



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Εθνικόν και Καποδιστριακόν
Πανεπιστήμιον Αθηνών
— ΙΔΡΥΘΕΝ ΤΟ 1837 —

ΝΟΜΙΚΗ ΣΧΟΛΗ

ΕΝΙΑΙΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΑΥΛΑ ΑΓΑΘΑ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΟ ΕΤΟΣ: 2017-2018

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
του Χρήστου Ζαγγανά του Θωμά
A.M.: 7340010517004

**«Συνεργατική Οικονομία (Sharing Economy) και Ζητήματα
Ανταγωνισμού»**

Επιβλέποντες:

Δημήτριος Τζουγανάτος

Αλεξάνδρα Μικρούλεα

Χρήστος Χρυσάνθης

Αθήνα, 05-12-2018

Copyright © Χρήστος Ζαγγανάς, Δεκέμβριος 2018

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.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	4
1.ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	5
2. Η ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ (SHARING ECONOMY).....	9
A. Τι είναι το Sharing Economy;	9
I. Ορισμός.....	9
II. Παράγοντες ανάπτυξης της συνεργατικής οικονομίας και εξέλιξης του φαινομένου	11
III. Μορφές της συνεργατικής οικονομίας.....	13
B. Οι συνεργατικές πλατφόρμες ως αγορές διπλής όψεως	15
I. Αγορές διπλής όψης και πλατφόρμες.....	15
II. Εξωτερικότητες και έμμεσα αποτελέσματα δικτύου	15
III. Συναλλακτικές και μη συναλλακτικές αγορές διπλής όψεως	16
Γ. Αποτελέσματα και συνέπειες της συμμετοχής της συνεργατικής οικονομίας στην αγορά.....	18
I. Αύξηση του πλεονάσματος καταναλωτή και του συνολικού κοινωνικού οφέλους.	18
II. Δημιουργία ευκαιριών για νέες επιχειρήσεις.	20
III. Αποτελέσματα της συνεργατικής οικονομίας σε επίπεδο επιχείρησης	21
IV. Disruptive innovation- η καινοτομία που διαταράσσει	22
V. Η προβληματική του Regulatory Evasion.....	24
3. SHARING ECONOMY ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ-ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΚΑΤΑ ΤΟΝ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟ ΤΗΣ ΣΧΕΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	25
A. Sharing Economy και «επιχείρηση» στα πλαίσια του Δικαίου Ελεύθερου Ανταγωνισμού	26
B.Σχέση πλατφόρμας-peers: ενιαία επιχειρηματική οντότητα;	28
I. Περιπτώσεις στις οποίες αναγνωρίζεται η ύπαρξη «ενιαίας οικονομικής οντότητας».....	30
II. Παραδείγματα τρόπου λειτουργίας πλατφορμών και εξέταση του βαθμού ελέγχου που ασκείται στους χρήστες- παρόχους	33
Γ. Σχετική αγορά και αγορές διπλής όψης.....	35
I.Κρίσιμοι παράγοντες	35
II. Μία ή δύο σχετικές αγορές;.....	36
III.σχετική αγορά: διαμεσολάβησης ή υποκείμενης παροχής	37
Δ. Ενδιάμεσα συμπεράσματα.....	41
4. SHARING ECONOMY ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ- ΠΙΘΑΝΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΠΑΡΑΒΑΣΗΣ ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 101 ΣΛΕΕ.	45
A. Παραβάσεις «Hub and spoke».	45
B. Ο ρόλος των αλγορίθμων	52
5. SHARING ECONOMY ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ- ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΟΥ ΑΡΘ.102 ΣΛΕΕ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΕΩΝ	56
A. Αποτελέσματα δικτύου- Φαινόμενο «winner-takes-all»	58

B. Ο ρόλος των Big Data.....	60
Γ. Δεσπόζουσα θέση και ψηφιακές αγορές.....	63
Δ. Sharing Economy και πιθανές καταχρήσεις δεσπόζουσας θέσης του άρθρου 102 ΣΛΕΕ.....	65
6. ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΡΥΘΜΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....	69
A. Υποχρέωση εφαρμογής των υφιστάμενων ρυθμιστικών κανόνων από τις συνεργατικές πλατφόρμες	71
I. Η ρυθμιστική αντιμετώπιση της συνεργατικής οικονομίας έως σήμερα.	71
II. Οι ρυθμιστικοί κανόνες στα πλαίσια του Ευρωπαϊκού Δικαίου	74
III. Η μη συμμόρφωση της πλατφόρμας με τις ρυθμιστικές τις υποχρεώσεις ως αθέμιτη ανταγωνιστική πρακτική.....	80
B. Η ορθή προσέγγιση εξέλιξης και ανάπτυξης των ρυθμιστικών πλαισίων στην εποχή της συνεργατικής οικονομίας.....	82
I. Ρυθμιστικά πλαίσια αδειοδότησης: αναγκαία ή παρωχημένα;	83
II. Πιθανοί τρόποι ρύθμισης της Συνεργατικής Οικονομίας.....	85
ΕΠΙΛΟΓΟΣ	88
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	90

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία αποσκοπεί στον εντοπισμό και την ανάλυση των ζητημάτων ανταγωνισμού που προκύπτουν από την λειτουργία του οικονομικού μοντέλου της Συνεργατικής Οικονομίας στις παραδοσιακές αγορές. Εξετάζονται τόσο ζητήματα ανταγωνισμού, όπως οι ιδιαιτερότητες κατά την εφαρμογή των άρθρων 101 και 102 ΣΛΕΕ, η ύπαρξη άνισων όρων ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων της παραδοσιακής και της συνεργατικής οικονομία, όσο και προκλήσεις, που γεννώνται λόγω του sharing economy, σε επίπεδο ρυθμιστικής πολιτικής.

1.ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η εξέλιξη της τεχνολογίας και τον διαθέσιμων τεχνικών μέσων αποτελούσε, ανέκαθεν, έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες ανάπτυξης της καινοτομίας στις κοινωνίες και τις αγορές ανά τον κόσμο. Ένας από τους λόγους που παρατηρείται το, άνω, φαινόμενο είναι πως συχνά η ανάπτυξη μίας τεχνολογίας επιτρέπει την πρακτική εφαρμογή καινοτόμων και επαναστατικών ιδεών οι οποίες, κατά τη σύλληψή τους και ελλείπει της τεχνολογίας αυτής, δεν μπορούσαν να εφαρμοστούν ή καθιστά δυνατούς νέους τρόπους λειτουργίας και εκμετάλλευσης παραδοσιακών συστημάτων και πρακτικών που, μέχρι την ανάπτυξη αυτής της τεχνολογίας, είχαν τελείως διαφορετικό σκοπό ή πολύ περιορισμένη χρήση. Είναι γεγονός, άλλωστε, ότι, ιστορικά, μερικές από τις πιο εντυπωσιακές και σημαντικές εξελίξεις, τόσο στο επίπεδο διαβίωσης του κοινωνικού συνόλου όσο και στην βελτίωση και αλλαγή του τρόπου λειτουργίας της αγοράς και των επιχειρήσεων, πυροδοτήθηκαν από τεχνολογικά και τεχνικά επιτεύγματα, τα οποία έδωσαν τη πρακτική δυνατότητα σε τέτοιες ιδέες, συστήματα και πρακτικές να εξελιχθούν.

Ένα παράδειγμα τέτοιου είδους εξέλιξης σήμερα εντοπίζεται στο φαινόμενο της «οικονομίας του διαμοιρασμού» ή αλλιώς «συνεργατικής οικονομίας», το οποίο έχει εισέλθει στη καθημερινότητα και έχει προκαλέσει αλλαγές στη συμπεριφορά του μέσου καταναλωτή και αναταράξεις σε πολλές «παραδοσιακές» οικονομίες. Η ιδέα του διαμοιρασμού υπηρεσιών και προϊόντων δεν αποτελεί κάτι το καινοφανές: οι άνθρωποι φιλοξενούσαν του φίλους τους στα σπίτια τους, έδιναν δάνεια σε μέλη της οικογένειάς τους, δανείζονταν εργαλεία από τους γείτονες τους και μοιραζόντουσαν, κατά τη διάρκεια μίας διαδρομής, τα άλογα, τις άμαξες και αυτοκίνητα τους με τους κατοίκους του χωριού ή της κοινότητας τους. Οι παραπάνω εκφάνσεις της ιδέας του διαμοιρασμού είχαν περιορισμένη επίπτωση στη ζωή των πολιτών στην αναλογική εποχή καθώς η εφαρμογή τους υπόκειτο τόσο σε γεωγραφικούς περιορισμούς όσο και σε περιορισμούς σχετικούς με τη δυσκολία πρόσβασης στην πληροφόρηση. Η εξέλιξη της τεχνολογίας και η εισαγωγή της ανθρωπότητας στην ψηφιακή εποχή μέσω των υπολογιστών, του διαδικτύου και των έξυπνων φορητών συσκευών όμως εξάλειψε τους γεωγραφικούς περιορισμούς και, σχεδόν, εκμηδένισε το κόστος της πληροφόρησης. Έτσι οδηγηθήκαμε στην πραγματική καινοτομία της σύγχρονης συνεργατικής οικονομίας, δηλαδή την επέκταση του «διαμοιρασμού» πέρα από τα στενά όρια του κοινωνικού κύκλου ενός ατόμου ή μίας γεωγραφικής περιοχής.¹

¹ Vasilis Hatzopoulos & Sofia Roma, “Caring for sharing? The collaborative economy under EU law”, Common Market Law Review 2017 Vol.54(1), σελ. 81, διαθέσιμο online στο https://www.researchgate.net/publication/316094932_Caring_for_sharing_The_collaborative_economy_under_EU_law

Πλέον η οικονομία του διαμοιρασμού υποστηρίζει και διευκολύνει την επικοινωνία και την σύνδεση μεταξύ ιδιωτών, συνήθως μέσω μιας ηλεκτρονικής πλατφόρμας (P2P platform), οι οποίοι αναζητούν και, αντίστοιχα, προσφέρουν υπηρεσίες ή βραχυχρόνια μίσθωση ιδιόκτητων διαρκών αγαθών, προσπερνώντας τελείως τους μεσάζοντες των παραδοσιακών αγορών. Λαμβάνοντας την σημερινή του μορφή το μοντέλο του διαμοιρασμού εξελίχθηκε από μια κοινωνική πρακτική τοπικής εμβέλειας σε ένα επικερδές επιχειρηματικό μοντέλο.² Έτσι η σχετικά απλή ιδέα του διαμοιρασμού, με τη βοήθεια της τεχνολογικής εξέλιξης, ανέπτυξε την ενδόμυχη δυναμική της και άρχισε να αλλάζει δραστικά το σύγχρονο διεθνές οικονομικό τοπίο. Σε αυτό το πλαίσιο, έχει υποστηριχθεί πως «η έλευση της συνεργατικής οικονομίας, σε συνδυασμό με την τεχνητή νοημοσύνη, τα big data και το 3D printing, δημιουργεί μία τέταρτη βιομηχανική επανάσταση»³.

Ενδεικτικό τόσο της ταχείας ανάπτυξης που γνωρίζει το μοντέλο της οικονομίας του διαμοιρασμού όσο και δυναμικής του, ως προς την δυνατότητα του να αλλάξει για πάντα τον παραδοσιακό τρόπο λειτουργίας της αγοράς, είναι ο συνεχώς αυξανόμενος αριθμός των πλατφορμών, τέτοιου τύπου, που εισέρχονται στην αγορά αλλά και η τεράστια γκάμα υπηρεσιών και προϊόντων που αυτές προσφέρουν. Το σημερινό μοντέλο της οικονομίας του διαμοιρασμού ξεκίνησε το 1999 με τη δημιουργία της πλατφόρμας Couchsurfing, η οποία ήταν, κατά τη δημιουργία της, μία μη κερδοσκοπική πλατφόρμα/οργάνωση που είχε ως στόχο να βοηθήσει ανθρώπους, οι οποίοι αναζητούσαν φθηνούς τρόπους να ταξιδεύσουν, να αναζητήσουν άτομα που προτίθεντο να τους παραχωρήσουν, δωρεάν, έναν ελεύθερο καναπέ ή ένα δωμάτιο του σπιτιού τους για να κοιμηθούν. Σε παγκόσμιο επίπεδο, πλατφόρμες αυτού του είδους λειτουργούν πλέον σε πολλούς διαφορετικούς τομείς της αγοράς. Ενδεικτικά, στον τομέα των βραχυχρόνιων μισθώσεων καταλυμάτων πλατφόρμες όπως η Airbnb και η Couchsurfing, στον τομέα των μεταφορών πλατφόρμες όπως η Uber και η Lyft, στον τομέα παροχής προσωπικών υπηρεσιών πλατφόρμες όπως η Taskrabbit, η TaskAngel και η Freelancer, στον τομέα των οικονομικών συναλλαγών και της χρηματοδότησης, πλατφόρμες όπως η TransferWire, η LendingClub και το KickStarter, και πολλές ακόμα⁴.

Η βρετανική κυβέρνηση είχε αναγνωρίσει τη δυναμική του νέου αυτού μοντέλου από το 2014, όταν ο Υπουργός Εμπορίου, Mathew Hancock αιτήθηκε, από ανεξάρτητους ερευνητές, την

² Bockmann, “the shared economy: it is time to start caring about sharing;value creating factors in the shared economy” κεφ 2.1, διαθέσιμο online στο <https://docplayer.net/55818476-The-shared-economy-it-is-time-to-start-caring-about-sharing-value-creating-factors-in-the-shared-economy.html>

³ Shwab K., “the fourth industrial revolution: what is it and how to respond?”, διαθέσιμο online στο <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/>

⁴ Για μια ανεπίσημη επισκόπηση των καταχωρισμένων πλατφορμών της οικονομίας του διαμοιρασμού βλ. <http://meshing.it/companies>

συγγραφή εισήγησης σχετικά με την οικονομία του διαμοιρασμού και «το πώς το Ηνωμένο Βασίλειο μπορεί να γίνει διεθνές κέντρο αυτού του, ραγδαία αναπτυσσόμενου, τομέα»⁵. Επιπλέον, η Βουλή των Λόρδων σε συνεδρίαση της σχετικά με τις «Διαδικτυακές πλατφόρμες και την Ψηφιακή Ενιαία Αγορά» είχε προτείνει πως, στα πλαίσια του sharing economy, θα πρέπει να υπάρξει προσεχτική εξισορρόπηση της προστασίας του ανταγωνισμού και υποστήριξης της καινοτομίας, η οποία θα μπορούσε δυνητικά να «οδηγήσει σε αύξηση των επενδύσεων σε επιχειρήσεις ψηφιακής τεχνολογίας και, κυρίως, να δημιουργήσει μια καινούρια αγορά 500 εκατομμυρίων καταναλωτών».⁶

Η ανάπτυξη και η σημασία του μοντέλου του sharing economy αναγνωρίζεται, όμως, και σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης. Σε ενημερωτικό υλικό της Ευρωπαϊκής Επιτροπής αναφέρεται πως το φαινόμενο είναι σε συνεχή ανάπτυξη και πως καθημερινά «πολλοί ευφάνταστοι άνθρωποι στην Ευρώπη αναπτύσσουν νέα επιχειρηματικά μοντέλα»⁷ συνεργατικής οικονομίας. Επίσης, σε ανακοίνωση της προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αναφέρει: «Τα νέα επιχειρηματικά μοντέλα μπορούν να συμβάλουν δυναμικά στην ανταγωνιστικότητα και στην ανάπτυξη, χάρη στην καινοτομία που τα χαρακτηρίζει. Η επιτυχία των συνεργατικών πλατφορμών μπορεί, σε ορισμένες περιπτώσεις, να αποτελεί πρόκληση για υπάρχοντες παράγοντες της αγοράς και ισχύουσες πρακτικές. Ωστόσο, προάγει τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, ενθαρρύνει τα ευέλικτα καθεστώτα εργασίας και δημιουργεί νέες πηγές εισοδήματος, καθώς δίνει στους πολίτες τη δυνατότητα να παρέχουν υπηρεσίες. Όσον αφορά τους καταναλωτές, η συνεργατική οικονομία μπορεί να αποφέρει οφέλη μέσω νέων υπηρεσιών, αυξημένης προσφοράς και χαμηλότερων τιμών».⁸ Αλλά και το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο σε έκθεσή του αναγνωρίζει πως η συνεργατική οικονομία «έχει γνωρίσει ταχεία ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια όσον αφορά τους χρήστες, τις συναλλαγές και τα έσοδα, αναδιαμορφώνοντας τον τρόπο παροχής προϊόντων και υπηρεσιών και θέτοντας προκλήσεις για τα εδραιωμένα επιχειρηματικά μοντέλα σε πολλούς τομείς»⁹ και «προσφέρει κοινωνικά οφέλη για τους πολίτες της ΕΕ»¹⁰.

⁵ Debbie Woskow, «Unlocking the sharing economy- An independent review», Report for the UK Minister of State for Business, Enterprise and Energy (2014), σελ.8

⁶ House of Lords (UK), Select Committee on the European Union, Online Platforms and the Digital Single Market, 10th Report of Session 2015-2016, HL Paper 129, April 2016, σελ.89

⁷ Factsheet on the collaborative economy, ref: Ares(2016)2558830 - 02/06/2016, σελ.1 διαθέσιμο online στο <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/16955/attachments/1/translations/en/renditions/pdf>

⁸ «Ανακοίνωση της επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών - Ευρωπαϊκή ατζέντα για μια συνεργατική οικονομία», COM(2016) 356 final, σελ.2

⁹ «Γνωμοδότηση Επιτροπής Εσωτερικής Αγοράς και Προστασίας των Καταναλωτών του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου – σχετικά με μια ευρωπαϊκή ατζέντα για τη συνεργατική οικονομία», (20017/2003(INI)), 11/05/2017, εισαγωγική παρατήρηση Α

¹⁰ Ο.π. Β

Γίνεται κατανοητό πως ένα νέο επιχειρηματικό μοντέλο που αναπτύσσεται τόσο έντονα, εισέρχεται σε πάρα πολλούς, διαφοροποιημένους, τομείς της αγοράς, ανταγωνίζεται άμεσα τα εδραιωμένα επιχειρηματικά μοντέλα και διαταράσσει τις οικονομικές ισορροπίες των παραδοσιακών αγορών, είναι επόμενο να εγείρει νομικά ζητήματα και να δημιουργεί έριδες στους τομείς της αγοράς στους οποίους δραστηριοποιείται. Πράγματι, τα τελευταία χρόνια, έχει δημιουργηθεί πλήθος νομικών ζητημάτων σχετικά με τη λειτουργία των πλατφορμών της οικονομίας του διαμοιρασμού, τα οποία επηρεάζουν πολλούς τομείς του δικαίου (εργατικό, αστικό, φορολογικό, ανταγωνισμού). Στα πλαίσια της παρούσας εργασίας θα εξεταστεί το φαινόμενο της οικονομίας του διαμοιρασμού αποκλειστικά υπό το πρίσμα του δικαίου ανταγωνισμού.

Σε επίπεδο δικαίου ανταγωνισμού θα μπορούσε να υποστηριχθεί πως η έλευση και η ανάπτυξη ενός καινοτόμου, αποδοτικού και επιτυχημένου επιχειρηματικού μοντέλου, όπως αυτό της συνεργατικής οικονομίας, αποτελεί ένα λαμπερό παράδειγμα επίτευξης δυναμικού και αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην αγορά· δηλαδή, επίτευξης του σκοπού τον οποίο επιδιώκει να πετύχει το δίκαιο ανταγωνισμού. Από την άλλη πλευρά, υπάρχει η άποψη που υποστηρίζει πως οι ανταγωνιστικές πιέσεις που δημιουργούνται και ασκούνται από το μοντέλο του sharing economy, δεν βασίζονται στον υγιή ανταγωνισμό αλλά στη μείωση του κόστους λειτουργίας των συνεργατικών πλατφορμών μέσω της, παράνομης, μη εφαρμογής νομοθετικών και ρυθμιστικών υποχρεώσεων που βαρύνουν τις παραδοσιακές επιχειρήσεις, γεγονός που τις καθιστά, εκ φύσεως, αθέμιτες. Τέλος, έχουν εκδηλωθεί ανησυχίες σχετικά με το αν η δομή του συγκεκριμένου μοντέλου αυξάνει τις πιθανότητες δημιουργίας μονοπωλιακής δύναμης και επίδειξης αντιανταγωνιστικής συμπεριφοράς από τις επιχειρήσεις που πετυχαίνουν ακλουθώντας το.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να προσεγγίσει τα ζητήματα που εγείρονται, ως προς το δίκαιο ανταγωνισμού, στις πλατφόρμες της συνεργατικής οικονομίας και να εντοπίσει τυχόν ιδιαιτερότητες ή προβληματικά σημεία που προκύπτουν από τη φύση του συγκεκριμένου επιχειρηματικού μοντέλου. Για να επιτευχθεί αυτός ο σκοπός η εργασία θα διαιρεθεί σε 5, πέραν της παρούσης εισαγωγής, κεφάλαια. Στο κεφάλαιο 2 θα αναλυθούν τα βασικά χαρακτηριστικά, η φύση της συνεργατικής οικονομίας, και οι συνέπειες της συμμετοχής της στην αγορά. Στο κεφάλαιο 3 θα αναλυθούν τα προβλήματα που εντοπίζονται κατά τον προσδιορισμό της σχετικής αγοράς. Στο κεφάλαιο 4, θα παρουσιαστούν οι βασικοί, πιθανοί τρόποι παράβασης του άρθρου 101 ΣΛΕΕ, που αφορούν την συνεργατική οικονομία. Στο κεφάλαιο 5, της παρούσης, θα προσεγγισθεί η οικονομία του διαμοιρασμού υπό το πρίσμα του αρθ.102 ΣΛΕΕ και της νομοθεσίας περί ελέγχου των συγκεντρώσεων. Στο έκτο και τελευταίο κεφάλαιο της εργασίας,

θα εξετασθούν ζητήματα αθέμητου ανταγωνισμού και ρυθμιστικής πολιτικής, όπως το αν η μη εφαρμογή συγκεκριμένων ρυθμιστικών κανόνων από τις πλατφόρμες του μοντέλου του sharing economy, αποτελεί αθέμιτη εμπορική πρακτική και προσπορίζει αθέμιτο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε αυτές σε σχέση με τις παραδοσιακές επιχειρήσεις, και το αν υπάρχει ανάγκη δημιουργίας νέων ρυθμιστικών κανόνων για τις αγορές στις οποίες εντοπίζεται έντονη χρήση των μοντέλων της συνεργατικής οικονομίας.

2. Η ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ (SHARING ECONOMY)

A. Τι είναι το Sharing Economy;

I. Ορισμός

Αν και ο όρος «sharing economy» χρησιμοποιείται ευρέως¹¹, υπάρχει μεγάλη ασάφεια ως προς το ποια ακριβώς είναι η σημασία του και τα όρια του. Το μόνο σίγουρο είναι πως πρόκειται για έναν γενικό όρο που χρησιμοποιείται για να προσδιορίσει μια μεγάλη ομάδα, παρόμοιων, επιχειρηματικών μοντέλων και δραστηριοτήτων, τα οποία αναπτύχθηκαν και γνωρίζουν επιτυχία λόγω της σημαντικής μείωσης στα κόστη συναλλαγής και πληροφόρησης που επέφεραν οι εξελίξεις στην τεχνολογία των πληροφοριών και των επικοινωνιών.

Η οικονομική λογική στην οποία βασίζεται η συνεργατική οικονομία είναι ότι η ελλιπής οικονομική εκμετάλλευση αδρανών περιουσιακών στοιχείων και εργασιακών ικανοτήτων οδηγεί στη δημιουργία πλεονάζουσας παραγωγικής ικανότητας, η οποία μπορεί να αξιοποιηθεί μέσω του δανεισμού ή της εκμίσθωσης τους.

Εξετάζοντας την λειτουργία των επιχειρηματικών μοντέλων της συνεργατικής οικονομίας, σε συνδυασμό με την οικονομική λογική στην οποία βασίζονται, γίνονται εμφανή κάποια βασικά χαρακτηριστικά του μοντέλου· Ο όρος αναφέρεται σε επιχειρηματικά μοντέλα που: α) βασίζονται στη λειτουργία τους σε ψηφιακές/διαδικτυακές πλατφόρμες, β) προωθούν την βραχυχρόνια πρόσβαση και χρήση υπηρεσιών και προϊόντων, μέσω της εκμίσθωσης και του δανεισμού, και όχι την μεταβίβαση της κυριότητάς τους, γ) επιτρέπουν και υποστηρίζουν τις συναλλαγές μεταξύ ιδιωτών (peer-2-peer transactions) και δ) βασίζονται στην εκμετάλλευση αδρανών περιουσιακών στοιχείων και ικανοτήτων.

Υποστηρίζεται πως τα μοντέλα του sharing economy διέπονται και από ένα πέμπτο βασικό χαρακτηριστικό, το οποίο είναι η δημιουργία εμπιστοσύνης μεταξύ των χρηστών της πλατφόρμας, μέσω της χρήσης συστημάτων αμοιβαίας αξιολόγησης, που οδηγεί σε μία μορφή

¹¹ Μάλιστα το περιοδικό TIME, σε άρθρο του από το 2011, υποστηρίζει ότι το sharing economy είναι μία από τις «10 ιδέες που θα αλλάξουν τον κόσμο». (Walsh, “Toda’s smart choice: Don’t own. Share”, TIME, 17-11-2011)

«αυτο-ρύθμισης» της πλατφόρμας¹²¹³. Μάλιστα έχει διατυπωθεί η άποψη πως η δημιουργία αυτής της εμπιστοσύνης καλύπτει τα όποια κενά υπάρχουν ελλείπει ενός πιο αυστηρού, παραδοσιακού ρυθμιστικού πλαισίου λειτουργίας της πλατφόρμας¹⁴¹⁵.

Ελλείπει κοινώς αποδεκτού ορισμού, στην παρούσα εργασία θα ακολουθηθεί ο ορισμός που έδωσε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, τον οποίον έχει υιοθετήσει και η εγχώρια νομοθεσία¹⁶, σύμφωνα με τον οποίο ο όρος «συνεργατική οικονομία» αναφέρεται σε: «επιχειρηματικά μοντέλα όπου τις δραστηριότητες διευκολύνουν συνεργατικές πλατφόρμες. Οι συνεργατικές πλατφόρμες δημιουργούν μια ανοικτή αγορά για την προσωρινή χρήση αγαθών ή υπηρεσιών που συχνά παρέχουν ιδιώτες. Στη συνεργατική οικονομία δραστηριοποιούνται τρεις κατηγορίες παραγόντων: i) πάροχοι υπηρεσιών, οι οποίοι χρησιμοποιούν από κοινού περιουσιακά στοιχεία, πόρους, χρόνο ή/και δεξιότητες και μπορεί να είναι ιδιώτες που παρέχουν υπηρεσίες ευκαιριακά («ομότιμοι») ή πάροχοι υπηρεσιών που ενεργούν με την επαγγελματική τους ιδιότητα («επαγγελματίες πάροχοι υπηρεσιών»· ii) χρήστες των υπηρεσιών· και iii) μεσάζοντες, οι οποίοι, μέσω διαδικτυακής πλατφόρμας, συνδέουν παρόχους και χρήστες και διευκολύνουν τις μεταξύ τους συναλλαγές («συνεργατικές πλατφόρμες»). Σε γενικές γραμμές, οι συναλλαγές συνεργατικής οικονομίας δεν περιλαμβάνουν αλλαγή κυριότητας και μπορούν να είναι κερδοσκοπικές ή μη κερδοσκοπικές»¹⁷. Αν και ο συγκεκριμένος ορισμός έχει υποστηριχθεί ότι είναι αρκετά ευρύς¹⁸¹⁹, η γνώμη του γράφοντος είναι πως, αν ερμηνευθεί σε συνάρτηση με τα βασικά χαρακτηριστικά που αναφέρθηκαν παραπάνω, παρέχει ένα επαρκές σημείο αναφοράς στα πλαίσια της παρούσης εργασίας.

¹² Vasilis Hatzopoulos & Sofia Roma, “Caring for sharing? The collaborative economy under EU law”, Common Market Law Review 2017 Vol.54(1), σελ.85

¹³ Deni Vitkovic, “The sharing economy: Regulation and the EU Competition Law”, Global Antitrust Review, Issue 9, 2016, σελ.83-84

¹⁴ Joao E. Gata, “The Sharing Economy, Competition and Regulation”, Competition Policy International, November 2016, σελ.2

¹⁵ Η συγγραφέας Rachel Botsman, γνωστή για το έργο της σχετικά με το sharing economy, έχει εκφράσει τη άποψη πως «η εμπιστοσύνη είναι το συνάλλαγμα της νέας οικονομίας» (Rachel Botsman, “The currency of the new economy is trust”, Ted Talks (June 2012)

<https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_currency_of_the_new_economy_is_trust >

¹⁶ Αρθ.111 §1, Ν.4446/2016

¹⁷ «Ανακοίνωση της επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών - Ευρωπαϊκή ατζέντα για μια συνεργατική οικονομία», COM(2016) 356 final, σελ. 3

¹⁸Hatzopoulos , ο.π. υπος. 12, σελ.85

¹⁹ Ο Γενικός Εισαγγελέας ΔΕΕ Maciej Szpunar έχει εκφράσει την άποψη πως ο άνω ορισμός της Επιτροπής «Είναι ... τόσο ευρύς ώστε φαίνεται αμφίβολο αν θα μπορεί, βάσει αυτού και μόνον, να προσδιοριστεί ένα είδος δραστηριότητας τόσο διαφοροποιημένο που να δικαιολογεί ειδική νομική μεταχείριση». (Προτάσεις του Γενικού Εισαγγελέα του ΔΕΕ Maciej Szpunar της 11ης Μαΐου 2017, Υπόθεση C-434/15, Asociación Profesional Elite Taxi κατά Uber Systems Spain, SL, υποσημείωση 13)

Λαμβάνοντας υπόψιν τον άνω ορισμό, πλατφόρμες που προωθούν την μεταβίβαση κυριότητας των παρεχόμενων προϊόντων, όπως το Ebay, δεν αποτελούν μέρος της συνεργατικής οικονομίας και δεν θα απασχολήσουν την παρούσα εργασία. Επίσης, στα πλαίσια της παρούσης, αν και πιθανώς να εμπίπτουν στον ορισμό της Επιτροπής²⁰, δεν θα θεωρηθούν μέρος του sharing economy πλατφόρμες παροχής περιεχομένου όπως το Youtube, το Netflix ή το Spotify, καθώς εγείρουν πολύπλοκα ζητήματα σχετικά με τα Δικαιώματα Διανοητικής Ιδιοκτησίας, η ανάλυση των οποίων είναι εκτός του σκοπού της εργασίας.

Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφερθεί πως για την περιγραφή του φαινομένου της συνεργατικής οικονομίας χρησιμοποιούνται, ως ταυτόσημοι, πολλοί διαφορετικοί όροι. Στην πραγματικότητα οι όροι αυτοί παρουσιάζουν κάποιες μικρές διαφορές ως προς το οικονομικό μοντέλο το οποίο προσδιορίζουν και δεν είναι απόλυτα ταυτόσημοι. Οι παραπάνω διαφορές προκύπτουν συνήθως από το γεγονός πως κάθε όρος πηγάζει, εννοιολογικά, από κάποιο συγκεκριμένο χαρακτηριστικό του μοντέλου. Έτσι, για παράδειγμα, οι όροι «συνεργατική (collaborative) οικονομία» και «οικονομία του διαμοιρασμού (sharing)» επικεντρώνονται στο πνεύμα αλληλεγγύης και την υποστήριξη της συνεργασίας μεταξύ των χρηστών, όροι όπως «peer economy» και «P2P economy» επικεντρώνονται στο γεγονός ότι οι πλατφόρμες προωθούν τις συναλλαγές μεταξύ ιδιωτών και όροι όπως «κατά παραγγελία (on demand) οικονομία» βασίζονται στο ότι οι πλατφόρμες δεν προωθούν συναλλαγές που οδηγούν στην μεταβίβαση κυριότητας, αλλά συναλλαγές που οδηγούν στην παροχή βραχυχρόνιας πρόσβασης και χρήσης του προϊόντος που έχει άμεσα ανάγκη ο χρήστης. Για τους σκοπούς της παρούσης οι παραπάνω όροι θα χρησιμοποιούνται ως ταυτόσημοι.

II. Παράγοντες ανάπτυξης της συνεργατικής οικονομίας και εξέλιξης του φαινομένου

Η εμφάνιση του φαινομένου της συνεργατικής οικονομίας, με τη σημερινή του μορφή, και η συνεχής ανάπτυξη και εξέλιξή του δεν θα ήταν δυνατόν να επιτευχθούν αν δεν είχαν καλλιεργηθεί και ωριμάσει συγκεκριμένες συνθήκες, και αν δεν συνέβαλλαν σε αυτό ορισμένοι κρίσιμοι κοινωνικοί, πολιτισμικοί και οικονομικοί παράγοντες.

Ο πρώτος σημαντικός παράγοντας, όπως αναφέρθηκε και στην εισαγωγή, είναι η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας, ιδίως στους τομείς των πληροφοριακών συστημάτων και των επικοινωνιών. Η τεχνολογία είναι στο κέντρο του οικονομικού αυτού μοντέλου, γεγονός που γίνεται εμφανές από το ότι ο βασικός τρόπος λειτουργίας του μοντέλου είναι μέσω της χρήσης ψηφιακών πλατφόρμων. Σήμερα, η εκτεταμένη χρήση φορητών συσκευών, οι οποίες μπορούν

²⁰ «Ανακοίνωση της επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών - Ευρωπαϊκή ατζέντα για μια συνεργατική οικονομία», COM(2016) 356 final, υποσημείωση 8

να «τρέξουν» σύνθετες εφαρμογές, σε συνδυασμό με τις εξελίξεις στην τεχνολογία χαρτογράφησης σε πραγματικό χρόνο μέσω GPS, καθιστούν δυνατή την άμεση και αποδοτική σύνδεση μεταξύ ενός παρόχου υπηρεσιών ή προϊόντων και ενός καταναλωτή που τα έχει ανάγκη, χωρίς χρονικούς ή γεωγραφικούς περιορισμούς. Επίσης, η ευρεία χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχει δημιουργήσει μια εξοικείωση με την κουλτούρα του διαμοιρασμού, καθώς οι χρήστες έχουν συνηθίσει να συνδέουν την δημοσιοποίηση και τον «διαμοιρασμό» πληροφοριών και φωτογραφιών, ως μέσο επικοινωνίας και επαφής με τους συνανθρώπους τους. Τέλος, σημαντικό ρόλο παίζει και η εξέλιξη των ηλεκτρονικών συστημάτων πληρωμής καθώς πλέον υπάρχει πληθώρα έξυπνων, ασφαλών και φιλικών προς τον χρήστη συστημάτων πληρωμής, τα οποία έχουν ενισχύσει την εμπιστοσύνη των χρηστών σε αυτά, τόσο ως προς την ασφάλεια όσο και ως προς την αποτελεσματικότητα των συναλλαγών τους.

Ο δεύτερος σημαντικός παράγοντας είναι μια πληθώρα κοινωνικών παραμέτρων και αντιλήψεων. Η αυξημένη πληθυσμιακή συγκέντρωση στα αστικά κέντρα έχει δημιουργήσει μία τεράστια ποσότητα προσφοράς και ζήτησης για κάθε είδους προϊόντα και υπηρεσίες σε πολύ περιορισμένες, γεωγραφικά, περιοχές: η δυνατότητα που παρέχουν οι πλατφόρμες του sharing economy, στους κατοίκους τέτοιων αστικών κέντρων, να παρακάμψουν τελείως τους μεσάζοντες και να καλύψουν άμεσα τις ανάγκες τους μέσω της αποτελεσματικής αντιστοίχισής τους με άλλους συμπολίτες τους, διευκολύνει πολύ την καθημερινότητά τους. Επίσης, το μοντέλο της συνεργατικής οικονομίας βασίζεται στις ιδέες της μεικτής χρήσης και της ανακύκλωσης οι οποίες είναι σήμερα κοινωνικά ευπρόσδεκτες καθώς οι σύγχρονες κοινωνίες έχουν αρχίσει και αντιδρούν στο παλιό μοντέλο του υπερκαταναλωτισμού και του υλισμού και στρέφονται, ολοένα και περισσότερο, προς πιο σύγχρονα μοντέλα που λαμβάνουν υπόψιν το περιβάλλον και τις πνευματικές ανάγκες των ανθρώπων. Τέλος, δεν θα πρέπει να υποτιμηθεί ότι οι πλατφόρμες συνεργατικής οικονομίας, ιδίως στη μη κερδοσκοπική μορφή τους, κάνουν επίκληση στην αρχέγονη ανάγκη του ανθρώπου να επικοινωνεί και να δημιουργεί δεσμούς με τους συνανθρώπους του για να πετύχει τους στόχους του.

Ο τελευταίος παράγοντας είναι ο οικονομικός. Η οικονομική κρίση επέφερε ραγδαία μείωση της καταναλωτικής δυνατότητας παγκοσμίως ενώ ταυτόχρονα αύξησε κατακόρυφα τα ποσοστά της ανεργίας και άλλαξε άρδην τον τρόπο που εκατομμύρια άνθρωποι, παγκοσμίως, διαχειρίζονται τις οικονομίες τους. Όλα τα παραπάνω σε συνδυασμό με το γεγονός πως οι ιδέες του υλισμού και του υπερκαταναλωτισμού ακολουθούνταν επί μακρόν και είχαν ωριμάσει στο μυαλό των καταναλωτών, οδήγησε τους τελευταίους στο να επαναπροσδιορίσουν τις οικονομικές τους προτεραιότητες. Η αξία της ιδιόκτητης περιουσίας και των αδρανών περιουσιακών στοιχείων μειώθηκε πολύ στο μυαλό του μέσου καταναλωτή. Οι πλατφόρμες διαμοιρασμού παρείχαν

στους καταναλωτές ένα μοντέλο που είναι πιο κοντά στις νέες τους προτεραιότητες· τους έδωσαν πρόσβαση σε φτηνούς και ευέλικτους τρόπους κάλυψης των άμεσων αναγκών τους, τους παρείχαν, χρονικά περιορισμένη και κατά παραγγελία, πρόσβαση σε προϊόντα και υπηρεσίες στις οποίες δεν μπορούσαν να έχουν μόνιμη πρόσβαση, έδωσαν τρόπους στους ιδιοκτήτες αδρανών περιουσιακών στοιχείων να αποκτήσουν εισόδημα από αυτά και, τέλος, παρείχαν στους πολίτες τη δυνατότητα να εκμεταλλευτούν οικονομικά τον ελεύθερο χρόνο τους ή επαγγελματικές ικανότητες που έμεναν ανεκμετάλλευτες, λόγω της αυξημένης ανεργίας.

III. Μορφές της συνεργατικής οικονομίας

Οι πλατφόρμες που ακολουθούν το μοντέλο της συνεργατικής οικονομίας μπορούν να καταταχθούν σε επί μέρους μορφές. Η κατανομή αυτή μπορεί να γίνει με γνώμονα δύο κριτήρια· το πρώτο είναι ο σκοπός ύπαρξης και λειτουργίας της πλατφόρμας και το δεύτερο είναι η ιδιότητα των χρηστών στους οποίους απευθύνεται η πλατφόρμα.

Με γνώμονα τον σκοπό τους, οι πλατφόρμες του sharing economy μπορούν να καταταχθούν σε δύο υποκατηγορίες: α) τις πλατφόρμες αμιγούς κοινής χρήσης και β) τις επί πληρωμή (fee-based) πλατφόρμες διαμοιρασμού.

Οι πλατφόρμες αμιγούς κοινής χρήσης είναι μη κερδοσκοπικές και έχουν ως στόχο την διευκόλυνση της δωρεάν κοινής χρήσης πραγμάτων και υπηρεσιών μεταξύ ιδιωτών. Αυτή η υποκατηγορία πλατφορμών δεν θα απασχολήσει την παρούσα εργασία καθώς ο δωρεάν διαμοιρασμός μεταξύ πολιτών αποτελεί αμιγώς μη κερδοσκοπική κοινωνική πράξη και δεν γεννά υποχρεώσεις βάσει του Δικαίου Ανταγωνισμού.

Αντίθετα, οι πλατφόρμες που έχουν fee-based μορφή, αποσκοπούν στο κέρδος· αυτές οι πλατφόρμες είναι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε μία αγορά διπλής όψης (2-sided) και, στη πλειοψηφία τους, παρέχουν υπηρεσίες διαμεσολάβησης. Οι συγκεκριμένες πλατφόρμες δεν έχουν στην ιδιοκτησία τους τα προϊόντα που ανταλλάσσονται/μισθώνονται ούτε παρέχουν οι ίδιες την υπηρεσία που αιτείται ο χρήστης· ο ρόλος τους είναι απλά να διευκολύνουν την αντιστοίχιση της προσφοράς με την ζήτηση, μεταξύ ομότιμων χρηστών, έναντι προμήθειας, γεγονός που αποτελεί εμπορική πράξη και μπορεί να γεννήσει υποχρεώσεις υπό το πρίσμα του Δικαίου του Ανταγωνισμού.

Με γνώμονα την ιδιότητα των χρηστών στους οποίους απευθύνονται οι πλατφόρμες μπορούν να χωριστούν σε τρεις κατηγορίες επιχειρηματικού μοντέλου: α) peer-to-peer (P2P), β) Business-to-Peer (B2P)²¹ και γ) Business-to-Business.

²¹ Η αλλιώς Business-to-Consumer (B2C)

Οι συνεργατικές πλατφόρμες P2P διευκολύνουν την επί πληρωμή κοινή χρήση μεταξύ ομοτίμων (peers) χρηστών. Η πλειοψηφία των πλατφορμών της συνεργατικής οικονομίας δραστηριοποιείται με βάση αυτή την υπομορφή. Στις πλατφόρμες P2P ο πάροχος της υπηρεσίας ή του προϊόντος, κατά κανόνα, δεν είναι επαγγελματίας αλλά ένας ομοτίμος, μεταξύ ομοτίμων²², ιδιώτης. Σε αυτό το μοντέλο, τα όρια μεταξύ του παρόχου και του χρήστη είναι αρκετά θολά, καθώς ο κάθε χρήστης της πλατφόρμας είναι, ανά πάσα στιγμή, τόσο εν δυνάμει πάροχος όσο και εν δυνάμει τελικός χρήστης.²³

Οι πλατφόρμες της συνεργατικής οικονομίας σπάνια ακολουθούν το μοντέλο B2P, δηλαδή ένα μοντέλο που να απευθύνεται από τη μία πλευρά σε επιχειρήσεις και από την άλλη σε καταναλωτές. Αυτό συμβαίνει γιατί οι περισσότερες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν πλατφόρμες οι οποίες προωθούν την πώληση, δηλαδή τη μεταβίβαση της κυριότητας, των προϊόντων τους, η οποίες, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, δεν εμπίπτουν στα πλαίσια του ορισμού της οικονομίας του διαμοιρασμού. Επίσης, τα αδρανή περιουσιακά στοιχεία των επιχειρήσεων σπάνια μπορούν να τύχουν βραχυχρόνιας εκμετάλλευσης από ιδιώτες. Βέβαια, είναι συχνό το φαινόμενο, κυρίως μικρομεσαίες, επιχειρήσεις, σε συγκεκριμένους κλάδους της αγοράς, να χρησιμοποιούν πλατφόρμες του διαμοιρασμού, η οποίες εξυπηρετούν κυρίως P2P συναλλαγές, για να παρέχουν τις υπηρεσίες και τα προϊόντα τους.

Η κατηγορία συνεργατικών πλατφορμών B2B διευκολύνει την κοινή χρήση αγαθών και υπηρεσιών μεταξύ επιχειρήσεων. Αυτή η υπομορφή πλατφόρμας, αν και δεν είναι πολύ διαδεδομένη σήμερα, ενδέχεται να αναπτυχθεί ραγδαία στο μέλλον καθώς μπορεί να προσφέρει εναλλακτικές δυνατότητες ανάπτυξης και εξοικονόμησης πόρων σε πολλές, κυρίως μικρές και μεσαίες, επιχειρήσεις. Χαρακτηριστικό παράδειγμα B2B μοντέλου αποτελεί η πλατφόρμα διαμοιρασμού «Yard Club» η οποία διευκολύνει κατασκευαστικές επιχειρήσεις να μισθώσουν, αδρανή, μηχανήματα και εξοπλισμό κατασκευών από άλλες κατασκευαστικές εταιρείες.

Η παρούσα εργασία θα επικεντρωθεί κυρίως στις επί πληρωμή συνεργατικές πλατφόρμες που ακολουθούν το P2P μοντέλο καθώς, από οικονομικής άποψης, αποτελούν ένα καινοφανές μόρφωμα που έχει καταλάβει τον χώρο μεταξύ της ιδιωτικής ανταλλαγής και αμιγώς εμπορικής πράξης, και δημιουργεί ζητήματα ως προς το ποια θα πρέπει να είναι η νομική του αντιμετώπιση. Στο παραπάνω πλαίσιο θα συνεκτιμηθεί και το γεγονός πως κάποιες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν P2P πλατφόρμες για να πραγματοποιήσουν B2C συναλλαγές. Τέλος, δεν θα δοθεί έμφαση στις συνεργατικές πλατφόρμες B2B επειδή, πρώτον, οι νομικές και οικονομικές

²² “peer between peers”

²³ Αυτό το φαινόμενο έχει οδηγήσει στη δημιουργία και τη χρήση του όρου «prosumer», που προήλθε από τον συνδυασμό των λέξεων provider και consumer.

σχέσεις που δημιουργούνται σε αυτές είναι σαφώς οριοθετημένες και, δεύτερον, δεν είναι ακόμα διαδεδομένες σε βαθμό που να επιτρέπει την ανάλυση των πρακτικών που ακολουθούν.

B. Οι συνεργατικές πλατφόρμες ως αγορές διπλής όψης

I. Αγορές διπλής όψης και πλατφόρμες

Οι fee-based συνεργατικές πλατφόρμες αποτελούν, όπως προαναφέρθηκε, επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε αγορές διπλής όψης (2-sided markets) και, γι' αυτόν τον λόγο, πολλές φορές χαρακτηρίζονται ως «πλατφόρμες διπλής όψης»²⁴. Στο παρόν κεφάλαιο θα παρουσιαστούν τα βασικά χαρακτηριστικά και ο τρόπος λειτουργίας των αγορών διπλής όψης. Αξίζει να σημειωθεί πως ο χαρακτηρισμός «διπλής όψης» χρησιμοποιείται, δόκιμα, για να προσδιορίσει μια αγορά ή ένα επιχειρηματικό μοντέλο, και όχι τεχνικά μέσα, όπως είναι οι ψηφιακές πλατφόρμες.²⁵ Συνεπώς ο όρος «πλατφόρμα διπλής όψης» δεν αναφέρεται στην φύση της πλατφόρμας, ως τεχνικό μέσο, αλλά στο επιχειρηματικό μοντέλο που αυτή ακολουθεί ή στην αγορά στην οποία, η πλατφόρμα, δραστηριοποιείται.

Ως αγορά διπλής όψης ορίζεται η αγορά στην οποία μια επιχείρηση δρα ως πλατφόρμα, δηλαδή προσφέρει δύο διαφορετικά είδη προϊόντων ή υπηρεσιών σε δύο ή περισσότερες διακριτές ομάδες πελατών οι οποίες τελούν σε σχέση αλληλεξάρτησης, δηλαδή το επίπεδο ζήτησης του αγαθού της μίας ομάδας πελατών εξαρτάται από το επίπεδο ζήτησης της άλλης ομάδας και αντιστρόφως. Η πλατφόρμα λειτουργεί ως μεσάζων ή διαμεσολαβητής και συντονίζει τη συμμετοχή των, αγοραστών και πωλητών, πελατών της κατά τρόπο που μειώνει τα έξοδα αλληλεπίδρασης και συναλλαγής μεταξύ των δύο ομάδων και αυξάνει το κέρδος όλων των συμμετεχόντων.

Οι αγορές διπλής όψης δεν αποτελούν καινούριο φαινόμενο. Ιστορικά παραδείγματα αγορών διπλής όψης είναι αγορές όπως αυτή των εφημερίδων, οι οποίες, παρέχουν στους διαφημιστές τη πρόσβαση στους αναγνώστες, και των εμπορικών κέντρων, τα οποία παρέχουν τη δυνατότητα σε εμπόρους/ πωλητές προϊόντων να έρθουν σε επαφή με υποψήφιους αγοραστές των προϊόντων τους. Επίσης, οι πιστωτικές κάρτες, μια από τις πιο σημαντικές καινοτομίες του χρηματοπιστωτικού τομέα, αποτελούν μια πλατφόρμα που συνδέει τους εμπόρους με τους καταναλωτές.

II. Εξωτερικότητες και έμμεσα αποτελέσματα δικτύου

Η δημιουργία των αγορών διπλής όψης βασίζεται στην εκμετάλλευση των θετικών εξωτερικοτήτων που εντοπίζονται σε συγκεκριμένες αγορές. Εξωτερικότητες προκύπτουν όταν

²⁴ 2-sided platforms

²⁵ Baden-Fuller, C. & Haefliger, S. "Business Models and Technological Innovation", Long Range Planning, Volume 46, Issue 6, σελίδες 419-426

η παραγωγή ή η κατανάλωση των αγαθών δημιουργεί όφελος ή κόστος σε άτομα εκτός αυτών που είναι άμεσα εμπλεκόμενα στη συγκεκριμένη αγορά.²⁶ Αν στα, μη άμεσα εμπλεκόμενα στην αγορά αυτή, άτομα δημιουργείται όφελος από την ενέργεια τότε δημιουργείται μία θετική εξωτερικότητα· αν, αντιθέτως, δημιουργείται κόστος, τότε δημιουργείται μία αρνητική εξωτερικότητα. Στις αγορές διπλής όψης η πλατφόρμα εντοπίζει την ύπαρξη θετικών εξωτερικοτήτων μεταξύ δύο συγκεκριμένων αγορών και, με τη λειτουργία της, τις εσωτερικεύει· αυτό έχει ως αποτέλεσμα την αξιοποίηση του οφέλους της θετικής εξωτερικότητας και του διαμοιρασμού του στους συμμετέχοντες στην πλατφόρμα. Στις αγορές διπλής όψης είναι πολύ συχνό το φαινόμενο το μέγεθος και η ένταση των εξωτερικοτήτων να εξαρτάται από τον αριθμό των συμμετεχόντων σε μία ή και στις δύο πλευρές της αγοράς. Αυτό το φαινόμενο οδηγεί στην αλληλεξάρτηση μεταξύ των διακριτών ομάδων της αγοράς, ή οποία αναφέρθηκε παραπάνω.

Το παραπάνω φαινόμενο είναι ο λόγος ύπαρξης των « έμμεσων αποτελεσμάτων δικτύου», τα οποία αποτελούν ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά των αγορών διπλής όψης. Έμμεσα αποτελέσματα δικτύου υπάρχουν όταν, ως αποτέλεσμα των παραπάνω εξωτερικοτήτων, η αξία των προϊόντων και των υπηρεσιών, που προσφέρονται μέσω της πλατφόρμας, στη μία πλευρά της αγοράς αυξάνεται με βάση την αύξηση του αριθμού χρηστών στην άλλη πλευρά της αγοράς. Τα έμμεσα αποτελέσματα δικτύου οδηγούν σε μία κατάσταση όπου η πλατφόρμα γίνεται πιο ελκυστική στους χρήστες που παρέχουν προϊόντα και υπηρεσίες όσο αυξάνεται ο αριθμός των χρηστών/καταναλωτών, και το αντίστροφο.²⁷

Τα έμμεσα αποτελέσματα δικτύου μπορούν οδηγήσουν την πλατφόρμα σε μία δύσκολη κατάσταση. Από τη μία πλευρά, για να προσελκύσει χρήστες/παρόχους, η πλατφόρμα θα πρέπει να έχει προσελκύσει ήδη έναν ικανοποιητικό αριθμό χρηστών/καταναλωτών και, από την άλλη πλευρά, για να προσελκύσει χρήστες/καταναλωτές, θα πρέπει να έχει προσελκύσει ήδη έναν ικανοποιητικό αριθμό χρηστών/παρόχων. Η παραπάνω κατάσταση έχει ονομαστεί “chicken & egg” problem και μπορεί να δημιουργήσει προβληματισμούς στα πλαίσια αξιολόγησης της ύπαρξης ή μη δεσπόζουσας θέσης.

III. Συναλλακτικές και μη συναλλακτικές αγορές διπλής όψεως

Η πιο σημαντική, σε ότι αφορά το Δίκαιο Ανταγωνισμού, διάκριση στις αγορές διπλής όψεως είναι αυτή μεταξύ «συναλλακτικών» και «μη συναλλακτικών» αγορών. Η διάκριση αυτή, όπως

²⁶ Βέττας Ν., Κατσουλάκος Ι. «Πολιτική Ανταγωνισμού και Ρυθμιστική Πολιτική», ΤΥΠΟΘΗΤΩ, 2004, σελ.71

²⁷ Σχετικά με τα αποτελέσματα δικτύου Βλ. Επίσης:

David S. Evans and Richard Schmalensee, “The Antitrust Analysis of Multi-Sided Platform Businesses”, Coase-Sandor Institute of Law & Economics Working Paper No. 623 (2012) και

Mark A. Lemley and David McGowan, “Legal Implications of Network Economic Effects”, California Law Review, Volume 86, Issue 3, Article 7 (1998)

αναφέρεται στο οικείο κεφάλαιο της παρούσης εργασίας,²⁸ είναι κρίσιμη στα πλαίσια του προσδιορισμού της σχετικής αγοράς.

Οι συναλλακτικές αγορές, χαρακτηρίζονται από το στοιχείο της ύπαρξης οικονομικών συναλλαγών ανάμεσα στις δύο ομάδες, οι οποίες χρησιμοποιούν την πλατφόρμα.²⁹ Παραδείγματα τέτοιων αγορών είναι οι αγορές των πιστωτικών καρτών και ψηφιακές πλατφόρμες, όπως το eBay. Το βασικό πλεονέκτημα μίας συναλλακτικής αγοράς, για τη πλατφόρμα, είναι πως, λόγω της άμεσης επαφής και συναλλαγής των δύο ομάδων, η πλατφόρμα μπορεί να χρεώσει τόσο για την συμμετοχή σε αυτή³⁰ (εσωτερικοποίηση των εξωτερικότητων συμμετοχής) όσο και για την χρήση της για την πραγματοποίηση συναλλαγών³¹ (εσωτερικοποίηση των εξωτερικότητων χρήσης).³²

Αντίθετα, οι μη συναλλακτικές αγορές, χαρακτηρίζονται από την απουσία συναλλαγής ανάμεσα στις δύο πλευρές της αγοράς ή ακόμα και αν μια συναλλαγή είναι παρούσα, συχνά δεν είναι εμφανής. Χαρακτηριστικά παραδείγματα τέτοιων αγορών είναι οι αγορές μέσω ενημέρωσης και ηλεκτρονικές πλατφόρμες όπως το Facebook, στις οποίες οι χρήστες/καταναλωτές δεν συναλλάσσονται, άμεσα, με τους διαφημιστές που αποτελούν την άλλη πλευρά της αγοράς. Στις μη συναλλακτικές αγορές, οι πλατφόρμες δεν μπορούν να χρεώσουν για τη χρήση της πλατφόρμας (εσωτερικοποίηση των εξωτερικότητων χρήσης) καμία από τις δύο πλευρές της αγοράς, καθώς αυτές δεν συναλλάσσονται στα πλαίσια χρήσης της πλατφόρμας.

Οι πλατφόρμες της οικονομίας του διαμοιρασμού δραστηριοποιούνται αποκλειστικά σε συναλλακτικές αγορές διπλής όψης καθώς, εκ φύσεως, επιτρέπουν και προωθούν τη πραγματοποίηση συναλλαγών μεταξύ των ομάδων χρηστών τους.

Τα χαρακτηριστικά και οι ιδιαιτερότητες των αγορών διπλής όψης, που αναλύθηκαν στο παρόν κεφάλαιο, εγείρουν ζητήματα για το δίκαιο ανταγωνισμού τόσο ως προς τον προσδιορισμό της σχετικής αγοράς όσο και επί της κρίσης περί ύπαρξης ή μη δεσπόζουσας θέσης. Ποια ακριβώς είναι η επιρροή τους, επί των συγκεκριμένων ζητημάτων, θα εξεταστεί διεξοδικά στα αντίστοιχα κεφάλαια της παρούσης εργασίας.

²⁸ Βλ. παρακάτω, Κεφ.3

²⁹ 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, διαθέσιμο online στο [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)

³⁰ Για παράδειγμα μέσω χρέωσης παγίου πρόσβασης

³¹ Για παράδειγμα με χρέωση ποσοστιαίας προμήθειας ανά συναλλαγή που πραγματοποιείται

³² Filistrucchi, Lapo and Geradin, Damien and van Damme, Eric E.C., Identifying Two-Sided Markets (February 21, 2012). TILEC Discussion Paper No. 2012-008, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2008661, σελ. 6 επ.

Γ. Αποτελέσματα και συνέπειες της συμμετοχής της συνεργατικής οικονομίας στην αγορά.

I. Αύξηση του πλεονάσματος καταναλωτή και του συνολικού κοινωνικού οφέλους.

Οι επιχειρήσεις της συνεργατικής οικονομίας, δια του τρόπου λειτουργία τους, πετυχαίνουν τη σημαντική βελτίωση του μοντέλου της μίσθωσης. Οι αγορές μίσθωσης προϊόντων αποτέλεσαν την απάντηση σε ένα χρόνιο πρόβλημα των αγορών διαρκών περιουσιακών αγαθών. Ένα διαρκές αγαθό δύναται να παρέχει στον ιδιοκτήτη του μεγάλης διάρκειας χρηστική αξία. Οι μεταβαλλόμενες ανάγκες των ιδιοκτητών τέτοιων αγαθών όμως, σε συνδυασμό με τα υψηλά έξοδα συναλλαγής, που συνοδεύουν συχνά την εκποίησή τους, οδηγούν πολλές φορές στην οικονομική αδράνεια αυτών των αγαθών. Επομένως, απαντάται συχνά το φαινόμενο ιδιοκτητών διαρκών αγαθών οι οποίοι, παρά το γεγονός ότι δεν χρειάζονται ούτε χρησιμοποιούν πλέον τα αγαθά, τα διατηρούν στην ιδιοκτησία τους εωσότου αυτά υποτιμηθούν σε βαθμό τέτοιο, που δικαιολογεί την αντικατάσταση ή εκποίηση τους.³³Γίνεται αντιληπτό από τα παραπάνω, πως η παραγωγή και η επένδυση σε διαρκή αγαθά, τα οποία μένουν αδρανή και ανεκμετάλλευτα, δεν είναι οικονομικά αποτελεσματικές ούτε συνεισφέρουν στην αύξηση της κοινωνικής ευημερίας.

Οι αγορές μίσθωσης, δημιουργώντας μια δευτερογενή αγορά ανταλλαγής τέτοιων περιουσιακών στοιχείων, έδωσαν μια μερική λύση στο παραπάνω ζήτημα. Όμως, ακόμα και, οι αγορές μίσθωσης συνοδεύονταν από παράγοντες που εμπόδιζαν την απολύτως αποδοτική λειτουργία τους και, κατ' επέκταση, την απολύτως αποδοτική οικονομική εκμετάλλευση των διαρκών αγαθών· τα πιο έντονα από τα παραπάνω εμπόδια, ήταν το κόστος που δημιουργούσε η ανάγκη ύπαρξης των μεσαζόντων και η δυσκολία, κυρίως λόγω γεωγραφικών περιορισμών, της αντιστοίχισης της προσφοράς με τη ζήτηση.

Η συνεργατική οικονομία αποτελεί σημαντική εξέλιξη του άνω μοντέλου καθώς σχεδόν εξαλείφει τα εμπόδια που παρουσιάζονται σε αυτό. Συγκεκριμένα, οι πλατφόρμες αντικαθιστούν τους παραδοσιακούς μεσάζοντες και, επιτρέποντας τις απευθείας προσφορές και συναλλαγές μεταξύ των χρηστών τους, μειώνουν αισθητά το κόστος συναλλαγής. Επίσης, λόγω της ηλεκτρονικής και παγκόσμιας φύσης της πλατφόρμας και του γεγονότος πως οι χρήστες μπορούν να αλληλεπιδρούν με αυτή σε πραγματικό χρόνο³⁴, αντικατοπτρίζοντας και καλύπτοντας έτσι τις πραγματικές τρέχουσες ανάγκες τους, εξαλείφονται οι γεωγραφικοί περιορισμοί και εκμηδενίζεται το κόστος της αντιστοίχισης μεταξύ της προσφοράς και της ζήτησης.

Η συνεργατική οικονομία, λόγω των άνω χαρακτηριστικών, δημιουργεί συγκεκριμένα αποτελέσματα στις αγορές διαρκών αγαθών, στις οποίες δραστηριοποιείται.

³³ Σε συνδυασμό με τα σταθερά πάγια έξοδα που, συνήθως, συνοδεύουν την ιδιοκτησία των διαρκών αγαθών.

³⁴ Real-time interaction

Πρώτον, εξελίσσοντας το μοντέλο της μίσθωσης, καθιστά την βραχυπρόθεσμη ανταλλαγή/μίσθωση περιουσιακών στοιχείων, βιώσιμη εναλλακτική της ιδιοκτησίας τους καθώς οι καταναλωτές πλέον γνωρίζουν ότι, σχεδόν πάντα, θα υπάρχει προσφορά των περιουσιακών στοιχείων που επιθυμούν να ενοικιάσουν μέσω των πλατφορμών της συνεργατικής οικονομίας. Επιτυγχάνεται έτσι μια στροφή από την ιδιοκτησία στην χρήση και την ανταλλαγή των αγαθών αυτών, ανάλογα με τις τρέχουσες ανάγκες των καταναλωτών, η οποία επιτρέπει την πρόσβαση περισσότερων χρηστών σε αγαθά και υπηρεσίες, τα οποία δεν είχαν την οικονομική δυνατότητα να αγοράσουν, και τη σημαντική μείωση των αδρανών διαρκών αγαθών στην αγορά. Η αγορά οδηγείται έτσι στην πιο αποτελεσματική χρήση των συνολικών πόρων και την αύξηση του κοινωνικού οφέλους.

Δεύτερον, η προοπτική της μελλοντικής εκμίσθωσης των διαρκών αγαθών, λόγω της ζήτησης που δημιουργούν οι συνεργατικές πλατφόρμες, μπορεί να αποτελέσει έναυσμα επενδύσεων σε διαρκή αγαθά με αποκλειστικό σκοπό την οικονομική τους εκμετάλλευση. Μπορεί λοιπόν να υποστηριχθεί ότι οι αγορές της συνεργατικής οικονομίας μπορούν να επηρεάσουν, θετικά, πέραν από την αγορά μίσθωσης διαρκών αγαθών, και την αγορά κτήσης και μεταβίβασής τους.

Τέλος η μείωση του κόστους συναλλαγής και του κόστους αντιστοίχισης της προσφοράς και της ζήτησης σε συνδυασμό με, την συχνά ευκαιριακή χρήση των πλατφορμών από τους ιδιώτες-ιδιοκτήτες των διαρκών αγαθών³⁵, τα πολύ χαμηλά επίπεδα σταθερού και μεταβλητού κόστους λειτουργίας της πλατφόρμας και, τη δυνατότητα της πλατφόρμας να διαμορφώσει την τιμολογιακή της πολιτική με βάση αμφοτέρως τις πλευρές της αγοράς³⁶, οδηγούν στην αισθητή μείωση των τιμών της συνεργατικής οικονομίας, σε σύγκριση με τις παραδοσιακές αγορές. Οι χαμηλότερες τιμές είναι προς το συμφέρον του καταναλωτή και αυξάνουν, ακόμα περισσότερο, το πλεόνασμα του καταναλωτή που επιφέρει η συνεργατική οικονομία. Μάλιστα, αυτή η ενίσχυση του πλεονάσματος του καταναλωτή, δεν περιορίζεται μόνο στους χρήστες της πλατφόρμας αλλά, όπως θα αναλυθεί και παρακάτω³⁷, αναγκάζει τις παραδοσιακές επιχειρήσεις, που δραστηριοποιούνται σε παρεμφερείς αγορές, να μειώσουν τις τιμές τους για να προσαρμοστούν, ενισχύοντας έτσι το συνολικό πλεόνασμα των καταναλωτών στις αγορές αυτές. Για παράδειγμα, στην αγορά της αυτοκινητοβιομηχανίας έχει υπολογιστεί πως το πλεόνασμα του καταναλωτή προβλέπεται να αυξηθεί, λόγω της συνεργατικής οικονομίας, σε ποσοστό που

³⁵ Οι ιδιοκτήτες αυτοί δεν τιμολογούν με βάση το κέρδος και τις συνθήκες της αγοράς, αλλά με βάση την ανάγκη προσκόμισης εσόδων από κάποιο αδρανές περιουσιακό στοιχείο ή ικανότητα, που αλλιώς δεν θα τους απέφερε κανένα έσοδο. Πολλές φορές η τιμολόγηση γίνεται καθαρά με γνώμονα την κάλυψη των εξόδων που δημιουργεί το περιουσιακό στοιχείο.

³⁶ Σε αντίθεση με τις παραδοσιακές επιχειρήσεις περιορίζονται από το γεγονός πως δεν δραστηριοποιούνται σε αγορές διπλής όψης.

³⁷ Κεφ. 2.Γ.IV

κυμαίνεται μεταξύ 0,8 και 6,6%³⁸. Μάλιστα, οι καταναλωτές που έχουν χαμηλό εισόδημα, φαίνεται πως απολαμβάνουν τα μεγαλύτερα κέρδη από αυτή την αύξηση του πλεονάσματος του καταναλωτή, καθώς συμμετέχουν πιο ενεργά στην συνεργατική οικονομία και είναι πιο πρόθυμοι, τόσο να χρησιμοποιήσουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες και προϊόντα, όσο και να διαθέσουν τα διαρκή αγαθά τους, ακόμα και αν αυτά είναι καινούρια, προς ενοικίαση³⁹.

Όλα τα παραπάνω οδηγούν στο συμπέρασμα ότι η συμμετοχή της συνεργατικής οικονομίας στην αγορά οδηγεί στην μείωση των τιμών και στην πιο αποδοτική χρήση των πόρων, αυξάνοντας έτσι τόσο το πλεόνασμα του καταναλωτή όσο και την κοινωνική ευημερία και την οικονομική αποτελεσματικότητα. Τα θετικά αυτά αποτελέσματα θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψιν ιδίως κατά την εξέταση του άρθρου 101§3 ΣΛΕΕ.

Βέβαια έχουν διατυπωθεί και απόψεις που υποστηρίζουν πως το μοντέλο της συνεργατικής οικονομίας περιλαμβάνει και στοιχεία που οδηγούν σε μη αποδοτική εκμετάλλευση των πόρων. Οι κριτικές αυτές επικεντρώνονται στο ότι οι χρήστες της πλατφόρμας, κυρίως όταν λειτουργούν ως πάροχοι, δεν λαμβάνουν υπόψιν όλους τους σχετικούς οικονομικούς παράγοντες που υπάρχουν στην αγορά και πολλές φορές οδηγούνται στο να μην πραγματοποιούν συναλλαγές στην βέλτιστη, χρονικά, στιγμή ή με την ιδανική τιμή. Επίσης, στα πλαίσια της ίδια εκτίμησης, πραγματοποιήθηκε ανάλυση, με βάση τους αλγόριθμους της πλατφόρμας Airbnb, που αποδεικνύει ότι μία αλλαγή στον αλγόριθμο αξιολόγησης της πλατφόρμας ήταν ικανή να οδηγήσει σε αύξηση του ποσοστού αντιστοίχισης προσφοράς και ζήτησης των χρηστών κατά 10%⁴⁰. Κατά την άποψη του γράφοντος, αυτή η κριτική δεν αναιρεί τα συνολικά θετικά αποτελέσματα του μοντέλου, απλά υποδεικνύει την ύπαρξη περιθωρίων για την περαιτέρω βελτίωση του.

II. Δημιουργία ευκαιριών για νέες επιχειρήσεις.

Το μοντέλο της συνεργατικής οικονομίας δημιουργεί ευκαιρίες για τους νέους επιχειρηματίες. Συγκεκριμένα, η λειτουργία του μοντέλου ευνοεί τόσο μικρές και μικρομεσαίες υπάρχουσες επιχειρήσεις, οι οποίες με τη χρήση της πλατφόρμας μπορούν να έχουν πρόσβαση σε ενδιαφερόμενους για τα προϊόντα τους χρήστες από όλο τον κόσμο με πολύ μικρό κόστος. Επίσης, η συνεργατική οικονομία παρέχει ένα εύρος δυνατοτήτων σε νέες επιχειρήσεις που έχουν καινοτόμες ιδέες (start-ups) να εισέλθουν σε αγορές, που παραδοσιακά είχαν σημαντικά εμπόδια εισόδου, και να αναπτυχθούν ραγδαία, χωρίς να είναι αναγκασμένες να προχωρήσουν

³⁸ S. Fraiberg and Ar. Sundararajan, “peer-to-peer rental markets in the sharing economy”, (2015), διαθέσιμο online στο https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2574337, σελ.4

³⁹ Ο.π. σελ. 4

⁴⁰ Βλ. Fradkin Andrey, “Search Frictions and the Design of Online Marketplaces.”, NBER Working Paper, (2014) <https://andreyfradkin.com/>

σε πολύ μεγάλες αρχικές επενδύσεις. Αυτό επιτυγχάνεται γιατί χρησιμοποιώντας το συγκεκριμένο οικονομικό μοντέλο, οι start-up επιχειρήσεις, αποκτούν, χωρίς σημαντική επένδυση, πρόσβαση σε μία από τις μεγαλύτερες πηγές πόρων παγκοσμίως, την ιδιοκτησία και τις ικανότητες όλων των χρηστών τους ανά τον κόσμο. Έτσι οι νέες εταιρείες μπορούν, με πολύ χαμηλό κόστος, να ανταγωνιστούν τις κατεστημένες επιχειρήσεις (incumbents)⁴¹⁴².

III. Αποτελέσματα της συνεργατικής οικονομίας σε επίπεδο επιχείρησης

Τα αποτελέσματα που αναλύθηκαν παραπάνω παρουσιάζονται κυρίως στο επίπεδο της αγοράς που αφορά τους καταναλωτές, όμως η συνεργατική οικονομία επιφέρει αλλαγές στην αγορά, και σε επίπεδο επιχειρήσεων.

Κατ' αρχάς, παρατηρείται ότι η συνεργατική οικονομία τείνει να μεγαλώνει το μέγεθος των αγορών στις οποίες δραστηριοποιείται. Αυτή η επέκταση συμβαίνει τόσο σε επίπεδο συμμετεχόντων στην αγορά, καθώς στις πλατφόρμες του sharing economy συμμετέχουν ιδιώτες και μικρέμποροι που διαφορετικά δεν θα μπορούσαν να παρέχουν τα προϊόντα τους, όσο και σε γεωγραφικό επίπεδο, καθώς οι πλατφόρμες εκμηδενίζουν τα κόστη επικοινωνίας και αντιστοίχισης προσφοράς και ζήτησης και επιτρέπουν σε παρόχους προϊόντων και υπηρεσιών σε απομακρυσμένες περιοχές, να επεκταθούν πέραν της τοπικής κοινωνίας⁴³.

Το δεύτερο, και σημαντικότερο, αποτέλεσμα είναι ότι οι πλατφόρμες της συνεργατικής οικονομίας, ως επιχειρήσεις, αυξάνουν τον ανταγωνισμό στις αγορές στις οποίες δραστηριοποιούνται. Το πως προσδιορίζεται η σχετική αγορά ως προς το δίκαιο ανταγωνισμού θα αναπτυχθεί σε επόμενο κεφάλαιο⁴⁴, όμως είναι δεδομένο πως, σε επίπεδο πραγματικής αγοράς, κάθε συναλλαγή που λαμβάνει χώρα μέσω μιας συνεργατικής πλατφόρμας έχει αντίκτυπο στον αριθμό των συναλλαγών που πραγματοποιεί μια επιχείρηση που δραστηριοποιείται στην ίδια ή σε παρεμφερή αγορά.

⁴¹ Business Innovation Observatory(EO), "The Sharing Economy: Accessibility Based Business Models for Peer-to-peer Markets", Contract No 190/PP/ENT/CIP/12/C/N03C01, 2013

⁴² Τα παραπάνω αναγνωρίζονται και από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή η οποία σε ανακοίνωση της αναφέρει: «Επιπλέον, ορισμένες πλατφόρμες αποδείχθηκαν φορείς καινοτομίας στην ψηφιακή οικονομία, βοηθώντας τις μικρότερες επιχειρήσεις να κυκλοφορήσουν στο διαδίκτυο και να αποκτήσουν πρόσβαση σε νέες αγορές. Οι νέες πλατφόρμες, για υπηρεσίες κινητικότητας, τουρισμό, μουσική, οπτικοακουστικά μέσα, εκπαίδευση, χρηματοδότηση, στέγαση και προσλήψεις, αμφισβήτησαν ραγδαία και ριζικά τα παραδοσιακά επιχειρηματικά μοντέλα και αυξήθηκαν εκθετικά. Η αύξηση της συνεργατικής οικονομίας προσφέρει επίσης ευκαιρίες για αυξημένη αποτελεσματικότητα, ανάπτυξη και απασχόληση, μέσω της βελτιωμένης επιλογής για τους καταναλωτές αλλά επίσης δυναμικά θέτει νέα ζητήματα κανονιστικής ρύθμισης», **Ανακοίνωση της Επιτροπής: «Στρατηγική για την ψηφιακή ενιαία αγορά της Ευρώπης»**, COM (2015) 192 final,

⁴³ χαρακτηριστικό παράδειγμα γεωγραφικής επέκτασης αποτελεί ο τρόπος που το Airbnb ενίσχυσε την ενοικίαση καταλυμάτων σε περιοχές οι οποίες, μέχρι την δημιουργία του, δεν θεωρούνταν τουριστικές.

⁴⁴ Βλ. παρακάτω, Κεφ.3

Αν εξετάσει κανείς τα στοιχεία της αγοράς των τουριστικών καταλυμάτων, στην οποία οι συνεργατικές πλατφόρμες έχουν γνωρίσει ιδιαίτερη ανάπτυξη, η αλήθεια της άνω τοποθέτησης γίνεται αισθητή. Έρευνα έχει αποδείξει πως η πλατφόρμα Airbnb, η οποία δραστηριοποιείται στην αγορά βραχυπρόθεσμης εκμίσθωσης καταλυμάτων⁴⁵ από ιδιώτες, αποτελεί υποκατάστατο κάποιων ξενοδοχείων και, συνεπώς, επηρεάζει άμεσα την αγορά των ξενοδοχείων και τουριστικών καταλυμάτων⁴⁶. Η συγκεκριμένη έρευνα έγινε με βάση στοιχεία στην πολιτεία του Τέξας στις ΗΠΑ. Υπολογίστηκε πως, σε επίπεδο πολιτείας, «κάθε αύξηση στην προσφορά από πλευράς Airbnb κατά 10%, οδηγούσε σε μείωση των εσόδων των ξενοδοχείων κατά 0,39%»⁴⁷. Αν συνυπολογίσει κανείς πως η Airbnb υποστηρίζει ότι το 74% των καταλυμάτων που παρέχει βρίσκονται εκτός των περιοχών στις οποίες δραστηριοποιούνται ξενοδοχεία⁴⁸, γίνεται αντιληπτό πως η παραπάνω επιρροή είναι ιδιαίτερα ισχυρή, καθώς το αντίκτυπο της λειτουργίας του Airbnb διαμοιράζεται, έχοντας πιθανότατα και πιο ισχυρές επιπτώσεις, και σε άλλες παρεμφερείς αγορές, όπως αυτές των μεσιτικών και ταξιδιωτικών γραφείων που κάλυπταν παραδοσιακά τις μη ξενοδοχειακές ζώνες. Ενδεικτικό είναι πως στο Όστιν, πρωτεύουσα της πολιτείας του Τέξας, όπου τα διαθέσιμα μέσω Airbnb καταλύματα αυξήθηκαν με ταχύτατους ρυθμούς τα τελευταία χρόνια, η μείωση στα έσοδα των ξενοδοχείων ανήλθε σε ποσοστό 8-10%.^{49,50}

IV. Disruptive innovation- η καινοτομία που διαταράσσει

Σύμφωνα με τους καθηγητές Bower και Christensen⁵¹, η τεχνολογική καινοτομία, ως προς το πως επιδρά στην αγορά, χωρίζεται σε δύο κατηγορίες, την «καινοτομία που συντηρεί»- sustaining innovation και την «καινοτομία που διαταράσσει»- disruptive innovation⁵².

Το sustaining innovation είναι ο τύπος καινοτομίας που απαντάται συνήθως στις παραδοσιακές αγορές. Αυτό το είδος καινοτομίας λαμβάνει χώρα εντός ενός «πλαισίου οικονομικών αξιών» που ακολουθούν οι κατεστημένες επιχειρήσεις μιας αγοράς και έχει ως στόχο να παρέχει στους καταναλωτές κάτι περισσότερο ή καλύτερο σε ότι αφορά τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, τα

⁴⁵ Επιτρέποντας στους χρήστες της να εκμισθώνουν το σπίτι/διαμέρισμα τους ή κάποια δωμάτια του σε άλλους χρήστες.

⁴⁶ Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. W. (2017). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Journal of Marketing Research*, 54(5), 687–705.

⁴⁷ Ο.π. σελ.688

⁴⁸ Βλ. <https://www.airbnb.com/economic-impact>

⁴⁹ Zervas G, Proserpio D κλπ. Ο.π.45 σελ.688

⁵⁰ Για περαιτέρω στοιχεία που δείχνουν την ταχύτατη ανάπτυξη και το μέγεθος του Airbnb σε σχέση με τις παραδοσιακές επιχειρήσεις του κλάδου βλ. επίσης: Michael A. Cusumano, “How Traditional Firms Must Compete in the Sharing Economy, *Communications of the ACM*, January 2015, Vol. 58 No. 1, σελ. 32-34

⁵¹ Οι οποίοι διδάσκουν στη σχολή διοίκησης επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Harvard

⁵² Bower, J. L., and C. M. Christensen, «Disruptive Technologies: Catching the Wave», *Harvard Business Review* 73, no. 1 (January–February 1995) σελ. 43–53

οποία ήδη εκτιμούν και αναμένουν⁵³. Σε τέτοιες περιπτώσεις η καινοτομία ακολουθεί μια, προβλέψιμη, εξελικτική πορεία. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της ενίσχυσης των υφιστάμενων τεχνολογιών και της δημιουργίας βελτιωμένων εκδόσεων των υφιστάμενων προϊόντων.

Οι επιχειρήσεις της συνεργατικής οικονομίας, αντίθετα, ακολουθούν την τάση της καινοτομίας της διάσπασης και χαρακτηρίζονται ως «disruptive innovators». Αυτού το είδος καινοτομίας δραστηριοποιείται εκτός του κατεστημένου «συστήματος οικονομικών αξιών» μίας αγοράς και προσφέρει στους καταναλωτές ένα εντελώς διαφορετικό πακέτο χαρακτηριστικών από αυτό με το οποίο, οι τελευταίοι, είναι εξοικειωμένοι. Σε τέτοιες περιπτώσεις η καινοτομία επικεντρώνεται στην παροχή υπηρεσιών και προϊόντων που καλύπτουν τα κενά της παραδοσιακής αγοράς ή είναι τόσο καινοτόμα και επαναστατικά που μπορούν να δημιουργήσουν μία εντελώς καινούρια αγορά. Η «διατάραξη-διάσπαση» της αγοράς επιτυγχάνεται είτε όταν οι κατεστημένες επιχειρήσεις προσαρμοστούν, υιοθετώντας την καινοτομία ή διαφοροποιώντας αισθητά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους από αυτή, είτε όταν η επαναστατική καινοτομία καταστήσει την παραδοσιακή αγορά παρωχημένη και δημιουργήσει μια εντελώς καινούρια.

Συνεπώς οι νεοεισερχόμενες στην αγορά επιχειρήσεις, όπως οι συνεργατικές πλατφόρμες, τείνουν να δημιουργούν ανταγωνιστικές πιέσεις στις κατεστημένες επιχειρήσεις, ακολουθώντας στρατηγικές που βασίζονται σε ένα πιο «διασπαστικό» είδος καινοτομίας, οι οποίες αποσκοπούν στην απόκομιση κέρδους από τη δημιουργία μίας καινούριας αγοράς. Άλλωστε, οι επιχειρήσεις αυτές δεν θα υποστούν κάποια ζημία από την πιθανή καταστροφή της παλιάς, παραδοσιακής, αγοράς, σε αντίθεση με το τι θα συνέβαινε σε κάποια από τις κατεστημένες επιχειρήσεις αν αποφάσιζε να ακολουθήσει την ίδια στρατηγική⁵⁴.

Το είδος των ανταγωνιστικών πιέσεων που παράγεται από επιχειρήσεις που λειτουργούν ως «disruptive innovators» σε μία αγορά έχει υποστηριχθεί ότι συνάδουν με την, κατά τον Schumpeter⁵⁵ περιγραφή του ανταγωνισμού ως «δημιουργική καταστροφή» (creative destruction)⁵⁶. Φυσικά, αυτό σημαίνει πως η διασπαστική καινοτομία θεωρείται εξαιρετικά

⁵³ de Stree, Alexandre and Larouche, Pierre, Disruptive Innovation and Competition Policy Enforcement (October 20, 2015). OECD Working Paper DAF/COMP/GF(2015) 7, διαθέσιμο online στο https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2678890, σελ. 2

⁵⁴ Chan Jonathan & Fung Herbert, "Rebalancing Competition Policy to Stimulate Innovation and Sustain Growth," Asian Journal of Law and Economics, De Gruyter, vol. 8(1), April 2017, σελ. 12

⁵⁵ JOSEPH SCHUMPETER, "CAPITALISM, SOCIALISM, AND DEMOCRACY", Harper, New York, 3d ed, 1950, σελ.84

⁵⁶ Federal Trade Commission (FTC), "The Sharing Economy. Issues Facing Platforms, Participants & Regulators", an FTC staff report, November 2016, <https://www.ftc.gov/reports/sharing-economy-issues-facing-platforms-participants-regulators-federal-trade-commission>, σελ. 10

ευεργετική για τη λειτουργία του ανταγωνισμού στην αγορά και, γι' αυτόν τον λόγο, θα πρέπει να γίνεται ευπρόσδεκτη από τις αρχές ανταγωνισμού.

V. Η προβληματική του Regulatory Evasion.

Μια άποψη, η οποία υποστηρίζεται αρκετά σήμερα και έρχεται σε πλήρη σύγκρουση με παραπάνω ανάλυση του φαινομένου της συνεργατικής οικονομίας, υποστηρίζει ότι η συνεργατική οικονομία δεν αποτελεί «disruptive innovator» αλλά απλά «παραβάτη ρυθμιστικών κανόνων» (regulatory evader)⁵⁷. Το κεντρικό επιχείρημα της συγκεκριμένης κριτικής, η οποία υποστηρίζεται από την πλειονότητα των κατεστημένων, σε ρυθμιζόμενες αγορές, επιχειρήσεων, είναι πως οι συνεργατικές πλατφόρμες δεν πετυχαίνουν την μείωση των τιμών για τους λόγους που αναλύθηκαν παραπάνω⁵⁸ ούτε ως αποτέλεσμα των διασπαστικών και καινοτόμων στρατηγικών που ακολουθούν, αλλά ως αποτέλεσμα του μειωμένου κόστους λειτουργίας που απολαμβάνουν οι πλατφόρμες λόγω της μη συμμόρφωσής τους με τους ρυθμιστικούς κανόνες που υφίστανται στις αγορές που δραστηριοποιούνται. Επιπλέον, υποστηρίζεται ότι αυτή τους η μη συμμόρφωση δημιουργεί άνισους όρους ανταγωνισμού στην αγορά και προσδίδει στις συνεργατικές πλατφόρμες αθέμιτο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Η παραπάνω «ένσταση» ως προς τον τρόπο λειτουργίας της συνεργατικής οικονομίας δείχνει, εκ πρώτης όψεως, να είναι βάσιμη, ιδίως σε ότι αφορά την λειτουργία τέτοιων πλατφορμών σε αγορές στις οποίες οι επαγγελματίες του είδους υπόκεινται σε υποχρέωση έκδοσης άδειας για να παρέχουν τις υπηρεσίες τους.

Ίσως το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτού του φαινομένου είναι η πλατφόρμα Uber. Η συγκεκριμένη πλατφόρμα δραστηριοποιείται στον τομέα των αστικών μεταφορών. Η πλατφόρμα βασίζεται κυρίως στα κινητά τηλέφωνα και χρησιμοποιεί τη λειτουργία GPS για να αντιστοιχίσει έναν καταναλωτή, ο οποίος θέλει να πραγματοποιήσει μια αστική μετακίνηση, με τον κοντινότερο οδηγό. Οι οδηγοί που παρέχουν τις υπηρεσίες τους μέσω της πλατφόρμας είναι είτε ιδιώτες είτε επαγγελματίες οι οποίοι, όμως, πραγματοποιούν της διαδρομή χρησιμοποιώντας μη επαγγελματικά οχήματα. Η Uber και οι οδηγοί της όμως, σε αντίθεση με τους οδηγούς ταξί, δεν οφείλουν να συμμορφωθούν με τις αυστηρές και δαπανηρές υποχρεώσεις εκμετάλλευσης επαγγελματικού οχήματος, όπως είναι η έκδοση επαγγελματικής άδειας και οι έλεγχοι διασφάλισης της ποιότητας των μεταφορών.

⁵⁷ Βλ. ενδεικτικά: Isabella Kaminska, “No, regulatory evasion isn’t ‘disruptive innovation’, Financial Times Alphaville, 1-1-2014 <https://ftalphaville.ft.com/2014/01/31/1759062/no-regulatory-evasion-isnt-disruptive-innovation/>

⁵⁸ Κεφ. 2.Γ.Ι.

Το ίδιο συμβαίνει και με την εταιρεία Airbnb στην αγορά εκμίσθωσης τουριστικών καταλυμάτων . Ούτε αυτή η πλατφόρμα οφείλει να προσαρμόσει την λειτουργία της στις εκάστοτε διατάξεις του εκάστοτε νόμου για τα τουριστικά καταλύματα, στις οποίες υπόκεινται τα ξενοδοχεία.

Η συγκεκριμένη προβληματική, η οποία είναι από τα κεντρικά νομικά ζητήματα που εγείρονται από την συνεργατική οικονομία, θα εξεταστεί διεξοδικά στα πλαίσια του έκτου κεφαλαίου της παρούσης⁵⁹.

3. SHARING ECONOMY ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ-ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΚΑΤΑ ΤΟΝ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟ ΤΗΣ ΣΧΕΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Η οριοθέτηση της σχετικής αγοράς είναι η πρώτη ενέργεια που πραγματοποιείται στα πλαίσια, οποιασδήποτε, εκτίμησης με βάση το Δίκαιο Ελεύθερου Ανταγωνισμού. Παρακάτω θα

⁵⁹ Βλ. παρακάτω Κεφ.6

αναπτυχθούν τα βασικά ζητήματα που ανακύπτουν κατά την οριοθέτηση της σχετικής αγοράς όταν σε αυτή συμμετέχουν συνεργατικές πλατφόρμες.

A. Sharing Economy και «επιχείρηση» στα πλαίσια του Δικαίου Ελεύθερου Ανταγωνισμού

Οι διατάξεις για την προστασία του ελεύθερου ανταγωνισμού εφαρμόζονται αποκλειστικά σε επιχειρήσεις και υπαίτιες για την παράβαση των ευρωπαϊκών κανόνων ανταγωνισμού μπορούν να θεωρηθούν μόνο ανεξάρτητες επιχειρήσεις. Θα ήταν λοιπόν χρήσιμο να εξεταστεί, αρχικά, ποιοι από τους συμμετέχοντες στο sharing economy ενεργούν ως «επιχειρήσεις» στο πλαίσιο του ελεύθερου ανταγωνισμού και, στη συνέχεια, ποιοι από αυτούς θα πρέπει να αντιμετωπίζονται ως ανεξάρτητες επιχειρήσεις.

Η έννοια της επιχείρησης, ως προς το Δίκαιο Ελεύθερου Ανταγωνισμού, ορίζεται αρκετά ευρέως, ώστε να παρέχεται στις αρμόδιες αρχές η απαραίτητη ικανότητα προσαρμογής σε καινοφανείς προκλήσεις της αγοράς. Βάσει της νομολογίας του ΔΕΚ η επιχείρηση ορίζεται ως: «κάθε φορέας που ασκεί οικονομική δραστηριότητα, ανεξάρτητα από την νομική του μορφή και τον τρόπο χρηματοδότησης του»⁶⁰.

Ως προς την αξιολόγηση των ίδιων των συνεργατικών πλατφορμών στα παραπάνω πλαίσια πρέπει να αναφερθούν τα κάτωθι. Η δραστηριότητα που ασκούν οι πλατφόρμες είναι αυτή του μεσάζοντα, που αντιστοιχίζει την ζήτηση σε μία αγορά με την προσφορά. Δεδομένου του ότι οι περισσότερες πλατφόρμες είτε χρεώνουν κάποιο τέλος συμμετοχής ή, συχνότερα, παρακρατούν προμήθεια για κάθε συναλλαγή που πραγματοποιείται με την διαμεσολάβηση τους, η δραστηριότητα τους είναι ξεκάθαρα οικονομική. Αλλά, ακόμα και στις περιπτώσεις που η χρήση της πλατφόρμας μοιάζει, εκ πρώτης όψεως, να είναι δωρεάν, η πλατφόρμα είναι πολύ πιθανό να αποκτά έσοδα λόγω της δημοτικότητας της⁶¹ ή από τη δευτερεύουσα χρήση των δεδομένων που της παρέχουν οι χρήστες⁶². Λαμβάνοντας υπόψιν τον ευρύτατο ορισμό της έννοιας της αμοιβής από το δικαστήριο⁶³ και του γεγονότος πως η αμοιβή μπορεί να παρέχεται και από τρίτα άτομα, πέραν του αποδέκτη της υπηρεσίας ή του προϊόντος⁶⁴, σχεδόν όλες οι συνεργατικές πλατφόρμες αποτελούν «επιχειρήσεις» που λειτουργούν ως πάροχοι υπηρεσιών στα πλαίσια του αρθ.57 ΣΛΕΕ. Εξαίρεση στον παραπάνω κανόνα αποτελούν μόνο κάποια σπάνια παραδείγματα,

⁶⁰ ΔΕΚ υπόθεση C-41/90 , Hofner and Elser v Macroton GmbH, (1991), σκέψη 21

⁶¹ Μέσω διαφημίσεων

⁶² Για παράδειγμα συγκεντρώνοντας και ομαδοποιώντας τα δεδομένα με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορούν να φανούν χρήσιμα και να πωληθούν σε άλλους εμπόρους και διαφημιστές με σκοπό την προώθηση των προϊόντων και των υπηρεσιών τους.

⁶³ ΔΕΚ *συνεκδικαζόμενες υποθέσεις C-51/96 και C-191/97*, Christelle Deliège κατά Ligue francophone κλπ., (2000), σκ. 51-53

⁶⁴ Για παράδειγμα από τους διαφημιστές. Βλ. ΔΕΚ υπόθεση C-353/89, Επιτροπή κατά Ολλανδίας, (1991)

μικρών σε μέγεθος, πλατφορμών που δραστηριοποιούνται κυρίως σε τοπικό επίπεδο και εξυπηρετούν ξεκάθαρα μη κερδοσκοπικούς, κοινωνικούς σκοπούς.

Η κρίση για το αν οι χρήστες της πλατφόρμας εμπίπτουν στην έννοια της «επιχείρησης» για τον ελεύθερο ανταγωνισμό θα πρέπει να γίνει, επίσης, στην παραπάνω βάση. Κατ' αρχήν, γίνεται δεκτό, με βάση την νομολογία της ΕΕ⁶⁵, πως φυσικά πρόσωπα μπορούν να χαρακτηριστούν ως «επιχείρηση». Η ιδιαιτερότητα που παρουσιάζεται σε αυτό το επίπεδο συμμετοχής στο sharing economy είναι πως οι χρήστες-peers μπορούν τόσο να παρέχουν υπηρεσίες και προϊόντα προς μίσθωση προς τους υπόλοιπους χρήστες-peers όσο και να συμμετέχουν ως καταναλωτές στην πλατφόρμα. Αυτό, σε συνδυασμό με το γεγονός πως η πλειοψηφία των χρηστών είναι ιδιώτες-ομότιμοι, οδηγεί σε σύγχυση, καθώς δεν είναι εύκολο να διαχωριστεί ο χρήστης-πάροχος υπηρεσιών, ο οποίος μπορεί να υποστηριχθεί ότι ασκεί «οικονομική δραστηριότητα», από τον χρήστη-καταναλωτή. Μάλιστα πολλές φορές οι χρήστες της πλατφόρμας αλλάζουν τον τρόπο με τον οποίο την χρησιμοποιούν ανά περιόδους, καθιστώντας ακόμα πιο δύσκολο τον ως άνω διαχωρισμό.

Άλλωστε, και η Επιτροπή αναγνωρίζει πως «Δεν ορίζεται ρητώς στη νομοθεσία της ΕΕ πότε ένας ομότιμος καθίσταται επαγγελματίας πάροχος υπηρεσιών στο πλαίσιο της συνεργατικής οικονομίας»⁶⁶. Συνεχίζοντας η Επιτροπή αναφέρει το ότι η κρίση, περί του πότε θεωρείται ο πάροχος της βασικής υπηρεσίας εμπορευόμενος στην περίπτωση παροχής υπηρεσιών μεταξύ ομότιμων (peers), θα πρέπει να γίνεται ad hoc και βάσει των, κάθε φορά, σχετικών διατάξεων. Για την διευκόλυνση αυτής της, ad hoc, κρίσης η Επιτροπή αναφέρει πως ένας συνδυασμός των παρακάτω παραγόντων θα μπορούσε να φανεί χρήσιμος: α) Η συχνότητα της παροχής των υπηρεσιών, δηλαδή αν οι υπηρεσίες προσφέρονται μόνο σε ευκαιριακή βάση και όχι τακτικά. β) Το κίνητρο επιδίωξης κέρδους, σε αντιπαράθεση με τον σκοπό ανταλλαγής ικανοτήτων και περιουσιακών στοιχείων. Μάλιστα αναφέρεται πως οι πάροχοι που λαμβάνουν απλά αντιστάθμιση του κόστους για μία συναλλαγή δεν μπορεί να επιδιώκουν κέρδος. γ) Το ύψος του κύκλου εργασιών· όσο μεγαλύτερος είναι ο κύκλος εργασιών του παρόχου, είτε από μία είτε από περισσότερες συνεργατικές πλατφόρμες, τόσο μεγαλύτερη η πιθανότητα να θεωρηθεί εμπορευόμενος.⁶⁷ Λαμβάνοντας υπόψιν τους παραπάνω παράγοντες, φαίνεται πως οι χρήστες που παρέχουν μόνο ευκαιριακά και όχι επαγγελματικά τις υπηρεσίες και τα προϊόντα τους, δεν θα πρέπει να θεωρούνται «επιχειρήσεις» στα πλαίσια του Δικαίου Ελεύθερου Ανταγωνισμού.

⁶⁵ Βλ. ΔΕΚ υπόθεση 258/78, Nungesser v Commission, (1982), ECR 2015 και ΔΕΚ υπόθεση 35/85, BAT v Commission, (1985), ECR 363

⁶⁶ «Ανακοίνωση της επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών - Ευρωπαϊκή ατζέντα για μια συνεργατική οικονομία», COM(2016) 356 final, σελ. 5

⁶⁷ Ο.π. σελ.9

Αντίθετα, οι χρήστες- πάροχοι που παρουσιάζουν πιο οργανωμένη και συχνή δραστηριότητα στην πλατφόρμα, θα πρέπει να θεωρούνται επιχειρήσεις.

B.Σχέση πλατφόρμας-peers: ενιαία επιχειρηματική οντότητα;

Εκ πρώτης όψεως, συνεπώς, τόσο οι συνεργατικές πλατφόρμες όσο και οι χρήστες-πάροχοι φαίνονται να αποτελούν, για το δίκαιο του ανταγωνισμού, επιχειρήσεις, οι οποίες ασκούν διαφορετικές οικονομικές δραστηριότητες, και, γι' αυτό το λόγο, πιθανόν να αποτελούν μεταξύ τους «ανεξάρτητες επιχειρήσεις».

Οι δύο οικονομικές δραστηριότητες στις οποίες φαίνονται να δραστηριοποιούνται οι συμμετέχοντες στην συνεργατική οικονομία είναι οι εξής:

1. Η παροχή προϊόντων και υπηρεσιών. Αυτή είναι η συνήθης οικονομική δραστηριότητα που ασκούν οι χρήστες - πάροχοι.
2. Η διαμεσολάβηση μεταξύ ζήτησης και προσφοράς, η οποία επιτυγχάνεται με τη χρήση τεχνολογικών «εργαλείων». Αυτή την οικονομική δραστηριότητα ασκούν συνήθως οι πλατφόρμες.⁶⁸

Το παραπάνω συμπέρασμα όμως δεν είναι τόσο ασφαλές όσο φαίνεται. Ο τρόπος λειτουργίας των συνεργατικών πλατφορμών καθιστά, πολλές φορές, τα όρια μεταξύ των παραπάνω δύο οικονομικών δραστηριοτήτων, θολά. Άλλωστε, δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του αρθ.101 ΣΛΕΕ όλες οι συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων αλλά μόνο αυτές που πραγματοποιούνται ανάμεσα σε «ανεξάρτητες επιχειρήσεις», κάτι το οποίο δεν συμβαίνει αν τα μέρη της συμφωνίας είναι επιχειρήσεις που αποτελούν μέρος μίας «ενιαίας οικονομικής οντότητας». Επίσης, για να αντιμετωπιστεί, στα πλαίσια του ελεύθερου ανταγωνισμού, ένας ιδιώτης ως επιχείρηση θα πρέπει να «είναι ανεξάρτητη οικονομική μονάδα στις αγορές προϊόντων ή υπηρεσιών»⁶⁹. Θα πρέπει λοιπόν να εξεταστεί το πότε οι χρήστες και η πλατφόρμα αποτελούν δύο «ανεξάρτητες επιχειρήσεις» που ασκούν δύο, διαφορετικές, οικονομικές δραστηριότητες, και πότε η πλατφόρμα και οι χρήστες της αποτελούν μια «ενιαία οικονομική οντότητα-επιχείρηση», η οποία ασκεί δύο, συνδεδεμένες, οικονομικές δραστηριότητες.

Η κρίση, για το αν οι, παραπάνω, «παίχτες» του sharing economy ενεργούν ως μία ενιαία επιχείρηση, επηρεάζει τόσο την οριοθέτηση της σχετικής αγοράς, καθώς ανάλογα με το συμπέρασμα της κρίσης μπορεί να οριοθετηθούν είτε δύο ξεχωριστές αγορές είτε μία ενιαία, όσο και την ύπαρξη ή μη παράβασης του αρθ.101 ΣΛΕΕ, καθώς γίνεται δεκτό πως συμφωνίες

⁶⁸ G. Lougher/ S. Kalmanowicz, “EU Competition Law in the Sharing Economy”, Journal of European Competition Law & Practice, 2016, Vol. 7, No.2, σελ. 87

⁶⁹ Προτάσεις του Γενικού Εισαγγελέα F.G.Jacobs της 28^{ης} Ιανουαρίου 1999, Υπόθεση C-67/96, Albany International, παρ. 214

και συμπεριφορές που λαμβάνουν χώρα από διαφορετικούς παράγοντες μίας ενιαίας οικονομικής οντότητας δεν κρίνονται στα πλαίσια της εφαρμογής των κανόνων για τις συμπράξεις.

Η έννοια της «ενιαίας οικονομικής οντότητας» θα μπορούσε να γίνει ευκολότερα κατανοητή αν οριζόταν ως ο ελάχιστος συνδυασμός φυσικών και νομικών προσώπων, που απαιτείται να λειτουργήσει, ως σύνολο, για να ασκηθεί, από πλευράς του, μια ενιαία ανταγωνιστική πίεση στην αγορά⁷⁰. Αυτό συμβαίνει ιδίως όταν μία επιχείρηση ασκεί αποφασιστική επιρροή στις αποφάσεις μίας άλλης⁷¹. Συνεπώς, όταν μια επιχείρηση ασκεί αποφασιστική επιρροή σε μία άλλη επιχείρηση, με αποτέλεσμα να ελλείπει το στοιχείο της αυτοτέλειας και της ανεξάρτητης διαμόρφωσης της επιχειρηματικής λειτουργίας σε κάποια από τις δύο, τότε οι επιχειρήσεις αυτές αποτελούν ενιαία οικονομική οντότητα⁷².

Κατά την εξέταση του εάν ασκείται αποφασιστική επιρροή από μια επιχείρηση, θα πρέπει να ληφθούν υπόψιν όλοι οι οικονομικοί, οργανωτικοί και νομικοί δεσμοί μεταξύ των εταιρειών⁷³. Στα πλαίσια της σχέσης μεταξύ πλατφόρμας και χρηστών στην συνεργατική οικονομία θα πρέπει να εξεταστούν κυρίως οι όροι και προϋποθέσεις χρήσης της πλατφόρμας, οι οποίοι αποτελούν τους συμβατικούς όρους που διέπουν την σχέση, και οι τρόποι με τους οποίους η πλατφόρμα διασφαλίζει την εφαρμογή των όρων αυτών.

Η Επιτροπή, στα πλαίσια της αξιολόγησης σχετικά με το αν μια συνεργατική πλατφόρμα παρέχει μόνο υπηρεσίες διαμεσολάβηση ή και την βασική υπηρεσία, έθεσε κάποια κριτήρια για τον προσδιορισμό της ύπαρξης και του ύψους της επιρροής που ασκεί η πλατφόρμα στους χρήστες. Τα παραπάνω κριτήρια είναι: 1) Η τιμή: Εξετάζεται αν η πλατφόρμα επιβάλλει την τιμή που θα καταβάλει ο τελικός καταναλωτής στον χρήστη, 2)άλλοι συμβατικοί όροι: Εξετάζεται ο έλεγχος που ασκείται στον τρόπο παροχής της βασικής υπηρεσίας και 3)η κυριότητα των βασικών περιουσιακών στοιχείων: Εξετάζεται αν τα στοιχεία, που χρησιμοποιούνται στη βασική παροχή, ανήκουν στη πλατφόρμα. Επίσης, η Επιτροπή αναγνωρίζει ότι θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψιν και άλλα κριτήρια, όπως η ανάληψη των

⁷⁰ Obudu O. & Bailey D., “The single economic entity doctrine in EU Competition Law, 2014, CMLRev, Vol.51, σελ.1721

⁷¹ Ανακοίνωση της Επιτροπής — Κατευθυντήριες γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 101 της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης στις συμφωνίες οριζόντιας συνεργασίας, 2011/C 11/01, παρ.11.

⁷² Τριανταφυλλάκης Γ., «Δίκαιο Ελεύθερου Ανταγωνισμού», Νομική Βιβλιοθήκη 2011, σελ.78

⁷³ Βλ. ενδεικτικά: ΓενΔΕΕ υπόθεση T-399/09, HSE κατά επιτροπής,(2013), σκέψη 30

εμπορικών κινδύνων από την πλατφόρμα ή η ύπαρξη εργασιακής σχέσης μεταξύ πλατφόρμας-χρήστη.⁷⁴

I. Περιπτώσεις στις οποίες αναγνωρίζεται η ύπαρξη «ενιαίας οικονομικής οντότητας»

Από τη νομολογία των Ευρωπαϊκών Δικαστηρίων φαίνεται πως η έννοια της ενιαίας οικονομικής οντότητας έχει κριθεί πως υφίσταται σε πληθώρα διαφορετικών περιπτώσεων. Οι περιπτώσεις αυτές μπορούν να διαχωριστούν σε δύο κατηγορίες. Τις περιπτώσεις που στην ενιαία οικονομική οντότητα υπάγονται, αποκλειστικά, νομικά πρόσωπα, και στις περιπτώσεις που υπάγονται σε αυτήν τόσο νομικά όσο και φυσικά πρόσωπα.

Ενιαίες οικονομικές οντότητες που αποτελούνται αποκλειστικά από νομικά πρόσωπα έχει κριθεί ότι εντοπίζονται μεταξύ μητρικής και θυγατρικής εταιρείας, ιδίως όταν η μητρική κατέχει το 100% των μετοχών της θυγατρικής⁷⁵ ή όταν, ακόμα και αν δεν κατέχει το πλειοψηφικό πακέτο των μετοχών της, ασκεί αποφασιστική επιρροή σε αυτή μέσω της ισχυρής εκπροσώπησής της στο ΔΣ της θυγατρικής ή μέσω άλλων διοικητικών πρακτικών⁷⁶. Επίσης, οι «αδελφές» εταιρείες, που τελούν υπό την ιδιοκτησία ή τον έλεγχο της ίδια μητρικής, στο πλαίσιο ομίλου επιχειρήσεων, κρίνεται πως αποτελούν ενιαία οντότητα, και δεν θεωρούνται ανταγωνιστές στα πλαίσια της εφαρμογής των κανόνων ανταγωνισμού⁷⁷. Φαίνεται δύσκολο να υπάρξει, απευθείας, εφαρμογή των παραπάνω περιπτώσεων στις συνεργατικές πλατφόρμες καθώς αυτές διαφοροποιούνται, ως προς τα παραπάνω, με δύο τρόπους. Πρώτον, οι χρήστες-πάροχοι μιας πλατφόρμας, ακόμα και αν στα πλαίσια του Δικαίου Ανταγωνισμού θεωρηθούν επιχειρήσεις, δεν είναι νομικά πρόσωπα, σε αντίθεση με τις επιχειρήσεις οι οποίες κρίνονται υπό το ως άνω πλαίσιο του ομίλου επιχειρήσεων. Δεύτερον, στους ομίλους επιχειρήσεων η αποφασιστική επιρροή που ασκεί η μητρική εταιρεία βασίζεται στην ιδιοκτησιακή συμμετοχή της στις θυγατρικές, η οποία αποτελεί προϋπόθεση τόσο για να αποκτηθεί το πλειοψηφικό πακέτο μιας επιχείρησης όσο και για να υφίσταται δικαίωμα εκπροσώπησης της μητρικής στο ΔΣ της θυγατρικής. Αντίθετα, η σχέση μεταξύ πλατφόρμας και χρήστη είναι συμβατική.

Σε ό,τι αφορά την κατηγορία ενιαίων οικονομικών οντοτήτων στις οποίες συμμετέχουν τόσο φυσικά όσο και νομικά πρόσωπα, στην οποία είναι πολύ πιθανό να μπορούν να συμπεριληφθούν οι πλατφόρμες και οι χρήστες της συνεργατικής οικονομίας, τέσσερις κατηγορίες συμβατικών σχέσεων έχουν κριθεί ως ικανές να παρουσιάζουν την απαραίτητη έλλειψη οικονομικής

⁷⁴ «Ανακοίνωση της επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών - Ευρωπαϊκή ατζέντα για μια συνεργατική οικονομία», COM(2016) 356 final, σελ. 6

⁷⁵ Ο.π. σκέψη 15

⁷⁶ Βλ. ΓενΔΕΕ υπόθεση, *Fuji Electric Co. Ltd v Commission*, (2011), σκέψη 184

⁷⁷ Ανακοίνωση της Επιτροπής — Κατευθυντήριες γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 101 της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης στις συμφωνίες οριζόντιας συνεργασίας, 2011/C 11/01, παρ. 11

αυτονομίας μεταξύ των συμβαλλομένων: Οι σχέσεις εργοδότη-υπαλλήλου, η σχέση εμπορικής αντιπροσωπείας, οι συμβάσεις υπεργολαβίας και οι συμβάσεις franchising. Ο υπάλληλος, ο εμπορικός αντιπρόσωπος και ο υπεργολάβος ομοιάζουν στο ότι θεωρούνται εξωτερικά όργανα της επιχείρησης τα οποία, όμως, αποτελούν μέρος της δομής της και είναι υποχρεωμένα να ακολουθούν τις οδηγίες της⁷⁸. Ο δικαιούχος του franchise από την άλλη, θεωρείται πως δύναται να ασκήσει μόνο περιορισμένη αποφασιστική επιρροή επί της δραστηριότητας του δικαιούχου και, γι' αυτό το λόγο, οι συμβάσεις franchising γενικά αξιολογούνται στο πλαίσιο του αρθ.101 ΣΛΕΕ, αλλά η απαγόρευση του αρθ.101 ΣΛΕΕ δεν εφαρμόζεται μόνο ως προς τις συμβατικές ρήτρες που (i) είναι απαραίτητες για να εμποδιστούν οι ανταγωνιστές να επωφεληθούν από την τεχνογνωσία που μεταβιβάζεται και τη συνδρομή που παρέχεται από τον παραχωρητή και (ii) οργανώνουν τον απαραίτητο έλεγχο για τη διαφύλαξη της ταυτότητας και της καλής φήμης του δικτύου που συμβολίζεται με το διακριτικό γνώρισμα⁷⁹.

Η σχέση χρηστών-πλατφόρμας είναι σαφώς διαφορετική από την σχέση στα πλαίσια της σύμβασης franchising. Οι χρήστες δεν καταβάλλουν το σύνθημα, σε τέτοιου είδους συμβάσεις, αντίτιμο για την παροχή άδειας χρήσης των ΔΔΙ και της τεχνολογίας της πλατφόρμας, αλλά καταβάλλουν ένα ποσοστό από τα κέρδη τους ως πληρωμή για τις υπηρεσίες διαμεσολάβησης που λαμβάνουν.

Η εξαρτημένη εργασία «είναι από την ίδια της τη φύση το αντίθετο της ανεξάρτητης ασκήσεως οικονομικής ή εμπορικής δραστηριότητας»⁸⁰ και «Οι μισθωτοί Υπόκεινται στις εντολές του εργοδότη τους. Δεν προσφέρουν υπηρεσίες σε διαφορετικούς πελάτες, αλλά εργάζονται μόνο για έναν εργοδότη»⁸¹. Οι χρήστες του sharing economy όμως καθορίζουν μόνοι τους το πού, πότε και για πόσο χρονικό διάστημα παρέχουν τις υπηρεσίες τους. Επίσης, μπορούν να ενταχθούν ή να αποχωρήσουν από μία πλατφόρμα, ανά πάσα στιγμή, χωρίς κάποια συνέπεια. Τέλος, πολλοί χρήστες- πάροχοι εφαρμόζουν την πρακτική που ονομάζεται «multi-homing», δηλαδή συμμετέχουν και παρέχουν τις υπηρεσίες τους, παράλληλα, σε παραπάνω από μία πλατφόρμα. Δεν φαίνεται, λοιπόν, να υφίσταται σχέση υπαλλήλου- εργοδότη μεταξύ χρηστών και πλατφόρμας.

Βασικό κριτήριο για να μην υπάγονται στην εφαρμογή του αρθ.101 ΣΛΕΕ οι σχέσεις εμπορικής αντιπροσωπείας, είναι η ανάληψη των εμπορικών κινδύνων από τον αντιπροσωπευόμενο. Έχει

⁷⁸ Βλ. ΔΕΚ υπόθεση C-40/73, Suiker- Unie v Commission, (1975), σκ. 539 και ΔΕΚ υπόθεση C-22/98, Jean Claude Becu, (1999), σκ. 26

⁷⁹ ΔΕΚ υπόθεση C-161/84, Pronuptia, (1986), σκ. 27

⁸⁰ Προτάσεις του Γενικού Εισαγγελέα F.G.Jacobs της 28^{ης} Ιανουαρίου 1999, Υπόθεση C-67/96, Albany International, παρ. 215

⁸¹ Ο.π. υπος. 80

υποστηριχθεί ότι οι χρήστες τις συνεργατικής οικονομίας δεν μπορούν να χαρακτηριστούν εμπορικοί αντιπρόσωποι στα πλαίσια του δικαίου ανταγωνισμού, επειδή φέρουν ένα σημαντικό μέρος του εμπορικού κινδύνου⁸², όμως, κατά τη γνώμη του γράφοντος, μοιάζει μάλλον αμφίβολο να μπορεί να υποστηριχθεί κάτι τέτοιο. Δεν χρειάζεται όμως να γίνει εκτίμηση για το αν το γεγονός πως οι χρήστες στη συνεργατική οικονομία χρησιμοποιούν ιδίους πόρους για την παροχή των υπηρεσιών τους στοιχειοθετεί ανάληψη αρκετά υψηλού επιπέδου επιχειρηματικού κινδύνου εκ μέρους τους. Καθώς, σύμφωνα με την επιτροπή⁸³, δεν μπορεί να υπάρξει εμπορική αντιπροσωπεία όταν ο αντιπρόσωπος έχει την κυριότητα των, εμπορευόμενων, αγαθών ή όταν παρέχει ο ίδιος της υπηρεσίες που αφορά η σύμβαση. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι, ακόμα και αν θεωρηθεί πως υφίσταται σχέση εμπορικής αντιπροσωπείας, το αρθ.101 ΣΛΕΕ δύναται να εφαρμοστεί σε περίπτωση που η σύμβαση οδηγεί σε δημιουργία οριζόντιας σύμπραξης.⁸⁴

Η Επιτροπή έχει δημοσιεύσει ανακοίνωση σχετικά με την εφαρμογή των κανόνων ελεύθερου ανταγωνισμού στις συμβάσεις υπεργολαβίας⁸⁵. Σε αυτήν, αναφέρεται πως «οι συμβάσεις στις οποίες μία επιχείρηση, η οποία ονομάζεται ‘εργολάβος’, με ή χωρίς την συγκατάθεση τρίτου μέρους, εμπιστεύεται σε μία άλλη επιχείρηση, η οποία ονομάζεται ‘υπεργολάβος’, την παραγωγή προϊόντων, την παροχή υπηρεσιών ή την εκτέλεση έργου υπό τις οδηγίες του εργολάβου, το οποίο είτε παρέχεται στον εργολάβο είτε πραγματοποιείται εκ μέρους του, δεν υπάγονται, κατ’ αρχήν, στην απαγόρευση του αρθ.85(1)⁸⁶ ΣΕΚ»⁸⁷. Η ανάλυση των επιπτώσεων μίας τέτοιας σύμβασης, στον ανταγωνισμό, εκτείνονται πέραν του σκοπού της παρούσης, όμως, εκ πρώτης όψεως, η σχέση χρηστών-πλατφόρμας μπορεί, υπό συνθήκες, να ομοιάζει πολύ με υπεργολαβία. Σε αυτή τη περίπτωση, ο κρίσιμος παράγοντας είναι η ύπαρξη υψηλού βαθμού ελέγχου της πλατφόρμας επί των χρηστών. Αν ο βαθμός ελέγχου κριθεί επαρκής ώστε να θεωρηθεί ότι ο χρήστης-πάροχος είναι υπεργολάβος, τότε θα πρέπει να γίνει δεκτό ότι παρέχει την βασική υπηρεσία «εκ μέρους» της πλατφόρμας-εργολάβου.

Κατά τη γνώμη του γράφοντος, αν διαπιστωθεί ότι η πλατφόρμα ασκεί επαρκή βαθμό ελέγχου στους χρήστες της, ώστε να θεωρηθούν ως μια ενιαία οντότητα, η μεταξύ τους σχέση δείχνει να είναι πολύ κοντά στην έννοια της υπεργολαβίας. Βέβαια, δεν πρέπει να αποκλειστεί και το

⁸² G. Lougher/ S. Kalmanowicz, “EU Competition Law in the Sharing Economy”, Journal of European Competition Law & Practice, 2016, Vol. 7, No.2, σελ. 91

⁸³ Ανακοίνωση της Επιτροπής- Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, (2010), 2010/C 130/01, παρ.16

⁸⁴ Ο.π. παρ.20

⁸⁵ Commission notice of 18 December 1978 concerning its assessment of certain subcontracting agreements in relation to Article 85(1) of the EEC Treaty, OJ 1/2

⁸⁶ Ήδη αρθ.105 ΣΛΕΕ

⁸⁷ Ο.π υποσημείωση 85, παρ. 1

ενδεχόμενο, οι πλατφόρμες της συνεργατικής οικονομίας να έχουν δημιουργήσει ένα νέο μόνωμο σχέσεων μεταξύ της επιχείρησης και εξωτερικών οργάνων της, τα οποία αποτελούν μέρος της δομής της και σχηματίζουν ενιαία οντότητα με αυτήν. Αν συμβαίνει αυτό, το παραπάνω μόνωμο κείται μεταξύ της σχέσης υπεργολαβίας και της σχέσης εργοδότη-εργαζομένου και, ανάλογα με το ύψος του ασκούμενου, από την πλατφόρμα, ελέγχου, μπορεί να πλησιάζει περισσότερο ή λιγότερο προς ένα από αυτά τα είδη σχέσης.

II. Παραδείγματα τρόπου λειτουργίας πλατφορμών και εξέταση του βαθμού ελέγχου που ασκείται στους χρήστες- παρόχους

Από τα παραπάνω γίνεται κατανοητό πως ο πιο κρίσιμος παράγοντας, τόσο ως προς τον προσδιορισμό της πλατφόρμας και των χρηστών, ως δύο ανεξάρτητων επιχειρήσεων ή μιας ενιαίας όσο και ως προς το αν η πλατφόρμα δραστηριοποιείται μόνο στην παροχή υπηρεσιών διαμεσολάβησης ή και στην παροχή της βασικής υπηρεσίας, είναι ο βαθμός ελέγχου που ασκεί η εκάστοτε πλατφόρμα στους χρήστες.

Δεδομένης της πολυπλοκότητας του ζητήματος αλλά και των πολύ διαφορετικών μοντέλων λειτουργίας που εντοπίζονται μεταξύ διαφορετικών συνεργατικών πλατφορμών, κρίνεται αναγκαία η ad hoc κρίση επί του ζητήματος, βάσει των προαναφερθέντων κριτηρίων της Επιτροπής⁸⁸ και τον όρων χρήσης/τρόπου λειτουργίας της κάθε πλατφόρμας. Στις αμέσως επόμενες παραγράφους θα γίνει μια αξιολόγηση του βαθμού ελέγχου που υφίσταται σε μερικές από τις πιο δημοφιλείς συνεργατικές πλατφόρμες.

Η πλατφόρμα Uber είναι ίσως, συγκριτικά με τις υπόλοιπες μεγάλες συνεργατικές πλατφόρμες, η πλατφόρμα που ασκεί τον πιο έντονο και στενό έλεγχο στον τρόπο που οι χρήστες-πάροχοί της παρέχουν της υπηρεσίες τους στους τελικούς καταναλωτές. Η Uber θα μπορούσε, απλοϊκά, να χαρακτηριστεί ως ένα υποκατάστατο μιας παραδοσιακής εταιρείας ταξί, που ασχολείται με τις υπηρεσίες διαμεσολάβησης μεταξύ προσφοράς και ζήτησης, καθώς α) προσελκύει και διανέμει τη ζήτηση των πελατών και β) αναθέτει σε καθέναν από αυτούς έναν οδηγό. Όμως, μελετώντας ενδελεχώς τον τρόπο λειτουργίας της, γίνεται φανερό πως δεν περιορίζεται σε αυτές τις λειτουργίες.

Αρχικά, η Uber ορίζει η ίδια την τιμή του κομίστρου. Η τιμολόγηση γίνεται μέσω του αλγορίθμου της εφαρμογής, ο οποίος λαμβάνει υπόψη την χιλιομετρική απόσταση και τη διάρκεια της διαδρομής αλλά και παράγοντες όπως η αυξημένη ζήτηση εντός μιας γεωγραφικής περιοχής σε ένα συγκεκριμένο χρονικό σημείο, η οποία μπορεί για παράδειγμα να παρατηρηθεί σε ώρες αιχμής στα μεγάλα αστικά κέντρα. Η πλατφόρμα υποστηρίζει ότι η τιμή που ορίζει

⁸⁸ Κεφ. 3.B.0

αποτελεί τη μέγιστη τιμή και πως οι οδηγοί της μπορούν να αποκλίνουν από αυτήν προς τα κάτω, κάτι τέτοιο όμως δεν φαίνεται να ισχύει καθώς, πρώτον, δεν θα ήταν εμπορικά παραγωγικό για τους οδηγούς να κάνουν κάτι τέτοιο καθώς η προμήθεια της εταιρείας ορίζεται με βάση την τιμή του αλγορίθμου, οπότε οποιαδήποτε μείωση της τελικής τιμής επιβαρύνει αποκλειστικά τον οδηγό, και, δεύτερον, η πληρωμή πραγματοποιείται εξ' ολοκλήρου ηλεκτρονικά μέσω πιστωτικής κάρτας που συνδέεται με την πλατφόρμα και η εφαρμογή δεν παρέχει κάποια επιλογή στον οδηγό που να του επιτρέπει να μειώσει το κόμιστρο.

Η Uber απαιτεί οι οδηγοί και τα οχήματα, τα οποία αυτοί οδηγούν, να πληρούν ορισμένες προϋποθέσεις ώστε να τους επιτρέψει την συμμετοχή στην πλατφόρμα, συμμετέχοντας με αυτόν τον τρόπο στην επιλογή των οδηγών της⁸⁹. Επιπλέον, η Uber εμπλέκεται άμεσα και στον τρόπο με τον οποίο οι οδηγοί της παρέχουν τις υπηρεσίες τους. Σε κάποιες χώρες, η πλατφόρμα υποχρεώνει τους οδηγούς να επιτρέπουν στους χρήστες, τους οποίους μεταφέρουν, να ακούνε τη μουσική της επιλογής τους, ενώ, γενικά, «τιμωρεί» έμμεσα τους οδηγούς της αν αποφασίσουν να ακολουθήσουν κάποια παράκαμψη στη διαδρομή⁹⁰. Επίσης, η εφαρμογή χρησιμοποιεί αλγορίθμους που εντοπίζουν τις περιοχές με αυξημένη ζήτηση και στη συνέχεια ενημερώνει τους οδηγούς της ώστε να ανταποκριθούν αναλόγως. Εκτός των άνω, η Uber παρέχει συμβουλές, τόσο μέσω της εφαρμογής όσο και μέσω ομαδικών σεμιναρίων, στους οδηγούς της σχετικά με τους τρόπους που μπορούν να χρησιμοποιούν την εφαρμογή για να είναι πιο αποδοτικοί και να μεγιστοποιήσουν τα κέρδη τους. Συχνό φαινόμενο επίσης αποτελεί η οργάνωση συναντήσεων από την Uber, ιδίως σε πόλεις στις οποίες απολαμβάνει ισχυρή παρουσία, με σκοπό την συνάντηση ομάδων οδηγών της πλατφόρμας με στελέχη της επιχείρησης και την προβολή των παρατηρήσεων και των παραπόνων των πρώτων. Τέλος, αν κάποιος οδηγός συγκεντρώσει αρκετά χαμηλές αξιολογήσεις, από τους υπόλοιπους χρήστες, η πλατφόρμα διακόπτει την πρόσβασή του και την δυνατότητα χρήσης της από αυτόν.

Από τα παραπάνω γίνεται αντιληπτό πως ο τρόπος λειτουργίας της Uber επηρεάζει, σε μεγάλο βαθμό, τον τρόπο που οι οδηγοί της παρέχουν τις υπηρεσίες οδήγησης. Είναι, λοιπόν, αρκετά πιθανό να γίνει δεκτό πως η Uber ασκεί, μέσω της λειτουργίας της, de facto ικανοποιητικό

⁸⁹ Η Uber παρέχει πληθώρα υπηρεσιών, τις οποίες ονοματίζει διαφορετικά, με βάση το αν ο οδηγός είναι ιδιώτης ή επαγγελματίας αλλά και τον τύπο (πχ. UberXL- Vans/SUVs) ή την αξία (UberLUX-λιμουζίνες) του οχήματος.

⁹⁰ Η Uber παρέχει στον χρήστη, που αιτείται την μετακίνηση, μία ενδεικτική τιμή βάσει της χιλιομετρικής απόστασης της διαδρομής. Ο αλγόριθμος της πλατφόρμας τιμολογεί την απόσταση πολύ περισσότερο, αναλογικά, από ότι τον χρόνο που διαρκεί η διαδρομή. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα αν ένας οδηγός παρεκκλίνει από την προτεινόμενη διαδρομή, πχ. Επειδή υπάρχει μπουτιλιάρισμα στο κέντρο της πόλης, και ακολουθήσει μία μεγαλύτερη διαδρομή, η οποία θα επιτρέψει στον πελάτη να φτάσει πιο γρήγορα στον προορισμό του, η τελική χρέωση να είναι ακόμα και τριπλάσια από την πρόβλεψη της εφαρμογής. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την πολύ χαμηλή βαθμολόγηση του οδηγού από τον πελάτη, καθώς η πλατφόρμα ενημερώνει τους πελάτες πως για την επιπλέον χρέωση μπορεί να ευθύνεται η απόφαση του οδηγού (βλ. <https://help.uber.com/riders/article/my-upfront-fare-was-not-honoured?nodeId=ff65490e-2ffb-41cf-a709-4611521c7b24>)

βαθμό ελέγχου στους χρήστες-παρόχους της ώστε να θεωρείται ενιαία οικονομική οντότητα με αυτούς και να παρέχει τόσο την υπηρεσία διαμεσολάβησης όσο και την βασική υπηρεσία μεταφοράς.

Η πλατφόρμα TaskRabbit είναι πολύ διαδεδομένη ιδίως στην αγορά των ΗΠΑ. Ο στόχος της λειτουργίας της είναι να αντιστοιχίζει τους, ενδιαφερόμενους χρήστες, με χρήστες-παρόχους, τους οποίους ονοματίζει «taskers», που παρέχουν διάφορες καθημερινές υπηρεσίες όπως επισκευές, μετακομίσεις και καθαρισμό χώρων. Αν και η πλατφόρμα ζητάει κάποια έγγραφα για να επιτρέψει στον χρήστη να χαρακτηριστεί ως «tasker», δεν του ορίζει το είδος των εργασιών που μπορεί να πραγματοποιήσει. Επίσης, η πλατφόρμα δεν εμπλέκεται στον τρόπο παροχής της υπηρεσίας από τον χρήστη και δεν αποκλείει τους «taskers», με χαμηλές αξιολογήσεις, από την πλατφόρμα. Τέλος η πλατφόρμα δεν ορίζει τις τιμές αλλά επιτρέπει στους χρήστες να τις ορίζουν οι ίδιοι. Με βάση τα παραπάνω, το TaskRabbit δεν είναι ιδιαίτερα πιθανό να θεωρηθεί πως ασκεί αποφασιστική επιρροή επί των χρηστών-παρόχων του, άρα είναι μάλλον πρόπον να θεωρηθεί ξεχωριστή επιχείρηση από αυτούς, η οποία παρέχει υπηρεσίες διαμεσολάβησης.

Γ. Σχετική αγορά και αγορές διπλής όψης.

Ι.Κρίσιμοι παράγοντες

Κατά τον προσδιορισμό της σχετικής αγοράς το βασικό κριτήριο αξιολόγησης είναι η υποκαταστασιμότητα, από πλευράς ζήτησης, μεταξύ των αγαθών ή των υπηρεσιών των ανταγωνιστών⁹¹. Ο βασικός τρόπος για την αξιολόγηση της ύπαρξης της υποκαταστασιμότητας στις παραδοσιακές, μονόπλευρες, αγορές είναι το SSNIP test, το οποίο εντοπίζει το επίπεδο στο οποίο κινείται η σταυροειδής ελαστικότητα της ζήτησης μεταξύ των προϊόντων/υπηρεσιών. Το παραπάνω τεστ χρησιμοποιεί, ως βάση του, την τιμή του προϊόντος και εξετάζει κατά πόσο μια μικρή ποσοστιαία αύξηση της τιμής του προϊόντος Α είναι ικανή να οδηγήσει σε μία ποσοστιαία αύξηση της ζήτησης του προϊόντος Β.

Οι αγορές του sharing economy όμως είναι αγορές διπλής όψεως και ο προσδιορισμός της σχετικής αγοράς, σε αυτές, μπορεί να αποτελέσει πιο σύνθετη άσκηση. Αν, για παράδειγμα, ληφθεί υπόψιν μόνο η μία πλευρά της αγοράς, η οριοθέτηση θα είναι εσφαλμένη και θα προσδιορισθεί σχετική αγορά πολύ στενότερη της πραγματικής⁹². Η εφαρμογή του παραδοσιακού SSNIP test δεν φαίνεται, όμως, να είναι ικανή να προσδιορίσει με ακρίβεια την σχετική αγορά όταν εφαρμοστεί σε αγορές διπλής όψεως, όπως αυτές της συνεργατικής

⁹¹ Ανακοίνωση της Επιτροπής όσον αφορά τον ορισμό της σχετικής αγοράς για τους σκοπούς του κοινοτικού δικαίου ανταγωνισμού (97/C 372/03), της 9.12.1997, παρ.7

⁹² Filistrucchi, Lapo and Geradin, Damien and van Damme, Eric E.C., Identifying Two-Sided Markets (February 21, 2012). TILEC Discussion Paper No. 2012-008, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2008661, σελ.2

οικονομίας. Κρίνεται αναγκαίο, επομένως, το SSNIP τεστ να εφαρμοστεί κατά τρόπο που να λαμβάνει υπόψιν τις ιδιαιτερότητες των αγορών δύο όψεων, όπως τις εξωτερικότητες⁹³ και τα έμμεσα αποτελέσματα δικτύου της πλατφόρμας⁹⁴, και το γεγονός της πιθανής ύπαρξης μηδενικής τιμής στην μία πλευρά της αγοράς, το οποίο είναι ικανό να καταστήσει παντελώς ανακριβή την ανάλυση βάσει του παραδοσιακού τεστ. Επίσης, θα πρέπει να συνυπολογίζεται το γεγονός πως οι συνεργατικές πλατφόρμες δραστηριοποιούνται συχνά σε αγορές με έντονο στοιχείο καινοτομίας. Πρέπει, τέλος, να συνυπολογιστεί ότι πολλές φορές οι πλατφόρμες δεν χρεώνουν τους χρήστες για την πρόσβαση σε αυτές, με αποτέλεσμα ο ανταγωνισμός, μεταξύ των πλατφορμών, να πραγματοποιείται στη βάση άλλων χαρακτηριστικών, όπως η ποιότητα, η γεωγραφική κάλυψη, ο σεβασμός της ιδιωτικότητας και η προστασία των δεδομένων.

Με βάση τα παραπάνω, κατά τον προσδιορισμό της σχετικής αγοράς στην συνεργατική οικονομία θα πρέπει να συνεκτιμώνται και να έχουν βαρύτητα, πέραν της τιμής, παράγοντες όπως η υποκαταστασιμότητα από την πλευρά της προσφοράς, ο ανταγωνισμός ως προς τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των παροχών και η ένταση της καινοτομίας στην αγορά⁹⁵.

II. Μία ή δύο σχετικές αγορές;

Ένα από τα βασικά ζητήματα, που έχουν απασχολήσει θεωρία και νομολογία, είναι το αν κατά την αξιολόγηση των αγορών διπλής όψεως θα πρέπει να οριστεί μία ενιαία σχετική αγορά ή δύο σχετικές αγορές, μία για κάθε πλευρά της πλατφόρμας. Φαίνεται πως κρίσιμο στοιχείο για την απάντηση, που θα δοθεί, είναι το αν η 2-sided αγορά είναι συναλλακτική ή μη συναλλακτική. Όπως προαναφέρθηκε⁹⁶, οι πλατφόρμες της συνεργατικής οικονομίας αποτελούν συναλλακτικές αγορές διπλής όψης.

Το ζήτημα είναι πολύπλοκο και οι απόψεις, επ' αυτού δίστανται. Όμως, υποστηρίζεται σε μεγάλο βαθμό ότι, σε περίπτωση που η πολύπλευρη αγορά είναι συναλλακτική, θα πρέπει να ορίζεται μία σχετική αγορά⁹⁷. Μία τάση που εντοπίζεται σε πρόσφατες αποφάσεις των διαφόρων Αρχών Ανταγωνισμού, φαίνεται να υποστηρίζει την παραπάνω άποψη.

Η Επιτροπή, στην απόφαση για την υπόθεση Travelworld/Worldspan, αναγνώρισε την ύπαρξη μίας σχετικής δίπλευρης αγοράς, παγκόσμιων συστημάτων διανομής (Global Distribution Systems- GDS), τα οποία ορίστηκαν ως συναλλακτικές πλατφόρμες που επιτρέπουν την

⁹³ Βλ. παραπάνω Κεφ. 2.Β.ΙΙ

⁹⁴ Βέττας Ν., Κατσουλάκος Ι. «Πολιτική Ανταγωνισμού και Ρυθμιστική Πολιτική», ΤΥΠΟΘΗΤΩ, 2004, σελ.71-73

⁹⁵ Russo F., Stasi Maria L., “Defining the relevant market in the sharing economy”, Internet Policy Review, June 2016, Vol.5, Issue 2, σελ. 6-8

⁹⁶ Βλ. παραπάνω, Κεφ 2.Β.Ι

⁹⁷ Filistrucchi, Lapo and Geradin, Damien and van Damme, Eric E.C., Identifying Two -Sided Markets (February 21, 2012). TILEC Discussion Paper No. 2012-008, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2008661 , σελ.10

συναναστροφή ανάμεσα σε παρόχους υπηρεσιών ταξιδιού (ξενοδοχείων, αεροδρομίων κλπ.) και τουριστικών πρακτόρων⁹⁸. Παρομοίως, στην υπόθεση Google/DoubleClick⁹⁹, η Επιτροπή εντόπισε μία σχετική αγορά διπλής όψεως, για την διαμεσολάβηση μεταξύ εκδοτών και διαφημιστών.

Παρά τα παραπάνω, η Επιτροπή αποφάσισε, σε έναν αριθμό υποθέσεων που αφορούσαν πιστωτικές κάρτες¹⁰⁰, πως υφίσταντο δύο σχετικές αγορές. Βέβαια, οι σύνθετες δομές που παρουσιάζονταν στις συγκεκριμένες αγορές, με προγράμματα πιστωτικών καρτών στα οποία συμμετείχαν ακόμα και τέσσερις διαφορετικές πλευρές ταυτόχρονα, αύξησαν την πολυπλοκότητα της ανάλυσης στις συγκεκριμένες αποφάσεις¹⁰¹. Έτσι, φαίνεται μάλλον πιο πιθανό, η αξιολόγηση της αγοράς στις άνω αποφάσεις να θεωρηθεί εξαίρεση ως προς τον τρόπο αντιμετώπισης της αγοράς.

Συνεπώς, οι συνεργατικές πλατφόρμες φαντάζει ορθότερο να θεωρηθούν ενεργές σε μία αγορά, η οποία, συνήθως, είναι η αγορά διαμεσολάβησης για την παροχή της υποκείμενης/βασικής υπηρεσίας ή προϊόντος.

III.σχετική αγορά: διαμεσολάβησης ή υποκείμενης παροχής.

Στις σημερινές αγορές, στις οποίες συχνά συμμετέχουν ως «παίχτες» και ασκούν ανταγωνιστικές επιρροές επιχειρήσεις οι οποίες παρέχουν τις υπηρεσίες τους, σχεδόν εξ ολοκλήρου διαδικτυακά, γίνεται δεκτό πως ο ανταγωνισμός πλέον δεν λαμβάνει χώρα μόνο στο επίπεδο της παροχής μίας βασικής υπηρεσίας, αλλά και στο επίπεδο της διαμεσολάβησης για την αντιστοίχιση της προσφοράς με τη ζήτηση για την υπηρεσία αυτή. Έτσι η παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικής διαμεσολάβησης, δικαίως, έχει αναδειχθεί σε ένα νέο είδος ανεξάρτητης οικονομικής δραστηριότητας, ικανής να δημιουργήσει καινούριες σχετικές αγορές. Οι παραπάνω αποφάσεις¹⁰² οδηγούν στο συμπέρασμα ότι, εκ πρώτης όψεως, οι συνεργατικές πλατφόρμες δραστηριοποιούνται σε τέτοιου είδους σχετικές αγορές (διαμεσολάβησης).

⁹⁸ Travelport/Worldspan (Case COMP/M.4523) Commission Decision [2007] OJ L 314, παρ. 9-11

⁹⁹ Google/DoubleClick (Case COMP/M.4731) Commission Decision [2008] OJ C 184, παρ. 20-23

¹⁰⁰ Βλ. MasterCard (Case COMP/34.579), EuroCommerce (Case COMP/36.518), and Commercial Cards (Case COMP/38.580) Commission Decision [2007], και επίσης Visa MIF (Case COMP/39.398) Commission Decision [2011] OJ C 79/8

¹⁰¹ Βλ. και G. Lougher/ S. Kalmanowicz, “EU Competition Law in the Sharing Economy”, Journal of European Competition Law & Practice, 2016, Vol. 7, No.2, σελ. 92

¹⁰² Βλ. παραπάνω, υποσημειώσεις 98 και 99

Όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο όμως¹⁰³, αποτελέσματα ερευνών, αποδεικνύουν πως η λειτουργία μιας συνεργατικής πλατφόρμας μπορεί να ασκήσει εμφανείς ανταγωνιστικές πιέσεις σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην σχετική αγορά της βασικής υπηρεσίας.

Επίσης, είναι αρκετά πιθανό να εντοπίζεται υποκαταστασιμότητα από πλευράς ζήτησης αλλά και προσφοράς μεταξύ των βασικών υπηρεσιών που προσφέρονται δια της διαμεσολάβησης της πλατφόρμας, και των υπηρεσιών που παρέχονται από παραδοσιακές επιχειρήσεις σε παρεμφερείς, υποκείμενες, αγορές.

Για παράδειγμα, εξετάζοντας κανείς την λειτουργία της πλατφόρμας Uber στην Αγγλία, παρατηρεί τα ακόλουθα. Από πλευράς υποκαταστασιμότητας ζήτησης: i) ως προς τα ταξί, ο πελάτης μπορεί να «σταματήσει» ένα ταξί στον δρόμο ή μέσω εφαρμογής χωρίς να επικοινωνήσει με κάποια εταιρεία προμισθωμένων ταξί. Η εφαρμογή της Uber παρέχει μία εναλλακτική επιλογή για την επίτευξη του ίδιου αποτελέσματος, καθώς ο χρήστης μπορεί να δει την τοποθεσία των διαθέσιμων οχημάτων και να «σταματήσει» μέσω της εφαρμογής το κοντινότερο σε αυτόν όχημα, για να πραγματοποιήσει την μεταφορά του. ii) ως προς την αγορά προμισθωμένων οχημάτων αστικών μεταφορών, η Uber ομοιάζει πολύ με τον τρόπο που λειτουργούν οι οδηγοί σε αυτή την αγορά καθώς για να παρέχουν υπηρεσίες οι οδηγοί και των δύο, πρέπει πρώτα να γίνει «κράτηση» από τον πελάτη και επιπλέον το σημείο παραλαβής και ο τελικός προορισμός του πελάτη να έχουν συμφωνηθεί πριν να εισέλθει στο όχημα. Από πλευράς υποκαταστασιμότητας προσφοράς: i) οι οδηγοί της Uber συμπεριφέρονται όπως ακριβώς και οι οδηγοί ταξί, υπό την έννοια πως είναι πολύ πιθανό να συγκεντρώνονται σε περιοχές που συγκεντρώνουν μεγάλο αριθμό ανθρώπων, ώστε να αυξήσουν τις πιθανότητες τους να βρουν πελάτες, λόγω του ότι η αντιστοίχιση με τους πελάτες γίνεται με βάση το πόσο κοντά τους βρίσκονται. ii) από την άλλη, οι οδηγοί προμισθωμένων οχημάτων υποχρεούνται να λειτουργούν μέσω διαχειριστών ιδιωτικών μισθώσεων οχημάτων (PHO)· η Uber, στο Λονδίνο, θεωρείται PHO. Επίσης, οι οδηγοί της Uber οφείλουν να κατέχουν άδεια ίδιας κατηγορίας με τους οδηγούς προμισθωμένων οχημάτων και όχι με τους οδηγούς ταξί. Βάσει της άνω ανάλυσης των υποκαταστασιμότητων προσφοράς και ζήτησης, μπορεί να υποστηριχθεί ότι οι οδηγοί της Uber, στην Αγγλία, ασκούν ανταγωνιστικές πιέσεις τόσο στην αγορά ταξί όσο και στην αγορά προμισθωμένων αστικών μεταφορών.

¹⁰³ Βλ. έρευνα για τα αποτελέσματα της πλατφόρμας Airbnb, κεφ. 2.Γ.ΙΙΙ και Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. W. (2017). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Journal of Marketing Research*, 54(5), 687–705.

Η ύπαρξη των παραπάνω παραγόντων σε κάποιες από τις συνεργατικές πλατφόρμες οδηγεί στο ερώτημα αν είναι ορθότερο να υποστηρίζεται ότι αυτές δραστηριοποιούνται στην αγορά υπηρεσιών διαμεσολάβησης ή στην υποκείμενη αγορά της βασικής παροχής.

Η Αρχή Ανταγωνισμού του Ηνωμένου Βασιλείου, κατά την εξέταση πραγματοποιηθείσας συγκέντρωσης μεταξύ δύο εταιρειών ταξί, επικέντρωσε την ανάλυσή της στην υποκείμενη αγορά υπηρεσιών μεταφορών (η οποία περιλαμβάνει τα ταξί και τα προμισθωμένα οχήματα), μέρος της οποίας θεώρησε πως είναι και η διαμεσολάβηση, και συμπεριέλαβε την Uber στους ανταγωνιστές των υπό εξέταση επιχειρήσεων¹⁰⁴.

Αν και εκ πρώτης η προσέγγιση της Βρετανικής Αρχής Ανταγωνισμού φαίνεται να είναι ασυμβίβαστη με την στάση της Επιτροπής στην απόφαση Google/DoubleClick¹⁰⁵, κατά τη γνώμη του γράφοντος, δεν είναι απαραίτητο να ισχύει κάτι τέτοιο.

Θα πρέπει να γίνει κατανοητό ότι σε μία αγορά μπορούν να υπάρχουν και να ακολουθούνται παραπάνω από ένα επιχειρηματικά μοντέλα. Αυτό μπορεί να σημαίνει πως μία επιχείρηση ανταγωνίζεται στην ίδια αγορά με επιχειρήσεις που ακολουθούν διαφορετικό επιχειρηματικό μοντέλο.

Επίσης, ο Γενικός Εισαγγελέας Wahl, σχετικά με την αγορά προμισθωμένων οχημάτων, είχε σημειώσει στις προτάσεις του για την υπόθεση Eventech πως «με δεδομένη τη συνεχή εξέλιξη της τεχνολογίας, είναι ζήτημα χρόνου να αποδειχθεί κατά πόσον οι σύγχρονες συσκευές κινητών τηλεφώνων (καθώς και οι διάφορες τηλεφωνικές εφαρμογές που επινοούνται από τους έχοντες την εκμετάλλευση των black cabs και των PHVs) μπορούν να επιφέρουν καθοριστικές αλλαγές στη δομή της συγκεκριμένης αγοράς»¹⁰⁶.

Από τα παραπάνω, σε συνδυασμό με το γεγονός πως οι συνεργατικές πλατφόρμες συχνά βασίζονται σε καινοτόμα επιχειρηματικά μοντέλα και λειτουργούν ως «disruptive innovators», διασπώντας τις παραδοσιακές αγορές, μπορεί να υποστηριχθεί πως μία συνεργατική πλατφόρμα, η οποία εισάγει ένα καινούριο επαναστατικό επιχειρηματικό μοντέλο μπορεί, υπό συνθήκες, να επιφέρει τέτοιο βαθμό διάσπασης στην παραδοσιακή αγορά ώστε i) να πρέπει να θεωρηθεί ότι πλέον η πλατφόρμα δραστηριοποιείται στην αγορά παροχής της υποκείμενης βασικής υπηρεσίας, στη βάση ενός νέου επιχειρηματικού μοντέλου που συμπεριλαμβάνει και τις

¹⁰⁴ Βλ. Completed Acquisition by Sheffield City Taxis Limited of certain assets and business of Mercury Taxis (Sheffield) Limited (Case ME/6548-15) Competition and Markets Authority [2015], παρ. 59

¹⁰⁵ Βλ. παραπάνω, υποσημείωση 99

¹⁰⁶ Προτάσεις του Γενικού Εισαγγελέα ΔΕΕ Nils Wahl, για την υπόθεση C-518/13, The Queen, κατόπιν αιτήσεως της Eventech Ltd v The Parking Adjudicator, [2015], υποσημείωση 26

υπηρεσίες διαμεσολάβησης ή ii) να αλλάζει τη δομή όλων των παρακείμενων παραδοσιακών αγορών σε τέτοιο βαθμό, ώστε να δημιουργείται μια νέα ενιαία αγορά που περιλαμβάνει τόσο τις υπηρεσίες διαμεσολάβησης όσο και τις υποκείμενες υπηρεσίες, στην οποία δραστηριοποιείται τόσο η πλατφόρμα όσο και όλοι οι συμμετέχοντες στις αγορές που υπέστησαν τη διάσπαση.

Τέλος, μπορεί να φανούν ιδιαιτέρως κατατοπιστικές, για την οριοθέτηση της σχετικής αγοράς, οι προτάσεις του Γενικού Εισαγγελέα Szpunar¹⁰⁷, τις οποίες υιοθέτησε και το Δικαστήριο στην απόφασή του, σε πρόσφατη υπόθεση, σχετική με τη λειτουργία της Uber στην Ισπανία, η οποία εξετάστηκε ενώπιον του ΔΕΕ¹⁰⁸. Αν και η παραπάνω υπόθεση δεν κρίθηκε στα πλαίσια του Δικαίου Ελεύθερου Ανταγωνισμού, τόσο τα ερωτήματα που εξετάστηκαν όσο και οι απόψεις που εκφράστηκαν θα μπορούσαν να τύχουν εφαρμογής και στα πλαίσια του Δικαίου Ανταγωνισμού, ιδίως σε ό,τι αφορά τον προσδιορισμό της σχετικής αγοράς στην συνεργατική οικονομία.

Το δικαστήριο κλήθηκε να απαντήσει σε προδικαστικό ερώτημα, που του απηύθυνε το 3^ο Εμποροδικείο της Βαρκελώνης¹⁰⁹, σχετικά με το αν η Uber, στο πλαίσιο αξιολόγησης περί του αν έχει υποχρέωση συμμόρφωσης με τις αντίστοιχες κανονιστικές διατάξεις, αποτελεί α) επιχείρηση που δραστηριοποιείται στον τομέα των μεταφορών, β) ηλεκτρονική υπηρεσία διαμεσολάβησης ή γ) υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας. Η υπόθεση θα αναλυθεί, ενδελεχώς, σε επόμενο κεφάλαιο¹¹⁰, αλλά στα πλαίσια του παρόντος κεφαλαίου έχουν ιδιαίτερη σημασία τα παρακάτω.

Ο Γενικός Εισαγγελέας θεώρησε πως η Uber αποτελεί υπηρεσία του τομέα των μεταφορών, η οποία προσφέρει μία ενιαία παροχή η οποία περιλαμβάνει τόσο την αναζήτηση διαθέσιμου οδηγού όσο και την παροχή της μεταφοράς, *stricto sensu*¹¹¹.

Όμως, αναγνώρισε ότι η αξιολόγηση αυτή δεν θα κατέληγε στο ίδιο συμπέρασμα, αν γινόταν, βάσει της λειτουργίας άλλων ηλεκτρονικών πλατφορμών, όπως αυτές που δραστηριοποιούνται στην διαμεσολάβηση για κράτηση ξενοδοχείων ή για την αγορά αεροπορικών εισιτηρίων¹¹²¹¹³.

¹⁰⁷ Προτάσεις του Γενικού Εισαγγελέα του ΔΕΕ Maciej Szpunar της 11ης Μαΐου 2017, Υπόθεση C-434/15, Asociación Profesional Elite Taxi κατά Uber Systems Spain, SL

¹⁰⁸ Απόφαση του ΔΕΕ της 20-12-2017, Υπόθεση C-434/15, Asociación Profesional Elite Taxi κατά Uber Systems Spain, SL

¹⁰⁹ Juzgado de Mercantil no 3 de Barcelona

¹¹⁰ Βλ. παρακάτω, Κεφ.6

¹¹¹ Ο.π. υπος. 107, παρ. 67

¹¹² Αναφερόταν σε , μη συνεργατικές πλατφόρμες, όπως η booking.com ή η το skyscanner, οι οποίες παρέχουν υπηρεσίες διαμεσολάβησης σε επιχειρήσεις παραδοσιακών αγορών.

¹¹³ Ο.π. υπος. 107, παρ. 57-60

Τέλος, παρέθεσε τα κριτήρια¹¹⁴, βάσει των οποίων έκρινε την διαφορετικότητα της λειτουργίας της Uber, που είναι ικανά να υποδείξουν τότε μια ηλεκτρονική πλατφόρμα προσφέρει καθαρά υπηρεσίες διαμεσολάβησης και τότε προσφέρει μία μεικτή υπηρεσία, διαμεσολάβησης και υποκειμένης παροχής, κύριο αντικείμενο της οποίας θα πρέπει να θεωρηθεί αυτό της παροχής της υποκειμένης-βασικής υπηρεσίας. Τα δύο αυτά κριτήρια έκρινε πως είναι τα εξής: i) Πρώτον, η Uber δεν παρέχει απλά διαμεσολάβηση για μια παραδοσιακή αγορά αλλά δημιούργησε μία καινούρια αγορά, είναι δηλαδή market maker. Καθώς, χωρίς αυτήν, «οι οδηγοί της δεν θα ήταν σε θέση να παράσχουν τις υπηρεσίες μεταφοράς, τα δε άτομα που επιθυμούν να μετακινηθούν εντός πόλης δεν θα είχαν πρόσβαση στις υπηρεσίες των οδηγών»¹¹⁵. ii) Δεύτερον, και μάλλον σημαντικότερο, η Uber, δια του τρόπου λειτουργίας της, «ασκεί αποφασιστική επιρροή επί των όρων παροχής της υπηρεσίας των οδηγών».

Δ. Ενδιάμεσα συμπεράσματα

Από την παραπάνω ανάλυση, γίνεται φανερό, πως η συνεργατική οικονομία εγείρει πολλά και δυσεπίλυτα ζητήματα ως προς την οριοθέτηση της σχετικής αγοράς στα πλαίσια του Δικαίου Ανταγωνισμού. Προβληματισμοί υφίστανται τόσο για το αν, και τότε, η πλατφόρμες και οι χρήστες τους αποτελούν «ανεξάρτητες επιχειρήσεις» και τότε «ενιαίες οικονομικές οντότητες», όσο και για το ποια είναι η σχετική αγορά που πρέπει να οριστεί. Η διμερής φύση των συνεργατικών πλατφορμών, σε συνδυασμό με την πιθανότητα, οι πλατφόρμες, να συμπεριφέρονται ως «disruptive innovators» και να επιφέρουν διάσπαση στις παραδοσιακές αγορές, κάνουν ακόμα πιο πολύπλοκη την παραπάνω κρίση.

Θα ήταν, ομολογουμένως, πολύ πρακτικό, από άποψη ευκολίας εφαρμογής των κανόνων του ελεύθερου ανταγωνισμού, να γίνει δεκτή μια ενιαία αντιμετώπιση της συνεργατικής οικονομίας, στα πλαίσια της επίλυσης των άνω ζητημάτων. Δεδομένου όμως, του γεγονότος πως το φαινόμενο της συνεργατικής οικονομίας βρίσκεται ακόμα στα πρώτα στάδια της λειτουργίας του και εξελίσσεται με ραγδαίους ρυθμούς, με αποτέλεσμα να αλλάζει ταχύτατα η μορφή του και τα αποτελέσματά του στην αγορά, η υιοθέτηση μιας ενιαίας και τυποποιημένης αντιμετώπισης των ζητημάτων που ανακύπτουν από το sharing economy, δεν φαντάζει ούτε εύκολη ούτε αποτελεσματική. Η διαφορετική αντιμετώπιση που επιφυλάσσουν, μέχρι στιγμής, στις συνεργατικές πλατφόρμες οι έννομες τάξεις διαφόρων κρατών, καθώς και ο ελάχιστος αριθμός υποθέσεων επί του θέματος, που έχουν κριθεί, μέχρι στιγμής, νομολογιακά, τείνουν να υποστηρίξουν το παραπάνω συμπέρασμα. Κρίνεται λοιπόν φρονιμότερο να γίνεται ad hoc

¹¹⁴ Τα οποία υιοθέτησε στην συνέχεια και το Δικαστήριο στην απόφαση του.

¹¹⁵ Ο.π. υποσ. 108, σκ. 39

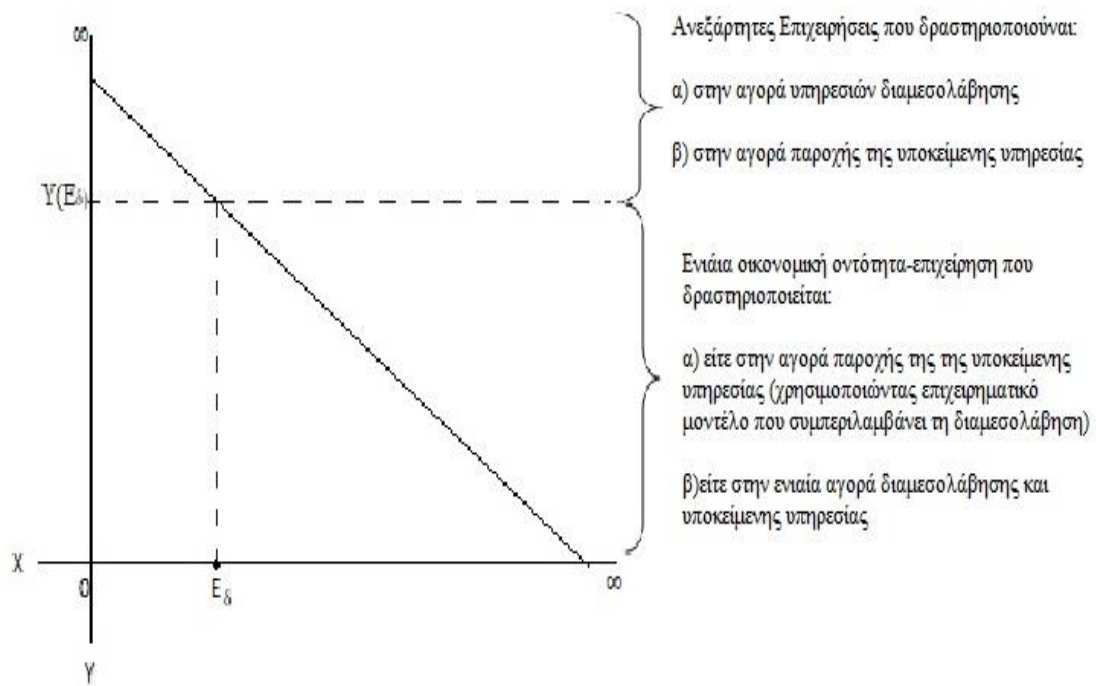
έλεγχος της κάθε περίπτωσης, βάσει του τρόπου λειτουργίας της πλατφόρμας και των κριτηρίων που αναφέρθηκαν στο παρόν κεφάλαιο της εργασίας.

Κατά την γνώμη του γράφοντος, ίσως ο πιο βασικός παράγοντας που αναλύθηκε, είναι αυτός του βαθμού ελέγχου που ασκεί η πλατφόρμα στους χρήστες της μέσω της λειτουργίας της και των όρων χρήσης που τους επιβάλλει. Ο βαθμός ελέγχου μπορεί να έχει επιρροή τόσο στο αν η πλατφόρμα και οι χρήστες αποτελούν «ανεξάρτητες επιχειρήσεις» ή «ενιαία οικονομική οντότητα» όσο και, αν γίνει δεκτό ότι η κρίση στην απόφαση Uber¹¹⁶ μπορεί να έχει εφαρμογή σε ζητήματα Δικαίου Ανταγωνισμού, στο τί είδους υπηρεσίες παρέχει η πλατφόρμα και, συνεπώς, σε ποια σχετική αγορά δραστηριοποιείται.

Κατά την ad hoc κρίση λοιπόν, μία μέθοδος που θα μπορούσε να φανεί χρήσιμη είναι η ακόλουθη. Αρχικά, θα πρέπει να εξετάζονται οι όροι χρήσης της πλατφόρμας και ο τρόπος που αυτή λειτουργεί, βάσει των κριτηρίων που αναπτύχθηκαν παραπάνω, για να διαπιστωθεί το ύψος του βαθμού ελέγχου που ασκεί η πλατφόρμα στους χρήστες της. Στη συνέχεια θα πρέπει να συγκρίνεται ο, παραπάνω, βαθμός ελέγχου με την μέγιστη τιμή βαθμού ελέγχου που απαιτείται για την απόλυτα αποδοτική παροχή, αποκλειστικά, υπηρεσιών διαμεσολάβησης, από την πλατφόρμα. Όσο μεγαλύτερος είναι ο βαθμός ελέγχου που ασκεί η πλατφόρμα σε σχέση με την συγκρινόμενη τιμή, τόσο αυξάνονται οι πιθανότητες να πρέπει να κριθεί πως, η πλατφόρμα, λειτουργεί ως ενιαία οντότητα με τους χρήστες της, η οποία δραστηριοποιείται είτε στην αγορά παροχής της υποκείμενης υπηρεσίας είτε στην ενιαία αγορά παροχής της υποκείμενης υπηρεσίας και των υπηρεσιών διαμεσολάβησης. Αντίθετα, όσο μικρότερος είναι ο βαθμός ελέγχου, σε σχέση με την άνω τιμή, τόσο αυξάνονται οι πιθανότητες να πρέπει να κριθεί πως η πλατφόρμα και οι χρήστες αποτελούν ανεξάρτητες επιχειρήσεις και η πλατφόρμα δραστηριοποιείται στην αγορά υπηρεσιών διαμεσολάβησης, ενώ οι χρήστες τις στην αγορά παροχής των υποκείμενων υπηρεσιών.

Τα παραπάνω θα μπορούσαν να παρουσιαστούν, σχηματικά, με τον παρακάτω τρόπο:

¹¹⁶ Ο.π. υπος. 108



Ωπου:

Αξονας X: βαθμός ελέγχου που ασκεί η πλατφόρμα στον τρόπο που λειτουργούν οι χρήστες.
 Αξονας Y: βαθμός ανεξαρτησίας των χρηστών-παρόχων κατά την χρήση της πλατφόρμας.
 Σημείο Eδ: ο μέγιστος βαθμός ελέγχου που απαιτείται για την, απόλυτα αποτελεσματική, παροχή, αποκλειστικά, υπηρεσιών διαμεσολάβησης προς τους χρήστες.

Αφού ολοκληρωθεί η παραπάνω άσκηση, θα πρέπει να ληφθούν υπόψιν οι υπόλοιποι παράγοντες που αναλύθηκαν, όπως οι ανταγωνιστικές πιέσεις που ασκούνται αλλά και η ένταση της καινοτομίας που παράγει η πλατφόρμα.

Το είδος και η ένταση της καινοτομίας που παράγει η πλατφόρμα μπορεί, ιδίως αν αυτή λειτουργεί ως ενιαία οντότητα με τους χρήστες της, να αποδειχθεί κρίσιμος παράγοντας για την οριοθέτηση της σχετικής αγοράς. Κρίνοντας τα αποτελέσματα που δημιουργεί στην αγορά η καινοτομία, την οποία εισήγαγε στην αγορά η πλατφόρμα, μπορεί να κριθεί αν η παραδοσιακή αγορά υπέστη «διάσπαση» και, αν ναι, με τί τρόπο. Έτσι η ένταση της καινοτομίας μπορεί να αποτελέσει ένδειξη για το αν η πλατφόρμα συμμετέχει στην παραδοσιακή αγορά παροχής της

υποκείμενης υπηρεσίας, χρησιμοποιώντας ένα νέο επιχειρηματικό μοντέλο¹¹⁷, ή αν έχει επέλθει τέτοιου είδους διάσπαση, στην παραδοσιακή αγορά, ώστε η πλατφόρμα να δραστηριοποιείται στην νέα ενιαία αγορά παροχής, τόσο υπηρεσιών διαμεσολάβησης όσο και της βασικής υπηρεσίας.

Το μόνο σίγουρο είναι πως, παρά τα σύνθετα προβλήματα που ανακύπτουν από τη συνεργατική οικονομία, το Δίκαιο Ανταγωνισμού δείχνει να διαθέτει τα εργαλεία για να δώσει τις λύσεις, αρκεί να προσαρμοστεί στις ιδιαιτερότητες και τους νεωτερισμούς που παρουσιάζονται λόγω του νέου αυτού φαινομένου.

¹¹⁷ Που περιλαμβάνει την διαμεσολάβηση

4. SHARING ECONOMY ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ- ΠΙΘΑΝΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΠΑΡΑΒΑΣΗΣ ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 101 ΣΛΕΕ.

Στο παρόν κεφάλαιο θα παρουσιαστούν καινοφανείς τρόποι παράβασης της διάταξης του άρθρου 101 ΣΛΕΕ, μέσω της λειτουργίας των συνεργατικών πλατφορμών. Επίσης θα εξεταστούν είδη παραβάσεων τα οποία, αν και έχουν απασχολήσει στο παρελθόν το Δίκαιο Ελεύθερου Ανταγωνισμού, ενδέχεται να έχουν αυξημένη σημασία λόγω της παρουσίας του sharing economy.

A. Παραβάσεις «Hub and spoke».

Οι ανεξάρτητες επιχειρήσεις, οι οποίες δεν κατέχουν δεσπόζουσα θέση σε μία αγορά, δύνανται να απασχολήσουν τη λειτουργία του ελεύθερου ανταγωνισμού, μόνο στην περίπτωση που συμμετέχουν σε κάποια αθέμιτη σύμπραξη. Η σχετική απαγορευτική διάταξη, στην ευρωπαϊκή έννομη τάξη, εντοπίζεται στην διάταξη του άρθρου 101 ΣΛΕΕ, η οποία προβλέπει πως: «απαγορεύονται όλες οι συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων, όλες οι αποφάσεις ενώσεων επιχειρήσεων και κάθε εναρμονισμένη πρακτική, ... που έχουν ως αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα την παρεμπόδιση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ανταγωνισμού». Η αντίστοιχη απαγόρευση, στα πλαίσια, της αμερικανικής έννομης τάξης εντοπίζεται στο Sherman Act¹ και απαγορεύει : «κάθε συμβόλαιο, σύμβαση οποιασδήποτε μορφής, ή συνωμοσία, η οποία περιορίζει το εμπόριο».

Γίνεται κατανοητό πως οι, παραπάνω, διατάξεις είναι διατυπωμένες με αρκετά ευρύ τρόπο, ώστε οι Αρχές Ανταγωνισμού να μπορούν να προσαρμοστούν σε νέους τρόπους διατάραξης της εύρυθμης λειτουργίας του ανταγωνισμού. Οι παραβάσεις που πραγματοποιούνται μέσω σύμπραξης ή εναρμονισμένης πρακτικής διαχωρίζονται συνήθως, σε κάθετες και οριζόντιες, ανάλογα με το αν οι συμμετέχοντες στην παράνομη πράξη δραστηριοποιούνται στο ίδιο ή σε διαφορετικά επίπεδα της αγοράς.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον για το sharing economy, όμως, παρουσιάζει ένας ιδιαίτερος τύπος σύμπραξης, ο οποίος έχει απασχολήσει εδώ και δεκαετίες την αμερικανική νομολογία και αναγνωρίζεται ως αντίθετος προς το Sherman Act. Αυτός ο τύπος σύμπραξης ονομάζεται «Hub and spoke» (Άξονα και ακτινών). Πολύ ακριβής περιγραφή του τρόπου λειτουργίας τέτοιων συμπράξεων δίνει το Δικαστήριο της νότιας περιφέρειας της Νέας Υόρκης σε απόφασή του που αναφέρει: «Τα Δικαστήρια έχουν, επί μακρόν, αναγνωρίσει την ύπαρξη των συμπράξεων ‘hub-and-spoke’ στις οποίες, μία επιχείρηση που δραστηριοποιείται σε ένα επίπεδο της αγοράς, ο ‘άξονας-hub’, συντονίζει μια συμφωνία ανάμεσα σε επιχειρήσεις, που ανταγωνίζονται μεταξύ τους, σε άλλο επίπεδο της αγοράς, τις ‘ακτίνες-spokes’. Αυτή η διευθέτηση αποτελείται, τόσο από κάθετες συμφωνίες μεταξύ του άξονα και της κάθε ακτίνας όσο και από μία οριζόντια

συμφωνία, μεταξύ των ‘ακτινών’, που προβλέπει πως θα συμμορφώνονται στους όρους(του άξονα), επειδή συχνά οι ‘ακτίνες’ δεν θα προχωρούσαν στην σύναψη των κάθετων συμφωνιών αν δεν γινόταν κατανοητό, σε αυτές, πως οι υπόλοιπες ‘ακτίνες’ θα συμφωνούσαν το ίδιο»¹¹⁸. Πρόκειται λοιπόν για ένα σύνολο κάθετων συμφωνιών ,μεταξύ του hub και των spokes, και μίας έμμεσης οριζόντιας σύμπραξης μεταξύ των spokes. Στην αμερικάνικη έννομη τάξη, μία τέτοιου είδους σύμπραξη μπορεί να κριθεί παράνομη, ταυτόχρονα, τόσο στο επίπεδο της έμμεσης οριζόντιας σύμπραξης όσο και στο επίπεδο παράνομων κάθετων συμφωνιών.

Παράδειγμα αναγνώρισης τέτοιας σύμπραξης έχει αποτελέσει η απόφαση Interstate Circuit, στην οποία αποφασίστηκε πως, ανταγωνιστικές επιχειρήσεις διανομής ταινιών περιόρισαν παρανόμως το εμπόριο όταν, η κάθε μία ξεχωριστά, συμφώνησαν στους όρους επιχείρησης διαχείρισης κινηματογραφικών αιθουσών, στους οποίους συμπεριλαμβάνονταν τιμολογιακοί περιορισμοί, οι οποίοι είχαν προταθεί σε όλους τους διανομείς μέσω γράμματος που απευθυνόταν σε όλους τους, ως παραλήπτες.¹¹⁹

Χαρακτηριστική είναι η πρόσφατη απόφαση δικαστηρίου της Νέας Υόρκης¹²⁰, η οποία αφορούσε την λειτουργία της Uber. Η υπόθεση αφορούσε χρήστη της εφαρμογής Uber ο οποίος κατέθεσε αγωγή κατά του ιδρυτή και διευθύνοντα συμβούλου της. Ο ενάγων υποστήριξε πως η πλατφόρμα είχε οργανώσει οριζόντια και κάθετη σύμπραξη, με σκοπό τον καθορισμό τιμών, κατά παράβαση του Sherman Act. Στο επίκεντρο της αγωγής βρέθηκε ο αλγόριθμος καθορισμού τιμής που χρησιμοποιεί η πλατφόρμα και ιδίως η πολιτική αύξησης τιμής σε περιόδους με υψηλή ζήτηση (“surge pricing”¹²¹), την οποία εισήγαγε στον αλγόριθμο ο ιδρυτής της ώστε, σύμφωνα με τον ενάγοντα, να κρατάει τεχνηέντως τις τιμές σε υψηλά επίπεδα, μειώνοντας τη ζήτηση.

Το δικαστήριο αποφάσισε πως υπάρχουν ενδείξεις ότι η Uber και οι οδηγοί της συμμετέχουν σε μία hub-and-spoke σύμπραξη τόσο σε οριζόντιο όσο και σε κάθετο επίπεδο. Συγκεκριμένα, διαπίστωσε πως σε οριζόντιο επίπεδο: α) οι οδηγοί αποδέχτηκαν την κοινή τιμολόγηση της πλατφόρμας **γνωρίζοντας ότι το ίδιο θα κάνουν και οι λοιποί οδηγοί της**, καθώς δεν θα ήταν συμφέρον, για κανέναν από αυτούς, να δράσουν αυτοτελώς, β) ως κοινό κίνητρο για την συμμετοχή στην σύμπραξη, αναγνωρίστηκε η δυνατότητα των οδηγών να επωφεληθούν από την έλλειψη ανταγωνισμού με τους υπόλοιπους οδηγούς της πλατφόρμας, στο επίπεδο καθορισμού

¹¹⁸ United States v. Apple, Inc., 791 F. 3d 290, 314 (2d Cir.2015)

¹¹⁹ Interstate Circuit v. United States, 306 U.S. 208, 59 S. CT. 467, 83 L. Ed. 610 (1939)

¹²⁰ Meyer v. Kalanick, 174 F. Supp. 3d 817, 15 Civ. 9796 (S.D.N.Y. 2016)

¹²¹ Σε περιόδους που ο αλγόριθμος της Uber εντοπίζει ιδιαίτερος υψηλή ζήτηση σε μία συγκεκριμένη περιοχή (πχ. Ώρες αιχμής σε κέντρα μεγάλων πόλεων), η τιμή για την διαδρομή αυξάνεται δραματικά. (πολλές φορές εξαπλασιάζεται)

των τιμών. Στο κάθετο επίπεδο το δικαστήριο δέχτηκε τα εξής: α) ο εναγόμενος σχεδίασε το επιχειρηματικό μοντέλο και τον αλγόριθμο καθορισμού τιμής, στην χρήση των οποίων συμφώνησαν οι οδηγοί της πλατφόρμας, β) η παράνομη σύμπραξη συνίσταται σε μια σειρά συνειδητών συμφωνιών μεταξύ του εναγόμενου και καθενός εκ των οδηγών της Uber ξεχωριστά και γ) ο εναγόμενος είναι **υπαίτιος τόσο ως ενορχηστρωτής της σύμπραξης όσο και ως περιστασιακός οδηγός της πλατφόρμας**. Σε αυτό το σημείο, θα πρέπει να αναφερθεί πως η παραπάνω απόφαση ελήφθη στο πλαίσιο διαδικασίας¹²² παρόμοιας με τα, στην ελληνική έννομη τάξη, ασφαλιστικά μέτρα, με αποτέλεσμα η κρίση επί των πραγματικών περιστατικών να μην είναι απόλυτη, αλλά να εξετάζεται το αν οι ισχυρισμοί του ενάγοντα πιθανολογείται ότι θα ευδοκιμήσουν στην κύρια δίκη. Θα πρέπει να γίνει δεκτό, για αυτόν τον λόγο, ότι η συγκεκριμένη απόφαση εξετάζει τα αποτελέσματα της λειτουργίας της πλατφόρμας σε δυνητικό επίπεδο και δεν αποτελεί απόλυτη κρίση επί των πραγματικών αποτελεσμάτων αλλά, περισσότερο, μία ένδειξη για το πως αυτά μπορούν να αξιολογηθούν.

Στην ευρωπαϊκή έννομη τάξη ακολουθείται μία ελαφρώς διαφορετική προσέγγιση. Αυτό οφείλεται, κυρίως, στο γεγονός πως η αξιολόγηση των παραβάσεων του αρθ.101 ΣΛΕΕ αξιολογούνται είτε σε οριζόντιο είτε σε κάθετο επίπεδο, και οι κάθετες σχέσεις θεωρούνται ανεξάρτητες από τις οριζόντιες.

Οι κάθετες συμφωνίες κρίνονται, σε ευρωπαϊκό επίπεδο, ως, κατ' αρχήν, μη αντιανταγωνιστικές¹²³, καθώς γίνεται δεκτό πως είναι ικανές να ευνοήσουν τον ανταγωνισμό, βελτιώνοντας την αποτελεσματικότητα στο πλαίσιο μιας αλυσίδας παραγωγής ή διανομής, επιτρέποντας καλύτερο συντονισμό μεταξύ των συμμετεχουσών επιχειρήσεων, οδηγώντας σε μείωση του κόστους συναλλαγής και διανομής και σε βελτιστοποίηση του επιπέδου επενδύσεων και πωλήσεων τους¹²⁴. Η λογική πίσω από την γενική ομαδική απαλλαγή, που προσφέρεται από τον κανονισμό, είναι ότι για να επιτευχθούν τα παραπάνω θετικά αποτελέσματα είναι λογικό να απαιτείται ένας βαθμός ελευθερίας στις κάθετες συμφωνίες. Συνεπώς, οι κάθετες συμφωνίες δεν πρέπει να κρίνεται ότι φέρουν αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα στην αγορά, εφόσον οι ελευθερίες των μερών κινούνται εντός των λογικών πλαισίων που απαιτούνται για την αποτελεσματική συνεργασία τους ως μέρη της ίδιας κάθετης αλυσίδας. Αν, όμως, γίνει κατάχρηση αυτών των ελευθεριών, τότε μία κάθετη συμφωνία μπορεί να παράγει αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα.

¹²² “motion to dismiss”

¹²³ Βλ. «Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 330/2010 της Επιτροπής, της 20ής Απριλίου 2010, για την εφαρμογή του άρθρου 101 παράγραφος 3 της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε ορισμένες κατηγορίες κάθετων συμφωνιών και εναρμονισμένων πρακτικών» και

«Ανακοίνωση της Επιτροπής- Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, (2010), 2010/C 130/01»

¹²⁴ Κανονισμός 330/2010 ο.π. υποσ. 122, εισαγωγική σκέψη 6

Το Ενωσιακό Δίκαιο δείχνει να αντιμετωπίζει το φαινόμενο hub-and-spoke ως μία έμμεση οριζόντια σύμπραξη, η λειτουργία της οποίας υποστηρίζεται από την κατάχρηση των παραπάνω κάθετων ελευθεριών, ιδίως σε ότι αφορά την ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ ανταγωνιστών. Συγκεκριμένα, αν και δεν ονοματίζεται το φαινόμενο, οι κατευθυντήριες γραμμές της Επιτροπής για την εφαρμογή του αρθ.101 ΣΛΕΕ στις οριζόντιες συμφωνίες, αναγνωρίζουν ότι η ανταλλαγή πληροφοριών « Πρώτον, μπορεί να γίνεται άμεσα μεταξύ ανταγωνιστών. Δεύτερον, μπορεί να γίνεται έμμεσα με την παρεμβολή ενός κοινού φορέα (π.χ. εμπορική ένωση) ή κάποιου τρίτου όπως ενός οργανισμού έρευνας αγοράς ή των προμηθευτών ή λιανοπωλητών των επιχειρήσεων»¹²⁵. Γίνεται φανερό ότι, στα πλαίσια του Ευρωπαϊκού Δικαίου, η παραδοσιακή έννοια μίας σύμπραξης «hub&spoke» είναι αυτή μίας οριζόντιας σύμπραξης που πραγματοποιείται με ανταλλαγή πληροφοριών, μέσω κοινών εμπορικών συνεργατών σε άλλο επίπεδο της αγοράς¹²⁶.

Η πρόσφατη νομολογία του ΔΕΕ δείχνει πως, πλέον, αναγνωρίζεται, με ρητό τρόπο, ο σημαντικός ρόλος των κάθετων συνεργασιών στην εκπλήρωση μίας έμμεσης οριζόντιας σύμπραξης. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση AC-Treuhand¹²⁷. Αρχικά το δικαστήριο ανέφερε πως οι παθητικοί τρόποι συμμετοχής στην παράβαση, όπως η παρουσία μιας επιχειρήσεως σε συναντήσεις κατά τις οποίες συνήφθησαν συμφωνίες με αντίθετο προς τον ανταγωνισμό αντικείμενο, χωρίς αυτή να αντιταχθεί σαφώς στις συμφωνίες αυτές, εκφράζουν συνενοχή της η οποία μπορεί να στοιχειοθετήσει την ευθύνη της στο πλαίσιο του άρθρου 101(1) ΣΛΕΕ, εφόσον η σιωπηρή έγκριση μιας παράνομης πρωτοβουλίας, χωρίς δημόσια αποστασιοποίηση από το περιεχόμενό της ή καταγγελία στις διοικητικές αρχές, έχει ως αποτέλεσμα να ενθαρρύνει τη συνέχιση της παραβάσεως και να δυσχεραίνει την αποκάλυψή της¹²⁸. Στην συνέχεια, το Δικαστήριο κατέληξε πως αν μία επιχείρηση διευκολύνει μια οριζόντια σύμπραξη ή εναρμονισμένη πρακτική ακόμα και αν δεν δραστηριοποιείται στην ίδια ή παρακείμενη αγορά με τις συμπράττουσες επιχειρήσεις, δηλαδή λειτουργεί ως μεσάζων ή βοηθητικό όργανο των συμμετεχουσών επιχειρήσεων (cartel facilitator), πρέπει, και η ίδια, να θεωρηθεί ως συμμετέχουσα και υπαίτια για παράβαση του αρθ.101(1) ΣΛΕΕ. Για να στοιχειοθετηθεί το παραπάνω θα πρέπει να αποδειχθεί ότι η επιχείρηση γνώριζε τις παραβατικές συμπεριφορές που σχεδιάζονταν ή εφαρμόστηκαν από άλλες επιχειρήσεις ή μπορούσε ευλόγως να τις προβλέψει και είχε σκοπό να συμβάλει, με τη

¹²⁵ Κατευθυντήριες γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 101 της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης στις συμφωνίες οριζόντιας συνεργασίας, 2011/C 11/01, παρ. 55

¹²⁶ Βλ. και Okeoghene Odudu (2011) Indirect Information Exchange: The Constituent Elements of Hub and Spoke Collusion, *European Competition Journal*, 7:2, σελ. 205

¹²⁷ Απόφαση ΔΕΕ , της 22-10-2015, υπόθεση C-194/14 AC-Treuhand v Commission

¹²⁸ AC- Treuhand, ο.π., σκ.31 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία

συμπεριφορά της, στους σκοπούς της σύμπραξης¹²⁹. Στην συγκεκριμένη υπόθεση, θεωρήθηκε αρκετό, για να αποδειχθούν τα παραπάνω, το ότι η επιχείρηση¹³⁰, με πλήρη επίγνωση, οργάνωνε και συμμετείχε ενεργά στις συναντήσεις και συγκέντρωνε δεδομένα, η αποκλειστική χρήση των οποίων ήταν η διευκόλυνση της σύμπραξης¹³¹. Κατόπιν της παραπάνω απόφασης, γίνεται κατανοητό ότι, βάσει της ευρωπαϊκής νομολογίας, ο ‘άξονας’ σε μία σύμπραξη hub&spoke μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνος και ως cartel facilitator.

Οι παραβάσεις του αρθ.101(1) ΣΛΕΕ μπορούν να εκδηλωθούν με τρεις τρόπους, ήτοι ως απαγορευμένες συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων, ως παράνομες αποφάσεις ενώσεων επιχειρήσεων ή ως εναρμονισμένες πρακτικές. Τόσο η σύμπραξη (συμφωνία ή απόφαση ένωσης) όσο και η εναρμονισμένη πρακτική απαιτούν την ύπαρξη βούλησης για την διαστρέβλωση του ανταγωνισμού στην αγορά, δηλαδή μία ενσυνείδητη επιλογή των επιχειρήσεων να αποπειραθούν να υποκαταστήσουν την αβεβαιότητα της αυτόνομης δράσης με την βεβαιότητα της συνεργασίας¹³². Συνεπώς, θα πρέπει να αναγνωριστεί το δικαίωμα των επιχειρηματιών να προσαρμόζονται επιτηδείως στη διαπιστούμενη ή αναμενομένη συμπεριφορά των ανταγωνιστών τους, πλην όμως, θα πρέπει να απαγορεύεται αυστηρώς κάθε άμεση ή έμμεση επαφή μεταξύ των επιχειρηματιών αυτών, η οποία θα ήταν ικανή είτε να επηρεάσει τη συμπεριφορά ενός υπαρκτού ή δυνητικού ανταγωνιστή στην αγορά, είτε να αποκαλύψει σε έναν τέτοιο ανταγωνιστή τη συμπεριφορά που προτίθενται να ακολουθήσουν έναντι αυτού, οσάκις οι εν λόγω επαφές έχουν ως αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα τη δημιουργία μη κανονικών συνθηκών ανταγωνισμού¹³³. Αν οι εν λόγω επαφές έχουν οδηγήσει σε συμφωνία, τότε στοιχειοθετείται σύμπραξη, ενώ αν τέτοια συμφωνία δεν μπορεί να αποδειχθεί ή δεν έχει ολοκληρωθεί ρητά, τότε οδηγούμαστε σε περιπτώσεις εναρμονισμένης πρακτικής. Πιθανές συμπράξεις τύπου Hub&spoke στα πλαίσια των πλατφορμών της συνεργατικής οικονομίας φαντάζει πιο πιθανό να έχουν την μορφή εναρμονισμένης πρακτικής.

Τέλος, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση ETURAS¹³⁴. Τα ζητήματα της υπόθεσης παρείχαν μία σπάνια ευκαιρία να ερμηνευθεί η έννοια της εναρμονισμένης πρακτικής χωριστά από τις συναφείς έννοιες της συμφωνίας ή της απόφασης ένωσης επιχειρήσεων.

¹²⁹ Ο.π. σκ.30

¹³⁰ Η οποία παρείχε υπηρεσίες επιχειρησιακών συμβούλων

¹³¹ AC-Treuhand, ο.π, σκ.37-38

¹³² Αθανασίου Λ., επιμέλεια Τζουγανάτου Δ., «Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού», Νομική Βιβλιοθήκη, 2013, σελ 223-225

¹³³ Απόφαση ΔΕΚ, της 04-06-2009, υπόθεση C-8/08 T-Mobile, σκ.33

¹³⁴ Απόφαση ΔΕΕ, της 21-01-2016, υπόθεση C-74/14 Eturas κ.λπ

Τα πραγματικά περιστατικά της απόφασης αφορούσαν την εταιρεία Eturas η οποία ήταν η κάτοχος και διαχειρίστρια ηλεκτρονικού συστήματος (πλατφόρμας) ταξιδιωτικών κρατήσεων, την οποία χρησιμοποιούν ταξιδιωτικά πρακτορεία. Διαπιστώθηκε πως η επιχείρηση αφού απέστειλε ηλεκτρονικό μήνυμα σε διάφορα πρακτορεία ταξιδίων που συμμετείχαν, ζητώντας τους να μετάσχουν σε ψηφοφορία σχετικά με περιορισμό των ποσοστών εκπτώσεως από 4 % σε 1 %-3 %, έστειλε σχετικό ενημερωτικό μήνυμα συστήματος και εισήγαγε στο σύστημα της τεχνικό περιορισμό, που περιόριζε στο 3 % τις εκπτώσεις που ήταν διαθέσιμες για ηλεκτρονικές κρατήσεις.

Το Συμβούλιο Ανταγωνισμού της Λιθουανίας έκρινε ότι τα πρακτορεία ταξιδίων που χρησιμοποιούσαν το σύστημα E-TURAS κατά την κρίσιμη περίοδο, και τα οποία δεν εξέφρασαν αντίρρηση, ευθύνονται για την παράβαση του αρθ.101(1) ΣΛΕΕ. Τα πρακτορεία αυτά ευλόγως μπορούσαν να θεωρήσουν ότι επίσης όλα τα άλλα πρακτορεία ταξιδίων που χρησιμοποιούσαν το σύστημα θα περιόριζαν τις εκπτώσεις τους στο ανώτατο όριο του 3 %. Κατά συνέπεια, αντάλλαξαν πληροφορίες σχετικά με τα ποσοστά εκπτώσεων που σκόπευαν να παρέχουν στο μέλλον και, έτσι, έμμεσα —μέσω σιωπηρής εγκρίσεως— εξέφρασαν την κοινή συμφωνία τους όσον αφορά τη συμπεριφορά τους στη σχετική αγορά. Περαιτέρω, επισήμανε ότι η εν λόγω συμπεριφορά των πρακτορείων ταξιδίων στη σχετική αγορά πρέπει να θεωρηθεί εναρμονισμένη πρακτική. Το Συμβούλιο Ανταγωνισμού έκρινε ότι η Eturas, μολοντί δεν δραστηριοποιείτο στη σχετική αγορά, είχε διαδραματίσει ρόλο στη διευκόλυνση της παραβάσεως. Κάποια από τα καταδικασθέντα ταξιδιωτικά πρακτορεία άσκησαν σειρά προσφυγών, η οποίες κατέληξαν στο ανώτατο δικαστήριο της Λιθουανίας, υποστηρίζοντας ότι δεν αποδείχθηκε η πρόθεσή τους να περιορίσουν τις εκπτώσεις και ότι ο τεχνικός περιορισμός ήταν μονομερής ενέργεια της Eturas. Ορισμένοι εξ αυτών υποστηρίζουν ότι διάβασαν το μήνυμα αλλά το αγνόησαν ενώ άλλοι ότι δεν το διάβασαν καν.

Στο παραπάνω πλαίσιο, το Ανώτατο Δικαστήριο της Λιθουανίας αιτήθηκε την έκδοση προδικαστικής απόφασης επί των ακολούθων:

- 1) Πρέπει το άρθρο 101, παράγραφος 1, ΣΛΕΕ να ερμηνευθεί υπό την έννοια ότι, σε περίπτωση συμμετοχής επιχειρήσεων σε κοινό ηλεκτρονικό σύστημα πληροφοριών του είδους που περιγράφεται στην κρινόμενη υπόθεση, εφόσον το Συμβούλιο Ανταγωνισμού αποδείξει ότι στο σύστημα εισήχθη ανακοίνωση συστήματος σχετικά με περιορισμό των εκπτώσεων και τεχνικός περιορισμός του ποσοστού εκπτώσεως, τεκμαίρεται ότι οι εν λόγω επιχειρήσεις γνώριζαν ή όφειλαν να γνωρίζουν την ανακοίνωση συστήματος που εισήχθη στο ηλεκτρονικό σύστημα πληροφοριών και ότι, εφόσον δεν προέβαλαν αντιρρήσεις για την εφαρμογή περιορισμού των εκπτώσεων, εξέφρασαν σιωπηρώς τη συναίνεσή τους για τον περιορισμό του ποσοστού εκπτώσεως και, για τον λόγο αυτόν, ευθύνονται λόγω εναρμονισμένων πρακτικών βάσει του άρθρου 101, παράγραφος 1, ΣΛΕΕ;

- 2) Αν στο πρώτο ερώτημα δοθεί αρνητική απάντηση, ποιοι παράγοντες πρέπει να ληφθούν υπόψη προκειμένου να προσδιοριστεί αν οι επιχειρήσεις που συμμετείχαν σε κοινό ηλεκτρονικό σύστημα πληροφοριών υπό συνθήκες ανάλογες με αυτές της κύριας δίκης ακολούθησαν εναρμονισμένες πρακτικές κατά την έννοια του άρθρου 101, παράγραφος 1, ΣΛΕΕ;

Στην απόφασή του το ΔΕΕ αναγνωρίζει πως η έννοια της «εναρμονισμένης πρακτικής» προϋποθέτει το στοιχείο της συνεννοήσεως μεταξύ των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων, αλλά και συμπεριφορά στην αγορά συνακόλουθη προς τη συνεννόηση αυτή καθώς και αιτιώδη συνάφεια μεταξύ των δύο αυτών στοιχείων¹³⁵. Στη συνέχεια αναφέρει πως, εφόσον συντρέχουν τα στοιχεία της συμπεριφοράς και του αιτιώδους συνδέσμου, στοιχειοθετείται η ύπαρξη της συνεννόησης μεταξύ των πρακτορείων που είχαν λάβει γνώση του ενημερωτικού μηνύματος συστήματος, και μάλιστα τεκμαίρεται η συμμετοχή τους στην σύμπραξη¹³⁶, εκτός αν αποστασιοποιήθηκαν δημοσίως από την πρακτική αυτή, την κατήγγειλαν στις διοικητικές αρχές ή μπορούν να προσκομίσουν άλλες αποδείξεις περί της μη εφαρμογής του μέτρου εκ μέρους τους¹³⁷.

Η απόφαση εφαρμόζει ουσιαστικά το κριτήριο της «επίγνωσης» της πιθανής σύμπραξης και των αποτελεσμάτων της, που εφαρμόστηκε ως προς τον cartel facilitator στην υπόθεση AC-Treuhand στους ίδιους του συμμετέχοντες στην αγορά της οριζόντιας σύμπραξης. Με άλλα λόγια το Δικαστήριο δέχεται πως είναι πιθανό, μία οριζόντια εναρμονισμένη πρακτική να είναι αποτέλεσμα μονομερούς ενέργειας επιχείρησης, η οποία μπορεί να μην δραστηριοποιείται καν στην σχετική αγορά και ούτε να έχει πρόθεση στρέβλωσης του ανταγωνισμού σε αυτήν, αρκεί οι συμμετέχοντες να έχουν γνώση της ενέργειας και των πιθανών συνεπειών της και να μην αντιδράσουν σε αυτή.

Φαίνεται λοιπόν ότι το ΔΕΕ, με τις τελευταίες αποφάσεις του, έρχεται πιο κοντά στην ερμηνεία των συμπράξεων τύπου hub&spoke της αμερικανικής έννομης τάξης, σε σχέση με το παρελθόν. Όπως άλλωστε αναγνώρισε και ο Γενικός Εισαγγελέας του ΔΕΕ, Maciej Szpunar¹³⁸, η υπόθεση Eturas διαφέρει από το «κλασικό» hub-and-spoke σενάριο, κατά το οποίο οι μελλοντικές προθέσεις των ανταγωνιστών διαβιβάζονται, μέσω ενός κοινού εμπορικού εταίρου, σε κάθετες σχέσεις. Δεδομένου του γεγονότος πως, λόγω του είδους των σχέσεων που εντοπίζονται στις συνεργατικές πλατφόρμες, πιθανές παραβάσεις hub&spoke μάλλον θα παρουσιάζονται με αυτή τη μορφή, η απόφαση Eturas μπορεί να αποδειχθεί πολύ χρήσιμη στην εφαρμογή του αρθ.101

¹³⁵ ΔΕΕ Eturas ο.π. σκ. 42

¹³⁶ Ο.π σκ.44

¹³⁷ Ο.π. σκ.50

¹³⁸ Προτάσεις του Γενικού Εισαγγελέα ΔΕΕ Maciej Szpunar, της 16-07-2015, υπόθεση C-74/14 Eturas, σκ.65

ΣΛΕΕ στο sharing economy. Τέλος, δεν πρέπει να υποτιμηθούν οι πιθανές εφαρμογές της απόφασης σε περιπτώσεις παραβάσεων, στις οποίες χρησιμοποιείται αλγόριθμος.

B. Ο ρόλος των αλγορίθμων

Στις μέρες μας, η ανάπτυξη τεχνολογιών τεχνητής νοημοσύνης είναι ραγδαία με αποτέλεσμα οι τεχνολογίες αυτές να βρίσκουν θέση και εφαρμογές τόσο στην καθημερινότητά μας όσο και στην αγορά. Μία έκφανση της τάσης αυτής είναι και η χρήση και ανάπτυξη διαφόρων τύπων αλγορίθμων. Πολλές επιχειρήσεις, ιδίως στις ηλεκτρονικές αγορές, μεταξύ των οποίων και πλατφόρμες του sharing economy, χρησιμοποιούν αλγορίθμους για την οργάνωση διαφόρων πλευρών της λειτουργίας τους. Βέβαια, η αυτοματοποίηση αυτών των λειτουργιών, πέραν από την αυξημένη αποτελεσματικότητα, μπορεί να παράγει και νέους τρόπους πραγματοποίησης παραβάσεων. Άλλωστε, ακόμα και το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο αναγνώρισε πως «έχει καθοριστική σημασία να αποσαφηνιστούν οι μέθοδοι λειτουργίας των αυτοματοποιημένων συστημάτων λήψης αποφάσεων που βασίζονται σε αλγόριθμους, προκειμένου να διασφαλίζεται ότι οι αλγόριθμοι εγγυώνται την δίκαιη μεταχείριση και τη διαφάνεια»¹³⁹.

Φαίνεται λοιπόν πως οδηγούμαστε σε μία εποχή που κάθε επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιεί έναν αλγόριθμο, ο οποίος καθορίζει της τιμές της επιχείρησης. Σε αυτή τη νέα εποχή δεν είναι δεδομένο ότι θα μπορεί να εντοπιστεί η πρόθεση στρέβλωσης του ανταγωνισμού. Τα στελέχη των επιχειρήσεων που θα χρησιμοποιούν τους αλγόριθμους είναι πολύ πιθανό να μην μπορούν να προβλέψουν το αν, το πότε και το πως μια μαζική χρήση τιμολογιακών αλγορίθμων από όλους τους συμμετέχοντες στην αγορά μπορεί να οδηγήσει σε διογκωμένες τιμές σε αυτήν. Συνεπώς, οι κίνδυνοι για παραβάσεις του ανταγωνισμού δεν αφορούν τόσο το ενδεχόμενο παράβασης με απευθείας, ρητή σύμπραξη ή εναρμονισμένη πρακτική, αλλά με άλλες μορφές στρεβλώσεως του ανταγωνισμού, οι οποίες θα είναι πιο δύσκολο να ανιχνευθούν.

Έχει υποστηριχθεί στην θεωρία¹⁴⁰ ότι πιθανοί τρόποι δημιουργίας αντιανταγωνιστικής σύμπραξης ή εναρμονισμένης πρακτικής μέσω της χρήσης αλγορίθμου, μπορούν να καταταχθούν σε τέσσερις κατηγορίες.

Η πρώτη κατηγορία¹⁴¹ μπορεί να εντοπιστεί όταν οι υπολογιστές/αλγόριθμοι χρησιμοποιούνται ως μέσο εκτέλεσης μιας αντιανταγωνιστικής συμπεριφοράς. Υπό αυτό το βασικό σενάριο, οι

¹³⁹ «Γνωμοδότηση Επιτροπής Εσωτερικής Αγοράς και Προστασίας των Καταναλωτών του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου – σχετικά με μια ευρωπαϊκή ατζέντα για τη συνεργατική οικονομία», (20017/2003(INI)), 11/05/2017, παρ. 29

¹⁴⁰ Ezrachi, Ariel and Stucke, Maurice E., Artificial Intelligence & Collusion: When Computers Inhibit Competition (April 8, 2015). University of Illinois Law Review, Vol. 2017, σελ. 1775 επ.

επιχειρήσεις θα είχαν καταλήξει σε συμφωνία για την δημιουργία καρτέλ και θα χρησιμοποιούσαν τον αλγόριθμο για την υποβοήθηση της λειτουργίας, επίβλεψης και αστυνόμευσης αυτού. Σε τέτοιες περιπτώσεις παράβασης οι Αρχές Ανταγωνισμού δεν θα είχαν πρόβλημα, εφόσον έχουν αρκετές αποδείξεις, να εντοπίσουν την άμεση συνεννόηση μεταξύ των επιχειρήσεων και να καταδικάσουν την χρήση των μηχανών για τη διευκόλυνση του συντονισμού. Τέτοιου είδους παράβαση θα υπήρχε αν, για παράδειγμα, η πλατφόρμα Airbnb κατέληγε σε συμφωνία με ανταγωνιστική πλατφόρμα, σχετική με την εφαρμογή ενιαίας τιμολόγησης, και για να την εφαρμόσουν, αντί να προχωρήσουν σε διοικητικές αποφάσεις τιμολόγησης, απλά χρησιμοποιούσαν τον ίδιο αλγόριθμο τιμολόγησης.

Η δεύτερη κατηγορία¹⁴² αφορά περιπτώσεις στις οποίες ένας αλγόριθμος χρησιμοποιείται για να τιμολογήσει την δραστηριότητα μεγάλου αριθμού χρηστών, βάσει της κάθετης σχέσης που διέπει τον δημιουργό του αλγόριθμου με έκαστο των χρηστών. Υπό αυτό το σενάριο αν και μία κάθετη συμφωνία ίσως να μην παράγει, από μόνη της, αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα ούτε να στοιχειοθετεί πρόθεση στρεβλώσεως της λειτουργίας της αγοράς, το πλέγμα που δημιουργείται από το σύνολο των κάθετων σχέσεων στις οποίες χρησιμοποιείται ο αλγόριθμος, μπορεί να προκαλεί ισχυρά αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα. Σε τέτοιες περιπτώσεις, όσο πιο επιτυχημένη είναι η πλατφόρμα και όσο περισσότεροι χρήστες, δραστηριοποιούμενοι στην κάτω αγορά, την χρησιμοποιούν, τόσο περισσότερες είναι οι πιθανότητες να εμφανιστεί μία σύμπραξη τύπου hub&spoke, στην οποία ο δημιουργός του αλγόριθμου, ενσυνείδητα ή ασυνείδητα, θα λειτουργεί ως hub και οι χρήστες τις πλατφόρμας ως spokes. Για την διαπίστωση μίας τέτοιας παράβασης, οι Αρχές Ανταγωνισμού θα πρέπει να επικεντρωθούν στο υποκειμενικό στοιχείο της αντιανταγωνιστικής πρόθεσης από τους συμμετέχοντες¹⁴³. Τέτοιου είδους παράβαση μπορεί να προκληθεί, για παράδειγμα, μέσω του αλγορίθμου τιμολόγησης που χρησιμοποιεί η εφαρμογή uber, αν ο αριθμός χρηστών της αποτελεί μεγάλο μέρος της σχετικής αγοράς παροχής υπηρεσιών μεταφορών¹⁴⁴.

Η τρίτη κατηγορία¹⁴⁵ αποτελεί μία πιο σύνθετη άσκηση. Υπό αυτό το σενάριο, οι συμμετέχουσες σε μία αγορά επιχειρήσεις αναπτύσσουν και χρησιμοποιούν, ανεξάρτητα η κάθε μία, αλγορίθμους οι οποίοι είναι προγραμματισμένοι να αντιδρούν με συγκεκριμένο τρόπο σε

¹⁴¹ 'the messenger', ο.π. σελ 1782

¹⁴² 'Hub and Spoke', ο.π., σελ. 1782

¹⁴³ Για παράδειγμα αν οι επιχειρήσεις-χρήστες συμφώνησαν στη χρήση του κοινού αλγόριθμου λόγω του ότι γνώριζαν και αποδεχόντουσαν τα αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα, όπως η αύξηση των τιμών, που θα προκαλούσε η αποδοχή της χρήσης του κοινού αλγορίθμου από έναν μεγάλο αριθμό χρηστών.

¹⁴⁴ Υπό την προϋπόθεση πως αποτελούν ανεξάρτητες επιχειρήσεις. Αν θεωρηθούν ενιαία οντότητα, η κρίση θα γίνει υπό το πρίσμα του αρθ.102 ΣΛΕΕ

¹⁴⁵ 'The predicable Agent' ο.π. υποσ. 139, σελ.1783

αλλαγές, είτε από άποψη τιμής είτε από άποψη προσφοράς/ζήτησης ή άλλων παραγόντων, που συμβαίνουν στην σχετική αγορά. Αν κάθε επιχείρηση αναπτύσσει τον αλγόριθμό της έχοντας επίγνωση της πιθανότητας ανάπτυξης αλγορίθμων, ίδιου τύπου, από τους ανταγωνιστές της, υπάρχει η πιθανότητα ταυτόχρονης χρήσης παρόμοιων αλγορίθμων από το σύνολο των επιχειρήσεων σε μία αγορά, η οποία οδηγεί σε αντια ανταγωνιστικά αποτελέσματα λόγω της αλληλεξαρτώμενης συμπεριφοράς των αλγορίθμων. Σε τέτοιες περιπτώσεις, κρίσιμη για την στοιχειοθέτηση παράβασης θα είναι η απόδειξη ύπαρξης προθέσεως αλλαγής των φυσιολογικών συνθηκών της αγοράς, κατά την ανάπτυξη του αλγορίθμου, αλλά και η διαπίστωση υπαρκτών αντια ανταγωνιστικών αποτελεσμάτων από την χρήση των αλγορίθμων. Άλλωστε η Επίτροπος Margrethe Vestager έχει δηλώσει πως « σύμπραξη ή εναρμονισμένη πρακτική μεταξύ επιχειρήσεων, δύναται να διαπιστωθεί και βάσει του τρόπου με τον οποίον είναι σχεδιασμένος να λειτουργεί ο αλγόριθμος», αναγνωρίζοντας έτσι πως η Επιτροπή είναι προετοιμασμένη για το ενδεχόμενο εμφάνισης τέτοιου είδους παραβάσεων¹⁴⁶. Απλοποιημένο, παράδειγμα τέτοιου είδους παράβασης εντοπίζεται σε πρόσφατη υπόθεση που εξετάστηκε ενώπιον της Βρετανικής Αρχής Ανταγωνισμού (CMA)¹⁴⁷, όπου ανταγωνίστριες εταιρείες, στην αγορά λιανικής πώλησης κορνιζών και αφισών, ανέπτυξαν δύο διαφορετικούς αλγορίθμους οι οποίοι παρακολουθούσαν τις τιμές των ανταγωνιστών στην πλατφόρμα «Amazon» και προσάρμοζαν τις τιμές τους ώστε να είναι οι πιο ανταγωνιστικές στην αγορά, χωρίς όμως να είναι μικρότερες από την τιμή που προσέφερε η έτερη επιχείρηση της σύμπραξης. Αν και στην παραπάνω περίπτωση υπήρξαν αποδείξεις για την επικοινωνία των δύο επιχειρήσεων, γίνεται κατανοητό πως μπορεί να επιτευχθεί, με τον παραπάνω τρόπο, μαζικός συντονισμός μέσω της χρήσης παρόμοιων αλγορίθμων σε μία αγορά, ιδίως αν σε αυτή παρουσιάζεται υψηλός βαθμός διαφάνειας.

Η τελευταία κατηγορία¹⁴⁸ παράβασης μέσω αλγορίθμων φαίνεται να μην είναι πολύ πιθανό να γίνει αισθητή στην πραγματική αγορά, τουλάχιστον σε βραχυπρόθεσμο ορίζοντα, λόγω του ότι απαιτεί την ανάπτυξη ελαφρώς πιο εξελιγμένης τεχνολογίας στον τομέα της τεχνητής νοημοσύνης. Σε αυτό το σενάριο, οι ανταγωνιστές σε μία αγορά αναπτύσσουν και χρησιμοποιούν, διαφορετικούς ο καθένας από αυτούς, αλγορίθμους οι οποίοι στοχεύουν στην επίτευξη ενός συγκεκριμένου στόχου, για παράδειγμα την μεγιστοποίηση των κερδών της επιχείρησης. Στη συνέχεια οι αλγόριθμοι, μέσω της αυτοδιδασκαλίας και πειραματισμών, καταλήγουν, ανεξάρτητα ο καθένας, στον ίδιο τρόπο μεγιστοποίησης του κέρδους της

¹⁴⁶ Βλ. Scott S. Megregian και άλλοι., «EU Commissioner Warns Companies of Potentially Unlawful Use of Pricing Algorithms», NAT'L L. REV. (Mar. 31, 2017), διαθέσιμο online στο <http://www.natlawreview.com/article/eucommissioner-warns-companies-potentially-unlawful-use-pricing-algorithms>

¹⁴⁷ Decision of the CMA, 12-08-2016, Online sales of posters and frames, Case 50223

¹⁴⁸ 'Digital Eye', ο.π. υποσ. 139, σελ. 1783

επιχείρησης. Το σενάριο αυτό βασίζεται στο ότι η «μηχανή» δεν επηρεάζεται από τις προκαταλήψεις που μπορεί να επηρεάζουν την ανθρώπινη συμπεριφορά και επίσης αδιαφορούν για τις πιθανές κυρώσεις του Δικαίου του Ανταγωνισμού, αρκεί η οικονομική ισορροπία να είναι θετική.

Εξετάζοντας τις παραπάνω κατηγορίες πιθανών παραβάσεων μέσω της χρήσης αλγορίθμων, γίνεται φανερό το πόσο σημαντικό ρόλο μπορούν να διαδραματίσουν οι αποφάσεις στις υποθέσεις AC-Treuhand και Eturas στην μελλοντική αντιμετώπιση τέτοιων παραβάσεων. Ιδίως η απόφαση Eturas, παρέχει μεγαλύτερη ευελιξία στην αξιολόγηση τέτοιων συμπεριφορών, αφού αναγνωρίζει την ύπαρξη παράβασης ακόμα και αν οι επιχειρήσεις απλά εφαρμόσουν μία, εν γνώση τους, αντιανταγωνιστική πρακτική που έχει επιλέξει να ακολουθήσει ο αλγόριθμος, χωρίς να είναι προγραμματισμένος ειδικά με αυτόν το σκοπό.

Οφείλει να σημειωθεί πως, από την ανάλυση του παρόντος κεφαλαίου, γίνεται φανερό πως η διαπίστωση παραβάσεων του αρθ.101(1) ΣΛΕΕ, στην συνεργατική οικονομία, είναι πολύ πιθανό να εξαρτάται από τα πραγματικά περιστατικά της κάθε υπόθεσης. Κρίνεται λοιπόν φρονιμότερο η αξιολόγηση των υποθέσεων να γίνεται ad hoc και βάσει των αποτελεσμάτων της κρινόμενης, κάθε φορά, συμφωνίας η πρακτικής στον πραγματικό ανταγωνισμό. Άλλωστε, ακόμα και αν αναγνωριστεί ότι μία πρακτική εμπίπτει, κατ' αρχήν, στο πεδίο εφαρμογής του αρθ. 101(1) ΣΛΕΕ, θα πρέπει να ληφθούν υπόψιν τόσο τα πιθανά θετικά αποτελέσματα της στην αγορά, τα οποία όπως αναφέρθηκε ανωτέρω¹⁴⁹ εντοπίζονται συχνά στην λειτουργία της συνεργατικής οικονομίας, όσο και η αρχή της αναλογικότητας ώστε να διαπιστωθεί αν στοιχειοθετείται εξαίρεση βάσει του αρθ.101(3) ΣΛΕΕ.

¹⁴⁹ Βλ. παραπάνω κεφ. 2.Γ.Ι

5. SHARING ECONOMY ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ- ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΟΥ ΑΡΘ.102 ΣΛΕΕ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΕΩΝ

Όπως προαναφέρθηκε, οι συνεργατικές πλατφόρμες αναπτύσσονται με ταχύτατους ρυθμούς χρησιμοποιώντας την καινοτομία ως εργαλείο διάσπασης για να δημιουργήσουν ή να εισέλθουν σε διάφορες αγορές, και διευρύνοντας την ακτίνα παροχής των υπηρεσιών τους σε πελάτες που οι κατεστημένες επιχειρήσεις δεν μπορούσαν να εξυπηρετήσουν. Όπως όλες οι επιχειρήσεις, έχουν τόσο το δικαίωμα όσο και την θέληση να επεκταθούν και να διεκδικήσουν το δικό τους μερίδιο στην αγορά. Όμως, το να ακολουθούν τέτοιες επεκτατικές και επιθετικές στρατηγικές ενώ κατέχουν δεσπόζουσα θέση, μπορεί να αποδειχθεί ζημιογόνο τόσο για τους ανταγωνιστές τους όσο και την υγιή λειτουργία της αγοράς.

Η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσεως στη σχετική αγορά έχει σημασία τόσο στην εξέταση πιθανών καταχρηστικών, αντιανταγωνιστικών πρακτικών από επιχείρηση που την κατέχει, στα πλαίσια του αρθ.102 ΣΛΕΕ, όσο και για την αξιολόγηση των πιθανών αντιανταγωνιστικών επιπτώσεων μίας προτεινόμενης συγκέντρωσης επιχειρήσεων. Σύμφωνα με το αρθ.102 ΣΛΕΕ απαγορεύεται κάθε «καταχρηστική εκμετάλλευση από μία ή περισσότερες επιχειρήσεις της δεσπόζουσας θέσης τους εντός της εσωτερικής αγοράς ή σημαντικού τμήματός της». Η λογική πίσω από το άρθρο είναι ότι οι δεσπόζουσες επιχειρήσεις, οι οποίες σε γενικές γραμμές κατέχουν, μακροπρόθεσμα, σημαντική ισχύ στην αγορά¹⁵⁰, έχουν αυξημένη ικανότητα να βλάψουν τον ανταγωνισμό στην αγορά¹⁵¹, και γι αυτό έχουν και μία αντίστοιχη «ιδιαιτέρη ευθύνη» να μην νοθεύουν, με τη συμπεριφορά τους, την ομαλή λειτουργία του¹⁵². Συνεπώς, δεν απαγορεύεται η ίδια η ύπαρξη της δεσπόζουσας θέσης αλλά η κατάχρηση της. Για να στοιχειοθετηθεί παράβαση του αρθ.102 ΣΛΕΕ πρέπει να εντοπιστούν: α) δεσπόζουσα θέση, β) καταχρηστική συμπεριφορά και γ) έλλειψη νόμιμου λόγου για την συμπεριφορά.

Στα πλαίσια της αξιολόγησης συγκεντρώσεων, η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης παίζει, επίσης, καθοριστικό ρόλο καθώς το βασικό κριτήριο αξιολόγησης είναι η πιθανότητα σημαντικής παρακώλυσης του ανταγωνισμού από την ολοκλήρωση της συγκέντρωσης. Κατά το ουσιαστικό αυτό κριτήριο, κηρύσσονται ασυμβίβαστες με την κοινή αγορά οι συγκεντρώσεις οι οποίες ενδέχεται να παρακωλύουν σημαντικά τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό στην κοινή αγορά ή σε

¹⁵⁰ 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», OJ C45/7, 24.2.2009, παρ.9-12

¹⁵¹ ΔΕΚ απόφαση της 13-02-1979, Υπόθεση C-85/76 Hoffman-La Roche v Commission, σκ. 38

¹⁵² ΔΕΚ απόφαση της 09-11-1983, Υπόθεση C-322/81 Michelin (I), σκ. 57

σημαντικό τμήμα της, ιδίως ως αποτέλεσμα της δημιουργώντας μια νέα ή ενισχύοντας μια ήδη υπάρχουσα δεσπόζουσα θέση¹⁵³.

Η έννοια της δεσπόζουσας θέσης αναφέρεται στη θέση οικονομικής ισχύος που κατέχει μια επιχείρηση, πράγμα που της επιτρέπει να εμποδίζει τη διατήρηση αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην οικεία αγορά και της προσφέρει, σε σημαντικό βαθμό, τη δυνατότητα να συμπεριφέρεται ανεξάρτητα, έναντι των ανταγωνιστών της, των πελατών της και τελικά των καταναλωτών¹⁵⁴. Η αξιολόγηση της δεσπόζουσας θέσης γίνεται σε δύο στάδια: σε πρώτο στάδιο προσδιορίζεται η σχετική αγορά¹⁵⁵ και σε δεύτερο γίνεται αξιολόγηση των υφιστάμενων, σε αυτήν, ανταγωνιστικών πιέσεων. Βασικά κριτήρια για την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης αποτελούν το κατεχόμενο μερίδιο αγοράς, τα μερίδια αγοράς των ανταγωνιστών της κρινόμενης επιχείρησης, και η ύπαρξη φραγμών εισόδου¹⁵⁶.

Το αν η σχετική αγορά οριστεί στενότερη ή ευρύτερη δύναται να επηρεάσει σημαντικά την κρίση επί της, ύπαρξης ή μη, δεσπόζουσας θέσης. Άλλωστε, ο βασικός σκοπός του προσδιορισμού της αγοράς είναι ο υπολογισμός των μεριδίων αγοράς των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων¹⁵⁷, τα οποία λειτουργούν ως πρώτες ενδείξεις της ισχύος στην αγορά. Κατά κανόνα, γίνεται δεκτό πως μερίδια αγοράς άνω του 50% δημιουργούν μαχητό τεκμήριο ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης¹⁵⁸, ενώ μερίδια κάτω του 40%, συνήθως, δεν θεωρούνται ικανά να στοιχειοθετήσουν δεσπόζουσα θέση¹⁵⁹. Όπως προαναφέρθηκε, οι συνεργατικές πλατφόρμες γνωρίζουν ταχύτατους ρυθμούς ανάπτυξης και, ως αποτέλεσμα, προσελκύουν υψηλά ποσοστά νέων επενδύσεων, με αποτέλεσμα πολλές από αυτές να έχουν ήδη ποσοστά άνω του 50% στις σχετικές αγορές τους.

Όμως στην συνεργατική οικονομία, όπως και στις αγορές διπλής όψεως γενικότερα, εντοπίζονται κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, τα οποία μπορούν να μειώσουν πολύ την σημασία των μεριδίων της αγοράς στην αξιολόγηση της ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης. Στις επόμενες παραγράφους θα αναφερθούν αυτά τα χαρακτηριστικά και η σημασία τους.

¹⁵³ Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 139/2004 του Συμβουλίου, της 20ής Ιανουαρίου 2004, για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων ('Κοινοτικός κανονισμός συγκεντρώσεων'), αρ.2(3)

¹⁵⁴ ΔΕΚ απόφαση της 14-02-1978, Υπόθεση C-27/76 United Brands, σκ.65

¹⁵⁵ Για τα ζητήματα προσδιορισμού της σχετικής αγοράς βλ. παραπάνω, κεφ. 3

¹⁵⁶ Κομνηνός Α.- Λιανός Ι., επιμέλεια Τζουγανάτου Δ., «Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού», Νομική Βιβλιοθήκη, 2013, σελ 500-518

¹⁵⁷ «Ανακοίνωση της Επιτροπής όσον αφορά τον ορισμό της σχετικής αγοράς για τους σκοπούς του κοινοτικού δικαίου ανταγωνισμού», 09-12-1997, παρ. 53-55

¹⁵⁸ ΔΕΚ απόφαση της 03-07-1991, Υπόθεση C-62/86 AKZO v. Commission, παρ. 60

¹⁵⁹ 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», ΟJ C45/7, 24.2.2009, παρ.14

A. Αποτελέσματα δικτύου- Φαινόμενο «winner-takes-all»

Όπως προαναφέρθηκε¹⁶⁰ στις αγορές διπλής όψεως, γενικότερα, αλλά και στις συνεργατικές πλατφόρμες, ειδικότερα, εντοπίζονται έντονα φαινόμενα δικτύου, με αποτέλεσμα η αξία του εκάστοτε χρήστη της πλατφόρμας να αυξάνεται όσο αυξάνονται οι χρήστες που συμμετέχουν σε αυτή¹⁶¹. Βέβαια, όσο, λόγω των αποτελεσμάτων δικτύου, αυξάνεται η αξία του εκάστοτε χρήστη τόσο αυξάνεται και η συνολική αξία της πλατφόρμας καθώς και η ισχύς που απολαμβάνει στην αγορά¹⁶². Η Επιτροπή στην πρόσφατη απόφαση της για την υπηρεσία Google shopping αναγνώρισε ρητά πως τα network effects μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό εμπόδιο εισόδου σε μία αγορά, και επιπλέον ένδειξη για την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης¹⁶³.

Τέτοια network effects μπορούν να οδηγήσουν στη δημιουργία ενός ενάρετου κύκλου που, λόγω του ότι ανατροφοδοτείται συνεχώς από την συμμετοχή νέων χρηστών, εξασφαλίζει πως οι προπορευόμενες στην αγορά επιχειρήσεις θα συνεχίζουν να προπορεύονται, καθώς θα προσελκύουν όλο και μεγαλύτερο αριθμό πελατών¹⁶⁴. Ο παραπάνω ενάρετος κύκλος ενεργοποιείται όταν μία πλατφόρμα γίνει η πρώτη που ξεπερνάει έναν αριθμό χρηστών που αποτελεί ένα σημείο καμπής (tipping point) στην συγκεκριμένη αγορά, το οποίο οδηγεί την πλατφόρμα στην κατοχή ισχυρής δύναμης στην αγορά που δεν μπορεί να κλονιστεί από την είσοδο νέων ανταγωνιστών σε αυτή. Όταν μία αγορά ‘γείρει’ (tips), η πλατφόρμα αποκτά ισχύ την οποία μπορεί να χρησιμοποιήσει για να παρεμποδίσει τους ανταγωνιστές της ή να την εκμεταλλευτεί για να αποκτήσει επιπλέον κέρδος, εις βάρος της καινοτομίας και των καταναλωτών¹⁶⁵. Μάλιστα, η θέση ισχύος που αποκτάται σε πολλές περιπτώσεις είναι ικανή να διατηρηθεί για μεγάλα χρονικά διαστήματα και να αποδειχθεί ανθεκτική ακόμα και σε πιέσεις που ασκούνται από καλύτερα προϊόντα ανταγωνιστών, τα οποία όμως εισήλθαν μεταγενέστερα στην αγορά¹⁶⁶.

¹⁶⁰ Βλ. ανωτέρω κεφ. 2.B

¹⁶¹ Stephen P. King, “Sharing Economy: What Challenges for Competition Law?”, *Journal of European Competition Law & Practice*, Volume 6, Issue 10, 1-12-2015, σελ.730

¹⁶² Deloitte Access Economics, “The sharing economy and the Competition and Consumer Act”- Australian Competition and Consumer Commission (2015), σελ. 21 διαθέσιμο στο <https://www.accc.gov.au/system/files/Sharing%20Economy%20-%20Deloitte%20Report%20-%202015.pdf>

¹⁶³ Commission, απόφαση της 26-07-2017, υπόθεση CASE AT.39740 Google Search (shopping), παρ.314

¹⁶⁴ Shapiro, Carl, and Hal R. Varian. “*Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy*”. Boston, Mass: Harvard Business School Press, 1999, σελ. 174

¹⁶⁵ Chrisholm A., Jung N., “Platform regulation- ex -ante versus ex -post intervention: evolving our antitrust tools and practices to meet the challenges”, *Competition Policy International*, Spring/Autumn 2015, Volume 11 (1), σελ. 5 διαθέσιμο σε ηλεκτρονική μορφή στο <https://www.competitionpolicyinternational.com/wp-content/uploads/2016/03/Platform-regulation.pdf>

¹⁶⁶ Kadar M., “European Union Competition Law in the Digital Era”, σελ.9 διαθέσιμο online στο https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2703062

Το φαινόμενο που δημιουργείται από τις άνω λειτουργίες των φαινομένων δικτύων σε κάποιες αγορές, όπως σε αυτές του sharing economy, ονομάζεται «winner-takes-all» effect και εκδηλώνει το πως μια πολύ μικρή αύξηση, από άποψη μεριδίου αγοράς, στην δύναμη μιας πλατφόρμας μπορεί να αλλάξει παντελώς την δυναμική της αγοράς και να την καταστήσει δεσπόζουσα. Αυτό το φαινόμενο ενισχύεται σημαντικά στις συνεργατικές P2P πλατφόρμες καθώς, σε αυτές, ο ανταγωνισμός γίνεται κυρίως ως προς το πόσο άμεση είναι η διαθεσιμότητα των υπηρεσιών και πόσο μεγάλος είναι ο αριθμός των επιλογών του χρήστη, στην απέναντι πλευρά της πλατφόρμας, και δεν ενδιαφέρει τόσο το επίπεδο των τιμών. Έτσι, η P2P πλατφόρμα που έχει αποκτήσει πρώτη, χρονικά, έναν ικανό αριθμό χρηστών και στις δύο πλευρές της αποκτά ένα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με τους υφιστάμενους αλλά και δυνητικούς ανταγωνιστές της. Τόσο οι χρήστες-πάροχοι όσο και οι χρήστες-καταναλωτές, ακόμα και αν έχουν την δυνατότητα να χρησιμοποιούν παραπάνω από μία πλατφόρμα ταυτόχρονα, θα τείνουν να επιλέξουν την κατεστημένη πλατφόρμα γιατί θα ξέρουν πως υπάρχει σημαντικός αριθμός συμμετεχόντων στην άλλη πλευρά της αγοράς. Ακόμα και αν άλλες πλατφόρμες προσφέρουν χαμηλότερες τιμές ή καλύτερες ποιοτικά υπηρεσίες είναι πολύ πιθανόν οι χρήστες να μην αλλάξουν τη συμπεριφορά τους, καθώς η κατεστημένη πλατφόρμα θα έχει συνδεθεί στο μυαλό τους ως η αυτόματη επιλογή για την παροχή των υπηρεσιών που παρέχει και θα είναι προσκολλημένοι στην χρήση της. Για τους παραπάνω λόγους έχει υποστηριχθεί η άποψη ότι η ύπαρξη σημαντικής ισχύος στην αγορά, και πιθανότατα δεσπόζουσας θέσης, ίσως να είναι συνυφασμένη στην φύση των πλατφόρμων P2P¹⁶⁷.

Το φαινόμενο winner-takes-all θα πρέπει να ασκεί σημαντική επιρροή κατά την αξιολόγηση προτεινόμενων συμπράξεων σε αγορές στις οποίες συμμετέχουν συνεργατικές πλατφόρμες. Ιδίως σε περιπτώσεις οριζοντίων συγκεντρώσεων μεταξύ συνεργατικών πλατφορμών, οι Αρχές Ανταγωνισμού θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικές κατά την αξιολόγηση. Καθώς, ακόμα και αν σε μία αγορά δραστηριοποιούνται πολλές ανταγωνιστικές πλατφόρμες, μία συγκέντρωση η οποία, αν και από άποψη μεριδίου αγοράς δεν καθιστά την επιχείρηση της συγκέντρωσης πολύ ισχυρότερη από τους ανταγωνιστές της, μπορεί να οδηγήσει την νέα οντότητα στην απόκτηση του αριθμού χρηστών που απαιτούνται για να ‘γείρει’ η αγορά και στην κυριαρχία της έναντι των ανταγωνιστών της.

¹⁶⁷ Stephen P. King, “Sharing Economy: What Challenges for Competition Law?”, *Journal of European Competition Law & Practice*, Volume 6, Issue 10, 1-12-2015, σελ.731

Τέλος, από τη στιγμή που οι συνεργατικές πλατφόρμες βασίζονται στο διαδίκτυο και στις ηλεκτρονικές αγορές και επικοινωνίες, θα πρέπει να αναφερθεί πως το παραπάνω φαινόμενο, που προκαλείται κυρίως από την ύπαρξη αποτελεσμάτων δικτύου και οικονομιών κλίμακας σε μία αγορά, μπορεί να ενισχυθεί περαιτέρω από την στοχευμένη συλλογή και χρήση των δεδομένων που λαμβάνουν οι πλατφόρμες από τους χρήστες τους.

B. Ο ρόλος των Big Data.

Ο όρος “Big Data” χρησιμοποιείται για να προσδιορίσει μεγάλες ποσότητες διαφόρων τύπων δεδομένων που παράγονται με υψηλή ταχύτητα από πολλαπλές πηγές, των οποίων ο χειρισμός και η ανάλυση απαιτούν νέους και ισχυρότερους επεξεργαστές και αλγόριθμους.

Οι συνεργατικές πλατφόρμες συλλέγουν τα δεδομένα των χρηστών τους από τα στοιχεία τους μέχρι τον τρόπο που χρησιμοποιούν την πλατφόρμα και τις καθημερινές τους συνήθειες. Η χρήση και η ανάλυση των δεδομένων αποτελούν ένα από τα βασικά στοιχεία της λειτουργίας κάθε διαδικτυακής πλατφόρμας. Τα δεδομένα που αποκτά και επεξεργάζεται μία πλατφόρμα μπορούν να της αποφέρουν σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών¹⁶⁸. Όσο περισσότερα δεδομένα συλλέγει μία πλατφόρμα τόσο πιο εξατομικευμένες και αποδοτικές υπηρεσίες μπορεί να προσφέρει στους χρήστες της. Ενδεικτικό του ότι και οι ίδιες οι πλατφόρμες αναγνωρίζουν το ότι η κτήση περισσότερων δεδομένων τους δίνει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα είναι και το αποτέλεσμα έρευνας του διεθνούς Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης(OECD), σύμφωνα με το οποίο ο αριθμός των σχετικών με τα big-data συγκεντρώσεων επιχειρήσεων διπλασιάστηκε μεταξύ των ετών 2008 και 2013, από 55 σε 134¹⁶⁹.

Τα big data είναι ικανά να παίξουν καθοριστικό ρόλο, για το sharing economy, κυρίως κατά την αξιολόγηση συγκεντρώσεων. Αν και τα big data δεν έχουν απασχολήσει τις αποφάσεις των Αρχών επί των συγκεντρώσεων όσο άλλοι παράγοντες, όπως τα αποτελέσματα δικτύου και οι οικονομίες κλίμακος, πάρα ταύτα σε αρκετές περιπτώσεις έχουν κριθεί σημαντικά.

Στο πλαίσιο της αξιολόγησης ηλεκτρονικών πλατφόρμων, η Επιτροπή στην υπόθεση Facebook/WhatsApp ανέλυσε τα ζητήματα που ανέκυψαν από την συγκέντρωση των δεδομένων των επιχειρήσεων της συγκέντρωσης στον βαθμό που αυτή θα μπορούσε να στρεβλώσει τον

¹⁶⁸ Ezrachi, Ariel and Stucke, Maurice E., Online Platforms and the EU Digital Single Market (October 16, 2015). University of Tennessee Legal Studies Research Paper No. 283. Σελ. 4 διαθέσιμο online στο https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2677267

¹⁶⁹ OECD, “Exploring data-driven innovation as a new source of growth: Mapping the policy issues raised by “big data”” in Supporting Investment in Knowledge Capital, Growth and Innovation, OECD Publishing, Paris, 2013, σελ. 319

ανταγωνισμό στην αγορά των διαδικτυακών διαφημίσεων¹⁷⁰. Συγκεκριμένα τα δεδομένα θεωρήθηκαν ως μία πιθανή πηγή ισχυροποίησης της θέσης του Facebook στην άνω αγορά, λόγω της βελτίωσης που θα επέφερε η χρήση τους στον τρόπο επιλογής των καταναλωτών στους οποίους θα απευθύνονταν οι εξατομικευμένες διαφημιστικές δραστηριότητες της πλατφόρμας¹⁷¹. Στην υπόθεση Google/DoubleClick, η Επιτροπή προέβη σε αξιολόγηση σχετικά με το αν κάποια «δεδομένα (τα οποία είχε συλλέξει στην αγορά διανομής διαφημίσεων) επιτρέπουν στην DoubleClick να προσφέρει στους πελάτες της, στην αγορά της διαμεσολάβησης για διαδικτυακή διαφήμιση, υπηρεσία η οποία είναι ανώτερη από αυτή των ανταγωνιστών της που δεν έχουν πρόσβαση σε αυτά τα δεδομένα καθώς, αν συνέβαινε αυτό, οι εκδότες και οι διαφημιστές¹⁷² θα προτιμούσαν αναγκαστικά την υπηρεσία της DoubleClick στην αγορά διανομής διαφημίσεων και, κατ' επέκταση, στην νέα της υπηρεσία στην αγορά διαμεσολάβησης διαφημίσεων, λόγω της ύπαρξης άμεσων αποτελεσμάτων δικτύου»¹⁷³. Σε άλλες περιπτώσεις, τα δεδομένα είχαν πιο έμμεσο ρόλο στην αξιολόγηση της επιτροπής, για παράδειγμα όταν η επιτροπή εξέτασε την δυνατότητα της επιχείρησης της συγκέντρωσης «τόσο να παράγει κίνηση αναζητήσεων όσο και να πουλάει αυτή την κίνηση σε διαφημιστές», είχε κρίνει πως «περισσότερος αριθμός διαθέσιμων δεδομένων για πειραματισμούς, τείνει να αυξάνει την συνολική ποιότητα του προϊόντος της επιχείρησης»¹⁷⁴.

Οι άνω τοποθετήσεις της Επιτροπής δείχνουν ότι οι Αρχές Ανταγωνισμού, ιδίως κατά την εξέταση συγκεντρώσεων, λαμβάνουν υπόψιν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που μπορεί να δημιουργήσει η απόκτηση και η χρήση των δεδομένων. Επίσης, υπάρχει η πιθανότητα ορισμένες μορφές διαχείρισης ή ανάλυσης δεδομένων να αποτελέσουν αυτοτελείς επιχειρηματικές δραστηριότητες και αγορές στο μέλλον. Βάσει των παραπάνω, αλλά και του γεγονότος πως στις πλατφόρμες διπλής όψης ο υψηλός αριθμός δεδομένων μπορεί να οχυρώσει την μακροπρόθεσμη οικονομική ισχύ μιας επιχείρησης, φαίνεται πιθανό ότι η χρήση των δεδομένων στις συνεργατικές πλατφόρμες θα αποτελέσει πολύ σημαντικό εξεταζόμενο παράγοντα κατά την διαδικασία εξέτασης συγκεντρώσεων.

Τα δεδομένα μπορούν να αποδειχθούν πολύ σημαντικά ιδίως κατά την εξέταση κάθετων συγκεντρώσεων μεταξύ των συνεργατικών πλατφόρμων και παραδοσιακών επιχειρήσεων στις υποκείμενες αγορές παροχής της βασικής υπηρεσίας, ιδίως όταν μία, τουλάχιστον, από τις επιχειρήσεις είναι δεσπόζουσα στην σχετική αγορά της. Το πρόβλημα σε τέτοιες περιπτώσεις

¹⁷⁰Βλ. Commission απόφαση της 03-10-2014, Υπόθεση COMP/M.7217- Facebook/WhatsApp

¹⁷¹ Facebook/WhatsApp, ο.π., παρ. 167

¹⁷² Που αποτελούσαν τις δύο πλευρές της αγοράς

¹⁷³ Commission απόφαση της 11-03-2008, Υπόθεση COMP/M.4731- Google/DoubleClick, παρ. 256

¹⁷⁴ Commission απόφαση της 18-02-2010, Υπόθεση COMP/M.5727- Microsoft/Yahoo! Search Business, παρ. 192 και 223

είναι ότι η πλατφόρμα μπορεί να χρησιμοποιήσει την παραδοσιακή επιχείρηση για να διασφαλίσει έναν ελάχιστο βαθμό προσφοράς στην μία πλευρά της, ο οποίος μπορεί να την φέρει πιο κοντά στο tipping point, ή ότι μία δεσπόζουσα παραδοσιακή επιχείρηση μπορεί να εξαγοράσει μία συνεργατική πλατφόρμα με σκοπό να μοχλεύσει την δύναμη της στην παραδοσιακή αγορά για να κατακτήσει την συνεργατική αγορά και να αποκλείσει δυνητικούς ανταγωνιστές της που δραστηριοποιούνται σε αυτή. Ένας λόγος που αξιολογήσεις στο παραπάνω πλαίσιο φαίνεται πολύ πιθανό να απασχολήσουν τις Αρχές Ανταγωνισμού είναι και το γεγονός πως παρατηρείται μία αυξητική τάση στις συγκεντρώσεις μεταξύ ψηφιακών πλατφόρμων και παραδοσιακών επιχειρήσεων τέτοια παραδείγματα είναι η συγκέντρωση της Amazon με την Wholefoods¹⁷⁵ και, στον χώρο της συνεργατικής οικονομίας, η εξαγορά της πλατφόρμας TaskRabbit από την IKEA¹⁷⁶.

Από την παραπάνω ανάλυση τόσο του winner takes all effect όσο και τον επιπτώσεων της χρήσης των big data στις συγκεντρώσεις επιχειρήσεων γίνεται αντιληπτό ένα μεγάλο κενό που υπάρχει στην αποτελεσματική εφαρμογή του ελέγχου των συγκεντρώσεων σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Συγκεκριμένα, στη μεγάλη τους πλειοψηφία, οι συνεργατικές πλατφόρμες, παρά την τεράστια επιρροή τους στις αγορές, φαίνονται να μην έχουν «πιάσει» ακόμα τα απαραίτητα όρια ώστε μια πιθανή συγκέντρωση τους με άλλες επιχειρήσεις να εξετάζεται από την Επιτροπή. Ο λόγος για το παραπάνω είναι πως ο παράγοντας με βάση τον οποίο κρίνεται αν μία συγκέντρωση εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του Κανονισμού Συγκεντρώσεων και πρέπει να ανακοινωθεί στην επιτροπή, είναι ο κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων. Σύμφωνα με τον Κανονισμό για να εμπίπτει μία συγκέντρωση στο πεδίο εφαρμογής του, και να εξετάζεται για τα αποτελέσματα της στον ανταγωνισμό θα πρέπει α) ο συνολικός κύκλος εργασιών που πραγματοποιούν παγκοσμίως όλες οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις υπερβαίνει τα 5 δισεκατομμύρια ευρώ και β) δύο τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν, κάθε μία χωριστά, εντός της Κοινότητας, συνολικό κύκλο εργασιών άνω των 250 εκατομμυρίων ευρώ, εκτός εάν κάθε μία από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιεί άνω των δύο τρίτων του συνολικού κοινοτικού κύκλου εργασιών της σε ένα και το αυτό κράτος μέλος¹⁷⁷.

Είναι, συνεπώς, φανερό πως μία αξιολόγηση καθαρά βάσει του κύκλου εργασιών δεν μπορεί να καλύψει με ακρίβεια τις συγκεντρώσεις που λαμβάνουν χώρα σε αγορές, όπως αυτές στις οποίες

¹⁷⁵ Statement of Federal Trade Commission's Acting Director of the Bureau of Competition on the Agency's Review of Amazon.com, Inc.'s Acquisition of Whole Foods Market Inc., της 13-08-2017

¹⁷⁶ "Ikea Enters 'Gig Economy' by Acquiring TaskRabbit", Tiffany Hsu, The New York Times, 28-09-2017

¹⁷⁷ Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 139/2004 του Συμβουλίου, της 20ής Ιανουαρίου 2004, για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων, αρθ.1(2)

δραστηριοποιούνται οι συνεργατικές πλατφόρμες, στις οποίες βασικά στοιχεία είναι η ύπαρξη φαινομένων δικτύου και η συστηματική και έντονη χρήση των big data. Έχει υποστηριχθεί η άποψη ότι τα παραπάνω κατώτατα όρια θα πρέπει να συμπληρωθούν με επιπλέον υποχρεώσεις ενημέρωσης της Επιτροπής για συγκεντρώσεις βάσει της αξίας της εξαγοράς¹⁷⁸. Την ίδια άποψη εξέφρασε και η Γερμανική Επιτροπή Μονοπωλίων¹⁷⁹, η οποία υποστηρίζει πως μία τέτοια αλλαγή θα κάλυπτε το νομικό κενό του Κανονισμού. Κατά τη γνώμη του γράφοντος η παραπάνω άποψη είναι σωστή καθώς στην ψηφιακή οικονομία είναι ιδιαίτερα συχνό το φαινόμενο εξαγοράς σχετικά νέων εταιρειών οι οποίες, ναι μεν δεν πιάνουν τα κατώτατα όρια κύκλου εργασιών του Κανονισμού, κατέχουν όμως σημαντικό αριθμό χρηστών στη πλατφόρμα τους ή δεδομένων που διαχειρίζονται, με αποτέλεσμα η συγκέντρωσή τους με συγκεκριμένες επιχειρήσεις να μπορεί να επιφέρει σημαντικά αρνητικά αποτελέσματα στον ανταγωνισμό εντός της Ένωσης. Σε αυτές τις περιπτώσεις το ποσό της εξαγοράς μοιάζει να είναι, όντως, περισσότερο ενδεικτικό των οικονομικών προοπτικών τέτοιων ψηφιακών επιχειρήσεων από ότι ο κύκλος εργασιών τους.

Γ. Δεσπόζουσα θέση και ψηφιακές αγορές

Βασικό χαρακτηριστικό για να διαπιστωθεί η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης είναι και η ικανότητα διατήρησης της για ένα σχετικά μεγάλο χρονικό διάστημα. Γι αυτόν τον λόγο οι Αρχές Ανταγωνισμού είναι διστακτικές να διαπιστώσουν την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης στις ψηφιακές αγορές, λόγω του ότι σε αυτές παρουσιάζεται υψηλός βαθμός τεχνολογικής καινοτομίας που μπορεί ανά πάσα στιγμή να αλλάξει τις ισορροπίες στην αγορά. Επίσης, γενικά γίνεται δεκτό πως στις ψηφιακές αγορές οι νέοι παίχτες εισέρχονται με περισσότερη ευκολία και μπορούν να ασκήσουν ανταγωνιστικές πιέσεις κατευθείαν στις κατεστημένες επιχειρήσεις με όπλο την καινοτομία, όπως λ.χ. έκαναν οι συνεργατικές πλατφόρμες. Αυτά τα γεγονότα οδηγούν στο συμπέρασμα πως σε τεχνολογικές αγορές η ισχύς καμίας επιχείρησης δεν θα πρέπει να θεωρείται δεδομένη για μεγάλο χρονικό διάστημα. Επίσης, υποστηρίζεται πως η παρουσία των αποτελεσμάτων δικτύου είναι λιγότερο προβληματική στις αγορές διπλής όψης σε σχέση με τις μονόπλευρες αγορές, λόγω του ότι η αλληλεξάρτηση μεταξύ των παρόχων της υπηρεσίας και των καταναλωτών περιορίζουν την ισχύ της πλατφόρμας¹⁸⁰. Βάσει των παραπάνω μπορεί να

¹⁷⁸ Kadar M., “European Union Competition Law in the Digital Era”, σελ.15-16 διαθέσιμο online στο https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2703062

¹⁷⁹ Daniel Zimmer (Monopolkommission), “Digital Markets: New Rules for Competition Law”, Journal of European Law & Practice, 2015, Vol.6, No.9, σελ.627-628

¹⁸⁰ Βλ. G. Lougher/ S. Kalmanowicz, “EU Competition Law in the Sharing Economy”, Journal of European Competition Law & Practice, 2016, Vol. 7, No.2, σελ. 98

διατυπωθεί η άποψη ότι οι συνεργατικές πλατφόρμες είναι, εκ φύσεως, πολύ δύσκολο να κατέχουν δεσπόζουσα θέση για ικανό χρονικό διάστημα¹⁸¹.

Κατά την άποψη του γράφοντος στις συνεργατικές πλατφόρμες δεν είναι τόσο έντονα τα παραπάνω φαινόμενα ώστε να κρίνεται απαραίτητος ανάλογος βαθμός διστακτικότητας για την διαπίστωση δεσπόζουσας θέσης ή αρνητικής για τον ανταγωνισμό συγκέντρωσης από τις Αρχές Ανταγωνισμού, για δύο λόγους.

Πρώτον, αν και η φύση των συνεργατικών πλατφορμών είναι ψηφιακή, οι καινοτομίες που χρησιμοποιούν και οι οποίες αποτελούν τα ‘όπλα’ τους στον ανταγωνισμό αφορούν κυρίως τα καινοτόμα επιχειρηματικά μοντέλα που χρησιμοποιούν και όχι κάποια καινοτόμα τεχνική εξέλιξη υψηλής τεχνολογίας. Αν και εκ πρώτης όψεως το παραπάνω γεγονός μοιάζει να κάνει την πρόσβαση νέων ανταγωνιστών στην αγορά ευκολότερη ίσως ταυτόχρονα να αποτελεί και μία σημαντική διαφοροποίηση σε σχέση με τις περισσότερες αγορές τεχνολογίας, καθώς ναι μεν δεν χρειάζεται η χρήση ιδιαίτερα εξειδικευμένων τεχνολογικών μέσων για την εφαρμογή της ιδέας αλλά αυτό σημαίνει πως οι δεσπόζουσες επιχειρήσεις μπορούν να αντιγράψουν το επιχειρηματικό μοντέλο άμεσα. Έτσι μία νεοεισαχθείσα στην συνεργατική οικονομία πλατφόρμα που εφαρμόζει ένα καινοτόμο επιχειρηματικό μοντέλο δεν απολαμβάνει την ‘περίοδο χάριτος’, για την εκμετάλλευση της ιδέας της, την οποία απολαμβάνει μία νεοεισαχθείσα επιχείρηση σε μία άλλη τεχνολογική αγορά λόγω του διαστήματος που μεσολαβεί μεταξύ της εφαρμογής μιας καινοτόμου τεχνολογίας από την ίδια και της ανάπτυξης παρόμοιων τεχνολογιών από τους ανταγωνιστές της.

Δεύτερον, το παραπάνω γεγονός υποστηρίζεται επιπλέον από το ότι στις συνεργατικές πλατφόρμες παρουσιάζονται τόσο έντονα φαινόμενα δικτύου όσο και έντονη χρήση των δεδομένων. Τα φαινόμενα δικτύου στις συνεργατικές πλατφόρμες είναι ακόμα πιο έντονα από ότι σε άλλες 2-sided αγορές, λόγω της P2P φύσης τους, και γι αυτό είναι πολύ πιθανό να εντοπίζεται το φαινόμενο winner takes all σε αυτές. Επίσης η χρήση των δεδομένων είναι στον πυρήνα των προσφερόμενων υπηρεσιών από τις συνεργατικές πλατφόρμες. Έτσι πρέπει να γίνει δεκτό ότι μία πλατφόρμα η οποία έχει περάσει το ‘tipping point’ μίας αγοράς και κατέχει πολύ ισχυρή βάση χρηστών και στις δύο πλευρές της ενώ, ταυτόχρονα, συλλέγει τεράστιο αριθμό δεδομένων από τους χρήστες αυτούς και τους παρέχει εξατομικευμένες και αποτελεσματικότερες υπηρεσίες έχει μεγάλες πιθανότητες να οχυρώσει την θέση της στην αγορά για μεγάλο διάστημα. Το παραπάνω, σε συνδυασμό με το ότι δεν υπάρχουν τεχνικά

¹⁸¹ Dunne, Niamh, “Competition Law (and Its Limits) in the Sharing Economy” (October 25, 2017). Από Nestor Davidson, Michèle Finck and John Infranca (eds.), “Cambridge Handbook on Law and Regulation of the Sharing Economy”, Cambridge University Press 2018, Διαθέσιμο online στο <https://ssrn.com/abstract=3058697>, σελ.7

εμπόδια στο να αντιγράψει άμεσα, χωρίς τεχνολογικούς περιορισμούς, το επιχειρηματικό μοντέλο των νέων ανταγωνιστών και να το προσφέρει και η ίδια, εμπλουτισμένο με τα πλεονεκτήματα που της προσφέρουν ο μεγάλος αριθμός χρηστών και δεδομένων που κατέχει, μπορούν να αποτελέσουν σημαντικά εμπόδια εισόδου στην αγορά, τα οποία δεν εντοπίζονται σε άλλες αγορές τεχνολογίας.

Ιδίως κατά την αξιολόγηση των συγκεντρώσεων τα παραπάνω μπορεί να αποδειχθούν πολύ σημαντικά, καθώς μια συνεργατική πλατφόρμα που έχει χτίσει τη βάση των χρηστών και των δεδομένων της μπορεί, αντί να αντιγράψει το επιχειρηματικό μοντέλο του ανταγωνιστή, να εκμεταλλευτεί τον χαμηλό κύκλο εργασιών του και απλά να τον εξαγοράσει περιορίζοντας έτσι τον ανταγωνισμό και δημιουργώντας, με την πάροδο του χρόνου, μία εταιρεία- γίγαντα. Άλλωστε το σενάριο αυτό δεν μοιάζει και τόσο μακρινό αν σκεφτεί κανείς τον αριθμό των επιτυχημένων start-up επιχειρήσεων που εξαγοράστηκαν από τεχνολογικούς κολοσσούς όπως η Google, η Microsoft και το Facebook τα τελευταία χρόνια, πριν μπορέσουν να αποτελέσουν πραγματική απειλή για τις υπηρεσίες τους. Χαρακτηριστικό είναι πως, στην εισήγηση του e-Conomics στην Βουλή των Λόρδων του Αγγλικού Κοινοβουλίου¹⁸², μέχρι τον Νοέμβριο του 2015 η Google είχε ολοκληρώσει 195 εξαγορές επιχειρήσεων πολλές εκ των οποίων θα μπορούσαν να ερμηνευθούν ως εξάλειψη των ανταγωνιστών, η οποία συνεπαγόταν αποκλεισμό μελλοντικών αγορών και εμπόδιο στην ανάπτυξη της καινοτομίας.

Δ. Sharing Economy και πιθανές καταχρήσεις δεσπόζουσας θέσης του άρθρου 102 ΣΛΕΕ

Όπως προαναφέρθηκε, αφού εντοπιστεί η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης, για να στοιχειοθετηθεί παράβαση του αρθ.102 ΣΛΕΕ θα πρέπει να εντοπιστεί πράξη που αποτελεί κατάχρηση της θέσης αυτής. Ως κατάχρηση νοείται οποιαδήποτε συμπεριφορά η οποία «είναι ικανή να επηρεάσει τη δομή μιας αγοράς όπου, λόγω ακριβώς της υπάρξεως της εν λόγω επιχειρήσεως, ο ανταγωνισμός είναι ήδη εξασθενημένος και η οποία εμποδίζει τη διατήρηση του ανταγωνισμού που υπάρχει ακόμη στην αγορά ή την ανάπτυξη του ανταγωνισμού αυτού, με τη βοήθεια μέσων που είναι διαφορετικά από αυτά που διέπουν ένα φυσιολογικό ανταγωνισμό των προϊόντων ή υπηρεσιών»¹⁸³.

Κατά την εφαρμογή του αρθ.102 ΣΛΕΕ εντοπίζονται δύο είδη καταχρηστικών συμπεριφορών: οι εκμεταλλευτικές συμπεριφορές και οι παρεμποδιστικές συμπεριφορές, εκ των οποίων οι

¹⁸² Olga Batura, Nicolai van Gorp, Prof. Pierre Larouche, Intellectual guidance: Lapo Filistrucchi, "Online Platforms and the EU Digital Single Markets", e-Conomics-Written evidence (OPL 0066), 23-11-2015, διαθέσιμο online στο <http://data.parliament.uk/writtenevidence/committeeevidence.svc/evidencedocument/eu-internal-market-subcommittee/online-platforms-and-the-eu-digital-single-market/written/24920.html>

¹⁸³ ΔΕΚ απόφαση της 13-02-1979, Υπόθεση C-85/76 Hoffman-La Roche v Commission, σκ. 91

πρώτες εμφανίζονται όταν η δεσπόζουσα επιχείρηση εκμεταλλεύεται τον καταναλωτή ευθέως, για παράδειγμα με υπερβολική τιμολόγηση, και οι δεύτερες εμφανίζονται όταν η δεσπόζουσα επιχείρηση εμποδίζει την είσοδο και την λειτουργία των ανταγωνιστών της στην αγορά.

Στα πλαίσια της συνεργατικής οικονομίας φαίνεται να είναι δύσκολο να στοιχειοθετηθεί εκμεταλλευτική κατάχρηση από τις πλατφόρμες, για δύο λόγους. Πρώτον, οι περισσότερες πλατφόρμες δεν ορίζουν την τελική τιμή που παρέχεται στον καταναλωτή αλλά απλά ένα ποσοστό προμήθειας επί της συναλλαγής. Δεύτερον, λόγω της φύσης της συνεργατικής οικονομίας, οι τελικοί καταναλωτές είναι συνήθως υποψιασμένοι ως προς τις τιμές, κυρίως όσο αυτές αφορούν πιο ακριβά προϊόντα, και έχουν σχετικά κοντινά υποκατάστατα, είτε εντός είτε εκτός της συνεργατικής οικονομίας. Άλλωστε, ακόμα και το πιο κλασικό παράδειγμα ενσυνείδητης υπερτιμολόγησης σε τέτοιες πλατφόρμες, δηλαδή η πρακτική «surge pricing» που εφαρμόζει η Uber, δεν είναι πολύ πιθανό να αποτελεί κατάχρηση καθώς θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι αντιπροσωπεύει επακριβώς την πλήρως ‘ανταγωνιστική τιμή’, δηλαδή την τιμή που συνδέει πιο αποτελεσματικά την προσφορά με τη ζήτηση¹⁸⁴.

Σε ό,τι αφορά τις πιθανές πρακτικές παρεμποδιστικής κατάχρησης στις συνεργατικές πλατφόρμες, αυτές φαίνεται πιο πιθανόν να εμφανιστούν με μία από τις παρακάτω πέντε μορφές.

Η πρώτη, αφορά την απαγόρευση του multi-homing. Όπως προαναφέρθηκε, multi-homing ονομάζεται η κατάσταση κατά την οποία ένας χρήστης, είτε καταναλωτής είτε πάροχος υπηρεσιών, χρησιμοποιεί ταυτόχρονα, στον υπολογιστή ή το κινητό του, περισσότερες από μια πλατφόρμες για την κάλυψη των ίδιων αναγκών. Η δυνατότητα των χρηστών να χρησιμοποιούν την πρακτική multi-homing καθιστά πολύ χαμηλό το κόστος μεταπήδησης από μία συνεργατική πλατφόρμα σε μία ανταγωνιστική. Μία ενδεχόμενη απαγόρευση του multi-homing σε οποιαδήποτε από τις δύο πλευρές της πλατφόρμας θα παρεμπόδιζε τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό καθώς όχι μόνο θα αυξάνονταν τα κόστη μεταπήδησης αλλά επίσης η πλατφόρμα θα γινόταν ουσιαστικά ένας «gatekeeper», μόνο μέσω του οποίου θα μπορούσαν οι συμμετέχοντες στην αγορά να αποκτήσουν πρόσβαση στους ‘κλειδωμένους’ χρήστες της. Συνεπώς, πρέπει να γίνει δεκτό πως οποιαδήποτε απαγόρευση του multi-homing, ή αλλιώς υποχρέωση ‘single-homing’ επιβάλλει δεσπόζουσα πλατφόρμα στους χρήστες, μπορεί να αποτελέσει αντανταγωνιστική ρήτρα αποκλειστικότητας. Έχει υποστηριχθεί ότι, πέραν από τις συμβατικές ρήτρες, περιορισμός του ανταγωνισμού, που αφορά το multi-homing και αποτελεί

¹⁸⁴ Vasilis Hatzopoulos & Sofia Roma, “Caring for sharing? The collaborative economy under EU law”, Common Market Law Review 2017 Vol.54(1), σελ. 111-112

πρακτική αποκλειστικότητας, στοιχειοθετείται και όταν δεν παρέχεται στον χρήστη η δυνατότητα να μεταφέρει τις αξιολογήσεις του σε άλλη πλατφόρμα¹⁸⁵. Όσο οι χρήστες χρησιμοποιούν την πλατφόρμα τόσο συλλέγουν αξιολογήσεις είτε για τον τρόπο παροχής των υπηρεσιών τους είτε για τον τρόπο της συμπεριφοράς τους ως καταναλωτές. Αυτές οι αξιολογήσεις έχουν ιδιαίτερη σημασία, ιδίως από την πλευρά των χρηστών-παρόχων, καθώς αποτελούν, πολλές φορές, ένα από τα βασικά κριτήρια επιλογής τους από τους τελικούς καταναλωτές. Όταν όμως ένας χρήστης αποφασίζει να αρχίσει να χρησιμοποιεί μία νέα πλατφόρμα, όλες οι αξιολογήσεις του παραμένουν στην παλιά πλατφόρμα και δεν μπορούν να μεταφερθούν, με αποτέλεσμα αυτός να ξεκινάει από μηδενική βάση.

Η δεύτερη πρακτική αφορά την χρησιμοποίηση ρητρών CRR (contracts that reference rivals) από δεσπόζουσες πλατφόρμες. Σε αυτή την κατηγορία ρητρών υπάγονται: α) Η ρήτρα του μάλλον ευνοούμενου πελάτη (MFN), η οποία υποχρεώνει τους χρήστες-παρόχους, αν δώσουν μια καλύτερη τιμή σε ανταγωνιστική πλατφόρμα, να μειώσουν στο ίδιο επίπεδο και την τιμή που δίνουν στην δεσπόζουσα πλατφόρμα και β) η ρήτρα meet the competition (MFN), κατά την οποία η πλατφόρμα υπόσχεται πως, αν ένας χρήστης λάβει καλύτερη τιμή από κάποιον ανταγωνιστή της, τότε αυτή θα του προσφέρει την χαμηλότερη τιμή του ανταγωνιστή. Αν και σε γενικές γραμμές οι παραπάνω ρήτρες δεν είναι προβληματικές για τον ανταγωνισμό, αν εφαρμοστούν συνδυαστικά με το φαινόμενο winner takes all και το γεγονός πως στις συνεργατικές πλατφόρμες υπάρχει μεγάλη διαπραγματευτική ασυμμετρία, μεταξύ πλατφόρμας και χρήστη, ως προς τους όρους χρήσης της πλατφόρμας μπορούν να περιορίσουν τον ανταγωνισμό δημιουργώντας εμπόδια εισόδου σε δυνητικούς ανταγωνιστές. Ένας άλλος τρόπος που μπορούν να παράγουν αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα είναι όταν μία παραδοσιακή επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση αποφασίσει να εισέλθει στην συνεργατική οικονομία για να ανταγωνιστεί τις πλατφόρμες με βάση το νέο μοντέλο. Αν και γενικά μία τέτοια απόφαση μπορεί να φέρει θετικά για τον ανταγωνισμό αποτελέσματα, λόγω της αύξησης των ανταγωνιστών στην συνεργατική αγορά, αν η επιχείρηση συνδυάσει την είσοδο της στο sharing economy με ρήτρες CRR, είναι πολύ πιθανό να καταφέρει να μοχλεύσει την δύναμη της στην παραδοσιακή αγορά για να αποκτήσει ισχυρή θέση και στη συνεργατική αγορά. Κατά τη γνώμη του γράφοντος, αν και τα παραπάνω ενδεχόμενα είναι αρκετά πιθανό να παρουσιαστούν σε μεμονωμένες περιπτώσεις, σε γενικές γραμμές τέτοιες ρήτρες δεν θα έχουν μεγάλη επιρροή στην

¹⁸⁵ Chrisholm A., Jung N., "Platform regulation- ex -ante versus ex -post intervention: evolving our antitrust tools and practices to meet the challenges", Competition Policy International, Spring/Autumn 2015, Volume 11 (1), σελ. 4 διαθέσιμο σε ηλεκτρονική μορφή στο <https://www.competitionpolicyinternational.com/wp-content/uploads/2016/03/Platform-regulation.pdf>

λειτουργία των συνεργατικών πλατφορμών, καθώς ο ανταγωνισμός στις αγορές του sharing economy δεν βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στις τιμές.

Τρίτον, παρεμποδιστική κατάχρηση ίσως να μπορεί να στοιχειοθετηθεί στην περίπτωση που η δεσπόζουσα πλατφόρμα χρησιμοποιήσει αλγορίθμους και τα δεδομένα που έχει συλλέξει για να εντοπίσει τους χρήστες-παρόχους που χρησιμοποιούν multi-homing και να τους προσφέρει καλύτερες τιμές ή άλλα θέλγητρα για να προτιμήσουν την δικιά της πλατφόρμα. Η παραπάνω πρακτική, υπό προϋποθέσεις, θα μπορούσε να αποτελέσει καταχρηστική διακριτική τιμολόγηση.

Ένας τέταρτος τρόπος παρεμποδιστικής κατάχρησης αφορά κυρίως της περιπτώσεις κατά τις οποίες δεσπόζουσες παραδοσιακές επιχειρήσεις αποφασίζουν να δραστηριοποιηθούν στη συνεργατική οικονομία. Αν προσπαθήσουν να μοχλεύσουν την ισχύ που απολαμβάνουν στην προσκείμενη αγορά για να αποκτήσουν αυξημένη ισχύ στην καινούρια, κυρίως μέσω πρακτικών συνδεδεμένων ή συζευγμένων πωλήσεων (tying/bundling), είναι δυνατόν να στοιχειοθετηθεί παράβαση.

Τέλος, υποστηρίζεται ότι, υπό προϋποθέσεις, η δομή και κυρίως τα big data που έχει συλλέξει και χρησιμοποιεί μία πλατφόρμα μπορεί να θεωρηθούν βασική υπηρεσία ‘essential facility’, με αποτέλεσμα η πλατφόρμα να αναγκαστεί να παρέχει πρόσβαση σε αυτά σε όποιον ανταγωνιστή της το επιθυμεί¹⁸⁶. Βέβαια, δεδομένων των αυστηρών κριτηρίων που χρησιμοποιούνται για την αναγνώριση μίας υπηρεσίας ως ‘essential facility’ φαίνεται μάλλον απίθανο να συμβεί κάτι τέτοιο στις συνεργατικές πλατφόρμες, τουλάχιστον στο προσεχές μέλλον. Πιθανότερο μοιάζει το σενάριο κατά το οποίο μια πλατφόρμα, κυρίως ως αποτέλεσμα κάποιας οριζόντιας συγκέντρωσης, γίνεται τόσο σημαντική για την αντιστοίχιση προσφοράς και ζήτησης στην υποκείμενη αγορά προσφοράς υπηρεσιών, ώστε η πρόσβαση σε αυτή να κρίνεται απαραίτητη για να μπορέσει κάποιος συμμετέχων, στην κάτω αγορά, να είναι ανταγωνιστικός, με αποτέλεσμα η πλατφόρμα να καθίσταται de facto essential facility. Σε τέτοιες περιπτώσεις, η άρνηση της πλατφόρμας να αφήσει κάποιον χρήστη-πάροχο να συμμετέχει σε αυτήν, θα μπορούσε να θεωρηθεί καταχρηστική άρνηση προμήθειας.

¹⁸⁶ G. Lougher/ S. Kalmanowicz, “EU Competition Law in the Sharing Economy”, Journal of European Competition Law & Practice, 2016, Vol. 7, No.2, σελ. 100

6. ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΡΥΘΜΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η συνολική θετική επιρροή της ανάπτυξης του μοντέλου της συνεργατικής οικονομίας, τόσο ως προς τον ανταγωνισμό στις αγορές όσο και ως προς το όφελος του καταναλωτή, είναι ευρέως αναγνωρισμένη. Όμως, όπως προαναφέρθηκε, η συνεργατική οικονομία πολλές φορές λειτουργεί ως disruptive innovator για τις παραδοσιακές αγορές, με αποτέλεσμα η ανάπτυξή της να έχει επιδράσει αρνητικά στη λειτουργία των παραδοσιακών κατεστημένων επιχειρήσεων, οι οποίες παραγκωνίζονται από την είσοδο των νέων και καινοτόμων μοντέλων στην αγορά. Παρά ταύτα, στα πλαίσια των κανόνων του ελεύθερου ανταγωνισμού, οι παραπάνω αρνητικές επιρροές δεν είναι απαραίτητα κατακριτέες καθώς «η προστασία που εγγυώνται οι κανόνες ανταγωνισμού της Ένωσης αφορά αυτή καθαυτή τη λειτουργία του ανταγωνισμού και όχι, για παράδειγμα, τους ανταγωνιστές. Στο ίδιο πνεύμα, ανταγωνιστές οι οποίοι εξοβελίζονται από την αγορά, λόγω του έντονου ανταγωνισμού, και όχι λόγω συμπεριφορών αντίθετων προς τον ανταγωνισμό, δεν χρήζουν προστασίας. Ως εκ τούτου, κάθε αποχώρηση από την αγορά δεν αποτελεί, κατ' ανάγκην, ένδειξη καταχρηστικής συμπεριφοράς, αλλά αντιθέτως αποτελεί ένδειξη επιθετικού, πλην όμως υγιούς και θεμιτού ανταγωνισμού»¹⁸⁷.

Η συνεργατική οικονομία, τουλάχιστον σε θεωρητικό επίπεδο, βασίζεται στην χρήση υπαρκτών και αδρανών αγαθών, υπηρεσιών και ικανοτήτων, με αποτέλεσμα οι πάροχοι υπηρεσιών, στην συνεργατική οικονομία, να έχουν τη δυνατότητα και να είναι πιο πρόθυμοι να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στους καταναλωτές σε χαμηλότερες τιμές συγκριτικά με τους παραδοσιακούς παρόχους, οι οποίοι συχνά έχουν να αντιμετωπίσουν αυξημένα κόστη λειτουργίας ή ακολουθούν μια τιμολογιακή πολιτική ικανή να τους επιτρέψει να αποσβέσουν γρηγορότερα την αρχική τους επένδυση. Από πλευράς ευημερίας του καταναλωτή, ιδίως όσον αφορά το πλεόνασμα του καταναλωτή, η παραπάνω κατάσταση είναι λογικό πως αποφέρει πολύ θετικά αποτελέσματα καθώς επιφέρει χαμηλότερες τιμές και αυξημένες επιλογές. Από την άλλη μεριά, μπορεί να γίνει κατανοητό το γιατί η λειτουργία του μοντέλου της συνεργατικής οικονομίας μπορεί να θεωρηθεί 'άδικο' από παρόχους υπηρεσιών, είτε παραδοσιακών είτε στην συνεργατική οικονομία, οι

¹⁸⁷ Προτάσεις του Γενικού Εισαγγελέα Nils Wahl της 20-10-2016, Υπόθεση C-414/14 Intel v. Commission, σκ. 41

οποίοι ιδανικά θα ήθελα να αποκομίζουν μεγαλύτερα κέρδη από την δραστηριότητα τους και να αποφύγουν την υπονόμευση των τιμών από ανταγωνιστές με μειωμένα λειτουργικά κόστη. Όμως, τέτοιες ενστάσεις δεν απασχολούν το δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού καθώς είναι αναγνωρισμένο πως ακόμα και ο αποκαλούμενος ‘καταστροφικός ανταγωνισμός’ δεν το απασχολεί¹⁸⁸.

Πιο περίπλοκο μοιάζει το ερώτημα σχετικά με το αν τα ασύμμετρα ρυθμιστικά βάρη που βαραινούν τους παραδοσιακούς παρόχους σε σχέση με τις συνεργατικές πλατφόρμες αποτελούν ένα αθέμιτο πλεονέκτημα το οποίο θα πρέπει να αξιολογηθεί. Πολλοί πολέμιοι του sharing economy υποστηρίζουν ότι το οικονομικό πλεονέκτημα της συνεργατικής πλατφόρμας δεν πηγάζει από την αυξημένη αποτελεσματικότητα του μοντέλου αλλά από την εκμετάλλευση ‘νομικών παραθύρων’ για την αποφυγή ρυθμιστικών κανόνων και εξόδων. Επίσης, συχνά τα ρυθμιστικά πλαίσια, την εφαρμογή των οποίων προσπαθούν να αποφύγουν οι συνεργατικές πλατφόρμες, έχουν τεθεί σε λειτουργία για την προστασία του ευρύτερου δημοσίου συμφέροντος.

Συνεπώς, οι προβληματισμοί που απορρέουν από την πιθανή ρυθμιστική ασυμμετρία στο sharing economy εντοπίζονται σε δύο, κυρίως, βάσεις. Πρώτον, εκδηλώνεται ανησυχία για το γεγονός πως οι λόγοι δημοσίου συμφέροντος στους οποίους στηρίζεται το εκάστοτε ρυθμιστικό πλαίσιο, είτε αφορούν την δημόσια ασφάλεια, είτε την προστασία του καταναλωτή, είτε την περιβαλλοντική προστασία, δεν προστατεύονται επαρκώς εντός της συνεργατικής οικονομίας. Δεύτερον, στον βαθμό που κάποιο ρυθμιστικό πλαίσιο παρακαλύει την λειτουργία των επιχειρήσεων που υπάγονται σε αυτό, είτε μειώνοντας την επιχειρηματική τους ελευθερία είτε αυξάνοντας τα κόστη συμμετοχής τους στην αγορά, εκδηλώνεται προβληματισμός για το αν η εφαρμογή του σε συγκεκριμένες μόνο επιχειρήσεις και όχι στο σύνολο της αγοράς, δημιουργεί ένα άνισο πεδίο ανταγωνισμού και προσδίδει αθέμιτο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις συνεργατικές πλατφόρμες.

Ακολουθώντας τους παραπάνω προβληματισμούς, στο παρόν κεφάλαιο θα εξεταστεί το αν, και υπό ποιες προϋποθέσεις, οφείλουν οι συνεργατικές πλατφόρμες να συμμορφωθούν με τα ισχύοντα ρυθμιστικά πλαίσια μιας υποκείμενης αγοράς και το αν η μη συμμόρφωσή τους αποτελεί αθέμιτη ανταγωνιστική πρακτική. Στη συνέχεια θα εξεταστεί αν, σε βάθος χρόνου, τα ρυθμιστικά πλαίσια αδειοδότησης είναι αναγκαία για την προστασία των έννομων αγαθών ή αν η λειτουργία του sharing economy αποδεικνύει πως τα άνω πλαίσια είναι παρωχημένα. Τέλος, θα εξεταστούν συνοπτικά κάποιοι προτεινόμενοι τρόποι ρύθμισης της συνεργατικής οικονομίας.

¹⁸⁸ U.S. Supreme Court, U.S. v. Socony-Vacuum Oil Co., 310 U.S. 150 (1940)

A. Υποχρέωση εφαρμογής των υφιστάμενων ρυθμιστικών κανόνων από τις συνεργατικές πλατφόρμες

I. Η ρυθμιστική αντιμετώπιση της συνεργατικής οικονομίας έως σήμερα.

Μέχρι στιγμής, η συνεργατική οικονομία έχει αντιμετωπιστεί παγκοσμίως στη βάση τριών διαφορετικών προσεγγίσεων: της επιβολής ρυθμιστικών κανόνων που αποσκοπούν στο να σταματήσουν την λειτουργία της, της άποψης ότι δεν χρειάζεται να ρυθμιστεί καθόλου, και της τήρησης μίας στάσης αναμονής (wait-and-see approach) μέχρι να γίνουν πιο ξεκάθαρα τα αποτελέσματα της λειτουργίας της στην αγορά. Έτσι, ανάλογα με τον τομέα της αγοράς και το δίκαιο που ισχύει σε διάφορες χώρες και δικαιοδοσίες, εντοπίζονται διαφορετικές ρυθμιστικές προσεγγίσεις.

Αγορές καταλυμάτων φιλοξενίας και διανυκτέρευσης: Η Airbnb έχει αντιμετωπίσει πολυάριθμες αγωγές ανά τον κόσμο για πολλούς διαφορετικούς λόγους. Τα βασικά νομικά ζητήματα που ανακύπτουν αφορούν παραβάσεις των κανόνων για τις βραχυχρόνιες μισθώσεις. Για τέτοια ζητήματα, πολλά κράτη, τόσο στην Ευρώπη όσο και στην Αμερική, είτε έχουν επιβάλει ρυθμιστικούς περιορισμούς και απαιτήσεις στην πλατφόρμα ή/και έχουν επιβάλει πρόστιμα, τόσο στην Airbnb όσο και στους χρήστες-παρόχους της, λόγω της μη συμμόρφωσης τους με υφιστάμενους ρυθμιστικούς κανόνες. Για παράδειγμα, σύμφωνα με τον νόμο βραχυχρόνιας μίσθωσης της Νέας Υόρκης, η πλειοψηφία των διαμερισμάτων δεν επιτρέπεται να ενοικιαστεί για διάστημα μικρότερο των τριάντα ημερών, εκτός αν βρίσκεται και ο ενοικιαστής στο διαμέρισμα κατά τη διάρκεια της μίσθωσης, με αποτέλεσμα να επιβάλλονται πολύ συχνά πρόστιμα στους χρήστες-παρόχους της Airbnb. Μάλιστα, το 2016 θεσμοθετήθηκε καινούριος νόμος¹⁸⁹ ο οποίος επιβάλει επιπλέον σκληρά πρόστιμα στους παρόχους-χρήστες αν διαφημίζουν την παράνομη μίσθωση (πχ. μέσω της πλατφόρμας).

Στο Σαν Φρανσίσκο ακολουθήθηκε άλλη προσέγγιση και οι αρχές κινήθηκαν απευθείας ενάντια στην Airbnb και τις παρόμοιες πλατφόρμες, εισάγοντας τον Ιούνιο του 2016 νομοθεσία που οδήγησε στην επιβολή προστίμου στην Airbnb για κάθε χρήστη-πάροχο της που δεν είχε καταχωρισθεί στο σχετικό μητρώο παρόχων βραχυχρόνιας μίσθωσης της πόλης. Βέβαια η ίδια η πλατφόρμα αντέδρασε ασκώντας αγωγές στις οποίες υποστηρίζει πως δεν γίνεται μία ιστοσελίδα να θεωρείται υπεύθυνη για τις πράξεις των χρηστών της.

Στην Ευρώπη, η πλατφόρμα χαίρει, μέχρι στιγμής, πιο ευνοϊκής αντιμετώπισης από τα περισσότερα κράτη. Στο Άμστερνταμ, το 2014, εφαρμόστηκε ο πρώτος 'φιλικός προς την

¹⁸⁹ Senate Bill- S6340A, διαθέσιμος στο <https://www.nysenate.gov/legislation/bills/2015/S6340>

Airbnb' νόμος, ο οποίος επιτρέπει την βραχυχρόνια εκμίσθωση από μόνιμους κατοίκους της πόλης, αρκεί αυτοί να εκπληρώνουν τις αντίστοιχες φορολογικές υποχρεώσεις. Στην Γαλλία, ομοίως, υιοθετήθηκε ο νόμος «loi ALUR» που επιτρέπει την βραχυχρόνια εκμίσθωση από μόνιμους κατοίκους και στο Παρίσι έχουν εισπραχθεί ήδη πολύ μεγάλα ποσά λόγω του σχετικού τουριστικού φόρου. Αντιθέτως, στην Βαρκελώνη επιβλήθηκαν πρόστιμα στην πλατφόρμα για παράβαση των τοπικών τουριστικών διατάξεων και στο Βερολίνο η εκμίσθωση ολόκληρων διαμερισμάτων μέσω συνεργατικών πλατφόρμων απαγορεύθηκε ενώ επιτρέπεται μόνο η εκμίσθωση συγκεκριμένων δωματίων ενός διαμερίσματος. Στην Ελλάδα, σύμφωνα με το αρθ.111 ν.4446/2016, επιτρέπεται η βραχυχρόνια μίσθωση διαμερισμάτων μέσω συνεργατικής πλατφόρμας αλλά υπό τον όρο εκπλήρωσης ορισμένων προϋποθέσεων όπως η εγγραφή της ιδιοκτησίας σε ειδικό μητρώο, η επιβολή μέγιστου αριθμού διαμερισμάτων προς εκμίσθωση ανά ΑΦΜ, αναλόγως με την περιοχή, και όρια ως προς τις μέγιστες ημέρες εκμίσθωσης του ακινήτου μέσα στο έτος.

Αγορές αστικών μεταφορών: Στον τομέα των μεταφορών οι εντάσεις υπήρξαν πιο έντονες κυρίως λόγω του ότι η λειτουργία των πλατφορμών ασκεί ανταγωνιστικές πιέσεις στους οδηγούς ταξί, οι οποίοι συνήθως υπόκεινται σε αυστηρά ρυθμιστικά πλαίσια αδειοδότησης. Η Uber έχει γίνει στόχος πληθώρας νομικών διεκδικήσεων οι οποίες βασίζονται κυρίως στο εργατικό δίκαιο, σε ανησυχίες σχετικές με την δημόσια ασφάλεια και την ασφάλεια του καταναλωτή, και σε πιθανές παραβάσεις διατάξεων του αθέμιτου ανταγωνισμού εις βάρος των παραδοσιακών ταξί.

Για λόγους δημόσιας ασφάλειας, η Uber και οι παρόμοιες πλατφόρμες, είτε έχουν υποχρεωθεί να συμμορφωθούν με διάφορους ρυθμιστικούς περιορισμούς και απαιτήσεις, όπως ο έλεγχος του ποινικού μητρώου των οδηγών και η επαρκής ασφάλιση του οχήματος, είτε, σε άλλες πόλεις, έχει αποκλειστεί εντελώς η λειτουργία τους¹⁹⁰.

Σε ό,τι αφορά τις διαμάχες που απορρέουν από την σχέση ανταγωνισμού μεταξύ της πλατφόρμας και της αγοράς των ταξί, η Uber έχει αντιμετωπίσει πολλές δυσκολίες. Λόγω της μη κατοχής σχετικών αδειών ταξί από τους οδηγούς της πλατφόρμας και της μη συμμόρφωσής της με τις εθνικές διατάξεις που ορίζουν τις προϋποθέσεις για την ίδρυση επιχειρήσεων δημοσίων μεταφορών, η Γερμανία, η Γαλλία, το Βέλγιο, η Ιταλία, η Πορτογαλία και η Ισπανία, έκριναν παράνομη την λειτουργία της πλατφόρμας, με αποτέλεσμα την αποχώρησή της από αυτές τις αγορές.

¹⁹⁰ Για μία λίστα των πόλεων που είχαν απαγορεύσει τη λειτουργία της Uber μέχρι τον Σεπτέμβριο του 2017 βλ. <https://qz.com/1084981/map-all-the-places-where-uber-is-partially-or-fully-banned/>

Στη Γαλλία, σε μία ξεκάθαρη απόπειρα να ρυθμιστεί η λειτουργία των συνεργατικών πλατφορμών, τύπου Uber, εισήχθη ο νόμος No. 2014-1104 σχετικά με τα ταξί και τις αστικές μεταφορές με μισθωμένο οδηγό, γνωστό και ως «Loi Thevenoud»¹⁹¹. Ο παραπάνω νόμος προέβλεπε συγκεκριμένες απαιτήσεις σε ότι αφορά τα μισθωμένα οχήματα αστικών μεταφορών, πέραν των οχημάτων ταξί. Συγκεκριμένα, α) απαγόρευε τα άνω οχήματα να χρεώνουν ταρίφα με βάση την χιλιομετρική απόσταση, β) τους επέβαλε υποχρέωση να επιστρέφουν στην βάση τους ή να πρέπει να πραγματοποιήσουν στάση σε ειδικούς χώρους ανάμεσα στις διαδρομές που πραγματοποιούν και γ) απαγόρευσε την χρήση λογισμικών που δείχνουν στον καταναλωτή την θέση του κοντινότερου διαθέσιμου οχήματος σε πραγματικό χρόνο. Το Γαλλικό Συνταγματικό Δικαστήριο (Conseil Constitutionnel), κατόπιν αιτήσεως της Uber, έκρινε την συνταγματικότητα του νόμου¹⁹². Το Δικαστήριο απεφάνθη ότι, ο πρώτος εκ των περιορισμών περιόριζε ασύμμετρα την ελευθερία του επιχειρείν και είναι αντισυνταγματικός, αλλά οι υπόλοιποι δύο περιορισμοί ήταν συνταγματικά και αναλογικά μέτρα προστασίας της δημόσιας τάξης.

Πέραν των άνω δικαστικών μαχών, κάποια κράτη μέλη της Ένωσης αποπειράθηκαν να ρυθμίσουν την λειτουργία των συνεργατικών πλατφόρμων, στον τομέα των μεταφορών, χωρίς να έρθουν σε σύγκρουση με αυτές. Στην Ιταλία, το Νομικό Συμβούλιο του Κράτους, σε εισήγησή του προς την κυβέρνηση, αναφέρει πως το υφιστάμενο στη χώρα ρυθμιστικό πλαίσιο μεταφορών αρκεί για να καλύψει την λειτουργία των πλατφόρμων. Η Ουγγαρία, κατά το πρότυπο της Γαλλίας, εισήγαγε ρυθμιστικό πλαίσιο ειδικά για τις πλατφόρμες. Στο Ηνωμένο Βασίλειο οι πλατφόρμες απαιτείται να λαμβάνουν αδειοδότηση, ως διαχειριστές υπηρεσιών μεταφοράς, από τις αρμόδιες αρχές πριν ξεκινήσουν τη λειτουργία τους. Αντίθετα, στην Ολλανδία εκφράζονται σκέψεις για την πλήρη απελευθέρωση των ταξί και γενικά όλων των αγορών αστικών μεταφορών. Αντιδρώντας σε όλα τα παραπάνω, η Uber έχει υποβάλει καταγγελίες ενώπιον της Επιτροπής, ενάντια στην Γαλλία, την Γερμανία, την Ισπανία και την Ουγγαρία, στις οποίες τις κατηγορεί για παράβαση των άρθρων 49 ΣΛΕΕ, περί της ελευθερίας εγκαταστάσεως, και 56 ΣΛΕΕ, περί ελεύθερης παροχής υπηρεσιών.

Στην Ελλάδα, βάσει του Ν.4072/2012 και του άρθρου 12 Ν.4530/2018, γίνεται δεκτό ότι οι πλατφόρμες δραστηριοποιούνται στην αγορά παροχής μεταφορών και θα πρέπει να αδειοδοτούνται ως πάροχοι τέτοιων υπηρεσιών και να εφαρμόζουν συγκεκριμένες υποχρεώσεις, υπό την απειλή επιβολής κυρώσεων τόσο στις ίδιες όσο και στους οδηγούς-χρήστες τους.

¹⁹¹ Διαθέσιμος στα Γαλλικά στην σελίδα: <https://www.legifrance.gouv.fr/eli/loi/2014/10/1/2014-1104/jo/texte>

¹⁹² Conseil Constitutionnel απόφαση της 22-5-2015, No.2015-468/469/472 QPC, Societe UBER France et autre

II. Οι ρυθμιστικοί κανόνες στα πλαίσια του Ευρωπαϊκού Δικαίου

α. Η στάση της Επιτροπής

Έχει διατυπωθεί η άποψη πως, μέχρι σήμερα, τα μεγαλύτερα εμπόδια στην ανάπτυξη της ψηφιακής οικονομίας είναι α) η ύπαρξη παλαιών, παρωχημένων, εθνικών ρυθμιστικών νόμων και κανόνων, οι οποίοι τέθηκαν σε ισχύ πριν δεκαετίες για την ρύθμιση του μοντέλου της παραδοσιακής οικονομίας και, πολλές φορές, προστάτευαν άμεσα ή έμμεσα τις εγχώριες επιχειρήσεις έναντι των ξένων, και β) η ρυθμιστική ανασφάλεια που υπάρχει ως προς τους κανόνες, τις υποχρεώσεις και τα δικαιώματα που είναι εφαρμοστέα στις ψηφιακές πλατφόρμες¹⁹³.

Η Επιτροπή έχει επιλέξει να μην λάβει κάποια ακραία θέση στο πως πρέπει να αντιμετωπιστεί ρυθμιστικά η συνεργατική οικονομία. Αντ' αυτού, τήρησε στάση αναμονής παρακολουθώντας τις εξελίξεις σε διεθνές επίπεδο. Τον Μάιο του 2016 η επιτροπή αποφάσισε, βασιζόμενη σε διάφορες εισηγήσεις ακαδημαϊκών και εκπροσώπων επαγγελματικών τομέων, να δημοσιεύσει την «Ευρωπαϊκή Ατζέντα για την Συνεργατική Οικονομία»¹⁹⁴, στην οποία παρέχονται κατευθύνσεις ως προς τις ιδιαιτερότητες της συνεργατικής οικονομίας και των πιθανών τρόπων εφαρμογής των κανόνων του Ευρωπαϊκού Δικαίου σε αυτή. Αν και η παραπάνω τοποθέτηση αποτέλεσε ένα θετικό πρώτο βήμα, η Επιτροπή επέλεξε να επικεντρωθεί σε ζητήματα που αφορούν κυρίως την πρόσβαση στην αγορά, την προστασία του καταναλωτή, τις φορολογικές διατάξεις και την εργατική νομοθεσία. Αντιθέτως, επέλεξε να μην σχολιάσει καθόλου τις πιθανές επιπτώσεις της συνεργατικής οικονομίας στους ευρωπαϊκούς κανόνες ανταγωνισμού ή στον τομέα των κρατικών ενισχύσεων και μέτρων.

Κρίνεται λοιπόν αναγκαίο να εξεταστούν τόσο τα δικαιώματα Ενωσιακού Δικαίου, που επικαλούνται οι συνεργατικές πλατφόρμες για να αποφύγουν την εφαρμογή των εθνικών ρυθμιστικών διατάξεων, όσο και η μέχρι τώρα νομολογία του ΔΕΕ επί του ζητήματος.

β. Η Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο¹⁹⁵

Η Οδηγία για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο αποτελεί *lex specialis* σε σχέση με την Οδηγία Υπηρεσιών, καθώς εφαρμόζεται αποκλειστικά σε υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας,

¹⁹³ Ranchordas S., Gedeon Z. & Zurek K., "Home-Sharing in the Digital Economy: The Cases of Brussels, Stockholm, and Budapest", Impulse Paper prepared for the European Commission, DG GROW, σελ. 80, διαθέσιμο online στο <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/16950/attachments/1/translations/en/renditions/native>

¹⁹⁴ «Ανακοίνωση της επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών - Ευρωπαϊκή ατζέντα για μια συνεργατική οικονομία», COM(2016) 356 final,

¹⁹⁵ 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 («οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο»)

δηλαδή σε «οποιαδήποτε υπηρεσία που συνήθως παρέχεται έναντι αμοιβής, με ηλεκτρονικά μέσα εξ αποστάσεως και κατόπιν προσωπικής επιλογής ενός αποδέκτη υπηρεσιών»¹⁹⁶. Η παροχή τέτοιων υπηρεσιών εντός της ΕΕ δεν θα πρέπει να υπάγεται σε καθεστώς προηγούμενης παροχής άδειας ή σε οποιαδήποτε άλλη προϋπόθεση ισοδυνάμου αποτελέσματος¹⁹⁷, και απολαμβάνει της προστασίας του «όρου εσωτερικής αγοράς»¹⁹⁸, σύμφωνα με τον οποίο τα κράτη μέλη δεν μπορούν, για λόγους που αφορούν το συντονισμένο τομέα¹⁹⁹, να περιορίσουν την ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, οι οποίες προέρχονται από άλλο κράτος μέλος. Επίσης, υπό τις διατάξεις της Οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο, οι συνεργατικές πλατφόρμες, αν πληρούν τα κριτήρια για να θεωρηθούν υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, δεν είναι υπαίτιες για την ‘φιλοξενία’ (hosting) παράνομων πληροφοριών που παρέχουν σε αυτές οι χρήστες τους, αρκεί να μην έχουν γνώση της παράνομης δραστηριότητας και ο χρήστης που τις παρείχε να μην τελούσε υπό τον έλεγχο ή την εξουσία της πλατφόρμας²⁰⁰. Συνεπώς, η οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο, φαντάζει για τις συνεργατικές πλατφόρμες ως το ιδανικό εργαλείο πρόσβασης στις αγορές της ΕΕ τόσο στο αρχικό κράτος μέλος όσο και στα κράτη μέλη που θα τις φιλοξενήσουν μετά την πρώτη λειτουργία τους εντός ΕΟΧ.

Όμως, για να επικαλεστεί μία πλατφόρμα την προστασία της Οδηγίας, θα πρέπει να αποδείξει ότι η λειτουργία της περιορίζεται αποκλειστικά στην παροχή ηλεκτρονικών υπηρεσιών, όπως οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής διαμεσολάβησης, και ότι δεν επηρεάζει ή επεκτείνεται στην παροχή των υποκείμενων υπηρεσιών. Θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι, εξ ορισμού, οι πλατφόρμες της συνεργατικής οικονομίας δεν έχουν στην κατοχή τους δικά τους αγαθά ή υπηρεσίες που παρέχουν στους πελάτες, και, επομένως, μπορούν να παρέχουν αποκλειστικά υπηρεσίες διαμεσολάβησης. Όμως, όπως αναλύθηκε στα προηγούμενα κεφάλαια, αυτή η αξιολόγηση δεν μπορεί να γίνει σε τόσο απλοϊκή βάση αλλά θα πρέπει να κρίνεται ad hoc βάσει του τρόπου λειτουργίας της κάθε πλατφόρμας. Άλλωστε πολλές συνεργατικές πλατφόρμες εμπλέκονται, σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό, στον τρόπο παροχής της υποκείμενης υπηρεσίας και, υπό συνθήκες, δεν μπορούν να θεωρούνται αποκλειστικά υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας.

¹⁹⁶ Αρθ. 2(α) της Οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο, το οποίο αναφέρεται στο αρθ.1(2) της Οδηγίας 98/48/ΕΚ για την καθιέρωση μιας διαδικασίας πληροφόρησης στον τομέα των τεχνικών προτύπων και προδιαγραφών (έχει ήδη αντικατασταθεί από την Οδηγία 2015/1535/ΕΥ, Ο.Υ 2015, L 241/1).

¹⁹⁷ Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο, Αρθ.4(1)

¹⁹⁸ Ο.π. αρθ.3(2)

¹⁹⁹ Ο όρος συντονισμένος τομέας αναφέρεται στις προϋποθέσεις που ισχύουν στα νομικά συστήματα των κρατών μελών προκειμένου για φορείς παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας ή υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, ανεξαρτήτως εάν πρόκειται για γενικές διατάξεις ή για διατάξεις σχεδιασμένες ειδικά για τον τομέα αυτό.

²⁰⁰ Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο, αρθ.14

Οι πλατφόρμες που κρίνεται ότι εμπίπτουν εντός του πεδίου εφαρμογής της Οδηγίας είναι, θεωρητικά, ελεύθερες να εγκατασταθούν σε ένα κράτος μέλος και να παρέχουν τις υπηρεσίες τους σε άλλα κράτη μέλη χωρίς να πρέπει να υποβληθούν σε πρότερη αδειοδότηση ή άλλους περιορισμούς. Όμως, τα κράτη μέλη μπορούν να αποκλίνουν νόμιμα από τις διατάξεις της Οδηγίας, και ιδίως από τον όρο της ‘εσωτερικής αγοράς’ του άρθρου 3 αυτής, αν οι περιορισμοί στην εγκατάσταση της πλατφόρμας εντοπίζονται σε μέτρα που δικαιολογούνται για λόγους δημόσιας τάξης, δημόσιας ασφάλειας, προστασίας της δημόσιας υγείας ή προστασίας του καταναλωτή, και είναι αναλογικά²⁰¹.

γ. Η Οδηγία υπηρεσιών²⁰²

Όταν μία πλατφόρμα δεν καλύπτει τις προϋποθέσεις επίκλησης των δικαιωμάτων της Οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο, μπορεί να επικαλεστεί τα δικαιώματα που πηγάζουν από την Οδηγία υπηρεσιών. Η Οδηγία υπηρεσιών καλύπτει ‘οριζοντίως’ την πλειονότητα των διάφορων παρεχόμενων υπηρεσιών εντός της Ένωσης. Όμως, κάποιες δραστηριότητες εξαιρούνται ρητά από το πεδίο εφαρμογής της. Οι υπηρεσίες του τομέα των μεταφορών, οι υπηρεσίες υγειονομικής περίθαλψης, και οι χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, αποτελούν είδη υπηρεσιών τα οποία, αν και μπορούν να εντοπιστούν εντός της συνεργατικής οικονομίας, εξαιρούνται από τις διατάξεις της Οδηγίας και επομένως οι πάροχοί τους δεν μπορούν να επικαλεστούν τα δικαιώματα που πηγάζουν από αυτή²⁰³. Συνεπώς, θα πρέπει να γίνεται εξατομικευμένη αξιολόγηση περί του εάν και σε τί βαθμό εξαιρείται κάποια δραστηριότητα της συνεργατικής οικονομίας από την εφαρμογή των διατάξεων της Οδηγίας. Δεδομένου του γεγονότος πως οι εξαιρέσεις από τις ελευθερίες, που εισάγονται από τις Συνθήκες της Ένωσης και την δευτερεύουσα νομοθεσία που τις εφαρμόζει, θα πρέπει να ερμηνεύονται στενά, δεν είναι βέβαιο πως όλες οι σχετικές με τους ως άνω τομείς δραστηριότητες δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της Οδηγίας. Για παράδειγμα στην υπόθεση Femarbel²⁰⁴ το ΔΕΕ αποφάσισε ότι μόνο οι υγειονομικές δραστηριότητες που προσφέρονται αυστηρά από επαγγελματίες του κλάδου της υγείας εμπίπτουν στην εξαίρεση του αρθ.2 της Οδηγίας. Αντιθέτως, το Δικαστήριο έχει εφαρμόσει ευρέως την εξαίρεση σε δραστηριότητες που αφορούν τον τομέα των μεταφορών, στις οποίες έχει δεχθεί ότι εμπίπτουν υπηρεσίες όπως οι μίνι-κρουαζιέρες στα κανάλια του Άμστερνταμ²⁰⁵ ή οι βόλτες με τουριστικά αερόστατα²⁰⁶.

²⁰¹ Ο.π αρθ.3(4)

²⁰² Οδηγία 2006/123/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 12ης Δεκεμβρίου 2006, σχετικά με τις υπηρεσίες στην εσωτερική αγορά

²⁰³ Αρθ.2 Οδηγία υπηρεσιών

²⁰⁴ ΔΕΕ, Υπόθεση C-57/12 Femarbel, (2013)

²⁰⁵ ΔΕΕ, συνεκδικαζόμενες Υποθέσεις C-340 και C-341/14 Trijber and Harmsen (2015)

²⁰⁶ ΔΕΕ, Υπόθεση C-382/08 Neukirchinger, (2011)

Οι συνεργατικές πλατφόρμες, που εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της Οδηγίας, μπορούν να εγκατασταθούν και να ασκήσουν ελεύθερα τις δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών τους εντός της Ένωσης. Σε αντίθεση με την Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο, υπό την Οδηγία υπηρεσιών, η εγκατάσταση και η λειτουργία της πλατφόρμας μπορεί να εξαρτάται από σύστημα πρότερης αδειοδότησης από τα κράτη μέλη, αλλά μόνο αν η άνω υποχρέωση αδειοδότησης είναι δικαιολογημένη, απαραίτητη και αναλογική²⁰⁷. Η ανάγκη ύπαρξης του συστήματος αδειοδότησης θεωρείται δικαιολογημένη μόνο για επιτακτικούς λόγους δημοσίου συμφέροντος. Επίσης, τα κριτήρια για την χορήγηση της άδειας θα πρέπει να μην εισάγουν διακρίσεις, να είναι σαφή, αντικειμενικά, διαφανή, προσβάσιμα, και να έχουν δημοσιοποιηθεί εκ των προτέρων²⁰⁸. Γίνεται σαφές πως κατά την εφαρμογή των παραδοσιακών αδειοδοτικών πλαισίων στις συνεργατικές πλατφόρμες είναι αμφίβολο αν τα κριτήρια που εφαρμόζονται είναι αντικειμενικά, διαφανή και δεν εισάγουν διακρίσεις. Συνεπώς, αν και η Οδηγία υπηρεσιών παρέχει ορισμένες εγγυήσεις στις πλατφόρμες ως προς την ελευθερία εγκατάστασης τους, δεν παρέχεται σε αυτές η απόλυτη ελευθερία που προβλέπεται στην Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Σε ό,τι αφορά στην ελευθερία παροχής υπηρεσιών εντός της ένωσης, υπό την Οδηγία υπηρεσιών, δεν θα πρέπει αυτή να υπόκειται σε περιορισμούς από άλλα κράτη μέλη, εκτός αν οι περιορισμοί αυτοί δικαιολογούνται από λόγους δημόσιας ασφάλειας, δημόσιας υγείας, δημόσιας τάξης ή προστασίας του περιβάλλοντος. Άρα, η προστασία που παρέχεται ως προς τους περιορισμούς της ελεύθερης παροχής υπηρεσιών είναι ανάλογη με αυτήν που παρέχεται από την Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Το βασικό ερώτημα που ανακύπτει από την ανάλυση των δικαιωμάτων που παρέχουν οι δύο Οδηγίες, ως προς τις συνεργατικές πλατφόρμες, είναι το αν οι πλατφόρμες πρέπει να θεωρηθούν πάροχοι υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας ή πάροχοι των υποκείμενων υπηρεσιών, καθώς και ποια είναι τα ορθά κριτήρια για την πραγματοποίηση αυτής της αξιολόγησης. Σε αυτό το ερώτημα απάντησε το ΔΕΕ σε πρόσφατη απόφαση του.

δ. Η υπόθεση *Asociación Profesional Elite Taxi*²⁰⁹.

Η συγκεκριμένη υπόθεση είναι η πρώτη από μια σειρά υποθέσεων, που αφορούν την λειτουργία της πλατφόρμας Uber, και, τόσο η απόφαση όσο και κυρίως οι προτάσεις του Γενικού

²⁰⁷ Αρθ.9 Οδηγία Υπηρεσιών

²⁰⁸ Αρθ.10 Οδηγία Υπηρεσιών

²⁰⁹Βλ. Προτάσεις του Γενικού Εισαγγελέα του ΔΕΕ Maciej Szpunar της 11ης Μαΐου 2017 και Απόφαση του ΔΕΕ της 20-12-2017, Υπόθεση C-434/15, *Asociación Profesional Elite Taxi κατά Uber Systems Spain, SL*

Εισαγγελέα, υπήρξαν κατατοπιστικές για το πως θα πρέπει να εφαρμοστούν οι άνω Οδηγίες στα πλαίσια της συνεργατικής οικονομίας.

Η Asociación Profesional Elite Taxi είναι επαγγελματική οργάνωση οδηγών ταξί της πόλης της Βαρκελώνης. Στις 29 Οκτωβρίου 2014 η Elite Taxi άσκησε αγωγή ενώπιον του Juzgado de lo Mercantil no 3 de Barcelona (3ου εμποροδικείου της Βαρκελώνης), προβάλλοντας, πιο συγκεκριμένα, ως αιτήματα να εκδοθεί απόφαση εις βάρος της ισπανικής εταιρίας Uber Systems Spain, SL, να κριθεί ότι οι δραστηριότητες της εναγόμενης, οι οποίες, κατά την ενάγουσα, αντιβαίνουν στην ισχύουσα νομοθεσία και αποτελούν παραπλανητικές πρακτικές, συνιστούν πράξεις αθέμιτου ανταγωνισμού, να υποχρεωθεί η εναγόμενη να παύσει την αθέμιτη συμπεριφορά της και να απαγορευθεί στην εναγόμενη να ασκεί τη δραστηριότητα αυτή στο μέλλον. Σύμφωνα με την αγωγή η παράβαση της ισχύουσας νομοθεσίας βασίζεται στο ότι, ούτε η Uber Spain ούτε οι ιδιοκτήτες και οι οδηγοί των οχημάτων, διαθέτουν τις άδειες και τις εγκρίσεις που προβλέπονται από την κανονιστική πράξη για τις υπηρεσίες ταξί στη μητροπολιτική περιοχή της Βαρκελώνης.

Εκτιμώντας ότι για την επίλυση της ενώπιόν του διαφοράς είναι αναγκαία η ερμηνεία πλειόνων διατάξεων του δικαίου της Ένωσης, το Δικαστήριο αποφάσισε να αναστείλει τη διαδικασία και να υποβάλει προδικαστικά ερωτήματα στο ΔΕΕ. Τα βασικά ερωτήματα που απευθύνθηκαν ήταν α) αν η Uber, στο πλαίσιο του Δικαίου της Ένωσης, θα πρέπει να θεωρηθεί ότι παρέχει απλή δραστηριότητα στον τομέα των μεταφορών ή πρέπει να θεωρηθεί ηλεκτρονική υπηρεσία διαμεσολαβήσεως ή υπηρεσία της κοινωνίας των πληροφοριών, και β) αν στο πλαίσιο του προσδιορισμού του νομικού χαρακτήρα της εν λόγω δραστηριότητας, μπορεί αυτή να θεωρηθεί εν μέρει υπηρεσία της κοινωνίας των πληροφοριών και πρέπει, στην περίπτωση αυτή, να καλύπτεται η ηλεκτρονική υπηρεσία διαμεσολαβήσεως από την αρχή της ελεύθερης παροχής υπηρεσιών όπως αυτή κατοχυρώνεται στην κοινοτική νομοθεσία από το άρθρο 56 ΣΛΕΕ και τις οδηγίες 2006/123 και 2000/31.

Ο Γενικός Εισαγγελέας, στις προτάσεις του, αναφέρει πως η οδηγία 2000/31 εφαρμόζεται, κατά το γράμμα της, σε υπηρεσίες που παρέχονται εξ' ολοκλήρου με ηλεκτρομαγνητικά μέσα²¹⁰. Στη συνέχεια αναγνωρίζει ότι ορισμένες υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας περιλαμβάνουν στοιχεία τα οποία δεν μεταδίδονται με ηλεκτρονικά μέσα, διότι είναι αδύνατη η απούλοποίηση τους, όπως λ.χ. η διαδικτυακή πώληση υλικών αγαθών. Σε αυτή τη περίπτωση, οι υπηρεσίες που

²¹⁰ Προτάσεις του Γενικού Εισαγγελέα του ΔΕΕ Maciej Szpunar της 11ης Μαΐου 2017, Υπόθεση C-434/15, Asociación Profesional Elite Taxi κατά Uber Systems Spain, SL, σκ.29

δεν παρέχονται με ηλεκτρονικά μέσα δεν καλύπτονται από τον συντονισμένο τομέα²¹¹, επομένως τα κράτη μέλη είναι ελεύθερα να περιορίσουν την ελευθερία των παρόχων, μέσω κανόνων σχετικών με υπηρεσίες οι οποίες δεν παρέχονται με τέτοια μέσα²¹². Εντούτοις, προκειμένου να μπορεί η οδηγία 2000/31 να επιτύχει τον επιδιωκόμενο σκοπό της ελευθέρωσης των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, θα πρέπει η ελευθέρωση αποκλειστικώς και μόνον του ηλεκτρονικού σκέλους να επηρεάζει πραγματικά τη δυνατότητα άσκησης της όλης δραστηριότητας. «Αυτός είναι ο λόγος που ο νομοθέτης επικεντρώθηκε στις υπηρεσίες οι οποίες, κατ' αρχήν, μεταδίδονται εξ ολοκλήρου με ηλεκτρονικά μέσα, δεδομένου ότι ενδεχόμενες πράξεις διενεργούμενες με άλλα μέσα συνιστούν απλώς παρεπόμενο στοιχείο τέτοιων υπηρεσιών. Θα ήταν όντως ανώφελη η ελευθέρωση μόνον ενός δευτερεύοντος σκέλους μιας σύνθετης υπηρεσίας, αν η υπηρεσία αυτή δεν μπορούσε να παρασχεθεί ελεύθερα λόγω της ύπαρξης άλλης ρύθμισης, που δεν εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής των διατάξεων της οδηγίας 2000/31. Μια τέτοια κατ' επίφαση ελευθέρωση όχι μόνο δεν θα επιτύγχανε τον σκοπό της, αλλά θα είχε και ολέθριες συνέπειες, προκαλώντας ανασφάλεια δικαίου και κλονίζοντας την εμπιστοσύνη στη νομοθεσία της Ένωσης»²¹³.

Βάσει του παραπάνω σκεπτικού, ο Γενικός Εισαγγελέας εισάγει την οικονομική αυτοτέλεια, ως κριτήριο για το αν μία μεικτή υπηρεσία αποτελεί υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας. Συγκεκριμένα αναφέρει πως στην περίπτωση υπηρεσιών που περιλαμβάνουν και ηλεκτρονικό και μη ηλεκτρονικό σκέλος, μια υπηρεσία μπορεί να γίνει δεκτό ότι μεταδίδεται εξ ολοκλήρου με ηλεκτρονικά μέσα, κατ' αρχήν, όταν το μη ηλεκτρονικό σκέλος είναι, από οικονομικής άποψης, αυτοτελές σε σχέση με το ηλεκτρονικό σκέλος²¹⁴²¹⁵. Όμως, διευκρινίζεται πως όταν ο πάροχος της ηλεκτρονικής υπηρεσίας είναι ταυτόχρονα πάροχος και της μη ηλεκτρονικής υπηρεσίας ή όταν ασκεί αποφασιστική επιρροή επί των όρων παροχής της τελευταίας αυτής υπηρεσίας, με αποτέλεσμα τα δύο σκέλη να συνθέτουν ένα αδιαχώριστο σύνολο, τότε θα πρέπει να προσδιοριστεί ποιο είναι το κύριο στοιχείο της όλης υπηρεσίας, ήτοι εκείνο το οποίο της προσδίδει την οικονομική της σημασία, και μόνο αν το κύριο μέρος είναι το ηλεκτρονικό να μπορεί να θεωρηθεί η συνολική υπηρεσία ως υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας²¹⁶.

Όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο²¹⁷, ο Γενικός Εισαγγελέας διαχώρισε την λειτουργία της Uber από αυτή μίας γνήσιας πλατφόρμας διαμεσολάβησης, όπως λ.χ. μίας ηλεκτρονικής πλατφόρμας για αγορά αεροπορικών εισιτηρίων, βάσει δύο στοιχείων α) του ότι η Uber δημιούργησε μόνη της την, νέα, μεικτή αγορά στην οποία δραστηριοποιείται και β) ότι, δια

²¹¹ το σύνολο των κανόνων δικαίου οι οποίοι διέπουν μια υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας και δεν μπορούν να δικαιολογήσουν κατ' αρχήν τον περιορισμό, εκ μέρους ενός κράτους μέλους, της δραστηριότητας των παρόχων που είναι εγκατεστημένοι σε άλλα κράτη μέλη

²¹² Ο.π., υπος. 210, σκ. 30

²¹³ Ο.π. σκ.31

²¹⁴ Ο.π. σκ.32-33

²¹⁵ Παράδειγμα τέτοιων υπηρεσιών είναι οι γνήσιες υπηρεσίες ηλεκτρονικής διαμεσολάβησης.

²¹⁶ Ο.π., υπος. 210, σκ. 35

²¹⁷ Βλ. αναλυτικά Κεφ. 3.Γ.III με τις εκεί παραπομπές.

του τρόπου λειτουργία της ασκεί αποφασιστική επιρροή επί των οδηγιών της και επί των όρων της παροχής της μη ηλεκτρονικής υπηρεσίας.

Επομένως, καταλήγει, δεν μπορεί να εντοπιστεί οικονομική αυτοτέλεια μεταξύ της υπηρεσίας διαμεσολάβησης (ηλεκτρονική) και της υπηρεσίας μεταφορών (μη- ηλεκτρονική) που παρέχονται ως μεικτή υπηρεσία από την Uber. Επίσης, κατά την αξιολόγηση σχετικά με το ποια υπηρεσία θα πρέπει να θεωρηθεί βασική και ποια παρεπόμενη, θα πρέπει να οδηγηθούμε στο συμπέρασμα πως η βασική υπηρεσία είναι αυτή των μεταφορών, καθώς ο μοναδικός σκοπός για τον οποίο οι χρήστες αναζητούν οδηγούς είναι για να μετακινηθούν από ένα σημείο σε ένα άλλο και το στάδιο της μεταξύ τους επαφής²¹⁸ είναι, με άλλα λόγια, προπαρασκευαστικό και απλά καθιστά δυνατή την υλοποίηση της κύριας παροχής υπό τις βέλτιστες συνθήκες²¹⁹.

Από τα παραπάνω, ο Γενικός Εισαγγελέας κατέληξε στο συμπέρασμα πως η Uber πρέπει να θεωρηθεί πως παρέχει ενιαία, μεικτή υπηρεσία, η βασική παροχή της οποίας είναι αυτή των υπηρεσιών μεταφοράς. Η παραπάνω υπηρεσία, συνεπώς, δεν εμπίπτει στις διατάξεις της οδηγίας 2000/31 αλλά ούτε στις διατάξεις της οδηγίας 2006/123, λόγω της εξαίρεσης των υπηρεσιών του τομέα των μεταφορών από το πεδίο εφαρμογής της τελευταίας. Συνεπώς, η Uber είναι υποχρεωμένη να τηρεί το ρυθμιστικό πλαίσιο για την παροχή υπηρεσιών στον τομέα των μεταφορών. Την λογική του Γενικού Εισαγγελέα ακολούθησε και το ΔΕΕ στις αποφάσεις του, τόσο σε αυτήν την υπόθεση όσο και σε επόμενη υπόθεση στην οποία εμπλεκόταν η Uber²²⁰. Μάλιστα, η ελληνική έννομη τάξη συμπεριέλαβε το παραπάνω σκεπτικό στην πρόσφατη νομοθετική ρύθμιση για τους παρόχους υπηρεσιών στον τομέα των μεταφορών²²¹.

Φαίνεται λοιπόν πως, κατά την κρίση της ύπαρξης υποχρέωσης εφαρμογής των υφιστάμενων ρυθμιστικών υποχρεώσεων από τις συνεργατικές πλατφόρμες, στα πλαίσια των Κοινοτικών οδηγιών, και του είδους της υπηρεσίας που παρέχεται από αυτές θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψιν η οικονομική αυτοτέλεια μεταξύ του ηλεκτρονικού και του μη ηλεκτρονικού σκέλους της υπηρεσίας, ο έλεγχος που ασκεί η πλατφόρμα στη παροχή της μη ηλεκτρονικής υπηρεσίας, και το ποιο από τα δύο σκέλη αποτελεί την βασική παροχή.

III. Η μη συμμόρφωση της πλατφόρμας με τις ρυθμιστικές τις υποχρεώσεις ως αθέμιτη ανταγωνιστική πρακτική.

Αν διαπιστωθεί πως μία συνεργατική πλατφόρμα υποχρεούται να ακολουθεί τους ρυθμιστικούς κανόνες μίας αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται, βάσει των παραπάνω κριτηρίων, τότε η μη συμμόρφωσή της με αυτούς τους κανόνες φέρει διοικητικές κυρώσεις. Δημιουργείται λοιπόν το ερώτημα πότε η μη συμμόρφωση μιας συνεργατικής πλατφόρμας με τις ρυθμιστικές της υποχρεώσεις ή τις υποχρεώσεις που απορρέουν από άλλες εξωανταγωνιστικές διατάξεις²²² αποτελούν αθέμιτη ανταγωνιστική πρακτική.

Η απάντηση στο ερώτημα αυτό έχει πρακτική σημασία καθώς, αν η παράβαση της διοικητικής διάταξης αποτελεί και παράνομη πράξη στα πλαίσια του αθέμιτου ανταγωνισμού, τότε οι θιγόμενοι ανταγωνιστές μπορούν, τόσο να απαιτήσουν αποζημίωση όσο και να αξιώσουν την

²¹⁸ Η υπηρεσία διαμεσολάβησης

²¹⁹ Προτάσεις Γενικού Εισαγγελέα ο.π. υποσ. 210, σκ. 63-65

²²⁰ Απόφαση ΔΕΕ της 10-04-2018, Υπόθεση C-320/16 Uber France S.A.

²²¹ Ν.4530/2018

²²² Λ.χ. Φορολογικές, τελωνειακές, διατάξεις για την προστασία της δημόσιας υγείας.

παράλειψη της παράνομης συμπεριφοράς, ακόμα και αν δεν έχει υπάρξει ακόμα διοικητική παρέμβαση.

Γενικά θεωρείται ότι η παράβαση διατάξεων, ιδίως σε ό,τι αφορά διατάξεις προστασίας του δημοσίου συμφέροντος, αν επενεργεί στο πεδίο του ανταγωνισμού, παρέχοντας στον παραβάτη αδικαιολόγητο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, αποτελεί αθέμιτη εμπορική πρακτική που αντιβαίνει στην αρχή της ισότητας των όρων ανταγωνισμού ή αλλιώς στην αρχή της ισότητας της εκκίνησης²²³. Ο όρος της ισότητας στα πλαίσια της ως άνω αρχής δεν αναφέρεται στην ίση μεταχείριση των ανταγωνιζόμενων, αλλά στην ισότητα των φραγμών για όλους τους ανταγωνιζόμενους στην αγορά²²⁴.

Στην ελληνική έννομη τάξη η σχετική διάταξη βρίσκεται στη γενική ρήτρα του άρθρου 1 του ν.146/1914 περί αθέμιτου ανταγωνισμού. Κατά την διάταξη αυτή, απαγορεύεται κάθε προς τον σκοπό ανταγωνισμού γινόμενη πράξη, αντικείμενη προς τα χρηστά ήθη. Οι δύο βασικές προϋποθέσεις που θα πρέπει να καλυφθούν λοιπόν είναι: α) Η παράβαση της εξωανταγωνιστικής διάταξης να έγινε προς τον σκοπό ανταγωνισμού και β) να αντίκειται στα χρηστά ήθη.

Συνεπώς ως προς τον σκοπό ανταγωνισμού θα πρέπει ο παραβάτης, συστηματικά και με επίγνωση, να επιδιώκει και να αποκτά ανταγωνιστικό πλεονέκτημα²²⁵. Θα πρέπει λοιπόν για να στοιχειοθετηθεί η εφαρμογή της γενικής ρήτρας, η παράβαση να είναι αντικειμενικά πρόσφορη να οδηγήσει σε ευνοϊκή για τον παραβάτη ανταγωνιστική κατάσταση και, μεταξύ παράβασης και ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, να υφίσταται αιτιώδης σύνδεσμος. Ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ορίζεται η βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης του παραβάτη, η οποία επιτυγχάνεται όταν χάριν της παράβασης, ο τελευταίος, είναι σε θέση να προσφέρει στην αγορά φθηνότερα προϊόντα ή υπηρεσίες από εκείνα των ανταγωνιστών του, και όχι όταν αποκομίζει μόνο *in abstracto* μείζον οικονομικό κέρδος από την πραγματοποίηση της παράβασης²²⁶.

Οι συνεργατικές πλατφόρμες που, αν και έχουν υποχρέωση να εφαρμόσουν κάποια ρυθμιστική/αδειοδοτική διάταξη, δεν συμμορφώνονται υπαιτίως με αυτή, αποκτούν σίγουρα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με όσους συμμορφώνονται. Το πλεονέκτημα αυτό εντοπίζεται τόσο ως χρονικό όσο και ως οικονομικό προβάδισμα σε σχέση με όσους νομίμως επένδυσαν χρήμα και χρόνο για να παραλάβουν τις σχετικές άδειες, πριν ξεκινήσουν να παρέχουν τις ίδιες υπηρεσίες. Συνεπώς, οι πλατφόρμες αυτές τελούν κατά παράβαση της αρχής της ισότητας εκκίνησης. Επίσης οι παραβάσεις των ρυθμιστικών διατάξεων από τις πλατφόρμες φαίνεται να τελούν, σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό, σε σχέση αιτίου αιτιατού με την δυνατότητα τους να τιμολογούν τις υπηρεσίες τους χαμηλότερα από τους ανταγωνιστές τους.

Ως προς την αξιολόγηση της παράβασης ως αντικείμενης ή όχι στην έννοια των χρηστών ηθών, είναι κρίσιμο να εξεταστεί η ηθική φόρτιση του κανόνος δικαίου που παραβιάζεται. Τόσο η νομολογία όσο και η θεωρία διακρίνουν τους κανόνες δικαίου: Πρώτον, σε κανόνες με ηθικά ουδέτερο περιεχόμενο, οι οποίοι θεσπίστηκαν για λόγους νομοθετικής σκοπιμότητας και,

²²³ Μαρίνος Μ.-Θ., «Αθέμιτος Ανταγωνισμός», Δίκαιο & Οικονομία, Π.Ν. Σάκκουλας 2009, σελ.201

²²⁴ Κοτσιρής Λ., «Δίκαιο Ανταγωνισμού- Αθέμιτου, Ελεύθερου, Αθέμιτες εμπορικές πρακτικές», εκδόσεις Σάκκουλα Αθήνα-Θεσσαλονίκη, 2015, σελ.177

²²⁵ Μικρουλέα Α., με επιμέλεια Ρόκα Ν., «Αθέμιτος Ανταγωνισμός- Ερμηνεία κατ' άρθρο του ν.146/1914», Νομική Βιβλιοθήκη 1996, σελ.239 και 250.

²²⁶ βλ. ΜΠΑ 12207/1997, ΕΕμπΔ 1997, σελ. 825 επ.

δεύτερον, σε κανόνες που έχουν ηθική φόρτιση ή ηθικό περιεχόμενο ή που προστατεύουν έννομα αγαθά γενικότερης σημασίας²²⁷. Επομένως, όταν μια εξωανταγωνιστική διάταξη είναι κοινωνικοηθικά φορτισμένη, όπως για παράδειγμα οι διατάξεις για την δημόσια υγεία²²⁸, η παράβασή της αποτελεί ταυτοχρόνως και πράξη αντικείμενη εις τα χρηστά ήθη κατά το αρθ.1 ν.146.1914. Επίσης, παραβίαση εξωανταγωνιστικής διάταξης ή κανόνα θεωρείται αντίθετη στα χρηστά ήθη και στην περίπτωση που πλήττει τον πυρήνα του ανταγωνισμού εντός μίας σχετικής αγοράς και οδηγεί σε διακινδύνευση τους συνόλου του υπό εξέταση κλάδου, δημιουργώντας πιθανολογούμενο κίνδυνο, σε περίπτωση επαναλήψεως ή μιμήσεως της, ή προκαλώντας τον αθέμιτο εκτοπισμό ανταγωνιστικών επιχειρήσεων από την αγορά²²⁹. Αντιθέτως, η παράβαση διατάξεων με ηθικά ουδέτερο περιεχόμενο δεν συνιστά συγχρόνως και παράβαση της γενικής ρήτηρας. Νομολογιακά έχει κριθεί πως δεν είναι ηθικά φορτισμένες οι διατάξεις σχετικά με την ίδρυση ή την επέκταση βιομηχανιών, το ωράριο καταστημάτων και τις άδειες λειτουργίας ραδιοτηλεοπτικών σταθμών²³⁰.

Για να διαπιστωθεί αν ένας κανόνας δικαίου είναι κοινωνικοηθικά φορτισμένος, ή όχι, χρησιμοποιείται η θεωρία του 'σκοπού του κανόνα δικαίου'. Σύμφωνα με την άνω θεωρία, όταν μία διάταξη έχει σκοπό να προστατεύσει ορισμένα μόνο συμφέροντα, θα ήταν αντίθετο προς τον σκοπό της να γίνει δεκτή αξίωση αποζημίωσης για προσβολή άλλων συμφερόντων, λόγω παράβασής της. Έτσι, κατά την εφαρμογή της θεωρίας αναζητείται ο σκοπός του νομοθέτη, και ειδικότερα ο προστατευτικός σκοπός της διάταξης, δηλαδή τα συμφέροντα που ο κανόνας δικαίου επιδιώκει να προστατέψει και ο βαθμός προστασίας που επιδιώκει να τους αποδώσει.

Στα πλαίσια της συνεργατικής οικονομίας θα πρέπει να αξιολογηθεί αν το ρυθμιστικό πλαίσιο, το οποίο εφαρμόζεται στην παραδοσιακή αγορά και με το οποίο καλείται να συμμορφωθεί η πλατφόρμα, θεσμοθετήθηκε για την προστασία ηθικά φορτισμένων εννόμων αγαθών, όπως η δημόσια υγεία και η δημόσια ασφάλεια, ή για την εκπλήρωση νομοθετικών σκοπιμοτήτων, όπως η προστασία των εγχώριων επιχειρήσεων, και αναλόγως να κριθεί η εκπλήρωση ή μη του κριτηρίου της προσβολής των χρηστών ηθών.

B. Η ορθή προσέγγιση εξέλιξης και ανάπτυξης των ρυθμιστικών πλαισίων στην εποχή της συνεργατικής οικονομίας.

Στις αμέσως προηγούμενες παραγράφους αναλύθηκαν οι ρυθμιστικές υποχρεώσεις των επιχειρήσεων της συνεργατικής οικονομίας βάσει των υφιστάμενων ρυθμιστικών πλαισίων, καθώς και πως αυτές αξιολογούνται υπό το πρίσμα των κανόνων του Ευρωπαϊκού Δικαίου. Στις επόμενες παραγράφους θα εξεταστεί το πως θα πρέπει η ρυθμιστική πολιτική να προσαρμοστεί

²²⁷ Μαρίνος Μ.- Θ., «Αθέμιτος Ανταγωνισμός», Δίκαιο & Οικονομία, Π.Ν. Σάκκουλας 2009, σελ.199 επ. και ΜΠΑ 12207/1997 ο.π.

²²⁸ ΜΠΑ 2269/1979, ΕΕμπΔ 1979, σελ.315

²²⁹ ΜΠΑ 6371/2000 ΝΟΜΟΣ

²³⁰ ΜΠΑ 10342/1990, ΕΕμπΔ 1990, σελ.537

στο μέλλον, ώστε να δημιουργήσει σύγχρονους ρυθμιστικούς κανόνες, οι οποίοι θα λαμβάνουν υπόψη τις εξελίξεις στην πραγματική αγορά, όπως η συμμετοχή των συνεργατικών πλατφορμών σε αυτή· ενώ ταυτόχρονα θα προσφέρουν ασφάλεια δικαίου.

I. Ρυθμιστικά πλαίσια αδειοδότησης: αναγκαία ή παρωχημένα;

Πολλά από τα υφιστάμενα ρυθμιστικά πλαίσια, ανά τον κόσμο, θεσμοθετήθηκαν προ δεκαετιών για να αντιμετωπίσουν συγκεκριμένα και χρονικώς περιορισμένα ζητήματα που ανέκυψαν από την λειτουργία συγκεκριμένων αγορών. Πολλές φορές πίσω από την θεσμοθέτησή τους υποκρύπτονταν πολιτικές κατευθύνσεις, όπως λ.χ. ο προστατευτισμός των εγχώριων επιχειρήσεων έναντι των πιέσεων των διεθνών ανταγωνιστών τους. Ιδίως σε ό,τι αφορά πολλούς ρυθμιστικούς κανόνες αδειοδότησης, εντοπίζεται έντονα το παραπάνω φαινόμενο προστατευτισμού. Λόγω των παραπάνω, διατυπώνονται ευρέως απόψεις που υποστηρίζουν πως η επιτυχής λειτουργία και η ευρεία αποδοχή, από τους καταναλωτές, των συνεργατικών πλατφορμών, πρέπει να αποτελέσουν την αφορμή ώστε να επαναξιολογηθούν και να εκσυγχρονιστούν οι παραπάνω ρυθμίσεις. Θα πρέπει να εξεταστεί συνεπώς το πότε ένας ρυθμιστικός κανόνας αδειοδότησης είναι αναγκαίος για την υγιή λειτουργία της αγοράς και της κοινωνίας, και πότε αποτελεί απλά κατάλοιπο ενός απαρχαιωμένου συστήματος, το οποίο σήμερα θα πρέπει να θεωρείται παρωχημένο.

Κατά την ανάλυση της ρυθμιστικής θεωρίας²³¹, υποστηρίζεται πως ο στόχος ενός ρυθμιστικού πλαισίου, και η ανάγκη ύπαρξής του, εντοπίζεται στην αποφυγή μίας πιθανής ‘αποτυχίας’ της αγοράς, ήτοι μίας λειτουργίας της με τρόπο μη αποτελεσματικό. Καθ’ αυτή την άποψη η επιβολή ρυθμιστικών κανόνων «δικαιολογείται μόνο όταν εντοπιστούν συγκεκριμένες ‘αποτυχίες’ στη λειτουργία της ελεύθερης αγοράς: χαρακτηριστικά παραδείγματα τέτοιων αποτυχιών αποτελούν αγορές στις οποίες εντοπίζονται μονοπώλια ή φαινόμενα ελλιπούς πληροφόρησης»²³². Όταν η ρύθμιση βασίζεται σε αυτό το μοντέλο, τότε ο στόχος της είναι η υποστήριξη του ανταγωνισμού στην αγορά· όμως είναι συχνό το φαινόμενο ο σκοπός ενός ρυθμιστικού πλαισίου να επεκτείνεται πέραν της αποφυγής μιας αποτυχίας στην αγορά. Σε ότι αφορά τις αγορές καινοτομίας, πρακτικές όπως αυτές των αδειοδοτικών διατάξεων μεταφέρουν τον στόχο της ρύθμισης, από την προώθηση του ανταγωνισμού στον περιορισμό του, συνήθως για λόγους προστασίας κοινωνικών έννομων αγαθών. Συνεπώς, τα διάφορα ρυθμιστικά πλαίσια μπορούν να διαιρεθούν σε δύο κατηγορίες: α) Την ‘οικονομική’ ρύθμιση που επιδιώκει την υποστήριξη του ανταγωνισμού και την αποφυγή ‘αποτυχιών’ της αγοράς. Παράδειγμα τέτοιων ρυθμιστικών πλαισίων αποτελούν τα ρυθμιστικά πλαίσια που εφαρμόστηκαν κατά το ‘άνοιγμα’ των αγορών της ενέργειας και των τηλεπικοινωνιών στην Ελλάδα, και β) την ‘κοινωνική’ ρύθμιση που περιορίζει, σε κάποιον βαθμό, τον ανταγωνισμό και επιδιώκει την προστασία κοινωνικών έννομων αγαθών ή την επίτευξη κοινωνικών στόχων. Παράδειγμα τέτοιας ρύθμισης αποτελούν, συχνά, οι επιβαλλόμενες υποχρεώσεις αδειοδότησης σε επαγγέλματα που προσφέρουν υπηρεσίες σχετικές με την δημόσια υγεία ή ασφάλεια.

²³¹ Βλ. Alfred E. Kahn, “The Economics of Regulation: Principles and Institutions”, 1 MIT Press, 1971. Βλ. επίσης Richard A. Posner, “Theories of Economic Regulation”, Bell Journal of Economics and Management Science, 1974 Vol.5(2), σελ.335 επ.

²³² Mathew D. Adler, Regulatory Theory, με επιμέλεια Dennis Patterson, “A Companion to Philosophy of Law and Legal Theory”, 2009, Cambridge University Press, σελ. 595

Κατά την άποψη του γράφοντος, ο τρόπος προσαρμογής των ρυθμιστικών πλαισίων στην ύπαρξη της συνεργατικής οικονομίας θα πρέπει να διαφέρει ανάλογα με τον σκοπό του υφιστάμενου ρυθμιστικού πλαισίου.

Όταν εξετάζονται ρυθμιστικά πλαίσια ‘οικονομικής’ ρύθμισης, φαίνεται να υπάρχει μειωμένη ανάγκη ύπαρξης μίας αυστηρής ρυθμιστικής πολιτικής ως προς τις πλατφόρμες. Αυτό δικαιολογείται από το γεγονός πως τα καινοτόμα επιχειρηματικά μοντέλα και οι τεχνολογίες, που χαρακτηρίζουν την λειτουργία της συνεργατικής οικονομίας, φαίνονται ικανά να παρέχουν λύσεις, σε επιχειρηματικό και όχι σε ρυθμιστικό επίπεδο, στα διάφορα προβλήματα που θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε ‘αποτυχία’ της αγοράς. Συγκεκριμένα, οι πλατφόρμες βασίζουν την λειτουργία τους στην καλύτερη και πιο διαφανή παροχή πληροφοριών και σε συστήματα αξιολόγησης που εξασφαλίζουν την αξιοπιστία τους, με αυτό τον τρόπο εξαλείφεται σε μεγάλο βαθμό η ανάγκη του ex ante κρατικού ελέγχου²³³. Συνεπώς σε περιπτώσεις συστημάτων ‘οικονομικής ρύθμισης’ μοιάζει προτιμότερο να μειωθεί ή και να εξαλειφθεί η κρατική ρύθμιση της αγοράς, καθώς η ίδια η επιτυχία του συνεργατικού μοντέλου αποδεικνύει την λειτουργία του υγιούς ανταγωνισμού σε αυτήν.

Σε περιπτώσεις ‘κοινωνικής’ ρύθμισης, η οποία αποτελεί και την βάση της πλειοψηφίας των αδειοδοτικών υποχρεώσεων, θα πρέπει να εξεταστούν περισσότεροι παράγοντες. Πρώτον, θα πρέπει να εξεταστεί η ‘ηθική φόρτιση’ του έννομου αγαθού που αποσκοπεί να προστατέψει η διάταξη. Αν το έννομο αγαθό είναι ηθικά ουδέτερο, αυξάνεται η πιθανότητα να επαρκεί ένα λιγότερο αυστηρό ρυθμιστικό πλαίσιο. Δεύτερον, θα πρέπει να εξετάζεται αν η λειτουργία των συστημάτων αυτορρύθμισης στην σχετική αγορά, όπως λ.χ. τα συστήματα της αξιολόγησης που χρησιμοποιούν οι πλατφόρμες, είναι ικανά να παράσχουν επαρκή προστασία του έννομου αγαθού για το οποίο θεσμοθετήθηκε αρχικά η ρύθμιση ή, εν πάση περιπτώσει, αν μπορεί να παρέχει ικανή συμπληρωματική προστασία του αγαθού σε συνδυασμό με ένα λιγότερο περιοριστικό ρυθμιστικό πλαίσιο. Τέλος, θα πρέπει να εξετάζεται αν η λειτουργία του υφιστάμενου ρυθμιστικού πλαισίου συνεχίζει να υπηρετεί τον σκοπό για τον οποίο θεσμοθετήθηκε ή αν, αντιθέτως, με την πάροδο των χρόνων η προστασία του σκοπού αυτού επιτυγχάνεται με άλλους τρόπους και οι υποχρεώσεις έκδοσης αδείας διατηρούνται αποκλειστικά για λόγους εξυπηρέτησης πολιτικών προτεραιοτήτων· αν διαπιστωθεί ότι συμβαίνει το δεύτερο, τότε η αγορά, κατά πάσα πιθανότητα, δεν θα πρέπει να ρυθμίζεται καθόλου.

Η χρησιμότητα μίας τέτοιας προσέγγισης μπορεί να γίνει καλύτερα κατανοητή αν εξεταστούν, σε αντιπαραβολή μεταξύ τους, δύο παραδείγματα ρυθμιστικών επιλογών που επηρέασαν την λειτουργία της πλατφόρμας Uber στο Λονδίνο. Η πρώτη περίπτωση αφορά τις προτάσεις της Ρυθμιστικής Αρχής Μεταφορών του Λονδίνου (Transport for London-TfL) για το μέλλον της ρύθμισης στην αγορά μεταφορών μετά την είσοδο της Uber σε αυτήν²³⁴. Θεωρήθηκε ότι η προτεινόμενη διεύρυνση του ρυθμιστικού πλαισίου, για να επιτευχθεί η εξάλειψη του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος της Uber έναντι των ταξί, δημιουργούσε ανησυχίες προστατευτισμού, παρεμπόδισης της λειτουργίας του ανταγωνισμού και της καινοτομίας, και

²³³ Stallibrass & Fingleton, “Regulation, Innovation and Growth: Why peer-to-peer Businesses Should be Supported”, 7 ECLAP 414 επ., 2016, σελ.417

²³⁴ Βλ. Transport for London, “Private Hire Regulations Review. Part Two Consultation Report”, March 2016, διαθέσιμο online στο <https://consultations.tfl.gov.uk/tph/private-hire-proposals-ia/>

φόβο πως θα ζημιωθούν οι καταναλωτές. Συγκεκριμένα η Αρχή Ανταγωνισμού και Αγορών του Ηνωμένου Βασιλείου (CMA) εντόπισε ότι πολλές από τις προτεινόμενες ρυθμίσεις αποσκοπούσαν στο να αποτρέψουν πιθανές ‘αποτυχίες’ της αγοράς, τις οποίες η Uber είχε ήδη αντιμετωπίσει με τον τρόπο λειτουργίας της· ενώ άλλες από αυτές θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε αντανταγωνιστικά αποτελέσματα όπως η αύξηση της ισχύος της Uber στην αγορά²³⁵. Γίνεται κατανοητό πως η, χωρίς πρότερη σκέψη, αύξηση των ρυθμιστικών υποχρεώσεων είναι ικανή να προκαλέσει σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στον ανταγωνισμό και στην ευημερία των καταναλωτών, οι οποίοι θα βρεθούν αντιμέτωποι με μειωμένη ή πιο ακριβή πρόσβαση στις υπηρεσίες. Αντιθέτως, στην δεύτερη περίπτωση, έγινε αποδεκτή η απόφαση της TfL να μην ανανεώσει την άδεια παροχής υπηρεσιών προμισθωμένων μεταφορών της Uber επειδή εντόπισε «έλλειψη της απαραίτητης εταιρικής υπευθυνότητας, από την εταιρεία, σε σχέση με έναν αριθμό ζητημάτων που προκύπτουν από την λειτουργία της και είναι ικανά να έχουν επιδράσεις στην δημόσια ασφάλεια και τη δημόσια υγεία»²³⁶.

II. Πιθανοί τρόποι ρύθμισης της Συνεργατικής Οικονομίας

Ένα άλλο ζήτημα που προκύπτει αφορά τον τρόπο που θα πρέπει να ακολουθηθεί για την ρύθμιση της συνεργατικής οικονομίας, όταν αυτή κρίνεται αναγκαία. Μέχρι στιγμής έχουν προταθεί, από την θεωρία, δύο βασικά συστήματα ρύθμισης του sharing economy. Το πρώτο σύστημα βασίζεται στην δημιουργία ενός νέου, συνεκτικού συστήματος κρατικής ρύθμισης. Το δεύτερο σύστημα που προτείνεται υποστηρίζει την υιοθέτηση ενός μοντέλου αυτορρύθμισης της συνεργατικής οικονομίας.

α. Σύστημα κρατικής ρύθμισης

Μέχρι στιγμής, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, έχουν δοκιμαστεί πολλές διαφορετικές προσεγγίσεις κρατικής ρύθμισης της συνεργατικής οικονομίας, αλλά καμία από αυτές δεν φαίνεται να είναι ικανή να λάβει υπόψιν όλες της ιδιαιτερότητες του νέου αυτού επιχειρηματικού μοντέλου. Ο καθηγητής R.Miller, σε δημοσίευση του, προτείνει δέκα βασικές αρχές που θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψιν κατά την ρύθμιση συνεργατικών αγορών στο μέλλον²³⁷. Η πρώτη αρχή επικεντρώνεται στην ανάγκη κατανόησης του τομέα της αγοράς στον οποίον πραγματοποιείται η ‘διάσπαση’ λόγω της λειτουργίας της συνεργατικής οικονομίας, και τις καινούριες συνθήκες που δημιουργούνται σε αυτόν. Επίσης, δίνεται έμφαση στο ότι η οποιαδήποτε ρύθμιση θα πρέπει να γίνεται βάσει του συνόλου των συνεργατικών πλατφορμών και όχι με κριτήριο την λειτουργία αποκλειστικά της δεσπόζουσας πλατφόρμας στην αγορά²³⁸. Η δεύτερη και η τρίτη αρχή επισημαίνουν την ανάγκη θέσπισης ξεκάθαρων και διάφανων υποχρεώσεων για τις πλατφόρμες, ώστε να μην λειτουργεί ένας ολόκληρος κλάδος της αγοράς υπό μία νομικά ‘γκρίζα ζώνη’, καθώς και την ανάγκη πρόσβασης της ρυθμιστικής αρχής σε όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για την σωστή αξιολόγηση της λειτουργίας της πλατφόρμας, ώστε

²³⁵ Competition and Markets Authority, “response to Transport for London’s private hire regulations proposals”, 02-12-2015, διαθέσιμο online στο https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/481450/CMA_response_to_TfL.pdf

²³⁶ Transfer for London press release, “Licensing Decision on Uber London Limited”, 22-09-2017, διαθέσιμο online στο <https://tfl.gov.uk/info-for/media/press-releases/2017/september/licensing-decision-on-uber-london-limited>

²³⁷ Miller R.S, “first principles of regulating the sharing economy”, Harvard Journal on Legislation 2016 vol.53, σελ.147 επ.

²³⁸ Ο.π. σελ. 151-153

να υπάρξει μεγαλύτερη κατανόηση της και αποδοτικότερη ρύθμισή της²³⁹. Στην συνέχεια, τονίζεται ότι το μοντέλο της συνεργατικής οικονομίας ‘ήρθε για να μείνει’ και θα ήταν πιο αποτελεσματικό οι ρυθμιστικές αρχές να επικεντρωθούν στην ανάπτυξη ενός κατάλληλου ρυθμιστικού πλαισίου για της συνεργατικές πλατφόρμες, αντί να επιδίδονται σε προσπάθειες απαγόρευσης της λειτουργίας τους²⁴⁰. Οι επόμενες δύο αρχές επικεντρώνονται στην κατανόηση της ‘διασπαστικής λειτουργίας’ της συνεργατικής οικονομίας αλλά και της δημιουργίας νέων αγορών λόγω της λειτουργίας της αυτής²⁴¹. Οι τελευταίες τέσσερις αρχές υπογραμμίζουν την ιδιαίτερη φύση της συνεργατικής οικονομίας, η οποία δημιουργεί πολλές φορές την ανάγκη διαφορετικής ρυθμιστικής αντιμετώπισης και αλλαγής των παραδοσιακών ρυθμιστικών δομών. Αναφέρονται, επίσης, τα προβλήματα που δημιουργούνται κατά τον εντοπισμό της ζημίας από την λειτουργία των συνεργατικών πλατφόρμων. Τέλος, διατυπώνεται η άποψη πως οι ρυθμιστικές αρχές επιβάλλεται να λαμβάνουν υπόψιν τους όλα τα εμπλεκόμενα μέρη, κατά την λήψη των αποφάσεων τους.

Το δεύτερο σύστημα είναι αυτό της αυτορρύθμισης. Η αυτορρύθμιση μπορεί να οριστεί ως η ρύθμιση της αγοράς που επιτυγχάνεται όταν ομάδες επιχειρήσεων, οι οποίες δραστηριοποιούνται σε μία αγορά ή έναν επιχειρηματικό τομέα, συμφωνούν να συμπεριφέρονται σύμφωνα με μία δέσμη κανόνων ή αρχών. Η συμμετοχή των επιχειρήσεων είναι συχνά εθελοντική αλλά μπορεί να προβλεφθεί υποχρέωση συμμετοχής εκ του νόμου²⁴². Υποστηρίζεται ότι πολλά από τα συστήματα διαφάνειας που εφαρμόζονται στην συνεργατική οικονομία, όπως το σύστημα αξιολόγησης από τους χρήστες ή η δημοσιοποίηση του τρόπου παροχής της υπηρεσίας από τον πάροχο, μπορούν να υποστηρίξουν το μοντέλο της αυτορρύθμισης και να το καταστήσουν επιτυχημένο. Αν ακολουθηθεί το μοντέλο της αυτορρύθμισης θα πρέπει να ιδρυθούν οργανισμοί αυτορρύθμισης(SRO) για τους τομείς στους οποίους δραστηριοποιούνται οι συνεργατικές πλατφόρμες. Παραδείγματα τέτοιων οργανισμών στις παραδοσιακές αγορές αποτελούν οι δικηγορικοί και οι ιατρικοί σύλλογοι. Ουσιαστικά, υπό το μοντέλο της αυτορρύθμισης η συνεργατική οικονομία θα ρυθμιζόταν υπό τις ίδιες αρχές που διέπουν την λειτουργία των άνω οργανισμών, οι οποίοι θα τελούσαν απλώς υπό την επίβλεψη του κράτους ή της ρυθμιστικής αρχής.

Γ. Συμπεράσματα κεφαλαίου

Στο παρόν κεφάλαιο αναλύθηκαν οι ιδιαιτερότητες και οι προκλήσεις που ανακύπτουν τόσο κατά την εφαρμογή των υφιστάμενων ρυθμιστικών κανόνων από τις συνεργατικές πλατφόρμες όσο και κατά την προσπάθεια ανάπτυξης νέων ρυθμιστικών πλαισίων τα οποία θα είναι προσαρμοσμένα στα νέα δεδομένα που δημιουργεί η είσοδος της συνεργατικής οικονομίας στις αγορές.

Σε ότι αφορά την υποχρέωση ή μη των πλατφόρμων να συμμορφώνονται με τα υφιστάμενα ρυθμιστικά πλαίσια στις αγορές στις οποίες δραστηριοποιούνται, κρίσιμο μοιάζει το αν, κατά

²³⁹ Ο.π. σελ. 153-156

²⁴⁰ Ο.π. σελ. 156-160

²⁴¹ Ο.π. σελ. 160-165

²⁴² Gracia Vara Arribas, Bettina Steible, and Anthony De Bondt, “Cost of non-Europe in the sharing economy: legal aspects”, February 2016, σελ. 59, διαθέσιμο online στο https://www.researchgate.net/publication/312086162_Cost_of_non-Europe_in_the_sharing_economy_legal_aspects

την ad hoc κρίση, μία πλατφόρμα πρέπει να θεωρηθεί πάροχος υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας ή πάροχος της υποκείμενης μη ηλεκτρονικής υπηρεσίας. Η απόφαση και οι προτάσεις του Γενικού Εισαγγελέα ΔΕΕ στην υπόθεση Asociación Profesional Taxí, παρέχουν τα κριτήρια για την ολοκλήρωση της άνω αξιολόγησης. Ανάλογα με το αποτέλεσμα, μια πλατφόρμα ή θα πρέπει να συμμορφωθεί με το ρυθμιστικό πλαίσιο της αγοράς ή θα μπορεί να επικαλεστεί την προστασία των οδηγίων για το ηλεκτρονικό εμπόριο και για τις υπηρεσίες, και να παρέχει χωρίς περιορισμούς τις υπηρεσίες της εντός ΕΕ, υπό την επιφύλαξη τυχόν μέτρων που προστατεύουν βασικά κοινωνικά αγαθά (λ.χ. δημόσια υγεία, ασφάλεια).

Επίσης, αναλύθηκε πως η μη συμμόρφωση με έγκυρες ρυθμιστικές υποχρεώσεις από την πλατφόρμα μπορεί να αποτελεί ταυτόχρονα και αθέμιτη εμπορική πρακτική. Δεδομένου ότι αυτή η μη συμμόρφωση προσδίδει, σχεδόν σε όλες τις περιπτώσεις, ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις πλατφόρμες, ο κρίσιμος παράγοντας φαίνεται να είναι η διαπίστωση της ‘αθέμιτης’ φύσης του πλεονεκτήματος, η οποία επιτυγχάνεται δια της κρίσης επί της κοινωνικοηθικής απαξίας που εμπεριέχεται στον κανόνα δικαίου που παραβιάζεται. Όσο περισσότερο ηθικά φορτισμένος είναι ο εξωανταγωνιστικός κανόνας δικαίου που παραβιάζεται, τόσο πιο πιθανό είναι να στοιχειοθετείται ταυτόχρονα και παράβαση βάσει του αθέμιτου ανταγωνισμού.

Σε ό,τι αφορά την ανάγκη ύπαρξης των συστημάτων αδειοδότησης και την πιθανότητα εξάλειψης ή ελάφρυνσης των ρυθμιστικών βαρών που δημιουργούν σε κάποιες αγορές, αναλύθηκε πως η κρίση θα πρέπει να γίνεται με βάση της συνθήκες της κάθε αγοράς. Οι παράγοντες που θα πρέπει να αξιολογούνται είναι ο αρχικός σκοπός θεσμοθέτησης του ρυθμιστικού πλαισίου, το αν η ρύθμιση είναι ‘οικονομική’ ή ‘κοινωνική’, καθώς και το αν εντοπίζονται οι προϋποθέσεις προστασίας των σχετικών εννόμων αγαθών απευθείας από τις επιχειρήσεις, λόγω του τρόπου λειτουργίας τους, ανεξάρτητα από την ύπαρξη ή μη ρυθμιστικών υποχρεώσεων.

Τέλος, έγινε αναφορά στους προτεινόμενους τρόπους μελλοντικής, συνεκτικής αναθεώρησης των υφιστάμενων ρυθμιστικών πλαισίων, με τρόπο που να συνάδει με τα νέα δεδομένα των αγορών, τόσο υπό το σύστημα της κρατικής ρύθμισης όσο και υπό το σύστημα της αυτορρύθμισης.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η παρούσα εργασία ανέδειξε την πληθώρα των ζητημάτων που δημιουργούνται, στο πλαίσιο του ευρύτερου Δικαίου Ανταγωνισμού, από την λειτουργία της συνεργατικής οικονομίας.

Είναι σαφές πως το νέο αυτό οικονομικό μοντέλο διατάραξε την λειτουργία των παραδοσιακών αγορών και δημιούργησε καινούρια νομικά ζητήματα σε όλο το εύρος τους υφιστάμενου δικαίου.

Στα πλαίσια της αξιολόγησης της σχετικής αγοράς εντοπίζονται φαινόμενα τα οποία απαιτούν ιδιαίτερη αντιμετώπιση, όπως η κρίση επί της σχέσης που διέπει την πλατφόρμα με τους χρήστες της, το αν οι χρήστες αποτελούν 'επιχειρήσεις' στο πλαίσιο του Δικαίου Ανταγωνισμού, αλλά και το ποια είναι η σχετική αγορά στην οποία πρέπει να θεωρηθεί ότι δραστηριοποιείται η πλατφόρμα. Η ανάλυση της παρούσας εργασίας κατέληξε, στο ότι επιβάλλεται να γίνεται ad hoc κρίση της σχετικής αγοράς, βάσει του τρόπου λειτουργίας της κάθε πλατφόρμας, και πως το πιο σημαντικό κριτήριο στα πλαίσια αυτής της αξιολόγησης, είναι ο βαθμός ελέγχου που ασκείται από τη πλατφόρμα στους χρήστες.

Ως προς την εφαρμογή του άρθρου 101 ΣΛΕΕ εντοπίζονται καινοφανείς τρόποι παράβασης, ιδίως μέσω της χρήσης αλγορίθμων, αλλά και, πιθανώς, νέες μορφές πραγματοποίησης παραδοσιακών παραβάσεων, όπως οι παραβάσεις τύπου Hub&Spoke. Η νομολογία του ΔΕΕ, που παρατέθηκε στο σχετικό κεφάλαιο, φαίνεται να είναι ικανή να αποτελέσει την βάση για την αντιμετώπιση της πιθανότητας τέτοιων αντιανταγωνιστικών συμπεριφορών.

Στα πλαίσια της αξιολόγησης των παραβάσεων του άρθρου 102 ΣΛΕΕ αλλά και των συγκεντρώσεων, ανακύπτουν ζητήματα, που αφορούν τον εντοπισμό δεσπόζουσας θέσης και πηγάζουν από την έντονη χρήση των αποτελεσμάτων δικτύου αλλά και των big data από τις πλατφόρμες. Αναλύθηκε γιατί τα παραδοσιακά τεστ για τον εντοπισμό δεσπόζουσας θέσης δεν είναι επαρκή, καθώς και ποια επιπλέον κριτήρια θα πρέπει να χρησιμοποιούνται κατά την αξιολόγηση. Επίσης, εξετάστηκαν πιθανές παραβάσεις στα πλαίσια της λειτουργίας μιας συνεργατικής πλατφόρμας, οι οποίες εντοπίστηκαν κυρίως στην απαγόρευση, είτε συμβατικά είτε de facto, του multi-homing αλλά και σε περιπτώσεις στις οποίες μία δεσπόζουσα σε παρακείμενη αγορά επιχείρηση, μπορεί να χρησιμοποιήσει τα χαρακτηριστικά του sharing economy για να μοχλεύσει την δύναμη της, από την παρακείμενη αγορά στην αγορά του sharing economy ή και τούμπαλιν.

Σε επίπεδο αθέμητου ανταγωνισμού και ρυθμιστικής πολιτικής ανακύπτουν ζητήματα ιδίως ως προς την υποχρέωση της πλατφόρμας να συμμορφωθεί με τα υφιστάμενα ρυθμιστικά πλαίσια. Όπως αναλύθηκε στο σχετικό κεφάλαιο, η πρόσφατη νομολογία του ΔΕΕ δίνει την λύση στα περισσότερα από αυτά, ορίζοντας κριτήρια για το πότε μια πλατφόρμα παρέχει καθαρά ηλεκτρονικές υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας και πότε παρέχει η ίδια τις βασικές υπηρεσίες, οι πάροχοι των οποίων οφείλουν να ακολουθούν τις ρυθμιστικές διατάξεις. Επίσης, ανακύπτουν ερωτήματα σχετικά με το αν η αθέτηση τέτοιων ρυθμιστικών υποχρεώσεων θα πρέπει να θεωρηθούν αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Η ανάλυση της παρούσας εργασίας κατέληξε στο ότι, ο βασικός παράγοντας, στα πλαίσια της ως άνω κρίσης, μοιάζει να είναι ο σκοπός του νομοθέτη του ρυθμιστικού νομοθετήματος. Τέλος, στο επίπεδο της ρυθμιστικής πολιτικής η είσοδος της συνεργατικής οικονομίας στην αγορά ανέδειξε την αρχαιότητα και, συχνά, την αδυναμία προσαρμογής των παραδοσιακών ρυθμιστικών πλαισίων στις αλλαγές που παρουσιάζει η πραγματική οικονομία, και δημιούργησε ένα ρεύμα επαναξιολόγησης των ρυθμιστικών διατάξεων παγκοσμίως.

Είναι σαφές πως τα αποτελέσματα της λειτουργίας της συνεργατικής οικονομίας, σε όλα τα παραπάνω ζητήματα, δεν μπορούν ακόμα να αξιολογηθούν με απόλυτη βεβαιότητα. Όμως, κατά την γνώμη του γράφοντος, μοιάζει σίγουρο ότι τόσο το δίκαιο ανταγωνισμού όσο και οι ρυθμιστικές αρχές έχουν τα εργαλεία για να προσαρμοστούν, σε βάθος χρόνου, στις όποιες προκλήσεις ανακύπτουν από την είσοδο του νέου αυτού επιχειρηματικού μοντέλου στην καθημερινότητα. Θα πρέπει όμως η αντιμετώπιση των προκλήσεων αυτών να γίνεται σε εξατομικευμένη βάση, να λαμβάνει υπόψιν όλους τους σχετικούς παράγοντες, να εφαρμόζει την αρχή της αναλογικότητας, και να μην δημιουργεί απόλυτες και γενικευμένες λύσεις· αλλά, αντιθέτως, να κατανοεί την μεταβαλλόμενη φύση των αγορών και να οδηγεί στην δημιουργία ενός ευμετάβλητου νομικού πλαισίου, το οποίο μπορεί να προσαρμοστεί εύκολα σε μελλοντικές αλλαγές.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΣΥΓΓΡΑΜΑΤΑ

- 1- Alfred E. Kahn, “The Economics of Regulation: Principles and Institutions”, 1 MIT Press, 1971
- 2- Bellamy & Child, “European Union Law of Competition”, 7th edition, 2013, Oxford University Press
- 3- Dennis Patterson, “A Companion to Philosophy of Law and Legal Theory”, 2009, Cambridge University Press
- 4- Shapiro, Carl, and Hal R. Varian. “*Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy*”. Boston, Mass: Harvard Business School Press, 1999
- 5- Βέττας Ν., Κατσουλάκος Ι. «Πολιτική Ανταγωνισμού και Ρυθμιστική Πολιτική», ΤΥΠΟΘΗΤΩ, 2004
- 6- Κοτσίρης Λ., «Δίκαιο Ανταγωνισμού- Αθέμιτου, Ελεύθερου, Αθέμιτες εμπορικές πρακτικές», εκδόσεις Σάκκουλα Αθήνα-Θεσσαλονίκη, 2015
- 7- Μαρίνος Μ.- Θ., «Αθέμιτος Ανταγωνισμός», Δίκαιο & Οικονομία, Π.Ν. Σάκκουλας 2009
- 8- Ρόκας Ν., «Αθέμιτος Ανταγωνισμός- Ερμηνεία κατ’ άρθρο του ν.146/1914», Νομική Βιβλιοθήκη 1996
- 9- Τζουγανάτος Δ., «Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού», Νομική Βιβλιοθήκη, 2013
- 10- Τριανταφυλλάκης Γ., «Δίκαιο Ελεύθερου Ανταγωνισμού», Νομική Βιβλιοθήκη 2011

ΒΑΣΙΚΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ (τελευταία πρόσβαση στις διαδικτυακές πηγές: 06-12-2018)

- 1- «Ανακοίνωση της επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών - Ευρωπαϊκή ατζέντα για μια συνεργατική οικονομία», COM(2016) 356 final

- 2- «Γνωμοδότηση Επιτροπής Εσωτερικής Αγοράς και Προστασίας των Καταναλωτών του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου – σχετικά με μια ευρωπαϊκή ατζέντα για τη συνεργατική οικονομία», (20017/2003(INI)), 11/05/2017
- 3- Baden-Fuller, C. & Haefliger, S. “Business Models and Technological Innovation”, Long Range Planning, Volume 46, Issue 6, σελίδες 419
- 4- Bockmann, “the shared economy: it is time to start caring about sharing;value creating factors in the shared economy” κεφ 2.1, διαθέσιμο online στο <https://docplayer.net/55818476-The-shared-economy-it-is-time-to-start-caring-about-sharing-value-creating-factors-in-the-shared-economy.html>
- 5- Bower, J. L., and C. M. Christensen, «Disruptive Technologies: Catching the Wave», *Harvard Business Review* 73, no. 1 (January–February 1995) σελ. 43
- 6- Business Innovation Observatory(EC), “The Sharing Economy: Accessibility Based Business Models for Peer-to-peer Markets”, Contract No 190/PP/ENT/CIP/12/C/N03C01, 2013, διαθέσιμο online στο http://www.academia.edu/9481688/Business_Innovation_Observatory_The_Sharing_Economy_Accessibility_Based_Business_Models_for_Peer-to-Peer_Markets
- 7- Chan Jonathan & Fung Herbert, "[Rebalancing Competition Policy to Stimulate Innovation and Sustain Growth](#)," *Asian Journal of Law and Economics*, De Gruyter, vol. 8(1), April 2017
- 8- Chrisholm A., Jung N., “Platform regulation- ex -ante versus ex -post intervention: evolving our antitrust tools and practices to meet the challenges”, *Competition Policy International*, Spring/Autumn 2015, Volume 11 (1), διαθέσιμο σε ηλεκτρονική μορφή στο <https://www.competitionpolicyinternational.com/wp-content/uploads/2016/03/Platform-regulation.pdf>
- 9- Chrisholm A., Jung N., “Platform regulation- ex -ante versus ex -post intervention: evolving our antitrust tools and practices to meet the challenges”, *Competition Policy International*, Spring/Autumn 2015, Volume 11 (1), διαθέσιμο σε ηλεκτρονική μορφή στο <https://www.competitionpolicyinternational.com/wp-content/uploads/2016/03/Platform-regulation.pdf>
- 10- Daniel Zimmer (Monopolkommission), “Digital Markets: New Rules for Competition Law”, *Journal of European Law & Practice*, 2015, Vol.6, No.9, σελ.627
- 11- David S. Evans and Richard Schmalensee, “The Antitrust Analysis of Multi-Sided Platform Businesses”, Coase- Sandor Institute of Law & Economics Working Paper No. 623 (2012), διαθέσιμο online στο https://chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1482&context=law_and_economics
- 12- de Streel, Alexandre and Larouche, Pierre, *Disruptive Innovation and Competition Policy Enforcement* (October 20, 2015). OECD Working Paper DAF/COMP/GF(2015) 7, διαθέσιμο online στο https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2678890

- 13- Debbie Wosskow, «Unlocking the sharing economy- An independent review», Report for the UK Minister of State for Business, Enterprise and Energy (2014)
- 14- Deloitte Access Economics, “The sharing economy and the Competition and Consumer Act”- Australian Competition and Consumer Commission (2015), διαθέσιμο στο <https://www.accc.gov.au/system/files/Sharing%20Economy%20-%20Deloitte%20Report%20-%202015.pdf>
- 15- Deni Vitkovic, “The sharing economy: Regulation and the EU Competition Law”, Global Antitrust Review, Issue 9, 2016, σελ. 78Joao E. Gata, “The Sharing Economy, Competition and Regulation”, Competition Policy International, November 2016
- 16- Dunne, Niamh, “Competition Law (and Its Limits) in the Sharing Economy” (October 25, 2017), από Nestor Davidson, Michèle Finck and John Infranca (eds.), “Cambridge Handbook on Law and Regulation of the Sharing Economy”, Cambridge University Press 2018, Διαθέσιμο online στο <https://ssrn.com/abstract=3058697>
- 17- Ezrachi, Ariel and Stucke, Maurice E., Artificial Intelligence & Collusion: When Computers Inhibit Competition. University of Illinois Law Review, Vol. 2017, σελ. 1775 επ
- 18- Ezrachi, Ariel and Stucke, Maurice E., Online Platforms and the EU Digital Single Market (October 16, 2015). University of Tennessee Legal Studies Research Paper No. 283. διαθέσιμο online στο https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2677267
- 19- Federal Trade Commission (FTC), “The Sharing Economy. Issues Facing Platforms, Participants & Regulators”, an FTC staff report, November 2016, διαθέσιμο online στο <https://www.ftc.gov/reports/sharing-economy-issues-facing-platforms-participants-regulators-federal-trade-commission>
- 20- Filistrucchi, Lapo and Geradin, Damien and van Damme, Eric E.C., “Identifying Two-Sided Markets” (February 21, 2012). TILEC Discussion Paper No. 2012-008, διαθέσιμο online στο https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2008661
- 21- G. Lougher/ S. Kalmanowicz, “EU Competition Law in the Sharing Economy”, Journal of European Competition Law & Practice, 2016, Vol. 7, No.2
- 22- Gracia Vara Arribas, Bettina Steible, and Anthony De Bondt, “Cost of non-Europe in the sharing economy: legal aspects”, February 2016, διαθέσιμο online στο https://www.researchgate.net/publication/312086162_Cost_of_non-Europe_in_the_sharing_economy_legal_aspects
- 23- House of Lords (UK), Select Committee on the European Union, Online Platforms and the Digital Single Market, 10th Report of Session 2015-2016, HL Paper 129, April 2016
- 24- Kadar M., “European Union Competition Law in the Digital Era”, διαθέσιμο online στο https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2703062
- 25- Mark A. Lemley and David McGowan, “Legal Implications of Network Economic Effects”, California Law Review, Volume 86, Issue 3, Article 7 (1998)

- 26- Miller R.S, “first principles of regulating the sharing economy”, Harvard Journal on Legislation 2016 vol.53, σελ.147
- 27- 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, διαθέσιμο online στο [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)
- 28- Obudu O. & Bailey D., “The single economic entity doctrine in EU Competition Law, 2014, CMLRev, Vol.51, σελ.1721
- 29- OECD, “Exploring data-driven innovation as a new source of growth: Mapping the policy issues raised by “big data”” in Supporting Investment in Knowledge Capital, Growth and Innovation, OECD Publishing, Paris, 2013
- 30- Okeoghene Odudu, “Indirect Information Exchange: The Constituent Elements of Hub and Spoke Collusion”, European Competition Journal, 2011 7(2)
- 31- Olga Batura, Nicolai van Gorp, Prof. Pierre Larouche, Intellectual guidance: Lapo Filistrucchi, “Online Platforms and the EU Digital Single Markets”, e-Economics-Written evidence (OPL 0066), 23-11-2015, διαθέσιμο online στο <http://data.parliament.uk/writtenevidence/committeeevidence.svc/evidencedocument/eu-internal-market-subcommittee/online-platforms-and-the-eu-digital-single-market/written/24920.html>
- 32- Ranchordas S., Gedeon Z. & Zurek K., “Home-Sharing in the Digital Economy: The Cases of Brussels, Stockholm, and Budapest”, Impulse Paper prepared for the European Commission, DG GROW, σελ. 80, διαθέσιμο online στο <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/16950/attachments/1/translations/en/renditions/native>
- 33- Richard A. Posner, “Theories of Economic Regulation”, Bell Journal of Economics and Management Science, 1974 Vol.5(2), σελ.335
- 34- Russo F., Stasi Maria L., “Defining the relevant market in the sharing economy”, Internet Policy Review, June 2016, Vol.5, Issue 2
- 35- S. Fraiberg and Ar. Sundararajan, “peer-to-peer rental markets in the sharing economy”, (2015), διαθέσιμο online στο https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2574337
- 36- Scott S. Megregian και άλλοι., «EU Commissioner Warns Companies of Potentially Unlawful Use of Pricing Algorithms», NAT’L L. REV. (Mar. 31, 2017), διαθέσιμο online στο <http://www.natlawreview.com/article/eu-commissioner-warns-companies-potentially-unlawful-use-pricing-algorithms>

- 37- Shwab K., “the fourth industrial revolution: what is it and how to respond?”, διαθέσιμο online στο <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/>
- 38- Stallibrass & Fingleton, “Regulation, Innovation and Growth: Why peer-to-peer Businesses Should be Supported”, 2016 7 ECLAP, σελ. 414
- 39- Stephen P. King, “Sharing Economy: What Challenges for Competition Law?”, *Journal of European Competition Law & Practice*, Volume 6, Issue 10, 1-12-2015, σελ.730
- 40- Vasilis Hatzopoulos & Sofia Roma, “Caring for sharing? The collaborative economy under EU law”, *Common Market Law Review* 2017 Vol.54(1), σελ. 1, διαθέσιμο online στο https://www.researchgate.net/publication/316094932_Caring_for_sharing_The_collaborative_economy_under_EU_law
- 41- Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. W. (2017). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Journal of Marketing Research*, 54(5), 687–705
- 42- Βλ. Fradkin Andrey, “Search Frictions and the Design of Online Marketplaces.”, NBER Working Paper, (2014), διαθέσιμο online στο <https://andreyfradkin.com/>