, Υπόθεση COMP/M.7231 - *Vodafone/ONO*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα [http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7231\\_20140702\\_20310\\_4002660\\_EN.pdf](http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7231_20140702_20310_4002660_EN.pdf).



Απόφαση της Επιτροπής της 20<sup>ης</sup> Σεπτεμβρίου 2013, Υπόθεση COMP/M.6990 - *Vodafone/Kabel Deutschland*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα [http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m6990\\_571\\_2.pdf](http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m6990_571_2.pdf).

Απόφαση της Επιτροπής της 4<sup>ης</sup> Δεκεμβρίου 2013, Υπόθεση COMP/M.7047 - *Microsoft/Nokia*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα [http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7047\\_687\\_2.pdf](http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7047_687_2.pdf).

Απόφαση της Επιτροπής της 28<sup>ης</sup> Μαΐου 2014, Υπόθεση COMP/M.6992 *Hutchison 3G UK/Telefonica Ireland*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα [http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m6992\\_20140528\\_20600\\_4004267\\_EN.pdf](http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m6992_20140528_20600_4004267_EN.pdf).

Απόφαση της Επιτροπής της 3<sup>ης</sup> Οκτωβρίου 2014, Υπόθεση COMP/M.7217- *FaceBook/WhatsApp*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα [http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7217\\_20141003\\_20310\\_3962132\\_EN.pdf](http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7217_20141003_20310_3962132_EN.pdf).

Απόφαση της Επιτροπής της 19<sup>ης</sup> Μαΐου 2015, Υπόθεση M.7421- *Orange /Jazztel*, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα [http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7421\\_3169\\_4.pdf](http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7421_3169_4.pdf).

## 6. Πρακτική της Επιτροπής Ανταγωνισμού

Απόφαση EA 207/III/2002, IV, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα <https://www.epant.gr/Pages/DecisionDetail?ID=1063>.

Απόφαση EA 519/VI/2011, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα <https://www.epant.gr/Pages/DecisionDetail?ID=1355>.

## 7. Βασικές Ιστοσελίδες

<http://curia.europa.eu>

<https://ec.europa.eu>

<https://www.epant.gr>

<https://etno.eu>

<http://eur-lex.europa.eu>

<https://www.arcep.fr>

<http://www.berec.europa.eu>

<http://www.europarl.europa.eu>

<https://www.ssrn.com/>