



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

ΝΟΜΙΚΗ ΣΧΟΛΗ

Π.Μ.Σ.: ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ

ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ: ΑΪΛΑ ΑΓΑΘΑ ΚΑΙ ΔΙΚΑΙΟ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΟ ΕΤΟΣ: 2023-2024

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

του Αλέξανδρου - Φοίβου του Παναγιώτου Σαρατσιώτη

A.M.: 7340122301017

*Οι εξοντωτικές εξαγορές στο δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού
με έμφαση στον ψηφιακό τομέα*

Επιβλέποντες Καθηγητές:

- α΄) Έφη Κινινή, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Νομικής Ε.Κ.Π.Α.
β΄) Αλεξάνδρα Μικρουλέα, Καθηγήτρια Νομικής Ε.Κ.Π.Α.
γ΄) Εμμανουήλ Μαστρομανώλης, Αναπληρωτής Καθηγητής Νομικής Ε.Κ.Π.Α.

Αθήνα, Σεπτέμβριος 2024

Copyright © Αλέξανδρος-Φοίβος Σαρατσιώτης, 2024

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.

Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση της παρούσας διπλωματικής εργασίας, θα ήθελα να εκφράσω την ειλικρινή μου ευγνωμοσύνη, αφ' ενός σε όλους όσους συνέβαλαν στην επιτυχή ολοκλήρωση αυτής και, αφ' ετέρου, σε όλους όσους με στήριξαν σε αυτήν την πολυετή πορεία των σπουδών μου, η οποία κορυφώνεται με αυτό το Μεταπτυχιακό.

Έτσι, ιδιαίτερες ευχαριστίες οφείλω στην Καθηγήτρια κ. Έφη Κινητή για την καθοδήγησή της. Ομοίως, οφείλω θερμές ευχαριστίες στην Καθηγήτρια κ. Αλεξάνδρα Μικρουλέα και στον Επίκουρο Καθηγητή κ. Εμμανουήλ Μαστρομανώλη, ως μέλη της τριμελούς επιτροπής για την ακαδημαϊκή τους υποστήριξη. Άπαντες οι ως άνω με την υψηλή επιστημονική τους κατάρτιση συνέβαλαν να εμβαθύνω στο φαινόμενο που πραγματεύεται η παρούσα εργασία και, ασφαλώς, να διευρύνω τους ορίζοντές μου στον τομέα του δικαίου του ανταγωνισμού.

Την παρούσα διπλωματική εργασία μου θα ήθελα να την αφιερώσω στην οικογένειά μου, η οποία στάθηκε δίπλα μου με αγάπη, αφοσίωση και υπομονή σε κάθε βήμα της ακαδημαϊκής μου πορείας. Στην αγαπημένη μου μητέρα, Αδαμαντία, που ήταν πάντοτε πηγή έμπνευσης, στοργής και στήριξης, στον αδερφό μου Θοδωρή και στη σύζυγό του, Μαρία, που πάντα ήταν εκεί να με καθοδηγούν με τις πολύτιμες συμβουλές τους, στον Άγγελο και στη σύζυγό του, Φαίη, που με ενδυνάμωναν με τα λόγια τους σε κάθε δυσκολία, στη σύντροφό μου, Βασιλική που δεν έπαψε στιγμή να πιστεύει σε εμένα και που με υπομονή και αγάπη με συνόδευσε σε αυτήν την προσπάθεια, καθώς και στα πολυαγαπημένα μου ανίψια, Άννα, Αντώνη και Παναγιώτη – Ιωάννη που μου δίνουν κίνητρο να συνεχίζω δυναμικά προς τις επόμενες ακαδημαϊκές προκλήσεις.

Τέλος, με βαθιά συγκίνηση, θα ήθελα επίσης να αφιερώσω την εργασία μου στην μνήμη του πατέρα μου, Παναγιώτη και αδερφού μου, Ιωάννη, που αν και δεν είναι πια μαζί μας, οι αξίες που μου δίδαξαν αποτέλεσαν οδηγό καθ' όλην τη διάρκεια των σπουδών μου και συνεχίζουν να με καθοδηγούν στη ζωή μου.

Η στήριξη και η αγάπη σας υπήρξαν πραγματικά ανεκτίμητες.

Σας ευχαριστώ όλους από καρδιάς!

Πίνακας περιεχομένων

Εισαγωγή	6
1. Εννοιολογικές διευκρινίσεις	9
1.1. Εισαγωγικά.....	9
1.2. Έννοια εξοντωτικών εξαγορών.....	9
1.3. Έννοια καινοτομίας.....	12
1.4. Έννοια νεοφυούς επιχειρήσεως.....	14
1.5. Έννοια ψηφιακής αγοράς.....	16
2. Προβληματικές και πτυχές του φαινομένου των εξοντωτικών εξαγορών.....	18
2.1. Εισαγωγικά.....	18
2.2. Θετική διάσταση του φαινομένου.....	19
2.3. Αρνητική διάσταση του φαινομένου	22
3. Κανονιστικό πλαίσιο	27
3.1. Εισαγωγικά.....	27
3.2. Ιστορικό υπόβαθρο ισχύοντος νομοθετικού πλαισίου	28
3.3. Ο Κανονισμός 139/2004	30
3.3.1. Πρώτες επαφές των εμπλεκομένων μερών με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή	32
3.3.2. Κοινοποίηση.....	33
3.3.3. Ο μηχανισμός παραπομπής του αρ. 22 του Κανονισμού 139/2004.....	34
3.3.3.1. Γενικά.....	34
3.3.3.2. Η υπόθεση Illumina/Grail.....	37
3.3.4. Αξιολόγηση της συγκέντρωσης από την Επιτροπή.....	41
3.3.4.1. Ορισμός σχετικής αγοράς – Θεωρία των ψηφιακών οικοσυστημάτων	41

3.3.4.2.	Φάσεις, χρονοδιάγραμμα και βασικά δικαιώματα εμπλεκόμενων κατά το στάδιο αυτό.....	44
3.3.5.	Απόφαση της Επιτροπής	45
3.4.	Digital Markets Act (DMA).....	47
4.	Περιπτώσεις εξαγορών από μεγάλες εταιρείες τεχνολογίας.	
	Πρώθηση καινοτομίας ή καταστολή ανταγωνισμού;	52
4.1.	Εισαγωγικά.....	52
4.2.	Περιπτώσεις εξαγορών από το Facebook.....	53
4.2.1.	Facebook/WhatsApp	54
4.2.2.	Facebook/Instagram.....	56
4.3.	Περιπτώσεις εξαγορών από τη Google.....	57
4.3.1.	Google/YouTube.....	58
4.3.2.	Google/DoubleClick	59
4.4.	Παρατηρήσεις ως προς τις διενεργηθείσες εξαγορές των τεχνολογικών κολοσσών.....	62
5.	Προτάσεις και σκέψεις για την αποτελεσματική αντιμετώπιση του φαινομένου των εξοντωτικών εξαγορών.....	64
6.	Συμπερασματικές παρατηρήσεις.....	70
	Βιβλιογραφία.....	73

Εισαγωγή

«Είναι καλύτερο να αγοράζεις παρά να ανταγωνίζεσαι». Μέσα από αυτήν τη σύντομη, πλην όμως περιεκτική από άποψη περιεχομένου και νοημάτων, φράση, ο συνιδρυτής του δημοφιλούς μέσου κοινωνικής δικτύωσης Facebook και της μητρικής της εταιρείας, Meta Platforms (πρώην Facebook, Inc.), κ. Mark Zuckerberg, κατάφερε να αποτυπώσει με τη μέγιστη δυνατή ακρίβεια την ωμή πραγματικότητα που απαντάται στην αγορά, όπου, ιδίως, οι Big Tech εταιρείες συγκεντρώνουν στα χέρια τους σημαντικά (και κρίσιμα) μερίδια αγοράς μέσα από την εξαγορά νεοφυών επιχειρήσεων, ενισχύοντας έτσι τη θέση τους στην αγορά.

Στη σύγχρονη οικονομία δε, η εξαγορά νεοσύστατων επιχειρήσεων απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή και μελέτη. Τούτο διότι, η έννοια των νεοσύστατων επιχειρήσεων, όπως θα δούμε στο οικείο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας, είναι στενά συνδεδεμένη με την ταχύτατα εξελισσόμενη καινοτομία, τις πρωτοποριακές επιχειρηματικές ιδέες και την τεχνολογική πρόοδο. Ως εκ τούτου, αυτό το στοιχείο που συνδέει πολλές νεοφυείς επιχειρήσεις, ήτοι εκείνο της καινοτομίας, μπορεί να αποτελέσει μια διόλου αμελητέα απειλή ακόμα και για εταιρείες με εδραιωμένη θέση στην αγορά. Πράγματι, οι νέες τεχνολογίες είναι σφόδρα πιθανό να *ταράξουν τα νερά* στις υπάρχουσες δομές τις αγορές, ανατρέποντας τυχόν ισορροπίες σε βάρος, ασφαλώς, των επιχειρηματικών στρατηγικών των κατεστημένων στην αγορά επιχειρήσεων. Συνεπώς, το αποτέλεσμα είναι συχνά οι νεοσύστατες επιχειρήσεις να αποτελούν τις «target companies» στις συμφωνίες εξαγορών από μεγάλες επιχειρήσεις με σκοπό, με τη χορήγηση στις τελευταίες αποκλειστικής πρόσβασης στην εκάστοτε πρωτοποριακή επιχειρηματική ιδέα, να εξοβελιστεί ένας δυνητικός ανταγωνιστής από τη σχετική αγορά και, εν τέλει, να περιοριστεί ο ανταγωνισμός.

Το φαινόμενο αυτό, το οποίο αποτυπώθηκε στη διεθνή και εγχώρια βιβλιογραφία υπό τον όρο «εξοντωτικές εξαγορές» (στην αγγλική γλώσσα «killer acquisitions»), αρχικώς, εντοπίστηκε στη φαρμακευτική βιομηχανία. Ωστόσο, λίαν συντόμως οι εξοντωτικές εξαγορές, ως φαινόμενο, επεκτάθηκαν σε ολόκληρο το φάσμα της οικονομίας και ιδίως στο πεδίο της τεχνολογίας και των ψηφιακών αγορών, αντικείμενο που εξειδικεύεται στην παρούσα εργασία.

Είναι γεγονός ότι το ζήτημα των εξοντωτικών εξαγορών στη σύγχρονη οικονομία έχει ήδη λάβει εξαιρετικά σημαντικές διαστάσεις και έχει γεννήσει σοβαρούς προβληματισμούς, ιδίως στο πεδίο του δικαίου του ανταγωνισμού. Τούτο εξηγείται από το γεγονός ότι κάθε εξαγορά που έχει είτε ως προφανή είτε ως υποκρυπτόμενο στόχο την εξάλειψη ενός δυνητικού ανταγωνιστή από την αγορά ή/και την τοποθέτηση φραγμών στην τεχνολογική ανάπτυξη και καινοτομία, βάζει κατά του δικαίου του ανταγωνισμού και των θεμελιωδών αρχών του.

Πράγματι, οι εξοντωτικές εξαγορές εγκυμονούν σοβαρούς κινδύνους και επιπτώσεις τόσο για το σύνολο των συμμετεχόντων στη σχετική αγορά όσο και για τους τελικούς αποδέκτες, ήτοι τους καταναλωτές. Οι επιπτώσεις δε των εξοντωτικών εξαγορών καθίστανται έτι περισσότερο αντιληπτές στον χώρο του ψηφιακού τομέα, όπου η καινοτομία συνιστά συστατικό και αναπόσπαστο στοιχείο αυτού.

Η επιχειρηματική απόφαση λοιπόν μιας μεγάλης εταιρείας στον χώρο αυτόν να εξαγοράσει έναν δυνητικό ανταγωνιστή, συχνά οδηγεί στην τοποθέτηση φραγμών στην ανάπτυξη πρωτοποριακών αγορών, αυξάνοντας έτσι τα περιθώρια κέρδους των εταιρειών αυτών. Ταυτόχρονα δε, αυξάνονται οι φραγμοί εισόδου σε δυνητικούς νεοεισερχόμενους παίκτες στην αγορά, μειώνονται σημαντικά οι επιλογές του καταναλωτή σε νέα προϊόντα ή υπηρεσίες, ενώ η ποιότητα αυτών, αν δεν μειωθεί, τουλάχιστον παραμένει απλώς στάσιμη. Αυτές είναι ορισμένες μόνο από τις κυριότερες επιπτώσεις που εντοπίζονται σε μια ψηφιακή αγορά και οι οποίες παρατίθενται στην παρούσα.

Ασφαλώς, το πλήγμα που δέχεται ο ανταγωνισμός στην περίπτωση των εξοντωτικών εξαγορών δύναται είτε να λάβει ενωσιακή διάσταση, είτε να περιοριστεί στα στενά όρια ενός κράτους-μέλους της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Σε κάθε περίπτωση, η Ευρωπαϊκή Ένωση, εντοπίζοντας τα ζητήματα που γεννώνται από το φαινόμενο των εξοντωτικών εξαγορών και τα πλήγματα που δύναται να επιφέρει στο δίκαιο του ανταγωνισμού, έσπευσε να λάβει μια σειρά ορισμένων μέτρων με σκοπό την καλύτερη δυνατή αντιμετώπιση του εν λόγω φαινομένου. Ωστόσο, εγείρονται σημαντικά ερωτηματικά, τα οποία η παρούσα εργασία επιχειρεί να αποτυπώσει με σαφήνεια, σε σχέση με το, αν και κατά πόσον το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο ελέγχου των συγκεντρώσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι ικανό να αντιμετωπίσει με πλήρη αποτελεσματικότητα τις εξοντωτικές εξαγορές τόσο σε επίπεδο πρόληψης, όσο και σε επίπεδο καταστολής αυτών.

Περαιτέρω, η ενδελεχής μελέτη του φαινομένου των εξοντωτικών εξαγορών, προϋποθέτει την ανάλυση κρίσιμων αποφάσεων ρυθμιστικών αρχών καθώς και δικανικών κρίσεων σε επίμαχες εξαγορές που πέρασαν το κατώφλι της δικαστικής αίθουσας. Βέβαια, είναι χαρακτηριστική η δυσαναλογία που υφίσταται μεταξύ του υπερμεγέθους αριθμού εξαγορών που πραγματοποιείται καθημερινά στον ψηφιακό τομέα και του ιδιαιτέρως αμελητέου αριθμού υποθέσεων επί των οποίων επιλαμβάνεται το αρμόδιο όργανο ή δικαστική αρχή.

Τέλος, η παρούσα διπλωματική εργασία είναι δομημένη σε έξι κύρια κεφάλαια, τα οποία αναλύουν σε βάθος το φαινόμενο των εξοντωτικών εξαγορών στον ψηφιακό τομέα και τις επιπτώσεις αυτών. Ειδικότερα, στο πρώτο κεφάλαιο αποτυπώνονται εννοιολογικές διευκρινίσεις γύρω από κεντρικές έννοιες του φαινομένου, όπως είναι η έννοια της καινοτομίας και της νεοφυούς επιχειρήσεως. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται οι δύο εκ διαμέτρου αντίθετες

προσεγγίσεις σε σχέση με το φαινόμενο των εξοντωτικών εξαγορών στον ψηφιακό τομέα. Ασφαλώς, δεν μπορεί να λείπει η παράθεση του κανονιστικού πλαισίου από την παρούσα εργασία και η ανάπτυξη των μηχανισμών εκείνων που έχουν θεσπισθεί για τον εντοπισμό περιπτώσεων εξοντωτικών εξαγορών. Για την πληρέστερη κατανόηση του φαινομένου επισκοπούνται στο τέταρτο κεφάλαιο κρίσιμες εξαγορές που απασχόλησαν τη διεθνή βιβλιογραφία αναφορικά με το υπό διερεύνηση ζήτημα. Η παρούσα εργασία ολοκληρώνεται με προτάσεις και σκέψεις που αποσκοπούν στην αποτελεσματική αντιμετώπιση του φαινομένου των εξοντωτικών εξαγορών.

1. Εννοιολογικές διευκρινίσεις

1.1. Εισαγωγικά

Στη σύγχρονη εποχή, παρατηρείται μια ραγδαία αύξηση των εξαγορών και των συγχωνεύσεων. Ιδίως δε, στον ψηφιακό τομέα και στον τομέα της ακμάζουσας τεχνολογίας, επιχειρήσεις-κολοσσοί με κυριαρχία στη σχετική αγορά που δραστηριοποιούνται δεν παύουν να αναζητούν τρόπους για να αυξήσουν τα κέρδη τους εντός αυτής, καθώς και να *ξεκλειδώσουν πόρτες* ευκαιριών εισόδου σε νέες αγορές προϊόντων και υπηρεσιών. Μια ευρύτατα διαδεδομένη μέθοδος για να επιτευχθεί αυτό, είναι μέσα από την εξαγορά νεοφυών επιχειρήσεων και δυνητικών ανταγωνιστών, μέθοδος που αποτυπώθηκε στη διεθνή βιβλιογραφία υπό τον όρο «*killer acquisitions*» (με ελληνική απόδοση: «εξοντωτικές εξαγορές»).

Ασφαλώς, η ιδιαίτερη ταχύτητα με την οποία αναπτύσσονται οι νέες τεχνολογίες στις σύγχρονες κοινωνίες και η δυναμική φύση που χαρακτηρίζει το ψηφιακό περιβάλλον, επιβάλλει, ιδίως, στις μεγάλες εταιρείες να είναι σε διαρκή επαγρύπνηση, προκειμένου να εντοπίζουν έγκαιρα τις τυχόν νέες ευκαιρίες ανάπτυξής τους. Ωστόσο, ενδέχεται να υπάρχει και άλλη ανάγνωση πίσω από τις εξαγορές αυτές, ήτοι, όταν η ανάπτυξη και η τεχνολογική πρόοδος χρησιμοποιείται ως πρόφαση προκειμένου οι μεγάλες εταιρείες να εξαλείψουν από τον χάρτη της σχετικής αγοράς πραγματικούς ή δυνητικούς ανταγωνιστές.

Σε αυτό το ταχέως εξελισσόμενο τοπίο, όπως είναι εκείνο της τεχνολογίας και της ανάπτυξης, οι εξαγορές αυτές κατάφεραν να αναδειχθούν σε μια πάγια στρατηγική πρακτική από πλευράς των επιχειρήσεων που χρήζει ιδιαίτερης προσοχής.

Για τον λόγο αυτόν, και για την ευχερέστερη κατανόηση του φαινομένου των εξοντωτικών εξαγορών καθώς και των απορρευουσών από αυτό ζητημάτων που αναπτύσσονται, κρίνεται σκόπιμο και αυτονόητο να εξετασθεί, εν πρώτοις, πώς η βιβλιογραφία προσεγγίζει και οριοθετεί εννοιολογικά τον όρο «εξοντωτικές εξαγορές».

1.2. Έννοια εξοντωτικών εξαγορών

Η έννοια των εξοντωτικών εξαγορών εισήχθη για πρώτη φορά στη βιβλιογραφία σε μια εργασία – ορόσημο για το εν λόγω ζήτημα, με ομώνυμο τίτλο «Εξοντωτικές Εξαγορές» και με συντάκτες τους Colleen Cunningham, Florian Ederer και Song Ma¹. Το έργο αυτό, το οποίο έχει αποσπάσει πλήθος επαίνων και

¹ Cunningham, C., Ederer, F. και Ma, S. (2018). *Killer Acquisitions*. Μελέτη διαθέσιμη εις <https://ssrn.com/abstract=3241707>.

βραβεύσεων από την ακαδημαϊκή κοινότητα², εμβαθύνει στις εξοντωτικές εξαγορές που πραγματοποιούνται στον φαρμακευτικό τομέα και, εξ αφορμής αυτού, δίνει έναν πλήρη και σαφή ορισμό σε σχέση με την έννοια των εξοντωτικών εξαγορών. Ειδικότερα, ορίζεται στη μελέτη αυτή ότι οι εξοντωτικές εξαγορές εμφανίζονται όταν «μια εδραιωμένη επιχείρηση μπορεί να αποκτήσει έναν καινοτόμο στόχο και να τερματίσει την ανάπτυξη των καινοτομιών του στόχου για να προλάβει τον μελλοντικό ανταγωνισμό»³.

Αν και η προαναφερθείσα μελέτη έχει ως αντικείμενο διερεύνησης τον φαρμακευτικό τομέα, εντούτοις, διευκολύνει σημαντικά την κατανόηση του φαινομένου των εξοντωτικών εξαγορών στον ψηφιακό τομέα, καθ' ότι οι δύο αυτοί χώροι παρουσιάζουν κοινές προκλήσεις. Όπως στον κόσμο της βιομηχανίας του φαρμάκου, έτσι και στον ψηφιακό χώρο, οι μεγάλες εταιρείες θέτουν ως «target companies» νεοφυείς επιχειρήσεις με σημαντικά χαμηλότερο μερίδιο αγοράς, που έχουν ως πρωταρχικό στόχο να εδραιωθούν στην αγορά προάγοντας καινοτόμες λύσεις⁴. Συχνά, λοιπόν, στρατηγικός στόχος πίσω από τέτοιες εξαγορές δεν είναι να προωθηθούν στην αγορά οι νέες καινοτόμες τεχνολογίες, αλλά, αντιθέτως, να εξαλειφθεί τυχόν ανταγωνισμός που θα μπορούσε, έστω, να απειλήσει την κυρίαρχη και εδραιωμένη θέση της απορροφώσας εταιρείας στην αγορά⁵. Συνεπώς, η εξαγορά μιας κατέχουσας καινοτόμου τεχνολογίας επιχείρησης αποτελεί ένα όπλο στη φαρέτρα των μεγάλων εταιρειών, προκειμένου να εξαλείψουν μια ενδεχόμενη απειλή που θα μπορούσε να επιφέρει μονοπώλιο και κυριαρχία της απορροφώμενης εταιρείας – στόχου στη σχετική αγορά.

Στο πεδίο της οριοθέτησης της έννοιας των εξοντωτικών εξαγορών αξίζει να επισημανθεί ότι η ως άνω μελέτη εμπνεύστηκε, ως προς τον όρο αυτόν, από προηγούμενες βιβλιογραφικές αναφορές που προσέγγιζαν το ζήτημα.

² Yale School of Management. (2022). *Profs. Florian Ederer και Song Ma Win Best Paper Award from Association of Competition Economists*. Άρθρο διαθέσιμο εις <https://som.yale.edu/story/2022/profs-florian-ederer-and-song-ma-win-best-paper-award-association-competition-economists>.

³ Cunningham, C., Ederer, F. και Ma, S. (2018). ό.π. σελ. 1.

⁴ Cunningham, C., Ederer, F. και Ma, S. (2018). σελ. 19, όπου, ομοίως, υποστηρίζεται πως η φαρμακευτική βιομηχανία ομοιάζει μέχρι ενός σημείου με τη βιομηχανία της τεχνολογίας, μιας και χαρακτηρίζεται από «καινοτόμο δραστηριότητα και συναλλαγές συγχωνεύσεων και εξαγορών».

⁵ Calvano, E. και Polo, M. (2020). *Market Power, Competition and Innovation in Digital Markets*. Η ενδιαφέρουσα αυτή έρευνα εστιάζει, μεταξύ άλλων, και στο κριτήριο της καινοτομίας στις ψηφιακές αγορές και πώς αυτό επηρεάζει την απόφαση μιας εταιρείας να προβεί σε μια εξαγορά καθώς και σε μια εξοντωτική εξαγορά. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3523611.

Επί παραδείγματι, σε σχετικά άρθρα του Economist^{6,7} αναφέρονται οι όροι *shoot-out acquisitions* και *kill zones*. Στα άρθρα αυτά επικρίνεται η ανεπάρκεια του νομοθετικού συστήματος να ελέγξει φαινόμενα τέτοιων εξαγορών, ενώ παράλληλα εισάγεται η ιδέα μιας ζώνης θανάτου, όπου διάφορες εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον τεχνολογικό τομέα επιχειρούν εμμέσως να προσεγγίσουν, να εκφοβίσουν και, εν τέλει, να εξαλείψουν δυνητικούς ανταγωνιστές. Αντιστοίχως, το γερμανικό Υπουργείο Οικονομίας και Ενέργειας ανέδειξε τον τρόπο που μεγάλες εταιρείες στον ψηφιακό τομέα δύνανται να αποκτήσουν δι' εξαγοράς καινοτόμες νεοφυείς επιχειρήσεις με σκοπό την εξουδετέρωσή τους από την αγορά⁸. Τέλος, ο Καθηγητής Νομικής στο Πανεπιστήμιο της Columbia σε σύγγραμμά του αναφέρεται στο φαινόμενο υπό το όνομα «Κρόνος», δυνάμει του οποίου μεγάλες εταιρείες (π.χ. Google, Facebook, Oracle κ.α.), θέτουν στο στόχαστρό τους επιχειρήσεις που βρίσκονται «εν τη γενέσει τους» προκειμένου να τις εξαγοράσουν και έτσι να τις εξουδετερώσουν⁹.

Στο σημείο αυτό, ιδιαίτερη μνεία θα πρέπει να γίνει και για τις *αντίστροφες εξοντωτικές εξαγορές (reverse killer acquisitions)*¹⁰. Στη διεθνή βιβλιογραφία, η έννοια αυτή αποτυπώνει το φαινόμενο κατά το οποίο μια εταιρεία εξαγοράζει μια επιχείρηση που διαθέτει κάποια καινοτόμο τεχνολογία και επιλέγει να σταματήσει τις δικές της εσωτερικές προσπάθειες καινοτομίας προκειμένου να υιοθετήσει τις καινοτόμες πρακτικές της απορροφώμενης εταιρείας. Αυτό εγείρει ένα δίλημμα στις απορροφώσες εταιρείες μεταξύ της στρατηγικής ανάπτυξης (*build*) και της στρατηγικής εξαγοράς (*buy*), αφού η μεγαλύτερη εταιρεία μπορεί να θεωρήσει πιο συμφέρουσα επιλογή την ενσωμάτωση της καινοτομίας της απορροφώμενης εταιρείας αντί να συνεχίσει τις δικές τις προσπάθειες. Καθίσταται λοιπόν ευκόλως αντιληπτό ότι η πρακτική αυτή δύναται να κρύβει αρνητικές συνέπειες για τον ανταγωνισμό, καθώς η *εσωτερική καινοτομία* της απορροφώσας εταιρείας μπορεί για πάντα να χαθεί, αφού θα αρκестεί στη νέα καινοτομία της απορροφώμενης εταιρείας, την οποία ναι μεν μπορεί να την αναπτύξει ή έστω να τη διατηρήσει, μπορεί ωστόσο και να τη διακόψει. Ασφαλώς, το φαινόμενο των αντίστροφων εξοντωτικών εξαγορών δύναται, όπως θα

⁶ The Economist. (2016). *Nostrums for rostrums*. Άρθρο διαθέσιμο εις <https://www.economist.com/leaders/2016/05/26/nostrums-for-rostrums>.

⁷ The Economist. (2018). *American tech giants are making life tough for startups*. Άρθρο διαθέσιμο εις <https://www.economist.com/business/2018/06/02/american-tech-giants-are-making-life-tough-for-startups>.

⁸ Holmström, M., Padilla, J., Stitzing, R. και Säskilahti, P. (2018). *Killer Acquisitions? The Debate on Merger Control for Digital Markets*. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3465454.

⁹ Wu, T. (2010). *The master switch: the rise and fall of information empires*, Πρώτη Έκδοση. Νέα Υόρκη.

¹⁰ Crawford, G. S., Valletti, T. και Caffarra, C., (2020). *How Tech Rolls: Potential Competition and "Reverse" Killer Acquisitions*. Η έννοια των "reverse killer acquisitions" εισήχθη για πρώτη φορά στη διεθνή βιβλιογραφία δυνάμει της εν λόγω μελέτης. Μελέτη διαθέσιμη εις <https://cepr.org/voxeu/blogs-and-reviews/how-tech-rolls-potential-competition-and-reverse-killer-acquisitions>.

αναφερθεί και κατωτέρω, να αναδείξει και μια θετική διάσταση καθ' ότι πολλές φορές η συνένωση δύο ή περισσότερων διαδικασιών ανάπτυξης μπορεί να οδηγήσει σε ταχύτερη κυκλοφορία ενός υψηλής καινοτομίας και άρτιας τεχνικής προϊόντος.

Συνοψίζοντας, η έννοια των εξοντωτικών εξαγορών, φαίνεται πως πριν λάβει την οριστική της μορφή διαπλάστηκε στη βιβλιογραφία. Τούτο διότι το φαινόμενο αυτό συνέχιζε ολοένα και περισσότερο να κερδίζει έδαφος, ιδίως τα τελευταία χρόνια και, ως εκ τούτου, απασχόλησε ευρέως την επιστημονική και ακαδημαϊκή κοινότητα. Πλέον, έχει εδραιωθεί και ως έννοια και ως φαινόμενο στον ψηφιακό τομέα και στις πολύπλοκες σχέσεις ανταγωνισμού που αναπτύσσονται εντός της ψηφιακής αγοράς. Παράλληλα όμως, με την οριοθέτηση της έννοιας των εξοντωτικών εξαγορών, υπάρχουν και έννοιες που συνδέονται αναπόσπαστα με το φαινόμενο αυτό και οι οποίες, ομοίως, αναλύονται ευθύς κατωτέρω.

1.3. Έννοια καινοτομίας

Η Margrethe Vestager, πρώην Επίτροπος του Ανταγωνισμού της Ευρωπαϊκής Ένωσης, είχε δηλώσει χαρακτηριστικά ότι πολλά υποσχόμενες ιδέες από μικρές καινοτόμες επιχειρήσεις κινδυνεύουν σοβαρά να εξαφανιστούν, «*όχι επειδή δεν αξίζουν, όχι επειδή δεν θα μπορούσαν να είναι επιτυχημένοι με τους πελάτες, αλλά επειδή μεγαλύτερες επιχειρήσεις τους αγοράζουν με σκοπό να τους εξουδετερώσουν*»¹¹. Με αυτήν της την αναφορά, η κ. Vestager σε σχετική ομιλία της έθεσε στο επίκεντρο των εξοντωτικών εξαγορών την έννοια της καινοτομίας.

Τα τελευταία χρόνια, ερευνητές και φορείς επιβολής του Νόμου έχουν εστιάσει όλο και περισσότερο την προσοχή τους στις δυναμικές παραμέτρους του ανταγωνισμού, με ιδιαίτερη έμφαση στην καινοτομία, δηλαδή στην εισαγωγή, στην αγορά νέων ή ουσιωδώς τροποποιημένων προϊόντων ή διαδικασιών¹². Δεν θα μπορούσε να αμφισβητηθεί, άλλωστε, ότι δεν υπάρχει διαρκής και αποτελεσματικός ανταγωνισμός, εάν απουσιάζει το στοιχείο της καινοτομίας από τη σχετική αγορά. Ιδίως δε στις ψηφιακές αγορές, το στοιχείο της καινοτομίας αποτελεί όχι απλώς τον στόχο για μια επιχείρηση, αλλά συνιστά πρωταρχικό ζήτημα επιβίωσης. Ο αγώνας για την επιβίωση αυτήν καθίσταται έτι δυσκολότερος, ιδίως, για τις μικρότερες επιχειρήσεις που αναζητούν πηγές χρηματοδότησης και πρόσβαση σε κεφάλαια. Την ίδια στιγμή, τη δυσκολία αυτήν τη γνωρίζουν καλά οι εδραιωμένες στην αγορά και δη στον ψηφιακό κόσμο

¹¹ Vestager, M. (2019). *Shaping Competition Policy in the Era of Digitization*.

¹² Robertson, V.H.S.E. (2020). *Competition Law's Innovation Factor: The Relevant Market in Dynamic Contexts in the EU and the US*. Oxford Hart Publishing. σελ. 67.

επιχειρήσεις και σπεύδουν να εκμεταλλευθούν το κενό αυτό. Με αφορμή λοιπόν την καινοτομία, ανοίγει και η συζήτηση για τις εξοντωτικές εξαγορές.

Ο όρος της καινοτομίας έχει πολλαπλώς διατυπωθεί και ερμηνευθεί στη διεθνή βιβλιογραφία. Ο Schumpeter αναφέρει χαρακτηριστικά ότι «η καινοτομία περιγράφει τη διαδικασία εισαγωγής νέων δεδομένων ή ενός νέου συνδυασμού παλαιών δεδομένων σε βιομηχανικούς οργανισμούς, που οδηγούν σε οικονομική ανάπτυξη»¹³.

Αν πρέπει, λοιπόν, να δοθεί ένας ορισμός για την καινοτομία, εκείνος θα μπορούσε να είναι «η εφαρμογή ενός νέου ή σημαντικά βελτιωμένου προϊόντος (αγαθού ή υπηρεσίας) ή διαδικασίας, μιας νέας μεθόδου μάρκετινγκ ή μιας νέας οργανωτικής μεθόδου στις επιχειρηματικές πρακτικές, στην οργάνωση του χώρου εργασίας ή στις εξωτερικές σχέσεις»^{14,15}. Στο ίδιο μήκος κύματος κινείται και ο ΟΟΣΑ, ο οποίος επισημαίνει πως «η καινοτομία αναφέρεται σε ένα νέο ή βελτιωμένο προϊόν ή διαδικασία (ή συνδυασμό αυτών), που διαφέρει, όμως, σημαντικά από τα προηγούμενα προϊόντα ή διαδικασίες της μονάδας και που έχει διατεθεί σε δυνητικούς χρήστες (το προϊόν) ή έχει τεθεί σε χρήση από τη μονάδα (η διαδικασία)»¹⁶.

Ασφαλώς, με τον όρο καινοτομία δεν νοείται κυριολεκτικά μόνο ο σκληρός πυρήνας των επιστημονικών και τεχνολογικών ανακαλύψεων. Στον όρο περιλαμβάνεται κάθε νέα διαδικασία, η οποία αποτελεί μία καλύτερη εκδοχή ενός υφιστάμενου προϊόντος ή μίας υπηρεσίας, ενός νέου τρόπου παραγωγής, παράδοσης και σχεδιασμού μίας νέας υπηρεσίας ή ενός προϊόντος. Στο πλαίσιο αυτό, ως αποτέλεσμα καινοτομίας θα μπορούσε να θεωρηθεί η εμφάνιση μίας νέας μορφής παράδοσης, μίας νέας λειτουργίας πληρωμής, ακόμη και η ανάδειξη ενός εναλλακτικού συστήματος σε μακροπρόθεσμο επίπεδο¹⁷.

Όλες οι ως άνω διαφορετικές προσεγγίσεις γύρω από την έννοια της καινοτομίας, εν τέλει, συγκλίνουν σε ένα πράγμα· Στην εισαγωγή του καινούριου στην αγορά, είτε πρόκειται για μια νέα τεχνολογία, είτε πρόκειται για μια νέα μεθοδολογία, είτε πρόκειται απλώς για μια πρωτοπόρα επιχειρηματική σκέψη. Αναντίρρητα, η καινοτομία αποτελεί την κινητήρια δύναμη, τη γενεσιουργό αιτία, το θεμέλιο λίθο πίσω από τη συνεχή ανάπτυξη και την τεχνολογική πρόοδο. Ταυτόχρονα, όμως, δύναται να αποτελέσει και απειλή για της εδραιωμένες στην αγορά εταιρείες, όταν αυτή βρίσκεται στα χέρια δυνητικών ανταγωνιστών.

¹³ Schumpeter, J.A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. New Brunswick (U.S.A.) London (U.K.) Transaction Publishers. σελ. 66.

¹⁴ Gault, F. (2018). *Defining and measuring innovation in all sectors of the economy*. Research Policy. σελ. 617-622.

¹⁵ Robertson, V.H.S.E. (2020). ό.π. σελ. 67.

¹⁶ Organisation for Economic Co-operation and Development (2018). *Oslo manual 2018: guidelines for collecting and interpreting innovation data on innovation*. Paris: OECD Publishing. σελ. 20.

¹⁷ Μικρουλέα, Α. (2023). *Ανταγωνισμός και ρύθμιση στην ψηφιακή οικονομία (Πλατφόρμες, big data, αλγόριθμοι, blockchain)*. Νομική Βιβλιοθήκη. σελ. 127 καθώς και οι εν αυτώ παραπομπές.

Ειδικά στις αγορές της ψηφιακής οικονομίας, πρέπει να προστατευθεί η *ανατρεπτική καινοτομία* (disruptive innovation), που αποτελεί τον σοβαρότερο κίνδυνο για τις επιχειρήσεις με ηγετική θέση, επειδή μπορεί να καταργήσει τη βάση, επί της οποίας στηρίζονται¹⁸.

Μάλιστα, η αναθεωρημένη Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τον ορισμό της σχετικής αγοράς, αναγνωρίζει ευθέως την ιδιαίτερως σημαντική αξία της καινοτομίας και τον σπουδαίο ρόλο που αυτή διαδραματίζει στη σύγχρονη οικονομία. Ειδικότερα, κατά την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στις αγορές στις οποίες ακμάζει η τεχνολογική εξέλιξη και εφαρμόζονται βέλτιστες επιχειρηματικές πρακτικές, τα προϊόντα και οι υπηρεσίες είναι ποιοτικά ανώτερες σε σχέση με λοιπές αγορές. Αυτό έχει ως άμεσο αποτέλεσμα να συστήνονται ισχυρά θεμέλια για έναν υγιή ανταγωνισμό με ταυτόχρονη αύξηση της ευημερίας των καταναλωτών. Στο πλαίσιο αυτό, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αναγνωρίζει την ανάγκη προστασίας της καινοτομίας και της τεχνολογικής ανάπτυξης από όλα τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης¹⁹.

Ασφαλώς δε, η καινοτομία αποκτά σημαντική αξία όταν από το στάδιο της ανακάλυψης, της ιδέας, της πρωτοπόρου σκέψης, μεταβαίνει στο στάδιο της υλοποίησης. Συνήθης φορέας εισαγωγής των νέων τεχνολογιών στην αγορά είναι νεοφυείς επιχειρήσεις, οι οποίες αναλαμβάνουν το ρίσκο να επιφέρουν μια επαναστατική αλλαγή στην αγορά αυτήν μέσα από την υλοποίηση της καινοτόμου ιδέας τους. Ας δούμε, όμως, σε τι ακριβώς συνίσταται η έννοια της νεοφυούς επιχειρήσεως.

1.4. Έννοια νεοφυούς επιχειρήσεως

Οι νεοφυείς επιχειρήσεις, γνωστές και ως startups, συνιστούν έναν από τους πιο κρίσιμους πυλώνες ανάπτυξης καινοτόμων τεχνολογιών στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον. Γενεσιουργό αιτία συστάσεως τέτοιων εταιρειών, συνήθως αποτελεί μια πρωτοποριακή ιδέα, μια «out of the box» επιχειρηματική μέθοδος, ένα προϊόν, μια υπηρεσία, μια μέθοδος δίχως όμοιά της στην έως τώρα αγορά. Ο σκοπός πίσω από μια τέτοια ανακάλυψη, ασφαλώς, δεν είναι άλλος από το να επέλθει μια ριζική ανατροπή ισορροπιών στην αγορά δυνάμει αυτής της ανακάλυψης και η νεοσύστατη επιχείρηση να καταφέρει σύντομα να *κάτσει στο τραπέζι* με τους ισχυρούς της αγοράς αυτής. Στο πλαίσιο αυτό, ο ψηφιακός τομέας

¹⁸ Τζουγανάτος, Δ. (2024). *Οι στόχοι της πολιτικής ανταγωνισμού στην εποχή της ψηφιακής οικονομίας*. Χρονικά Ιδιωτικού Δικαίου. Ιούνιος - Ιούλιος 2024. σελ. 406 επ..

¹⁹ European Commission. (2024). *Commission Notice on the definition of the relevant market for the purposes of Union competition law*. C/2024/1645. με έμφαση ιδίως στις παρ. 90 επ. Ανακοίνωση Ευρωπαϊκής Επιτροπής διαθέσιμη εις <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=OJ%3AC.202401645>.

και ο κόσμος της ακμάζουσας τεχνολογίας εν γένει, αποτελεί «πεδίο δόξης λαμπρό» για τέτοιου είδους επιχειρήσεις.

Μια εννοιολογική προσέγγιση που ξεχωρίζει σε σχέση με τον όρο των νεοφυών επιχειρήσεων είναι εκείνη του European Union Startups Monitoring (EUSM), όπου με τα κριτήρια που έθεσε τέθηκε μια διαχωριστική γραμμή μεταξύ των ώριμων και των νεοφυών επιχειρήσεων. Ειδικότερα, ο EUSM χρησιμοποιεί τρία κύρια κριτήρια για τον ορισμό της νεοφυούς επιχειρήσεως, ήτοι η εταιρεία: α') θα πρέπει να μην έχει συμπληρώσει δέκα έτη από τη σύστασή της, β') θα πρέπει να δημιουργεί καινοτόμα προϊόντα ή επιχειρηματικά μοντέλα και γ') θα πρέπει να στοχεύει να αυξήσει τον αριθμό των εργαζομένων της, με σκοπό να επεκταθεί σε νέες αγορές²⁰. Τα κριτήρια αυτά επιβεβαιώνονται και από το γεγονός ότι πολλές από τις εταιρείες, που τεχνολογικοί κολοσσοί (π.χ. Facebook, Google, Amazon) έχουν εξαγοράσει την τελευταία δεκαετία²¹, δεν είχαν καν συμπληρώσει δέκα χρόνια εκ της συστάσεώς τους²².

Εξυπακούεται, ωστόσο, ότι η προαναφερθείσα οριοθέτηση της έννοιας της νεοφυούς επιχειρήσεως συνίσταται στην αποτύπωση *κριτηρίων* και όχι *προϋποθέσεων*. Τούτο σημαίνει ότι μια νεοφυής επιχείρηση δύναται, επί παραδείγματι, να τραβήξει τα φώτα προσοχής μιας εδραιωμένης στη σχετική αγορά επιχειρήσεως, απλώς και μόνο επειδή η νεοφυής επιχείρηση διαθέτει ένα τεχνολογικά ιδιαίτερα προηγμένο και καινοτόμο προϊόν ή υπηρεσία, ανεξαρτήτως από τα χρόνια λειτουργίας της εταιρείας αυτής, ή τους τυχόν επιχειρηματικούς της στόχους να επεκταθεί σε νέα αγορά. Κατά συνέπεια, δεν θα ήταν εσφαλμένο να ειπωθεί ότι άπασες οι εξαγορασθείσες startups εταιρείες, διαθέτουν κάποιου είδους καινοτομία.

Κατανοούμε, λοιπόν ότι οι νεοφυείς επιχειρήσεις αποτελούν το όχημα εκείνο δυνάμει του οποίου εισέρχεται στον ανταγωνισμό μια νέα καινοτομία. Βασικό μέλημα των εταιρειών αυτών καθίσταται η έντονη επιθυμία τους να ανατρέψουν τα καθιερωμένα επιχειρηματικά μοντέλα και πρακτικές δυνάμει της επαναστατικής προσέγγισής τους. Ιδίως δε στον ψηφιακό τομέα, όπου η ταχύτητα της καινοτομίας εξαπλώνεται με ραγδαίο ρυθμό, οι νεοφυείς επιχειρήσεις αναδεικνύονται σε ακόμα πιο καίριο παίκτη στην ψηφιακή αγορά. Για να καταστεί τούτο ακόμα πιο κατανοητό, θα αναλυθεί ευθύς αμέσως η έννοια της ψηφιακής αγοράς και ο σπουδαίος ρόλος αυτής στη διαμόρφωση του σύγχρονου επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

²⁰ Steigertahl, L., Mauer, R., & Say, J.-B. (2018). *EU Commission Startup Monitor 2018*. Report διαθέσιμο εις <http://startupmonitor.eu/EU-Startup-Monitor-2018-Report-WEB.pdf>.

²¹ Cabral, B. (2020). *Merger Policy in Digital Industries*. Άρθρο διαθέσιμο εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3612854.

²² Federal Trade Commission (FTC). (2021). *Non-HSR Reported Acquisitions by Select Technology Platforms, 2010-2019: An FTC Study*. σελ. 37. Μελέτη διαθέσιμη εις <https://www.ftc.gov/system/files/documents/reports/non-hsr-reported-acquisitions-select-technology-platforms-2010-2019-ftc-study/p201201technologyplatformstudy2021.pdf>.

1.5. Έννοια ψηφιακής αγοράς

Η ψηφιακή αγορά συνιστά έναν από τους ταχύτερα εξελισσόμενους και πιο δυναμικούς τομείς της σύγχρονης οικονομίας. Αποτελεί ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον εντός του οποίου επιχειρήσεις, καταναλωτές και καινοτόμες τεχνολογίες αλληλοεπιδρούν δυναμικά.

Η ραγδαία ανάπτυξη της αγοράς αυτής, ιδίως τα τελευταία χρόνια, δεν είναι τυχαία. Αντιθέτως, η ανάπτυξη αυτή είναι απόρροια της ψηφιακής επανάστασης, που επήλθε μέσα από την αξιοποίηση της δυνατότητας ψηφιοποίησης δεδομένων²³. Τα δεδομένα αυτά, όπως ήταν φυσικό επόμενο οδήγησαν και στην άνοδο των ψηφιακών πλατφορμών.

Με τη σειρά τους, οι ψηφιακές (offline και online) πλατφόρμες συνίστανται σε εταιρείες που συνδέουν τουλάχιστον δύο διαφορετικές ομάδες σε μια ψηφιακή αγορά²⁴. Επί παραδείγματι, η Amazon φέρνει σε επαφή στον διαδικτυακό της ιστότοπο αγοραστές και πωλητές από όλον τον κόσμο, οι οποίοι αλληλοεπιδρούν και συναλλάσσονται σε ένα ψηφιακά διαμορφωμένο περιβάλλον. Το κυριότερο πλεονέκτημα των πλατφορμών αυτών είναι ότι καταφέρνουν να φέρουν σε επαφή -και συγχρόνως σε πιθανή συναλλαγή- ομάδες ατόμων από όλον τον κόσμο, που διαφορετικά θα ήταν ιδιαίτερα δυσχερές να επιτευχθεί τούτο για οικονομικούς και πρακτικούς λόγους, μειώνοντας έτσι το κόστος πληροφοριών και συναλλαγών εντοπισμού των μερών μεταξύ τους με παραδοσιακούς τρόπους. Έτσι, οι εταιρείες αυτές καταφέρνουν να αποθηκεύσουν, επεξεργαστούν, πωλήσουν έναν ασύλληπτο όγκο δεδομένων, με αποτέλεσμα να αποκτήσουν ένα ισχυρότατο προβάδισμα έναντι των παραδοσιακών (face to face) αγορών.

Στο σημείο αυτό, είναι σημαντικό να αναφερθούμε στα χαρακτηριστικά εκείνα της ψηφιακής αγοράς που διευκολύνουν τις πλατφόρμες διαδικτυακής αναζήτησης (π.χ. Google), ηλεκτρονικού εμπορίου (π.χ. Amazon) και κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Facebook) να γίνουν *πυλωροί* ("gatekeepers") των ψηφιακών αγορών, υπό την έννοια ότι αποκτούν στρατηγική θέση και διατηρούν ανθεκτική την ισχύ τους στην ψηφιακή αγορά, δυσχεραίνοντας την είσοδο νέων παικτών με τη δημιουργία φραγμών εισόδου. Αυτά είναι: α') η δωρεάν παροχή υπηρεσιών προς τους χρήστες, β') η δημιουργία αποτελεσμάτων ανατροφοδότησης (feedback effects), γ') η δημιουργία αποτελεσμάτων δικτύου (network effects),

²³ Brynjolfsson, E. και McAfee, A. (2016). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. New York: W.W. Norton & Company, όπου ως «ψηφιοποίηση» ορίζεται η διαδικασία που χαρακτηρίζεται από τη μετατροπή οποιουδήποτε τύπου πληροφοριών και μέσων σε bits.

²⁴ Evans, D. S., Schmalensee, R., Noel, M. D., Chang, H. H., & Garcia-Swartz, D. D. (2011). *Platform economics: Essays on multi-sided businesses*. Competition Policy International. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1974020.

δ') τα υψηλά σταθερά κόστη για την είσοδο στην αγορά, ε') το κόστος εναλλαγής πλατφόρμας και η δημιουργία αποτελεσμάτων εγκλωβισμού (switching costs, lock-in effects αντίστοιχα)²⁵.

Μια σύντομη αναφορά κρίνεται απαραίτητη σε ορισμένα εξ αυτών των χαρακτηριστικών. Σε σχέση με την περίπτωση που οι ηλεκτρονικές πλατφόρμες παρέχουν δωρεάν παροχή υπηρεσιών προς τους χρήστες τους αξίζει να υπογραμμισθεί ότι καθίσταται ιδιαιτέρως δυσχερής η είσοδος νέου παίκτη στην αγορά, αφού δεν υπάρχει το στοιχείο του ανταλλάγματος και έτσι ο εν δυνάμει νέος παίκτης δεν μπορεί να προσελκύσει νέους χρήστες προσφέροντας φθηνότερες υπηρεσίες, ακόμα και αν αυτές είναι χαμηλότερης ποιότητας²⁶.

Περαιτέρω, η κατασκευή και η λειτουργία μιας διαδικτυακής πλατφόρμας έχει πολύ υψηλό σταθερό κόστος και σχετικά χαμηλό οριακό κόστος, γεγονός που με τη σειρά του οδηγεί σε σημαντικές οικονομίες κλίμακας, δημιουργώντας μια αγορά με μειούμενο μέσο κόστος παραγωγής ανά μονάδα και υψηλά εμπόδια εισόδου για τους νέους παίκτες που επιθυμούν να εισέλθουν. Πέρα από εμπόδιο εισόδου, τα εν λόγω υψηλά σταθερά κόστη παρεμποδίζουν την ανάπτυξη του αποτελεσματικού ανταγωνισμού εντός της ψηφιακής αγοράς²⁷.

Τέλος, στις ψηφιακές αγορές παρατηρείται το φαινόμενο της αδράνειας των χρηστών να χρησιμοποιήσουν τις υπηρεσίες κάποιας τρίτης πλατφόρμας, διαφορετικής από αυτήν χρησιμοποιούν συνήθως. Η αδράνεια αυτή είναι απόρροια της ύπαρξης κόστους αλλαγής (switching cost), το οποίο δημιουργείται κατά την αλλαγή της χρησιμοποιούμενης πλατφόρμας. Ως εκ τούτου, προκύπτει ότι πρακτικά είναι σπάνια η δυνατότητα της παράλληλης χρήσης διαφορετικών διαδικτυακών πλατφορμών (multi-homing), παρόλο που στη νομική θεωρία χαιρετίζεται θετικά ως παράγοντας που θα μπορούσε να λειτουργήσει αντισταθμιστικά στην συγκέντρωση ισχύος εντός των ψηφιακών αγορών και στον εγκλωβισμό των χρηστών στις δεσπόζουσες πλατφόρμες. Η αντίληψη ότι, για παράδειγμα, οι χρήστες μπορούν να χρησιμοποιήσουν ταυτόχρονα διαφορετικές μηχανές αναζήτησης, χωρίς η παράλληλη αυτή χρήση να συνεπάγεται εκ πρώτης όψευς κάποιο σημαντικό κόστος, με τη σκέψη ότι ο ανταγωνισμός στις αγορές μηχανών αναζήτησης γίνεται μέσω ενός κλικ, καταρρίπτεται από το φαινόμενο προσκόλλησης των χρηστών σε μία και μόνη πλατφόρμα, με την οποία είναι εξοικειωμένοι και η οποία μπορεί να τροφοδοτεί και να ενισχύει την πίστη τους χάρη στην εξατομικευμένων αποτελεσμάτων αναζήτηση που τους παρέχει²⁸.

²⁵ Πανταζής, Γ. (2023). *Η άρνηση πρόσβασης σε big data στις ψηφιακές αγορές*. Νομική Βιβλιοθήκη. σελ. 9.

²⁶ Πανταζής, Γ. (2023). ό.π. σελ. 9-10.

²⁷ Πανταζής, Γ. (2023). ό.π. σελ. 15-16.

²⁸ Πανταζής, Γ. (2023). ό.π. σελ. 16-23.

Παρατηρούμε ότι κοινή συνισταμένη των κύριων χαρακτηριστικών μιας ψηφιακής αγοράς αποτελεί το γεγονός ότι είναι αρκετά δύσκολο μια εδραιωμένη επιχείρηση να αισθανθεί κάποια σοβαρή δυνητική απειλή για τα επιχειρηματικά της συμφέροντα από μία νεοφυή επιχείρηση. Αυτός φυσικά ο άτυπος κανόνας δεν έρχεται χωρίς εξαιρέσεις. Οι νεοφυείς επιχειρήσεις προκειμένου να σπάσουν τυχόν φραγμούς εισόδου στην αγορά δύνανται να εισάγουν στο τραπέζι μια ρηξικέλευθη, καινοτόμα και τεχνολογικά άρτια ιδέα που θα προσελκύσει τα βλέμματα των ισχυρών παικτών της αγοράς.

Κατόπιν των ανωτέρω, καθίσταται ευκρινώς σαφές ότι η ψηφιακή αγορά αποτελεί έναν σύνθετο και, αν μη τι άλλο, ταχέως εξελισσόμενο τομέα. Παρατηρούμε ότι υπάρχει μια σοβαρή μετατόπιση της οικονομικής δραστηριότητας σε έναν νέο ψηφιακό κόσμο, όπου το πλήθος των ψηφιακών πλατφορμών έχει εδραιωθεί για τα καλά με την παρουσία του. Σε αυτό το περιβάλλον οι νεοφυείς επιχειρήσεις με τις καινοτόμες λύσεις που συχνά τις χαρακτηρίζουν ανοίγουν νέες προοπτικές και προκλήσεις για τη διατήρηση του υγιούς ανταγωνισμού. Ωστόσο, είναι γεγονός ότι πλήθος εξοντωτικών εξαγορών νεοφυών επιχειρήσεων από μεγάλες εταιρείες του ψηφιακού τομέα (Big Tech²⁹) τείνουν ολοένα και περισσότερο να βάζουν *φρένο* στην καινοτομία και κατ' επέκταση στην ανάπτυξη του ανταγωνισμού.

Συνεπώς, αφού έγινε μια, κατά το δυνατόν, ενδελεχής ανάλυση των κρίσιμων όρων του φαινομένου των εξοντωτικών εξαγορών, η επόμενη ενότητα εστιάζει στην προβληματική των εξαγορών αυτών και στα ζητήματα που αναφέρονται γύρω από το φαινόμενο αυτό, ιδίως, σε σχέση με τον επηρεασμό των ισορροπιών του ανταγωνισμού και της καινοτομίας στον ψηφιακό τομέα.

2. Προβληματικές και πτυχές του φαινομένου των εξοντωτικών εξαγορών

2.1. Εισαγωγικά

Στο πλαίσιο των εννοιολογικών διευκρινίσεων στις οποίες προβήκαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο, άρχισαν να αναδεικνύονται και οι κυριότερες προβληματικές που συνοδεύουν το φαινόμενο των εξοντωτικών εξαγορών. Η έννοια αυτή, αν και αναμφίβολα γεννήθηκε για να καταδείξει τις τυχόν αρνητικές συνέπειες που εγκυμονεί το φαινόμενο αυτό για τον ανταγωνισμό, την καινοτομία και την κοινωνική ευημερία, εντούτοις, γεννά έναν ευρύτερο διάλογο

²⁹ Στην έννοια των *Big Tech*, άλλως, *Tech Giants*, εταιρειών εντάσσονται κυρίως μεγάλες εταιρείες στον κλάδο της πληροφορικής. Ασφαλώς, σε αυτές περιλαμβάνονται και οι πέντε μεγαλύτερες αμερικανικές εταιρείες τεχνολογίας, ήτοι η Google (Alphabet), η Amazon, η Facebook (Meta), η Apple και η Microsoft, οι οποίες χάριν συντομίας αναφέρονται τη διεθνή βιβλιογραφία με βάση τα αρχικά τους και ως *GAFAM*.

σε σχέση με την επίδραση που το φαινόμενο αυτό ασκεί σε μικρές νεοφυείς επιχειρήσεις, καθώς και στις μεγάλες – απορροφώσες εταιρείες του ψηφιακού και τεχνολογικού χώρου. Η συζήτηση, λοιπόν, που ξεκινά δεν περιστρέφεται αποκλειστικώς και μόνον γύρω από την πιθανότητα κατάργησης – εξόντωσης δυνητικών ανταγωνιστών, αλλά αφορά και το πώς αυτές οι συναλλαγές επηρεάζουν την καινοτομία, την πρόσβαση των καταναλωτών σε νέα προϊόντα/υπηρεσίες και, ευρύτερα, τις ισορροπίες στην ψηφιακή αγορά.

Με τα δεδομένα αυτά, αναδεικνύεται ίσως και το πιο κρίσιμο ερώτημα, στο οποίο επιχειρεί και η παρούσα εργασία να απαντήσει. Είναι οι εξοντωτικές εξαγορές εξ ορισμού αρνητικές για την (ψηφιακή) αγορά ή μήπως υφίστανται ορισμένα χαρακτηριστικά στις εξαγορές αυτές, που μπορούν να ανατρέψουν την εις βάρος τους πρώτη αρνητική εικόνα ωφελώντας τόσο τα εμπλεκόμενα μέρη (νεοφυείς επιχειρήσεις – εδραιωμένες στην αγορά εταιρείες) όσο και τους καταναλωτές;

Οι περισσότερο... αισιόδοξοι αναλυτές, που έχουν ασχοληθεί με το υπό διερεύνηση φαινόμενο, όπως θα δούμε και ευθύς κατωτέρω, υποστηρίζουν ότι οι εξοντωτικές εξαγορές μπορούν να συμβάλουν στην ψηφιακή αγορά με σημαντικά οφέλη και μοναδικές ευκαιρίες για ανάπτυξη. Στα οφέλη αυτά συγκαταλέγονται κυρίως οι ευκαιρίες για εξωτερικές πηγές χρηματοδότησης νεοφυών επιχειρήσεων, οι οποίες διαφορετικά δεν θα είχαν τα μέσα και τους πόρους για την υλοποίηση των καινοτόμων προϊόντων/υπηρεσιών τους, καθώς και οι διευρυμένες δυνατότητες για ενσωμάτωση των νεοφυών επιχειρήσεων σε μεγαλύτερα οικοσυστήματα.

2.2. Θετική διάσταση του φαινομένου

Αρχικώς, δεν είναι λίγοι οι ερευνητές που διακρίνουν ορισμένα θετικά στοιχεία που χαρακτηρίζουν τις εξοντωτικές εξαγορές και τα οποία, ασφαλώς, προσθέτουν μια ακόμα ενδιαφέρουσα διάσταση στο υπό διερεύνηση ζήτημα. Χαρακτηριστική είναι σχετική έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τη Silicon Valley Bank³⁰, δυνάμει της οποίας προέκυψε ότι πολλές νεοφυείς επιχειρήσεις, ιδίως στον τομέα της ψηφιακής οικονομίας και τεχνολογίας, με λιγότερους από 25 υπαλλήλους και ετήσια έσοδα λιγότερα από 25 εκατομμύρια δολάρια, θέτουν το σενάριο της εξαγοράς ως τον επιθυμητό μακροπρόθεσμο στόχο τους. Με τα δεδομένα αυτά, γεννάται μια διαφορετική προσέγγιση γύρω από το ζήτημα των εξοντωτικών εξαγορών δυνάμει της οποίας η καινοτομία μπορεί να αναζωογονηθεί, ακριβώς επειδή νεοφυείς επιχειρήσεις που στοχεύουν σε ένα

³⁰ Silicon Valley Bank. (2019). *Key insights from the Silicon Valley Bank - Startup Outlook Survey*. σελ. 3 σε συνδυασμό, ιδίως, με σελ. 7. Μελέτη διαθέσιμη εις https://www.svb.com/globalassets/library/uploadedfiles/content/trends_and_insights/reports/startup_outlook_report/us/svb-suo-us-report-2019.pdf.

πλουσιοπάροχο deal εξαγοράς έχουν μεγαλύτερο κίνητρο για καινοτομία και ανάπτυξη.

Οι συζητήσεις στο τραπέζι των διαπραγματεύσεων, στο πλαίσιο μιας πολυπόθητης εξαγοράς νεοφυούς επιχείρησης, που διαθέτει μια καινοτόμα τεχνολογία, συνήθως διεξάγονται υπό την απειλή ενός δυνητικού ανταγωνισμού. Η αξία δε, που προκύπτει από την πιθανή συνεργασία αυξάνεται λόγω της απειλής που στρέφεται σε βάρος της θέσεως της εδραιωμένης επιχείρησης³¹. Πρακτικά, αυτό μεταφράζεται στο γεγονός ότι οι νεοφυείς επιχειρήσεις αποκτούν μια ιδιαίτερα σημαντική διαπραγματευτική ισχύ στις συζητήσεις αυτές, απλώς και μόνο επειδή έχουν καταστεί δυνητικοί ανταγωνιστές της εδραιωμένης στην αγορά επιχείρησης. Έτσι, η απειλή εισαγωγής μιας καινοτόμου τεχνολογίας στην αγορά, που θα ανατρέψει δυνητικά τις ισορροπίες στον υφιστάμενο ανταγωνισμό, αυξάνει αντίστοιχα και την ανάγκη των εδραιωμένων στην αγορά επιχειρήσεων να επενδύσουν στην καινοτομία, προκειμένου να μη χρειαστεί να βρεθούν ποτέ σε ένα τέτοιο τραπέζι διαπραγματεύσεων, όπου το συγκριτικό πλεονέκτημα θα το έχει μια νεοφυής επιχείρηση.

Συνεχίζοντας την ως άνω προσέγγιση, οι εξαγορές νεοφυών επιχειρήσεων από εταιρείες με κυρίαρχη ισχύ στην αγορά μπορούν να οδηγήσουν σε πολύτιμες συνέργειες μεταξύ αυτών μέσα από τη συνένωση πόρων, τεχνολογιών, μηχανημάτων, δικτύου πελατών/προμηθευτών, ερευνητικών πορισμάτων, κεφαλαίων κ.λπ.. Τα εν λόγω στοιχεία είναι ιδιαίτερα δύσκολο να καταφέρει να τα αποκτήσει μια νεοφυής επιχείρηση δρώντας αυτόνομα. Μια τέτοια εξαγορά μπορεί να ελαχιστοποιήσει σημαντικά το κόστος παραγωγής και διανομής μέσα από τη συνένωση μονάδων έρευνας, παραγωγής, διανομής κ.ο.κ.. Τούτο μπορεί να οδηγήσει σε σημαντική βελτίωση της αποτελεσματικότητας, η οποία συνήθως επιτρέπει την διευκόλυνση εμπορευματοποίησης προϊόντων και υπηρεσιών με σκοπό να διοχετευθούν αυτά ταχύτερα στην αγορά. Ταυτόχρονα δε, λόγω της συνένωσης δύο (ή και περισσότερων) νεοφυών οντοτήτων κάτω από την ομπρέλα μιας εδραιωμένης επιχείρησης υπάρχει συσσώρευση πλούσιας εμπειρίας και γνώσης, καθώς αθροίζονται, μεταξύ άλλων, οι εξειδικευμένες ικανότητες προσώπων. Με τη σειρά του αυτό έχει ως αποτέλεσμα τα νέα προϊόντα ή/και υπηρεσίες να είναι σαφώς πιο βελτιωμένα σε επιδόσεις και ποιότητα προάγοντας έτσι την καινοτομία και την τεχνολογική πρόοδο³².

Δεν είναι άλλωστε καθόλου τυχαίο ότι το μεγαλύτερο μέρος εξοντωτικών εξαγορών πραγματοποιείται στον ψηφιακό τομέα σε κλάδους υψηλής

³¹ Gans, J.S. και Stern, S. (2013). *The Product Market and the Market for 'Ideas'*. Research Policy. σελ. 333-350.

³² Marty, F. και Warin, T. (2022). *Visa's Abandoned Plan to Acquire Plaid: What Could Have Been a Textbook Case of a Killer Acquisition*. σελ. 2. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4026596.

τεχνολογίας³³. Αυτό συμβαίνει διότι το κόστος εισόδου σε αυτές τις αγορές είναι ιδιαίτερος υψηλό. Το γεγονός αυτό δυσχεραίνει έτι περαιτέρω την ανεξάρτητη ανάπτυξη των νεοφυών επιχειρήσεων. Συνεπώς, η πρόσβαση σε επαρκή χρηματοδότηση και πόρους καταλήγει να συνιστά μονόδρομο και ταυτόχρονα έναν καθοριστικό παράγοντα για την ίδια την επιβίωση της νεοφυούς επιχείρησης.

Οι εξαγορές που λαμβάνουν χώρα στην ψηφιακή οικονομία ασφαλώς και δεν είναι τυχαίες, αλλά είναι απόρροια των στρατηγικών αποφάσεων των μεγάλων εταιρειών να εισέλθουν σε νέες δυναμικές αγορές. Ειδικότερα, οι εδραιωμένες εταιρείες έχουν τη δυνατότητα να επενδύουν σημαντικά ποσά και να εξασφαλίζουν διά της πλαγίας οδού τεχνολογικά προηγμένες καινοτομίες και να επεκτείνονται σε νέα (συνήθως παραπλήσια) αγορά εισφέροντας σε αυτήν ένα νέο, καινοτόμο προϊόν (ή υπηρεσία), που, άλλως, μια νεοφυής επιχείρηση δεν θα είχε την δυνατότητα να διανείμει το προϊόν της, καθώς δεν θα είχε τα απαραίτητα μέσα, πόρους, δίκτυα προς επίτευξη του στόχου αυτού. Κατά συνέπεια, η αγορά θα έμενε *ορφανή* από μια νέα τεχνολογία και η κοινωνική ευημερία θα παρέμενε στάσιμη.

Επιπροσθέτως, μια ακόμα ενδιαφέρουσα οπτική αναφέρεται στο γεγονός ότι, εάν υφίσταντο ισχυροί περιορισμοί με σκοπό τον πλήρη έλεγχο των εξοντωτικών εξαγορών, αυτό θα οδηγούσε σε ισχυρό πλήγμα τις επενδύσεις και κατ' επέκταση την οικονομία. Τούτο, διότι, οι επενδυτές που χρηματοδοτούν νεοφυείς επιχειρήσεις προσδοκούν ότι το αντικείμενο επένδυσής τους, στο οποίο έχουν επενδύσει τα προσωπικά τους κεφάλαια, κάποια στιγμή θα τραβήξει τα φώτα προσοχής κάποιου ισχυρού παίκτη της αγοράς³⁴. Άλλωστε, συχνά αυτός είναι και ο μόνος λόγος που προβαίνουν σε χρηματοδότηση μιας τέτοιας επιχείρησης.

Η εξαγορά μιας επιχείρησης από έναν ανταγωνιστή, μπορεί μεν να έχει αντανταγωνιστικά αποτελέσματα, ωστόσο, δύναται να αντισταθμίζει τα μειονεκτήματα αυτά με κάποια σημαντικά πλεονεκτήματα σε σχέση με την σταθερότητα της οικονομίας. Ειδικότερα, δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που μια επιχειρηματική απόφαση εμφανίζει, τελικώς, αντί για υψηλά κέρδη, σοβαρές ζημίες. Το αποτέλεσμα είναι να επέρχονται αλυσιδωτές αντιδράσεις σε συνεργαζόμενους με την υπό πτώχευση νεοφυή επιχείρηση φορείς (π.χ. προμηθευτές, εργαζόμενοι, σύμβουλοι κ.λπ.) και το βαθύτερο πλήγμα να το υφίσταται, εν τέλει, η οικονομία. Συνεπώς, μια εξαγορά από εδραιωμένη επιχείρηση που διαθέτει την απαραίτητη δυναμική και μπορεί να επενδύσει στην πρωτόλεια και καινοτόμο ιδέα της νεοφυούς επιχείρησης, η οποία δεν κατάφερε

³³ Andersson, M., και Xiao, J. (2016). *Acquisitions of start-ups by incumbent businesses: A market selection process of "high-quality" entrants?*. Research Policy. σελ. 272-290. Μελέτη διαθέσιμη εις <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0048733315001493>.

³⁴ Fumagalli, C., Motta, M. και Tarantino, E. (2020). *Shelving Or Developing?*. σελ. 2-3. Μελέτη διαθέσιμη εις <https://www.csef.it/WP/wp637.pdf>.

να την υποστηρίξει με αποτέλεσμα να βρίσκεται αντιμέτωπη με οικονομική καταστροφή με δυσμενείς συνέπειες για την εθνική οικονομία, είναι μια προσέγγιση που πάντοτε θα πρέπει να εξετάζεται. Έτσι, η εξαγορά από έναν ανταγωνιστή μπορεί πράγματι να αποτελεί την έσχατη λύση μιας προβληματικής επιχείρησης, για να αποτρέψει την πτώχευση και υπό το πρίσμα αυτό οι εξαγορές αντικατοπτρίζουν την επιτυχία και όχι την αποτυχία³⁵.

Στο ίδιο πλαίσιο, δεν θα πρέπει να λησμονούμε και την φήμη που προσδίδουν οι εξαγορές αυτές όχι μόνο στους ιδρυτές των νεοφυών επιχειρήσεων, αλλά και στους επενδυτές αυτών. Για τους επενδυτές αυτούς, είναι προτιμότερο να πουν ότι μια εταιρεία εξαγοράστηκε, επί παραδείγματι, από την Google παρά να πουν ότι απέτυχε, ακόμη και αν τα οικονομικά οφέλη της εξαγοράς δεν διαφέρουν ουσιαστικά από αυτά μιας πιθανής αποτυχίας. Οι επενδυτές μπορούν σε μια τέτοια περίπτωση να παρουσιάσουν την εξαγορά αυτή ως απόδειξη της ικανότητάς τους να επιλέγουν προς πώληση εδραιωμένες στην αγορά εταιρείες, οι οποίες είναι αναγνωρισμένες στον χώρο αυτόν και οι οποίες έδειξαν το επενδυτικό ενδιαφέρον τους έμπρακτα. Υπό αυτήν την προσέγγιση, οι εξαγορές δύνανται να λειτουργήσουν ως εργαλείο φήμης και ενίσχυσης της εικόνας των επενδυτών και το κυριότερο ως ένα ισχυρό κίνητρο για την επιλογή τους να εισέλθουν στον επενδυτικό χώρο των νεοφυών επιχειρήσεων. Το κίνητρο αυτό γίνεται ακόμα πιο ισχυρό, ιδίως όταν αναφερόμαστε στην ψηφιακή αγορά, όπου το ενδιαφέρον του επενδυτικού και καταναλωτικού κοινού για τα νέα στον ψηφιακό κόσμο και τις νέες τεχνολογίες είναι πολύ πιο έντονο.

2.3. Αρνητική διάσταση του φαινομένου

Αναντίρρητα, το φαινόμενο των εξοντωτικών εξαγορών προκαλεί έντονες ανησυχίες, ιδίως, αναφορικά με τις επιδράσεις που έχει στην ψηφιακή αγορά, στην καινοτομία και στην τεχνολογική ανάπτυξη. Ειδικότερα, υποστηρίζεται ευρέως ότι η στρατηγική αυτή των εδραιωμένων στην αγορά εταιρειών υπονομεύει τις αξίες του υγιούς ανταγωνισμού και δημιουργεί συνθήκες υπέρμετρης συγκέντρωσης της αγοράς στα χέρια λίγων κυρίαρχων εταιρειών. Συνέπεια αυτού είναι η ολοσχερής αποδυνάμωση των δυνατοτήτων ανάπτυξης και τεχνολογικής προόδου, ενώ, ταυτόχρονα, περιορίζονται ποσοτικά και ποιοτικά οι επιλογές των καταναλωτών σε προϊόντα ή/και υπηρεσίες.

Το πρώτο και σπουδαιότερο ζήτημα που ανακύπτει, καταφανώς, συνδέεται με τον φόβο που ενυπάρχει πίσω από εξαγορές νεοφυών επιχειρήσεων από κάποια άλλη κυρίαρχη στην αγορά εταιρεία για την ενίσχυση της δεσπόζουσας θέσης της τελευταίας, τον περιορισμό του υγιούς ανταγωνισμού και

³⁵ Buenstorf, G. (2016). *Schumpeterian incumbents and industry evolution*. Journal of Evolutionary Economics. σελ. 830. Μελέτη διαθέσιμη εις [https://doi.org/10.1016/0048-7333\(95\)00840-3](https://doi.org/10.1016/0048-7333(95)00840-3).

της καινοτομίας³⁶. Η εδραιωμένη επιχείρηση επιλέγει δηλαδή να εξαγοράσει τη νεοφυή επιχείρηση και, εν συνεχεία, να τερματίσει βιαίως την όποια τεχνολογική πρόοδο είχε μέχρι τώρα πραγματοποιήσει η απορροφώμενη επιχείρηση. Το αποτέλεσμα είναι να δημιουργούνται ισχυρά αντικίνητρα για την καινοτομία και την ανάπτυξη³⁷. Σε οικονομικά περιβάλλοντα, τα οποία χαρακτηρίζονται από ολιγοπωλιακές τάσεις, οι εδραιωμένοι παίκτες δεν έχουν κάποιο ιδιαίτερα ισχυρό κίνητρο για να επενδύσουν στην καινοτομία και την ανάπτυξη. Ταυτόχρονα, οι τεχνολογικοί κολοσσοί, συχνά, πέρα από τις καινοτόμες τεχνολογίες των νεοφυών επιχειρήσεων εποφθαλμιούν και για τους ανθρώπινους πόρους, την πελατειακή βάση, τα άυλα στοιχεία του ενεργητικού των επιχειρήσεων αυτών, στοιχεία που συνιστούν επιπρόσθετα κίνητρα για μια ενδεχόμενη εξαγορά³⁸. Συνεπώς, η μείωση του ανταγωνισμού μέσω των εξοντωτικών εξαγορών μπορεί να είναι ελκυστική για τους εγκατεστημένους στην αγορά φορείς, με αντανakλαστικό, αρνητικό, αποτέλεσμα στην καινοτομία, στην αποδοτικότητα και στην ποιότητα των παρεχόμενων προϊόντων ή/και υπηρεσιών³⁹.

Οι ανησυχίες αυτές αυξάνονται έτι περισσότερο, ιδίως, αν αναλογισθεί κανείς τον υπέρμετρα αυξημένο αριθμό εξαγορών και την έλλειψη πληροφοριών σχετικά με την εξέλιξη νεοφυών επιχειρήσεων μετά την εξαγορά τους.

Είναι γεγονός ότι, αμέσως μετά την ολοκλήρωση μιας εξαγοράς, οι τεχνολογίες των νεοφυών επιχειρήσεων συνήθως δεν αναπτύσσονται περαιτέρω. Έτσι, περί του 60% των προϊόντων των νεοφυών επιχειρήσεων που αποκτήθηκαν από μεγάλες εταιρείες δεν αναβαθμίζονται, δεν συντηρούνται ή ακόμα και δεν προωθούνται στην αγορά⁴⁰. Ταυτόχρονα δε, παρατηρείται μια συγκέντρωση ισχύος στα χέρια λίγων, οι οποίοι είναι σε θέση να ελέγχουν τα κανάλια καινοτομίας στη σχετική αγορά όπου δραστηριοποιούνται. Το γεγονός αυτό δημιουργεί μια σειρά από ανησυχητικές, πλην όμως ενδιαφέρουσες προς διερεύνηση, πτυχές σε σχέση με τον περιορισμό του ανταγωνισμού εξ αιτίας ακριβώς του περιορισμού της δυναμικής ανάπτυξης των νέων τεχνολογιών.

Περαιτέρω, είναι ευχερώς αντιληπτό ότι εξ αιτίας των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που διακρίνουν μια ψηφιακή αγορά καθίσταται δύσκολο για νεοεισερχόμενους παίκτες να ανταγωνιστούν κατέχουσες δεσπόζουσα θέση επιχειρήσεις. Οι νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν ισχυρές

³⁶ Motta, M. και M. Peitz (2021). *Big tech mergers. Information Economics and Policy*. σελ. 54. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3526079.

³⁷ Bryan, K. A., και Hovenkamp, E. (2020). *Antitrust Limits on Startup Acquisitions*. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3350064.

³⁸ Berre, M. (2021). *Big Killer Acquisition Theory in the Digital Age*. σελ. 6. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3788536.

³⁹ Stiebale, J. (2016). Cross-border M and As and innovative activity of acquiring and target firms. *Journal of International Economics*. σελ. 1-15. Μελέτη διαθέσιμη εις <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0022199615001798>.

⁴⁰ Gautier, A. και Lamesch, J. (2020). *Mergers in the Digital Economy*. σελ. 4. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3529012.

προκλήσεις, καθώς συχνά δεν διαθέτουν τον αριθμό χρηστών και τα δεδομένα που απαιτούνται προκειμένου να ανταγωνιστούν αποτελεσματικά τις Big Tech εταιρείες που διαθέτουν ένα εξαιρετικά ευρύ δίκτυο χρηστών και δεδομένων. Η θέση αυτή, ωστόσο, έχει δεχθεί και ισχυρή κριτική.

Ειδικότερα, υποστηρίζεται ότι σε αντίθεση με την *παραδοσιακή* αγορά, η ψηφιακή αγορά διαφέρει κυρίως διότι στην ψηφιακή αγορά επικρατούν οι ψηφιακές πλατφόρμες, οι οποίες αναζητούν ολοένα και περισσότερη προσοχή. Συνεπώς, υφίσταται ανταγωνισμός σε διαφορετικές αγορές για την προσέλκυση περί του ίδιου αριθμού χρηστών και για το ίδιο περιορισμένο προϋπολογισμό εταιρειών που αναζητούν πλατφόρμα για να διαφημίσουν τα προϊόντα τους. Δηλαδή, από τη μία πλευρά, οι εταιρείες που ευρίσκονται πίσω από τις πλατφόρμες αυτές, επιζητούν να τραβήξουν τον μέγιστο αριθμό χρηστών και να αποκτήσουν όσο το δυνατόν μεγαλύτερο αριθμό διαφημιστικών κερδών. Από την άλλη, όμως, πλευρά, οι εταιρείες, που επιθυμούν να διαφημίσουν τα προϊόντα ή/και υπηρεσίες τους, θα πρέπει να επιλέξουν την περισσότερο προσοδοφόρα πλατφόρμα (π.χ. μια πλατφόρμα που διαφημίζει τα προϊόντα της με το χαμηλότερο μικρό κόστος ή ακόμα και δωρεάν)⁴¹.

Συνεπώς, τίθεται ένα ακόμα βασικό ερώτημα· Μπορούν οι νεοφυείς επιχειρήσεις να αμφισβητήσουν την ισχύ των μεγάλων ψηφιακών διαδικτυακών πλατφορμών στην αγορά και να διεκδικήσουν *μερίδιο από την πίτα*; Το ερώτημα αυτό ανοίγει τη συζήτηση, αν και κατά πόσο θα πρέπει να επαναξιολογηθεί η πολιτική ανταγωνισμού στην ψηφιακή οικονομία, καθ' όσον οι φραγμοί εισόδου που επιβάλλονται από τους ισχυρούς της αγοράς εμποδίζουν νεοφυείς επιχειρήσεις να εισέλθουν σε αυτήν και να ανταγωνιστούν επί ίσοις όροις τις εδραιωμένες επιχειρήσεις. Το αποτέλεσμα αυτού είναι ότι ο ανταγωνισμός υφίσταται ένα ισχυρό πλήγμα, ενώ επέρχεται σοβαρή βλάβη στον ρυθμό της καινοτομίας⁴² και στην ευημερία των καταναλωτών.

Ασφαλώς, υπάρχει και αντίλογος στο επιχείρημα περί αустηροποίησης του κανονιστικού πλαισίου, το οποίο απορρέει από την ίδια τη φύση της ψηφιακής αγοράς. Ειδικότερα, όπως ήδη έχει εκτεθεί ανωτέρω, η ψηφιακή αγορά χαρακτηρίζεται από δυναμικό ανταγωνισμό, ο οποίος οδηγεί με τη σειρά του σε μια διαρκή απειλή για κάθε παίκτη στην αγορά, με αποτέλεσμα κανένας εξ αυτών να μην επαναπαύεται, αλλά αντιθέτως να επενδύει αδιάκοπα στην καινοτομία και την έρευνα. Πράγματι, ακόμα και μια κυρίαρχη πλατφόρμα μπορεί εύκολα να ανατραπεί από έναν νεοεισερχόμενο αντίπαλο με πιο προηγμένη τεχνολογία ή

⁴¹ Evans, D.S. (2017). *Why the Dynamics of Competition for Online Platforms Leads to Sleepless Nights But Not Sleepy Monopolies*. σελ. 17. Άρθρο διαθέσιμο εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3009438.

⁴² Evans, D.S. (2017). ό.π. σελ. 18, όπου ο Evans διαφωνεί με τη σκέψη ότι η καινοτομία θα επιβραδυνθεί καθ' όσον ο ταχύς ρυθμός της ανατρεπτικής καινοτομίας που παίζει τον κεντρικό ρόλο επειδή «επεκτείνουν τις ευκαιρίες εισόδου και θέτουν προκλήσεις στους κατεστημένους φορείς».

ανώτερη ποιότητα ή διαφορετικό επιχειρηματικό μοντέλο⁴³. Επομένως, ακόμα και οι εδραιωμένες στην αγορά επιχειρήσεις θα εισάγουν συνεχώς νέα, πρωτοποριακά και καινοτόμα χαρακτηριστικά στα προϊόντα και στις υπηρεσίες τους με αποτέλεσμα να αυξάνεται η ευημερία των καταναλωτών.

Συνεχίζοντας τον προβληματισμό περί των φραγμών εισόδου στην ψηφιακή αγορά, τίθεται το ερώτημα, εάν αποτελεί τη μόνη λύση η εξαγορά μιας νεοφυούς επιχείρησης που θα καταφέρει να εισέλθει στην ψηφιακή αγορά από μια εδραιωμένη στην αγορά επιχείρηση. Ας μην ξεχνάμε ότι οι εταιρείες αυτές κατάφεραν να εδραιωθούν στις σχετικές αγορές της ψηφιακής οικονομίας χάριν των προηγμένων τεχνολογιών τους. Γιατί λοιπόν να μη συνεχίζουν να καινοτομούν παρά επιλέγουν την αντικειμενικά πιο εύκολη (και πιθανόν λιγότερο κοστοβόρα) επιλογή της εξαγοράς μιας νεοφυούς επιχείρησης; Η απάντηση πιθανόν κρύβεται στο ότι, όσο πιο μεγάλη είναι μια εταιρεία, τόσο πιο δύσκολο καθίσταται να αναπτυχθεί μια επαναστατική καινοτομία εντός αυτής, αφού οι εσωτερικές διαδικασίες της επιδιώκουν να μειώνουν το επιχειρηματικό ρίσκο⁴⁴. Επομένως, η εξαγορά μιας νεοφυούς επιχείρησης που συνοδεύεται από μια νέα, ολοκληρωμένη τεχνολογία, αποτελεί μια ασφαλέστερη επιχειρηματική απόφαση, εν συγκρίσει με την επιλογή της πολυδάπανης και πολυετούς έρευνας με στόχο μια επαναστατική ιδέα, που μπορεί να μην επέλθει και ποτέ.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση, αναγνωρίζοντας ότι γεννώνται σοβαρές επιπτώσεις στην ψηφιακή αγορά και ειδικώς στον ανταγωνισμό και στην καινοτομία εξ αιτίας των εξοντωτικών αυτών εξαγορών, ανέλαβε δράση μέσω δύο καινοτόμων πρωτοβουλιών. Η πρώτη συνίσταται σε μια αναθεωρημένη προσέγγιση του άρθρου 22 του Κανονισμού των συγκεντρώσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης (139/2004) και η οποία επιτρέπει στα κράτη-μέλη να παραπέμπουν υποθέσεις εξαγορών, οι οποίες δεν υπερβαίνουν ορισμένα εθνικά κατώτατα όρια στον έλεγχο της Επιτροπής. Δεύτερη εξ ίσου σημαντική πρωτοβουλία αποτελεί η υιοθέτηση του νέου Ευρωπαϊκού Κανονισμού σχετικά με τις ψηφιακές πλατφόρμες (Digital Markets Act), με σκοπό η Ευρωπαϊκή Ένωση να χαλιναγωγήσει και να ελέγξει, κατά το δυνατόν, τη δράση των μεγάλων διαδικτυακών πλατφορμών. Ωστόσο, παρά τις φιλόδοξες προβλέψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης, παραμένουν ανοιχτοί προς συζήτηση αρκετοί προβληματισμοί σε σχέση με την επάρκεια του νομοθετικού πλαισίου. Είναι, άραγε, αυτά τα εργαλεία ευέλικτα και άμεσα στην εφαρμογή τους προκειμένου να αποτρέψουν την εξουδετέρωση νεοφυών επιχειρήσεων από ισχυρούς και καλά εδραιωμένους παίκτες της ψηφιακής αγοράς; Περαιτέρω, δεδομένου ότι οι

⁴³ Coyle, D. (2018). *Practical competition policy implications of digital platforms*. Bennett Institute for Public Policy Cambridge. University of Cambridge. σελ. 10.

⁴⁴ Sheppard, M., Mabbott, J., Fogarty, J., McCarron, M., & Gelb, D. (2015). *Why are big businesses looking start-ups for innovation?*. σελ. 10. Άρθρο διαθέσιμο εις <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2015/02/big-business-start-ups-innovation.pdf>.

ψηφιακές αγορές είναι ταχέως εξελισσόμενες, έχει το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο τα κατάλληλα αντανακλαστικά, προκειμένου να προσαρμόζεται στη δυναμική της αγοράς αυτής και να αντιμετωπίζει εν τη γενέσει φαινόμενα εξοντωτικών εξαγορών; Πόσο θωρακισμένο είναι το πεδίο της πρόληψης και της καταστολής για την αποτροπή τυχόν θεμελίωσης μονοπωλιακών δομών στις ψηφιακές αγορές; Αυτοί και άλλοι προβληματισμοί, ασφαλώς, αναπτύσσονται στο οικείο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας.

Η συζήτηση γύρω από την επάρκεια του συστήματος ελέγχου των συγκεντρώσεων στον ψηφιακό τομέα αποκτά ιδιαίτερη αξία, αν αναλογιστεί κανείς ότι οι Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft^{45,46}, ήτοι εταιρείες – κολοσσοί με κυρίαρχη θέση στην αγορά διατηρούν με διαφορά τα ηνία στις εξαγορές νεοφυών επιχειρήσεων. Αναλυτικότερα, είναι ενδεικτικό ότι η GAFAM έχει αποκτήσει περισσότερες από οκτακόσιες νεοφυείς επιχειρήσεις τα τελευταία χρόνια και καμία από αυτές τις εξαγορές δεν έχει βρει εμπόδιο στο σύστημα ελέγχου των συγκεντρώσεων⁴⁷. Για τον λόγο αυτόν, στο στόχαστρο του ελέγχου τέτοιου είδους συγκεντρώσεων θα πρέπει να τεθούν εξαγορές με πιθανά αντανταγωνιστικά κίνητρα, αφού οι κυρίαρχες ψηφιακές πλατφόρμες πιθανόν να προβαίνουν στην εξαγορά νεοφυών επιχειρήσεων με απώτερο σκοπό την εξάλειψη ενός δυνητικού ανταγωνιστή. Κατά συνέπεια, τίθεται το ερώτημα σχετικά με το ποιοι θα πρέπει να είναι εκείνοι οι παράγοντες που θα λαμβάνονται υποχρεωτικά υπ' όψιν κατά την αξιολόγηση εξαγορών νεοφυών επιχειρήσεων από κυρίαρχες στην αγορά ψηφιακές πλατφόρμες.

Εν κατακλείδι, οι εξοντωτικές εξαγορές αναδεικνύουν τη... σκοτεινή πλευρά της σύγχρονης ψηφιακής οικονομίας. Καθίσταται σαφές και αυτονόητο ότι υπό αυτήν την λιγότερο αισιόδοξη προσέγγιση, η αγορά, εξαιτίας της απουσίας ισχυρού και σοβαρού ανταγωνισμού, είναι καταδικασμένη να βρεθεί στο αδιέξοδο της διαρκούς στασιμότητας και της βραδυκίνητης τεχνολογικής ανάπτυξης. Επομένως, το ζήτημα αυτό εγείρει σοβαρούς προβληματισμούς, σε σχέση με την επάρκεια των θεσμικών εργαλείων να αποτρέψει τέτοιου είδους συμπεριφορές.

⁴⁵ Στο εξής, χάριν συντομίας και προς εναρμόνιση με τη διεθνή βιβλιογραφία οι εταιρείες Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft στο εξής αναφέρονται συλλογικά ως «GAFAM».

⁴⁶ Η παρούσα εργασία εστιάζει, ιδιαιτέρως, στις πέντε μεγαλύτερες εταιρείες τεχνολογίας, ήτοι την Google, την Amazon, τη Facebook, την Apple και τη Microsoft, καθώς αυτές είναι με βάση τα τελευταία στοιχεία οι πιο δραστήριες εταιρείες στο πεδίο των εξαγορών εταιρειών. Ασφαλώς, οι εξαγορές που πραγματοποιήθηκαν από αυτές τις εταιρείες έλαβαν πολύ μεγαλύτερη προσοχή δεδομένης της ισχυρής θέσης τους στην αγορά και της έντονης ανησυχίας ότι οι συγχωνεύσεις αυτές θα οδηγήσουν στην περαιτέρω ενίσχυση των εταιρειών αυτών.

⁴⁷ Witt, A.C. (2022). *Who's Afraid of Conglomerate Mergers?*. σελ. 1. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4021843.

3. Κανονιστικό πλαίσιο

3.1. Εισαγωγικά

Η συζήτηση γύρω από τις εξοντωτικές εξαγορές έχει αναδείξει, όπως είδαμε, ένα ευρύ φάσμα προβληματισμών, σκέψεων, προσεγγίσεων. Κοινή συνισταμένη όλων αυτών είναι ότι το φαινόμενο των εξαγορών αυτών συνιστά ένα ιδιαίτερος πολύπλοκο φαινόμενο που επηρεάζει την οικονομία, την κοινωνία, την πρόοδο της τεχνολογίας. Ανεξαρτήτως, λοιπόν, από τις προσεγγίσεις αυτές, δηλαδή, ανεξαρτήτως του εάν οι προσεγγίσεις αυτές δίνουν μια θετική ή μια αρνητική διάσταση στο φαινόμενο, είναι φανερό ότι υφίστανται κάποιο κίνδυνος, οι οποίοι σχετίζονται με τη λειτουργία της αγοράς, τον ανταγωνισμό και την καινοτομία. Σε αυτό το τοπίο λοιπόν, αναφύεται το ζήτημα της επάρκειας του νομοθετικού πλαισίου που ρυθμίζει τις εξαγορές αυτές, το οποίο οφείλει να προστατεύει τον ανταγωνισμό τόσο σε εθνικό όσο και σε ενωσιακό επίπεδο.

Η πρόκληση, όμως, είναι να αξιολογηθεί κατά πόσο οι ισχύουσες νομοθετικές διατάξεις είναι επαρκείς για την πρόληψη, την αντιμετώπιση των τυχόν αρνητικών συνεπειών που δύνανται να ανακύψουν από τις εξαγορές αυτές. Στον ψηφιακό τομέα δε, όπου κυριαρχούν, κυρίως, πανίσχυρες εταιρείες τεχνολογίας, οι οποίες χρησιμοποιούν την ισχύ τους, για να εξαγοράσουν νεοφυείς επιχειρήσεις και δυνητικούς ανταγωνιστές θέτοντας φραγμούς στην καινοτομία, η καίρια νομοθετική αντιμετώπιση του φαινομένου καθίσταται κάθε άλλο παρά επιτακτική.

Σε αυτό το περιβάλλον, λοιπόν, το νομοθετικό πλαίσιο καλείται να ανταποκριθεί στις προκλήσεις, όπως είναι η διαρκής παρακολούθηση της ταχύτατης τεχνολογικής εξέλιξης της ψηφιακής αγοράς, ο εντοπισμός μεθοδεύσεων, δυνάμει των οποίων κάποιες εξοντωτικές εξαγορές παρουσιάζονται ως *αθώες* προκειμένου να εκφεύγουν από τους ελέγχους των ρυθμιστικών αρχών και η εξασφάλιση της κοινωνικής ευημερίας.

Τα ερωτήματα δε που γεννώνται είναι πράγματι αρκετά: Είναι τα υφιστάμενα νομοθετικά εργαλεία επαρκή για την πρόληψη και αντιμετώπιση του φαινομένου των εξοντωτικών εξαγορών; Είναι οι αρμόδιες αρχές ικανές να αναγνωρίσουν και να αντιμετωπίσουν έγκαιρα τις συνέπειες τέτοιων εξαγορών; Πρέπει να υφίστανται πιο αυστηρά κριτήρια για την έγκριση των εξαγορών ή θα δημιουργούνταν εμπόδια στην οικονομική ανάπτυξη;

Η Ευρωπαϊκή Ένωση παρατηρώντας φαινόμενα εξοντωτικών εξαγορών δεν έμεινε αμέτοχη, αλλά έλαβε κάποιες καίριες νομοθετικές πρωτοβουλίες, όπως είναι η αναθεώρηση του Κανονισμού των συγκεντρώσεων (139/2004) και η υιοθέτηση του Κανονισμού για τις Ψηφιακές Αγορές (Digital Markets Act).

Στην ενότητα αυτή, λοιπόν, θα δοθεί έμφαση, ακριβώς, στα ζητήματα αυτά, εξετάζοντας, διεξοδικά, τον τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζει τις ως άνω

προκλήσεις η ενωσιακή νομοθεσία και αξιολογώντας την επάρκεια του υφιστάμενου νομοθετικού πλαισίου στην αποτελεσματική αντιμετώπιση του φαινομένου των εξοντωτικών εξαγορών.

3.2. Ιστορικό υπόβαθρο ισχύοντος νομοθετικού πλαισίου

Για την καλύτερη κατανόηση του ισχύοντος νομοθετικού καθεστώτος, είναι απαραίτητο να έχουμε μια, κατά το δυνατόν, πλήρη εικόνα για την ιστορική διαδρομή που οδήγησε στη διαμόρφωση αυτού του νομοθετικού πλαισίου, όπως το γνωρίζουμε σήμερα. Η νομοθεσία αυτή διαμορφώθηκε μέσα από δεκαετίες κοινωνικών, οικονομικών, τεχνολογικών εξελίξεων και, ιδίως, μέσα από προσπάθειες της Ευρωπαϊκής Ένωσης να ανταποκριθεί στις συνεχώς μεταβαλλόμενες κοινωνικοοικονομικές συνθήκες.

Ήδη από τη Συνθήκη των Παρισίων (1951), δυνάμει της οποίας ιδρύθηκε η Ευρωπαϊκή Κοινότητα Άνθρακα και Χάλυβα, υπήρξε αναφορά στον έλεγχο των συγκεντρώσεων. Ειδικότερα, η Επιτροπή, δυνάμει του αρ. 66 της εν λόγω Συνθήκης, είχε τη δυνατότητα να ελέγχει τις συγκεντρώσεις⁴⁸. Ωστόσο, αυτός ο έλεγχος περιοριζόταν αποκλειστικώς και μόνο στο πεδίο εφαρμογής της συνθήκης, ήτοι του άνθρακα και του χάλυβα, προκειμένου να αποφευχθούν καταστάσεις που θα μπορούσαν δυνητικά να δημιουργήσουν μονοπωλιακές αγορές στον τομέα αυτόν.

Το 1957 υπεγράφη η Συνθήκη της Ρώμης, δυνάμει της οποίας ιδρύθηκε η Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα. Στην εν λόγω Συνθήκη, δεν υφίσταντο διατάξεις που να αναφέρονται στον έλεγχο των συγκεντρώσεων. Ο λόγος πίσω από αυτήν την παράλειψη ήτο το γεγονός πως πρωταρχικός στόχος είχε τεθεί η ενοποίηση των αγορών μέσα από μια ενιαία οικονομική συνεργασία των κρατών – μελών.

Το 1962 εγκρίθηκε ο Κανονισμός για την εφαρμογή των άρθρων 85 και 86 (σημερινά άρθρα 101 και 102 της Συνθήκης Λειτουργίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης). Το σημείο αυτό αποτέλεσε σταθμό καθ' ότι επί αυτών των δύο άρθρων η Ευρωπαϊκή Ένωση στήριξε όχι μόνο τον έλεγχο των συγκεντρώσεων, αλλά και το ίδιο το δίκαιο του ανταγωνισμού.

Με την πάροδο αρκετών χρόνων κατέστη σαφής η ανάγκη θέσπισης ενός πιο αποτελεσματικού και πιο ξεκάθਾਰου Κανονισμού, που θα είχε ειδικό πεδίο εφαρμογής στις συγκεντρώσεις. Έως τότε, ο έλεγχος των συγκεντρώσεων διενεργείτο εμμέσως και συγκεκριμένα υπό του άρθρου 102 (της σημερινής Συνθήκης Λειτουργίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης), αλλά αυτό δεν ήταν σε καμία

⁴⁸ Kokkoris, I. και Shelanski, H.A. (2014). *EU merger control: a legal and economic analysis*. Oxford, United Kingdom: Oxford University Press. σελ. 17.

περίπτωση αρκετό. Ήδη το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης⁴⁹ είχε πολλαπλώς και ορθώς κρίνει ότι το άρθρο 102 δεν δύναται να καλύψει άπασες τις περιπτώσεις συγκεντρώσεων, ενώ ήταν αδύνατο να εφαρμοσθεί προληπτικά. Εκτός αυτού, η Επιτροπή δεν διέθετε τη δικαιοδοσία, προκειμένου να μπορεί να ζητά την εκ των προτέρων κοινοποίηση των συγκεντρώσεων, ήτοι πριν αυτές ολοκληρωθούν, γεγονός που περιόριζε σφόδρα την ικανότητά της να προστατεύει τον ανταγωνισμό ενεργώντας προληπτικά⁵⁰.

Προκειμένου να αντιμετωπισθεί το ζήτημα, υπεβλήθη σχετική πρόταση στο Συμβούλιο Υπουργών, βάσει του άρθρου 103 της Συνθήκης. Ακολούθησε περισσότερο από μια πενταετία αδράνειας, μέχρι το 1989 να εγκριθεί ο Κανονισμός 4064/1989, ο οποίος τέθηκε σε ισχύ το 1990. Δυνάμει του εν λόγω Κανονισμού, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή είχε την αρμοδιότητα να εξετάζει τις συγκεντρώσεις ως προς τα τυχόν αντιανταγωνιστικά τους αποτελέσματα, αρμοδιότητα που έμεινε γνωστή και με την έννοια *one-stop-shop*⁵¹. Ειδικότερα, η Επιτροπή είχε την αρμοδιότητα να αξιολογεί τις συγκεντρώσεις που κοινοποιούνταν σε αυτήν και η αποτελεσματικότητα του κρίσιμου αυτού έργου της αποδεικνύεται και από το γεγονός ότι μέχρι το 2002 μόνο μία απόφαση ακυρώθηκε από τα αρμόδια ευρωπαϊκά Δικαστήρια⁵².

Το σκεπτικό του προτύπου ελέγχων των συγκεντρώσεων που θέσπιζε ο εν λόγω Κανονισμός δεν απέχει πολύ από το ισχύον νομοθετικό καθεστώς. Έτσι, δυνάμει του εν λόγω Κανονισμού, οριζόταν ότι μια συγκέντρωση είχε κοινοτική διάσταση, εάν ο παγκόσμιος κύκλος εργασιών των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων ξεπερνούσε τα 5 δισεκατομμύρια ευρώ και τουλάχιστον δύο από αυτές είχαν κοινοτικό κύκλο εργασιών άνω των 250 εκατομμυρίων ευρώ⁵³. Αργότερα, το 1998, τα κατώτατα αυτά όρια αναθεωρήθηκαν εντάσσοντας ακόμα περισσότερες συγκεντρώσεις στο ρυθμιστικό πεδίο της Επιτροπής.

Η Επιτροπή για τον έλεγχο αυτών των συγκεντρώσεων έθετε ως βασικό κριτήριο τη θέση της επιχείρησης στην αγορά, καθώς και αν και κατά πόσο θα ίδρυε ή θα ενίσχυε τη δεσπόζουσα θέση της εντός της εν λόγω αγοράς. Μέσα από την ανάλυση του εν λόγω κριτηρίου, η Επιτροπή αξιολογούσε, αφ' ενός, αν η εκάστοτε συγκέντρωση θα μπορούσε να οδηγήσει σε μονοπωλιακές σχέσεις και

⁴⁹ Στο εξής, χάριν συντομίας, το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης θα αναφέρεται απλώς ως «ΔΕΕ».

⁵⁰ Kokkoris, I. και Shelanski, H.A. (2014). ό.π. σελ. 23.

⁵¹ Levy, N. (2003). *EU Merger Control: from birth to adolescence*. Kluwer Law International. σελ. 198. Μελέτη διαθέσιμη εις <https://www.clearygartlieb.com/~media/organize-archive/cgsh/files/publication-pdfs/eu-merger-control---from-birth-to-adolescence.pdf>.

⁵² Fox, E. M. και First, H. (2020). *We Need Rules to Rein in Big Tech*. σελ. 81. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3724595.

⁵³ Κανονισμός 4064/89 του Συμβουλίου, της 21^{ης} Δεκεμβρίου 1989, για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων, άρθρο 1.

αφ' ετέρου ποιος θα ήταν ο αντίκτυπος από τη συγκεκριμένη συναλλαγή σε οικονομικό επίπεδο⁵⁴.

Το 1991, ότε και επήλθε η πρώτη απαγόρευση συγκεντρώσεων, η Επιτροπή άρχισε να αυξάνει τον αριθμό των απαγορεύσεων αυτών. Παρά το γεγονός ότι η συντριπτική πλειονότητα των αιτήσεων αναιρέσεως κατά αποφάσεων του δεν ευδοκίμησαν, εντούτοις, δύο από τις αποφάσεις της Επιτροπής ακυρώθηκαν από το Γενικό Δικαστήριο το 2002⁵⁵. Οι αποφάσεις αυτές άνοιξαν τον δρόμο προκειμένου να επέλθουν καίριες μεταρρυθμίσεις στον έλεγχο των συγκεντρώσεων, υιοθετώντας αλλαγές που ανταποκρίνονταν στις διαρκώς μεταβαλλόμενες ανάγκες τις αγοράς καθώς και στο σύγχρονο, πλέον, δίκαιο του ανταγωνισμού.

3.3. Ο Κανονισμός 139/2004

Ο Κανονισμός 139/2004⁵⁶ εφαρμόστηκε αντικαθιστώντας τον προγενέστερο Κανονισμό (Κανονισμός 4064/1989), ο οποίος είχε, όπως είδαμε, τεθεί σε ισχύ από το 1990 και είχε καθιερώσει την πρώτη και πιο συγκεκριμένη προσέγγιση για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Στόχος του νέου Κανονισμού ήταν να εξαλείψει παθογένειες του προηγούμενου νομοθετικού καθεστώτος μέσα από τον έγκαιρο και έγκυρο έλεγχο των συγκεντρώσεων στην ενοποιημένη ευρωπαϊκή αγορά.

Πιο συγκεκριμένα, ο Κανονισμός 139/2004 ενσωμάτωσε ορισμένες ριζικές αλλαγές σε σχέση με τον προηγούμενο Κανονισμό. Εν πρώτοις, μια από αυτές ήταν η εισαγωγή του κριτηρίου αξιολόγησης της σημαντικής παρακώλυσης του αποτελεσματικού ανταγωνισμού (SIEC test)⁵⁷, αντικαθιστώντας το προγενέστερο και, εν πολλοίς, προβληματικό κριτήριο της δημιουργίας δεσπόζουσας θέσης. Το κριτήριο της δεσπόζουσας θέσης είχε οδηγήσει σε παραδοξότητες, καθώς διέφευγαν του ελέγχου περιπτώσεις όπου δεν υπήρχε μεν δημιουργία δεσπόζουσας θέσης, πλην όμως, υπήρχε σημαντική μείωση του ανταγωνισμού⁵⁸. Μέσα από αυτήν την ριζική μεταρρύθμιση η Επιτροπή είχε τη

⁵⁴ Fox, E. M. και First, H. (2020). ό.π. σελ. 27.

⁵⁵ Fox, E. M. και First, H. (2020). ό.π. σελ. 30.

⁵⁶ Κανονισμός αριθ. 139/2004 του Συμβουλίου της 20^{ης} Ιανουαρίου 2004 για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων («Κοινοτικός κανονισμός συγκεντρώσεων»).

⁵⁷ SIEC test: Significant Impediment to Effective Competition

⁵⁸ Χαρακτηριστικές είναι οι κρίσεις του Γενικού Δικαστηρίου στις υποθέσεις *Airtours/First Choice* (T-342/99), *Schneider/Legrand* (T-310/01), *Tetra Laval/Sidel* (T-05/02), οι οποίες αναφέρουν με ευθύ τρόπο ότι οι διαδικασίες εξέτασης των συγκεντρώσεων θεωρούνται προβληματικές, ανεπαρκείς και με ελλιπή δομή, γεγονός που οδηγεί στις αρχές να συλλέγουν τα αποδεικτικά στοιχεία χωρίς τη δέουσα προσοχή και, αντιστοίχως, να τα εξετάζουν κατά εσφαλμένο τρόπο. Το γεγονός ότι τρεις διαδοχικές αποφάσεις ακυρώθηκαν σε τόσο σύντομο χρονικό διάστημα ανέδειξε και τις σημαντικές παθογένειες του προϊσχύοντος συστήματος ελέγχου των συγκεντρώσεων. Αυτός είναι και ο λόγος που οι αποφάσεις αυτές χρησιμοποίησαν μια ασυνήθιστα σαφή γλώσσα,

δυνατότητα να δίνει ακόμα μεγαλύτερη έμφαση στις ευρύτερες αρνητικές συνέπειες που μπορεί να εγκυμονεί μια συγκέντρωση. Έτσι, το νέο αυτό κριτήριο επικεντρώνεται ακόμα πιο άμεσα στο οικονομικό ζήτημα που εγείρει μια συγκέντρωση, δηλαδή στο κατά πόσο είναι πιθανό να μειωθεί ο ανταγωνισμός⁵⁹.

Μια έτερη καίρια μεταρρύθμιση συνίσταται στη θεμελίωση της αιτιολογημένης παραπομπής κατά την οποία οι επιχειρήσεις οφείλουν να ενημερώνουν την Επιτροπή ότι μια συγκέντρωση δύναται να επηρεάσει σημαντικά τον ανταγωνισμό μιας αγοράς κράτους – μέλους, η οποία παρουσιάζει όλα τα στοιχεία της διακριτής αγοράς και ως εκ τούτου θα πρέπει να εξεταστεί από το εν λόγω κράτος – μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης⁶⁰. Περαιτέρω, ο Κανονισμός όρισε την αποκλειστική αρμοδιότητα των κρατών – μελών για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων που δεν πληρούν τα κριτήρια ελέγχου σε ενωσιακό επίπεδο⁶¹. Ο κανόνας αυτός δεν έμεινε δίχως εξαιρέσεις. Έτσι, ένα κράτος – μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης μπορεί να ζητήσει την παρέμβαση της Επιτροπής, όταν μια συγκέντρωση δημιουργεί ή ενισχύει μια δεσπόζουσα θέση στην αγορά ενός κράτους – μέλους⁶².

Κρίνεται απαραίτητο στο συγκεκριμένο σημείο να προβούμε σε μια σύντομη, πλην όμως σαφή, επισκόπηση της διαδικασίας ελέγχου των συγκεντρώσεων, όπως ισχύει σήμερα εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Τούτο διότι η διαδικασία αυτή αποτελεί μια ιδιαιτέρως κρίσιμη πτυχή για το δίκαιο του ανταγωνισμού, αφού διασφαλίζει ότι οι συγχωνεύσεις που διενεργούνται εντός των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης δεν επηρεάζουν αρνητικά την ενιαία αγορά. Ασφαλώς, ο σκοπός των ρυθμίσεων έχει σκοπό την αποτροπή δημιουργίας ή ενίσχυσης δεσπόζουσας θέσης μεγάλων εταιρειών, που θα έθετε σοβαρούς περιορισμούς στην ελεύθερη αγορά και θα επέφερε δυσμενείς συνέπειες στο καταναλωτικό κοινό (π.χ. αύξηση τιμών, μείωση της ποιότητας, περιορισμός της καινοτομίας κ.α.).

Εκ προοιμίου, η εν λόγω διαδικασία ελέγχου μπορεί να διακριθεί σε χωριστές μεταξύ τους φάσεις. Ως πρώτη φάση μπορεί να ορισθεί εκείνη κατά την οποία πραγματοποιείται προετοιμασία και διενεργούνται οι πρώτες διερευνητικές επαφές μεταξύ, αφ' ενός των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων, ήτοι μεταξύ της απορροφώσας και απορροφώμενης επιχειρήσεως και αφ' ετέρου της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, προκειμένου η τελευταία να παράσχει κάποιες γενικές κατευθυντήριες οδηγίες. Σε επόμενη φάση, πραγματοποιείται κοινοποίηση της

δίνοντας έτσι εμμέσως το έναυσμα για μεταρρυθμίσεις στο ρυθμιστικό πλαίσιο ελέγχου των συγκεντρώσεων.

⁵⁹ Röller, L. H. και De La Mano, M. (2006). *The impact of the new substantive test in European merger control*. European Competition Journal. σελ. 20.

⁶⁰ Κανονισμός 139/2004 του Συμβουλίου, αρ. 4 παρ. 4.

⁶¹ Κανονισμός 139/2004 του Συμβουλίου, αρ. 9, ρύθμιση που έμεινε γνωστή και ως *γερμανική ρήτρα*.

⁶² Κανονισμός 139/2004 του Συμβουλίου, αρ. 22, ρύθμιση που έμεινε γνωστή και ως *ολλανδική ρήτρα*.

συγκέντρωσης με τις επιχειρήσεις να υποβάλλουν σχετικά δικαιολογητικά σε σχέση με αυτήν. Η Επιτροπή προβαίνει σε μια αρχική αξιολόγηση της σχεδιαζόμενης συγκέντρωσης που έχει εισφερθεί διά της κοινοποίησης ενώπιόν της και αμέσως μετά εκδίδει σχετική απόφαση (είτε εγκριτική, είτε απορριπτική της συγκέντρωσης). Εάν υπάρξει δε εγκριτική απόφαση και επιτραπεί η συγκέντρωση υπό προϋποθέσεις, ακολουθείται στάδιο παρακολούθησης της τήρησης των εν λόγω προϋποθέσεων με σκοπό την πιστή εφαρμογή τους από τα εμπλεκόμενα στη συγκέντρωση μέρη. Ας τα δούμε όμως αυτές τις φάσεις ελέγχου των συγκεντρώσεων αναλυτικότερα ευθύς κατωτέρω.

3.3.1. Πρώτες επαφές των εμπλεκομένων μερών με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή

Όλα ξεκινούν από τις πρώτες διερευνητικές επαφές στις οποίες προβαίνουν τα εμπλεκόμενα μέρη με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στη σκιά μας σχεδιαζόμενης εξαγοράς. Μέσα από αυτούς τους *άτυπους* διαλόγους, όπου ακόμα καμία εξαγορά δεν έχει γνωστοποιηθεί στην Επιτροπή επισήμως, πραγματοποιούνται γόνιμες συζητήσεις και ανταλλαγές πληροφοριών που διευκολύνουν τη διαδικασία.

Αρχικώς, η κρισιμότητα των πρώτων αυτών συζητήσεων καθίσταται ιδιαίτερος σημαντική, καθώς δίνεται η δυνατότητα στα ενδιαφερόμενα μέρη να κατανοήσουν, εάν η σχεδιαζόμενη εξαγορά εμπίπτει ή όχι στο ρυθμιστικό πεδίο του Κανονισμού για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων. Πέρα όμως από την πληροφόρηση, παρέχεται η δυνατότητα να ανοιχθεί ένας εποικοδομητικός διάλογος μεταξύ των μερών και της Επιτροπής αναλύοντας κρίσιμες νομικές και οικονομικές πτυχές της υπό κρίσιν εξαγοράς.

Ένα από τα κυριότερα σημεία που εξετάζει η Επιτροπή στην φάση αυτή είναι τα κατώτατα όρια του κύκλου εργασιών, όπως αυτά ορίζονται στον Κανονισμό⁶³. Το κριτήριο αυτό έχει ιδιαίτερα βαρύνουσα σημασία, καθώς αποτελεί μία εκ των προϋποθέσεων, που εφόσον πληρούται, η συγκέντρωση διαθέτει κοινοτική διάσταση. Έτσι, «*[μ]ία συγκέντρωση έχει κοινοτική διάσταση όταν 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 - μέλος*»⁶⁴.

⁶³ Κανονισμός 139/2004 του Συμβουλίου, αρ. 1 παρ. 2.

⁶⁴ Κανονισμός 139/2004 του Συμβουλίου, ό.π..

Ο Κανονισμός, ωστόσο, θέτει και κάποιες εξαιρέσεις, δυνάμει των οποίων μια συγκέντρωση μπορεί να έχει κοινοτική διάσταση, ακόμα και αν η συναλλαγή δεν ξεπερνά τα ως άνω ποσοτικά όρια. Σημαντικό είναι να υπογραμμισθεί στο σημείο αυτό ότι ο υπολογισμός αυτός σε σχέση με τον κύκλο εργασιών λαμβάνει υποχρεωτικά υπ' όψιν όχι μόνο τις άμεσα εμπλεκόμενες εταιρείες αλλά και τις συνδεδεμένες με αυτές επιχειρήσεις. Πάντως, σε γενικές γραμμές, ο συνολικός κύκλος εργασιών περιλαμβάνει τα ποσά που απορρέουν από την πώληση προϊόντων και την παροχή υπηρεσιών από τις εν λόγω επιχειρήσεις, κατά περίπτωση στην εθνική ή παγκόσμια αγορά, κατά τη διάρκεια της τελευταίας χρήσης, και αντιστοιχούν στις συνήθεις δραστηριότητές τους. Στο συνολικό κύκλο εργασιών μίας συμμετέχουσας επιχείρησης δεν περιλαμβάνονται οι τυχόν ενδο-ομιλικές συναλλαγές⁶⁵.

Περαιτέρω, σε αυτό το στάδιο η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θέτει υπ' όψιν των ενδιαφερομένων μερών και κάποια περαιτέρω κριτήρια, τα οποία θα συνυπολογιστούν στην τελική αξιολόγηση. Στα κριτήρια αυτά ανήκουν, εάν οι εταιρείες που θα προβούν στη συγχώνευση δραστηριοποιούνται και σε έτερα κράτη – μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τα μερίδια που κατέχουν στη σχετική αγορά, η εν γένει πολυπλοκότητα της υπό κρίσιν εξαγοράς, δυνητικοί αντίκτυποι για το δίκαιο ανταγωνισμού κ.α..

Μέσα από αυτό το αναγνωριστικό στάδιο οι εταιρείες έχουν τη δυνατότητα να εντοπίζουν εγκαίρως πιθανά προβλήματα που μπορούν να θέσουν σε κίνδυνο την εξαγορά και να προετοιμαστούν αναλόγως. Έτσι, μέσα από τους διαλόγους αυτούς καθίσταται πιο οικείο το νομοθετικό πλαίσιο, το οποίο εξατομικεύεται μέσα από την εφαρμογή του στα ιδιαίτερα δεδομένα της εκάστοτε συναλλαγής.

3.3.2. Κοινοποίηση

Το στάδιο της κοινοποίησης αποτελεί το κρισιμότερο στάδιο στη διαδικασία ελέγχου των συγκεντρώσεων. Τα εμπλεκόμενα στη σχεδιαζόμενη εξαγορά μέρη, εφόσον διαπιστωθεί πως πληρούν τα κατώτατα όρια του Κανονισμού και άρα στο πεδίο δικαιοδοσίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, υποχρεούνται να υποβάλουν επισήμως ειδική κοινοποίηση προς την Επιτροπή σε σχέση με την εξαγορά που είναι προ των πυλών. Τυπικά, διά της εν λόγω κοινοποιήσεως άρχεται από την Επιτροπή η διαδικασία συνολικής και εις βάθος εξέτασης.

Από την πλευρά τους, τα μέρη οφείλουν υποχρεωτικά να προσκομίσουν άπαντα τα δικαιολογητικά στοιχεία, που σχετίζονται με την υπό κρίσιν εξαγορά.

⁶⁵ Κόκκορης, Ι. (2020). *Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού – Ουσιαστικό δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού*. Τζουγανάτος, Δ. (επιμ.). Νομική Βιβλιοθήκη. 2^η Έκδοση. 1^{ος} Τόμος. σελ. 1052.

Ένα από τα στοιχεία που θα πρέπει να περιλαμβάνονται στον φάκελο με την κοινοποίηση, ο οποίος θα πρέπει να είναι λεπτομερής και πλήρης, είναι ανάλυση σε σχέση με τις επηρεαζόμενες αγορές. Στην ανάλυση αυτήν θα πρέπει να ορίζονται πώς ακριβώς κατανέμονται τα μερίδια αγοράς των συμμετεχόντων καθώς και οι δεσμοί ανταγωνισμού που σχηματίζονται μεταξύ τους. Ως εκ τούτου, είναι εξαιρετικά σημαντικό να ορίζουν τα ενδιαφερόμενα μέρη αν και σε τι βαθμό θα μπορούσε να μειωθεί ο ανταγωνισμός στη σχετική αγορά εξ αιτίας της σχεδιαζόμενης εξαγοράς. Δηλαδή, γίνεται μια ανάλυση στο πλαίσιο της εξέτασης της υπό κρίσιν εξαγοράς σε σχέση με πιθανές επιπτώσεις που δύνανται να επέλθουν στη δομή και στη λειτουργία της αγοράς.

Καθίσταται λοιπόν ευχερώς αντιληπτό ότι η διαδικασία της κοινοποίησης είναι βαρύνουσα σημασίας, ακριβώς διότι θέτει τα πρώτα θεμέλια για την εκτίμηση από την πλευρά της Επιτροπής του αντικτύπου που δύναται να έχει η εξεταζόμενη συγκέντρωση στην αγορά.

3.3.3. Ο μηχανισμός παραπομπής του αρ. 22 του Κανονισμού 139/2004

3.3.3.1. Γενικά

Δέον είναι να αναφερθεί ότι η διαδικασία ενώπιον της Επιτροπής για την εξέταση κάποιας σχεδιαζόμενης εξαγοράς μπορεί να διανοιχθεί ενώπιόν της και με διαφορετική διαδικασία. Τούτο δύναται να συμβεί μέσω του άρθρου 22 του Κανονισμού όπου, «[έ]να ή περισσότερα κράτη μέλη μπορούν να ζητούν από την Επιτροπή να εξετάσει μια συγκέντρωση [...] που δεν έχει κοινοτική διάσταση [...], αλλά επηρεάζει το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών και απειλεί να επηρεάσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στο έδαφος του κράτους μέλους ή των κρατών μελών που υποβάλλουν την σχετική αίτηση»⁶⁶.

Ειδικότερα, το άρθρο 22 του Κανονισμού ελέγχου των συγκεντρώσεων, γνωστό στη διεθνή βιβλιογραφία και ως *ολλανδική ρήτρα*, αποτελεί ένα εξαιρετικά κρίσιμο εργαλείο στον αγώνα πρόληψης εξαγορών με αντανταγωνιστικά αποτελέσματα για την ενωσιακή αγορά. Τούτο διότι, δυνάμει της δυνατότητας που παρέχει το συγκεκριμένο άρθρο, προλαμβάνεται η εξέταση εξαγορών που διαφορετικά θα ήταν ιδιαιτέρως πιθανό να διαφύγουν του τυπικού προληπτικού ελέγχου. Ασφαλώς, τα κατώτατα όρια σχεδιάστηκαν, προκειμένου να δημιουργήσουν ακριβή και αντικειμενικά κριτήρια, που είναι ικανά να οδηγήσουν στην εφαρμογή του Κανονισμού για τις συγκεντρώσεις και

⁶⁶ Κανονισμός 139/2004 του Συμβουλίου, αρ. 22 παρ. 1.

έτσι να επιτυγχάνεται η ασφάλεια δικαίου⁶⁷, καθώς και να καταστούν σαφή τα όρια δικαιοδοσίας μεταξύ των εθνικών και κοινοτικών αρχών⁶⁸.

Αναλυτικότερα, εάν οι συγκεντρώσεις αυτές δεν πληρούν τις τυπικές προϋποθέσεις του Κανονισμού, όπως αυτές ορίζονται στο άρθρο 1 αυτού, ήτοι δεν ορίζονται ως συγκεντρώσεις έχουσες ενωσιακή διάσταση, αλλά παρ' όλ' αυτά α') δύνανται να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ των κρατών – μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή β') να αποτελέσουν σημαντική απειλή για τον ανταγωνισμό στο έδαφος ενός ή περισσότερων κρατών – μελών που προβαίνουν στην υποβολή της αίτησης παραπομπής, τότε, παρέχεται, μέσω του άρθρου 22 του Κανονισμού, η δυνατότητα παραπομπής της επίμαχης εξαγοράς στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή για έλεγχο⁶⁹.

Το εργαλείο αυτό παρέχει ένα ιδιαίτερος σημαντικό πρόσθετο επίπεδο προστασίας για το δίκαιο του ανταγωνισμού, ιδίως για συναλλαγές, που σε διαφορετική περίπτωση, θα μπορούσαν να διαφύγουν του σχετικού ελέγχου. Το ζήτημα αυτό εντοπίζεται ιδίως σε συγκεντρώσεις στρατηγικής σημασίας και ακόμα περισσότερο σε τομείς, όπως είναι εκείνος της ψηφιακής οικονομίας. Αυτό συμβαίνει κυρίως διότι οι νεοφυείς εταιρείες ενδέχεται να μη διαθέτουν σημαντικά έσοδα ή/και να μη διαθέτουν την ισχύ να επηρεάσουν σημαντικά την ενωσιακή αγορά, αλλά να διαθέτουν μια σημαντική καινοτομία ή μια προηγμένη τεχνολογία. Ως εκ τούτου, μια τέτοια εξαγορά μπορεί να μην πληροί τα τυπικά στοιχεία της συγκέντρωσης με ενωσιακή διάσταση, όπως ορίζονται αυτά στον Κανονισμό, πλην όμως, μέσω του θεσμού της παραπομπής του άρθρου 22, τέτοιου είδους συγκεντρώσεις μπορούν να βρεθούν ευκολότερα στο στόχαστρο του ελέγχου.

Επί της ουσίας, το άρθρο 22 ήταν μια καινοτόμος ρύθμιση του Κανονισμού, που αποσκοπούσε στην επίλυση ορισμένων προβλημάτων που εντοπίστηκαν σε σχέση με τα κατώτατα όρια κύκλου εργασιών⁷⁰. Έτσι, ο κεντρικός άξονας πίσω από μια τέτοια θεμελιώδη ρύθμιση συνίσταται στην πρόληψη εξαγορών, κυρίως, νεοφυών επιχειρήσεων, που μπορεί μεν να έχουν χαμηλό κύκλο εργασιών, ωστόσο, διαθέτουν μια πολύ σημαντική δυναμική, που δυνητικά μπορεί να ανατρέψει τις ισορροπίες στην ανταγωνιστική, σχετική αγορά. Τούτο αποδεικνύεται και από το γεγονός ότι στις σχετικές κατευθυντήριες γραμμές η Ευρωπαϊκή Επιτροπή συγκαταλέγει τις νεοφυείς επιχειρήσεις, που διαθέτουν

⁶⁷ Απόφαση υπ' αριθ. T-417/05, Endesa, SA κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σκέψη 209.

⁶⁸ Απόφαση υπ' αριθ. C-202/06P, Cementbouw Handel & Industrie κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σκέψη 37.

⁶⁹ Jones, A. and Sufirin, B.E. (2019). *EU competition law: text, cases, and materials*. Oxford, United Kingdom; New York, Oxford University Press. σελ. 12.

⁷⁰ Jones, A. και Sufirin, B.E. (2011). ό.π. σελ. 1095-1096.

πρωτοπόρες τεχνολογίες και επενδύουν στην έρευνα και στην ανάπτυξη, στις επιχειρήσεις εκείνες που μπορούν να αποτελέσουν δυνητικούς ανταγωνιστές⁷¹.

Όταν, λοιπόν, πληρούνται οι σχετικές προϋποθέσεις για παραπομπή κατά το άρθρο 22, τα κράτη – μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης δύνανται να ενημερώσουν την Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την επικείμενη συγκέντρωση, εντός προθεσμίας δεκαπέντε εργασίμων ημερών, με εναρκτήριο γεγονός είτε την ημερομηνία που κοινοποιήθηκε η συγκέντρωση, είτε, αν δεν απαιτείται κοινοποίηση, από το χρονικό σημείο, ότε και έγινε κατ' άλλον τρόπο γνωστή στο οικείο κράτος – μέλος η εν λόγω συγκέντρωση. Ταυτόχρονα, έτερα κράτη – μέλη δύνανται να συμμετάσχουν στη διαδικασία αυτή εντός της ίδιας προθεσμίας των δεκαπέντε εργασίμων ημερών⁷².

Από πλευράς της η Επιτροπή αποφασίζει, εάν θα προβεί στην εξέταση της εισφερθείσας ενώπιόν της συγκεντρώσεως αναλόγως με το αν θα κρίνει ότι επηρεάζει ή όχι το εμπόριο μεταξύ των κρατών – μελών, καθώς και αν απειλεί έστω δυνητικά τον ανταγωνισμό στο έδαφος του κράτους – μέλους ή των κρατών – μελών που υποβάλλουν τη σχετική αίτηση παραπομπής. Παρατηρούμε, επομένως ότι η ρύθμιση αυτή χαρακτηρίζεται από τη διακριτική ευχέρεια που διαθέτει η Επιτροπή για εξέταση της εκάστοτε συγκεντρώσεως. Πάντως, η πρακτική μέχρι σήμερα αποδεικνύει ότι τα κατώτατα όρια για την αποδοχή τέτοιων παραπομπών είναι μάλλον σχετικά χαμηλά, δεδομένου ότι η Επιτροπή έχει απορρίψει μόλις τέσσερις τέτοιες αιτήσεις στο παρελθόν⁷³. Επομένως, τα δεδομένα αυτά αποδεικνύουν ότι η Επιτροπή είναι ιδιαίτερα σκεπτική για τα κατώτατα όρια και για τον λόγο αυτόν προτιμά να εξετάζει υποθέσεις που δύνανται να έχουν επιπτώσεις στην ευρωπαϊκή αγορά, ακόμα και όταν οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις δεν πληρούν τις προϋποθέσεις του Κανονισμού για τον απαιτούμενο κύκλο εργασιών.

Για την καλύτερη κατανόηση του τρόπου λειτουργίας του μηχανισμού παραπομπής του άρθρου 22 και των προβληματισμών που τον συνοδεύουν, κρίνεται απαραίτητη στο σημείο αυτό μια σύντομη επισκόπηση της υπόθεσης εξαγοράς της εταιρείας Grail από την εταιρεία Illumina, ιδίως έπειτα από την εξόχως πρόσφατη κρίση του Γενικού Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την εν λόγω εξαγορά και την παραπομπή αυτής ενώπιον της Επιτροπής, δυνάμει του άρθρου 22 του Κανονισμού.

⁷¹ Οδηγίες σχετικά με την εφαρμογή του μηχανισμού παραπομπής του άρθρου 22 του κανονισμού συγκεντρώσεων σε ορισμένες κατηγορίες υποθέσεων, παρ. 19.

⁷² Κανονισμός 139/2004 του Συμβουλίου, αρ. 22 παρ. 1.

⁷³ Οι τέσσερις απορρίψεις αφορούσαν τις εξής υποθέσεις: COMP/M.3986 – Gas Natural/Endesa, COMP/M.4124 – Coca Cola Hellenic Bottling Company/Lanitis Bros, COMP/M.5828 – Procter & Gamble/Sara Lee Hair Care, COMP/M.6502 – London Stock Exchange Group/LCH Clearnet Group.

3.3.3.2. Η υπόθεση Illumina/Grail

Η υπόθεση Illumina/Grail αποτελεί σημείο σταθμό για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων στην Ευρωπαϊκή Ένωση και χάραξε έναν νέο δρόμο στην ερμηνεία του άρθρου 22 του Κανονισμού 139/2004 περί παραπομπής υποθέσεων συγκεντρώσεων στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή προς διερεύνηση. Η σπουδαιότητα της απόφασης αυτής αποκτά ιδιαίτερη σημασία στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας, καθ' όσον η αμετάκλητη κρίση επί της εν λόγω υποθέσεως επήλθε μόλις λίγες ημέρες πριν γραφτούν αυτές οι γραμμές.

Η Illumina αποτελεί μια αμερικανική εταιρεία βιοτεχνολογίας. Το 2020 ανακοίνωσε διά σχετικού δελτίου τύπου την πρόθεσή της να εξαγοράσει τη Grail LLC, μια εταιρεία, ομοίως από τις Η.Π.Α., η οποία με τη σειρά της είχε προχωρήσει σε μια πρωτοποριακή ανακάλυψη. Συγκεκριμένα, η Grail είχε ανακαλύψει μια καινοτόμο εξέταση αίματος, δυνάμει της οποίας καθίστατο εφικτή η έγκαιρη ανίχνευση καρκίνου και μάλιστα σε πολύ πρώιμο στάδιο. Μάλιστα, η Grail σκόπευε να εισάγει στην αγορά την τεχνολογία αυτή, η οποία θα πρωτοπορούσε και στον τρόπο ανίχνευσης του καρκίνου, καθώς αυτός θα πραγματοποιούνταν μέσω μη επεμβατικών αιματολογικών εξετάσεων και συγκεκριμένα μέσω αλληλουχίας των γονιδιωμάτων. Η τεχνολογία αυτή θα παρείχε στη συγκεκριμένη εταιρεία ένα εξαιρετικά σημαντικό προβάδισμα στην αγορά αυτήν και μάλιστα σε έναν τομέα, όπου δαπανώνται δισεκατομμύρια κάθε χρόνο για την έρευνα και την ανάπτυξή του.

Ευθύς αμέσως η αξία της εξαγοράς αυτής εκτοξεύθηκε στα 7,1 δισεκατομμύρια δολάρια, χωρίς ωστόσο να ενεργοποιηθούν τα όρια κοινοποίησης που προβλέπονται στον Κανονισμό 139/2004 ή τις αντίστοιχες διατάξεις των κρατών – μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Τούτο διότι η Grail δεν είχε ακόμα έσοδα, προκειμένου να καθίσταται υποχρεωτική η κοινοποίησή της. Ωστόσο, παρά το γεγονός ότι η δεν άγγιζε η συγκεκριμένη εξαγορά τα καθορισμένα κατώτατα όρια, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έκρινε ότι η εξαγορά ενδέχεται να επηρεάσει την αγορά. Ο κυριότερος λόγος που έκρινε ότι είναι πιθανό αυτό να συμβεί είναι επειδή η Illumina κατείχε κυρίαρχη θέση στη σχετική αγορά και συγκεκριμένα στον τομέα της τεχνολογίας αλληλούχισης του DNA και άρα είχε αυξημένη δυνατότητα να αποτρέψει μελλοντικούς ανταγωνιστές να εισέλθουν στην αγορά διαγνωστικών εξετάσεων για την πρόληψη του καρκίνου.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ευρισκόμενη μπροστά στις ανησυχίες αυτές και κατόπιν αιτήσεων ορισμένων ρυθμιστικών κρατών – μελών, προέβη σε χρήση του άρθρου 22 του Κανονισμού, το οποίο, όπως ήδη εκτέθηκε ανωτέρω, επιτρέπει στις εκάστοτε εθνικές αρχές ανταγωνισμού να κοινοποιούν στην Επιτροπή συγκεντρώσεις που δεν πληρούν κατώτατα όρια κοινοποίησης, αλλά ενδέχεται να πλήξουν σοβαρά τον ανταγωνισμό. Έτσι, η Επιτροπή στις 22 Ιουλίου 2021 ανακοίνωσε ότι θα προβεί σε εις βάθος έλεγχο της συγκεκριμένης εξαγοράς.

Ασφαλώς, το κριτήριο της καινοτομίας και ο προβληματισμός για πιθανή επιβράδυνση αυτής εξαιτίας της συγκεκριμένης εξαγοράς τέθηκαν στο επίκεντρο της έρευνας από την Επιτροπή. Η Illumina κατείχε ηγετική θέση στον τομέα αυτόν, ήταν δηλαδή μια καλά εδραιωμένη επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση και από την άλλη η Grail αποτελούσε μια νεοφυή επιχείρηση με σημαντική δυναμική και αξιόλογες προοπτικές ανταγωνισμού στον τομέα αυτόν έναντι της Illumina, χάριν της τεχνολογίας που είχε στα χέρια της.

Παρά την εξέλιξη της έρευνας από την Επιτροπή, η Illumina προέβη στην ολοκλήρωση της εξαγοράς της Grail, ανακοινώνοντας το γεγονός αυτό τον Αύγουστο του 2021 και μάλιστα χωρίς να αναμένει την κρίση της Επιτροπής για την επίμαχη εξαγορά. Δυνάμει δε του άρθρου 7 του Κανονισμού 139/2004, τα εμπλεκόμενα μέρη απαγορεύεται να ολοκληρώσουν τη συγκέντρωση, χωρίς προηγουμένως να έχει προηγηθεί έγκριση της Επιτροπής. Για τον λόγο αυτόν, επεβλήθη στην Illumina ένα ιδιαίτερα υψηλό πρόστιμο ύψους 432 εκατομμυρίων ευρώ και στη Grail πρόστιμο ύψους 1.000 ευρώ για παράβαση της υποχρέωσης αναστολής πραγματοποίησης της συγκέντρωσης του άρθρου 7 παρ. 1 του Κανονισμού 139/2004⁷⁴.

Εν τέλει, η Επιτροπή διατύπωσε σοβαρές αντιρρήσεις σε σχέση με τη συγκεκριμένη εξαγορά, απαγορεύοντάς την. Βασικό κριτήριο στην απόφαση αυτή αποτέλεσε η έντονη ανησυχία της Επιτροπής ότι υπήρχε σοβαρός κίνδυνος η καινοτομία στον τομέα αυτόν να υποστεί ισχυρό πλήγμα. Η Illumina και η Grail δεν έμειναν αμέτοχες σε αυτήν την κρίση της Επιτροπής και προσέφυγαν δικαστικώς, προκειμένου να δικαιωθούν. Τα κυριότερα επιχειρήματα που ακούστηκαν ενώπιον του Γενικού Δικαστηρίου είναι, μεταξύ άλλων, ότι η αποδοχή της Επιτροπής αιτήματος από ρυθμιστική αρχή κράτους – μέλους της Ευρωπαϊκής Ένωσης για διερεύνηση της συγκεκριμένης εξαγοράς, ενώ αυτή δεν πληρούσε τα κατώτατα όρια, ήταν παράνομη, καθώς διευρύνονταν υπέρμετρα οι εξουσίες της Επιτροπής, χωρίς κάτι τέτοιο να προβλέπεται. Πιο συγκεκριμένα, η Illumina (υποστηριζόμενη από τη Grail) προσέβαλε την απόφαση της Επιτροπής με βασικό λόγο ότι ο σκοπός του άρθρου 22 είναι να παραπέμπονται στην Επιτροπή συγκεντρώσεις στις περιπτώσεις εκείνες, όπου δεν υφίσταται εθνικό νομοθετικό πλαίσιο για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων. Δηλαδή, κατά την Illumina, σκοπός του νομοθέτη ήταν ακριβώς να ελεγχθούν από την Επιτροπή οι υποθέσεις, που διαφορετικά θα διέφευγαν εντελώς του ελέγχου συγκεντρώσεων, ελλείψει εθνικού νομοθετικού πλαισίου για τον έλεγχο αυτών. Αντιθέτως, εάν έχει θεσπισθεί εθνικό δίκαιο και έχουν ορισθεί οι προϋποθέσεις εκείνες που καθορίζουν τα κριτήρια ελέγχου των συγκεντρώσεων που δεν διαθέτουν ευρωπαϊκή διάσταση, τότε το εν λόγω κράτος – μέλος έχει αναλώσει την εξουσία του για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων. Σε μια τέτοια περίπτωση, όπου υφίσταται το νομοθετικό πλαίσιο για τις συγκεντρώσεις, αλλά η συγκέντρωση

⁷⁴ Το φαινόμενο αυτό αποδίδεται στη διεθνή βιβλιογραφία και με την έννοια «gun-jumping».

δεν πληροί τις ισχύουσες εθνικές νομοθετικές προβλέψεις, η Επιτροπή, κατά τη θέση της Illumina, στερείται αρμοδιότητας. Ταυτόχρονα, βασικό επιχείρημα από την πλευρά της προσφεύγουσας εταιρείας συνιστούσε και το γεγονός ότι, δυνάμει αυτής της συμπεριφοράς της Επιτροπής, παραβιάζονταν οι αρχές της ασφάλειας δικαίου και της δικαιολογημένης εμπιστοσύνης.

Το Γενικό Δικαστήριο επιλαμβανόμενο επί της υποθέσεως αυτής, ευθυγραμμίστηκε πλήρως με τη θέση της Επιτροπής βασιζόμενο στο άρθρο 22 του Κανονισμού 139/2004, το οποίο ερμήνευσε διασταλτικά. Έκρινε, λοιπόν, πως η Επιτροπή επιτρέπεται να διερευνά συγκεντρώσεις, ακόμα και αν το κράτος – μέλος δεν έχει δικαιοδοσία τέτοια, βάσει του οικείου εθνικού δικαίου. Συγκεκριμένα, μολονότι το Γενικό Δικαστήριο αναγνώρισε ότι ο θεσμός της παραπομπής του άρθρου 22, τουλάχιστον αρχικώς, προοριζόταν για τον έλεγχο συγκεντρώσεων σε περιπτώσεις, όπου δεν υφίστατο σχετική εθνική νομοθεσία για τις συγκεντρώσεις, εντούτοις έκρινε ότι τούτο δεν αποκλείει την εφαρμογή του εν λόγω άρθρου και σε υποθέσεις στις οποίες υφίσταται οικεία εθνική νομοθεσία για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων⁷⁵. Κατά το Γενικό Δικαστήριο, το άρθρο 22 αποτελεί ένα ιδιαίτερα χρήσιμο εργαλείο, το οποίο μπορεί να αξιοποιηθεί με σκοπό να διασφαλισθεί η κατά το δυνατόν ορθή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς και να μην νοθεύεται από συναλλαγές που κινούνται κάτω από τα κατώτατα ποσοτικά όρια που προβλέπονται στις αντίστοιχες εθνικές νομοθετικές ρυθμίσεις. Η απόφαση αυτή διεύρυνε τις δυνατότητες της Επιτροπής, καθ' ότι της επέτρεπε να επιλαμβάνεται επί συγκεντρώσεων που έχουν, έστω δυνητικά, την ικανότητα να εμποδίσουν τον ανταγωνισμό, την καινοτομία και την ανάπτυξη, ιδίως δε σε τομείς υψηλής καινοτομίας, όπου οι νεοφυείς επιχειρήσεις μπορεί να μην έχουν μακρά εμπορική παρουσία, ούτε υψηλό κύκλο εργασιών.

Ωστόσο, η ως άνω κρίση του Γενικού Δικαστηρίου κατερρίφθη μόλις λίγες ημέρες πριν τη συγγραφή των στην παρούσα γραμμών, δυνάμει της σχετικής απόφασης του ΔΕΕ⁷⁶. Η εν λόγω απόφαση συνιστά μια ιδιαίτερος σημαντική εξέλιξη στον τομέα του ελέγχου των συγκεντρώσεων, όχι μόνο γιατί ανατρέπει την προαναφερθείσα θέση του Γενικού Δικαστηρίου, αλλά και γιατί αναδεικνύει με πρωτοφανή και ωμό για τα δεδομένα του ΔΕΕ τρόπο την ανασφάλεια δικαίου που δημιουργούσε η αναιρεθείσα δικανική κρίση.

⁷⁵ Απόφαση υπ' αριθ. T-227/2021. Illumina, Inc. και Grail LLC κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, όπου στη σκέψη 183 και 184 αναφέρεται συγκεκριμένα «[...] λαμβανομένης υπόψη [...] της γραμματικής, ιστορικής, συστηματικής και τελολογικής ερμηνείας του άρθρου 22 του κανονισμού 139/2004, συνάγεται το συμπέρασμα ότι τα κράτη μέλη μπορούν, υπό τις οριζόμενες σε αυτό προϋποθέσεις, να υποβάλλουν αίτηση περί παραπομπής βάσει της διατάξεως αυτής, ανεξαρτήτως του πεδίου εφαρμογής των εθνικών τους κανόνων περί ελέγχου των συγκεντρώσεων. Επομένως, ορθώς η Επιτροπή έκανε δεκτή, με τις προσβαλλόμενες αποφάσεις, την αίτηση περί παραπομπής και τα αιτήματα συνυποβολής δυνάμει του άρθρου 22 του κανονισμού 139/2004».

⁷⁶ Απόφαση της 3^{ης} Σεπτεμβρίου 2024. Illumina, Inc. και Grail LLC κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, C611/22P και C-625/22P, (EU:C:2024:677).

Το ΔΕΕ ακολούθησε πλήρως το σκεπτικό του Γενικού Εισαγγελέως Ν. Αιμιλίου, αναφορικά με την ερμηνεία του άρθρου 22 του Κανονισμού 139/2004. Συγκεκριμένα, Εισαγγελέας και ΔΕΕ έκριναν ότι προκαλείται αδικαιολόγητη αβεβαιότητα για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης από την ερμηνεία του άρθρου, στην οποία προέβη η Επιτροπή και ακολούθως επιβεβαίωσε το Γενικό Δικαστήριο. Αποδομώντας λοιπόν το σκεπτικό του Γενικού Δικαστηρίου, το ΔΕΕ έκρινε ότι πρόθεση του νομοθέτη ήταν όχι να λειτουργήσει το άρθρο 22 ως ένας διορθωτικός μηχανισμός, αλλά να λειτουργεί επικουρικά με κυριότερο κριτήριο τον κύκλο εργασιών των εταιρειών. Συνεπώς, το άρθρο 22 δεν θα πρέπει να εργαλειοποιείται με σκοπό να διευρύνονται οι εξουσίες της Επιτροπής στις περιπτώσεις εκείνες, όπου δεν πληρούνται τα κατώτατα όρια του Κανονισμού. Άλλωστε, όπως χαρακτηριστικά επισημαίνει το ΔΕΕ, η Επιτροπή είναι αρμόδια μόνο για τις υποθέσεις που εντάσσονται στα ποσοτικά όρια που ορίζει ο Κανονισμός, και, αν δεν εντάσσονται σε αυτά, τότε το άρθρο 22 δεν θα πρέπει να είναι η εκ πλαγίου μέθοδος ελέγχου των συγκεντρώσεων αυτών από την Επιτροπή. Αντιθέτως, στην περίπτωση που τα ποσοτικά όρια κρίνονται ανεπαρκή, ο ενωσιακός νομοθέτης είναι ο μόνος αρμόδιος που μπορεί να επέμβει και να αναπροσαρμόσει τα εν λόγω όρια επιτρέποντας αντιστοίχως στην Επιτροπή να εξετάζει μεγαλύτερο όγκο υποθέσεων με αντικείμενο τον έλεγχο των συγκεντρώσεων⁷⁷.

Περαιτέρω, το ΔΕΕ έκρινε ότι οι μηχανισμοί εκ των προτέρων ελέγχου των συγκεντρώσεων υπόκεινται στην αρχή της ασφάλειας δικαίου και της προβλεψιμότητας⁷⁸, έτσι ώστε ένα κράτος – μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το οποίο διαθέτει σε εθνικό επίπεδο μηχανισμό ελέγχου των συγκεντρώσεων να μην μπορεί να τον παρακάμψει και να ζητήσει από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να αναλύσει μια υπόθεση που δεν υπόκειται καν στο εθνικό σύστημα ελέγχου των συγκεντρώσεων.

Το ΔΕΕ δεν δίστασε να χρησιμοποιήσει *βαρύ* λόγο, για να αναδείξει τα σφάλματα στα οποία υπέπεσε το Γενικό Δικαστήριο κατά την ερμηνεία του άρθρου 22 και δυνάμει των οποίων υπονομεύθηκαν θεμελιώδεις αρχές του δικαίου, όπως είναι η αποτελεσματικότητα, η προβλεψιμότητα και η ασφάλεια δικαίου. Πράγματι, οι επιχειρήσεις που σχεδιάζουν κάποια συγκέντρωση στην Ευρωπαϊκή Ένωση θα πρέπει να έχουν σαφή και πλήρη εικόνα σε σχέση με τις νομικές υποχρεώσεις και το εν γένει θεσμικό πλαίσιο που ισχύει για τις

⁷⁷ Απόφαση της 3^{ης} Σεπτεμβρίου 2024. Illumina, Inc. και Grail LLC κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής. ό.π. σκ. 216.

⁷⁸ Robertson, V.H.S.E. (2023). *The Future of Digital Mergers in a Post-DMA World*. σελ. 5. Άρθρο διαθέσιμο εις https://commission.europa.eu/document/download/c3b0db11-0c61-4c73-bfc1-f152d94c1b47_en?filename=Morning-4-5-Robertson.pdf, όπου είχε ήδη υπογραμμισθεί ότι στη δικανική κρίση του Γενικού Δικαστηρίου υφίστανται σοβαρά σφάλματα που γεννούν ζητήματα ανασφάλειας δικαίου.

συγκεντρώσεις, χωρίς να βρεθούν αιφνιδίως αντιμέτωπες με τον κίνδυνο ελέγχων από την Επιτροπή.

Παρά την αναίρεση της απόφασης του Γενικού Δικαστηρίου, η συζήτηση για τις συγκεντρώσεις και την έκταση των αρμοδιοτήτων της Επιτροπής, κατά τη γνώμη του γράφοντος, δεν έχει εισέτι ολοκληρωθεί. Απεναντίας, αναδείχθηκε ένας προβληματισμός σε σχέση με την επάρκεια των κατώτατων ορίων που θέτει ο Κανονισμός για τις συγκεντρώσεις. Τούτο δε, υπονοήθηκε και από την ίδια τη Margrethe Vestager, η οποία, ενώ ανέδειξε την ανάγκη η Επιτροπή να διαθέτει μηχανισμούς που να μπορούν να παρακολουθούν τέτοιου είδους συναλλαγές, αναφέρθηκε σε ενδεχόμενη μεταρρύθμιση του ευρωπαϊκού νομοθετικού συστήματος που διέπει τις συγκεντρώσεις⁷⁹.

Ταυτόχρονα, τα κράτη – μέλη βλέποντας την εν λόγω απόφαση, ενδεχομένως να θέσουν ακόμα πιο αυστηρά όρια στο εθνικό σύστημα ελέγχου των συγκεντρώσεων με σκοπό να έχουν κάθε λόγο να αποστέλλουν διά παραπομπής περισσότερες υποθέσεις στην Επιτροπή για έλεγχο⁸⁰. Τέτοιου είδους μεταρρυθμίσεις, όμως, οι οποίες διενεργούνται μεμονωμένα από το εκάστοτε κράτος – μέλος, δύναται να γεννήσουν ακόμα μεγαλύτερη ανασφάλεια δικαίου για τις επιχειρήσεις και για το ενωσιακό εμπόριο.

Σε κάθε περίπτωση, η απόφαση αυτή αποτελεί καθοριστικό σταθμό για το ευρωπαϊκό δίκαιο των συγκεντρώσεων, καθώς θέτει έναν ισχυρό φραγμό στις αρμοδιότητες της Επιτροπής και, ασφαλώς, ανοίγει τον δρόμο για νέες (μάλλον εθνικές) νομοθετικές πρωτοβουλίες.

3.3.4. Αξιολόγηση της συγκέντρωσης από την Επιτροπή

3.3.4.1. Ορισμός σχετικής αγοράς – Θεωρία των ψηφιακών οικοσυστημάτων

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ως κρίσιμος θεματοφύλακας του δικαίου του ανταγωνισμού στην Ευρωπαϊκή Ένωση, εξετάζει τις συγκεντρώσεις εις βάθος λαμβάνοντας υπ' όψιν της πλήθος σημαντικών παραγόντων. Κοινή συνισταμένη όλων αυτών των παραγόντων είναι να διασφαλισθεί με τον μέγιστο δυνατό

⁷⁹ Vestager, M. (2024). «Δήλωση της εκτελεστικής αντιπροέδρου Margrethe Vestager σχετικά με τη σημερινή απόφαση του Δικαστηρίου σχετικά με τις αποφάσεις για τη δικαιοδοσία επί των συγκεντρώσεων *Illumina/GRAIL*», Δελτίο Τύπου. Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

⁸⁰ Τα περισσότερα κράτη – μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχουν θέσει κατώτατα όρια κοινοποίησης με κριτήριο τον κύκλο εργασιών της συναλλαγής, ήτοι συστήματα παρόμοια με εκείνα του ευρωπαϊκού συστήματος. Ωστόσο, σε ορισμένες χώρες εφαρμόζονται κάποια περαιτέρω κριτήρια, προκειμένου να εντοπίζονται αποτελεσματικότερα οι περιπτώσεις συγκεντρώσεων και εξοντωτικών εξαγορών. Επί παραδείγματι, η Ισπανία, και η Πορτογαλία εφαρμόζει επίσης ως επιπλέον κριτήριο εκείνο του κατώτατου ορίου μεριδίου αγοράς. Στο ίδιο πλαίσιο, άλλες χώρες, όπως είναι η Γερμανία και η Αυστρία, έχουν εισάγει ως επιπλέον κριτήριο το κατώτατο όριο συναλλαγής.

τρόπο ότι η υπό διερεύνηση συναλλαγή δεν θα πλήξει σημαντικά τον ανταγωνισμό και, κατ' επέκταση, την καινοτομία, την ανάπτυξη και την κοινωνική ευημερία των καταναλωτών. Μεταξύ των παραγόντων αυτών, πιθανόν κρίσιμότερος εξ αυτών είναι οι ισορροπίες και η δυναμική του ανταγωνισμού, που επικρατούν σε μια ορισθείσα σχετική αγορά και πώς αυτά θα επηρεασθούν, εάν, τελικώς, επιτραπεί η υπό κρίσιν εξαγορά.

Ασφαλώς, για να διερευνηθεί ο ως άνω πολύπτυχος παράγοντας απαιτείται ως πρώτο βήμα να προβεί η Επιτροπή στον ορισμό της σχετικής αγοράς. Σκοπός του κρίσιμου αυτού σταδίου είναι να συσχετίσει η Επιτροπή τα προϊόντα ή υπηρεσίες που συνδέονται με την σχεδιαζόμενη συγκέντρωση με τη γεωγραφική περιοχή εντός της οποίας θα αναπτυχθούν οι τυχόν συνέπειες στον ανταγωνισμό. Μέσω λοιπόν αυτού του σταδίου, η Επιτροπή κατανοεί πληρέστερα το πώς ακριβώς δύναται να επηρεασθεί η αγορά από την υπό κρίσιν συναλλαγή και ποια θα είναι η αντίδραση των καταναλωτών έπειτα από αυτήν. Το κυριότερο εργαλείο που χρησιμοποιεί η Επιτροπή για τον σκοπό αυτόν είναι η μέθοδος SSNIP (Small but Significant and Non-transitory Increase in Price)⁸¹. Όταν διακυβεύεται μια ποιοτική αξιολόγηση της κατάστασης του ανταγωνισμού, Βεβαίως, όταν διακυβεύεται μια ποιοτική αξιολόγηση της κατάστασης του ανταγωνισμού, όταν πρέπει να εφαρμοστεί και να δοκιμαστεί μια θεωρία της βλάβης σε σχέση με την πραγματικότητα της αγοράς και όταν απαιτείται κατανόηση της καταλληλότητας των αντιμονοπωλιακών μέτρων, ο ορισμός της αγοράς είναι εκείνος που μπορεί να συμβάλει στην αξιολόγηση της αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας⁸².

Στη συνέχεια, δεν μπορεί να απουσιάζει από τη συζήτηση αυτή και από τη θεματική που αναλύεται στην παρούσα εργασία, η θεωρία των *ψηφιακών οικοσυστημάτων*. Και τούτο διότι, ο εντοπισμός και η οριοθέτησή τους στο πλαίσιο της ψηφιακής οικονομίας καθίσταται μια ιδιαίτερα δυσχερής διαδικασία.

Αρχικά, για την ευχερέστερη κατανόηση της θεωρίας των ψηφιακών οικοσυστημάτων απαιτείται να κατανοήσουμε την έννοια του *ψηφιακού οικοσυστήματος* και αυτό μπορεί να επιτευχθεί με ένα εξόχως απλό παράδειγμα. Έστω λοιπόν ότι έχουμε μια εταιρεία που διαθέτει μια επιτυχημένη μηχανή αναζήτησης. Η εταιρεία αυτή διαρκώς προσθέτει υπηρεσίες όπως ηλεκτρονικό

⁸¹ Τζουγανάτος, Δ. (2020). *Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού*. 1^{ος} Τόμος. Νομική Βιβλιοθήκη. σελ. 81 επ. όπου ορίζεται ότι διά της μεθόδου αυτής υπολογίζεται κατά πόσον μια μικρή, πλην όμως διαρκής, αύξηση της τιμής ενός προϊόντος (τυπικά 5%-10%) θα μπορούσε να ωθήσει έναν καταναλωτή να αναζητήσει κάποιο υποκατάστατο προϊόν για να αντικαταστήσει το προϊόν που ήταν η αρχική του επιθυμία. Εάν οι καταναλωτές, σε μια τέτοια ποσοστιαία αύξηση της τιμής επιλέξουν να στραφούν σε υποκατάστατο προϊόν, τότε το υποκατάστατο αυτό προϊόν συμπεριλαμβάνεται στη σχετική αγορά, ενώ, αντιθέτως, εάν δεν υπάρξουν εναλλακτικές που θεωρούνται αντίστοιχες για τους καταναλωτές, τότε η αγορά θα θεωρηθεί πιο περιορισμένη και το σχετικό προϊόν θα αποτελέσει το όριο της αγοράς αυτής. Ασφαλώς, το αυτό ισχύει και για τον ορισμό της σχετικής αγοράς σε περίπτωση υπηρεσιών.

⁸² Robertson, V.H.S.E. (2020). ό.π. σελ. 55-56.

ταχυδρομείο, λειτουργικά συστήματα, εφαρμογές παρακολούθησης φυσικής κατάστασης κ.α.. Τούτο το επιτυγχάνει σταδιακά αξιοποιώντας τα δεδομένα των χρηστών της που διαθέτει. Επί παραδείγματι, θα παραθέσει σαν παροχή ή διαφήμιση στον χρήστη της ένα ασφαλιστήριο συμβόλαιο, το οποίο θα διαθέτει προτεινόμενους όρους προσαρμοσμένους στον χρήστη δυνάμει των δεδομένων που έχει αντλήσει η εταιρεία από τις εφαρμογές φυσικής κατάστασης που διαθέτει. Έτσι, συστήνεται ένα ψηφιακό οικοσύστημα μέσα μέσω της σταδιακής επέκτασης μιας εταιρείας σε ετερογενείς δραστηριότητες, οι οποίες αξιοποιούν τα δεδομένα χρηστών για στοχευμένες διαφημίσεις και νέες υπηρεσίες⁸³. Συχνά δε, τα ψηφιακά οικοσυστήματα προσφέρουν πολλαπλά προϊόντα, ενώ αποτελούνται από πολλούς συμμετέχοντες⁸⁴. Τα στοιχεία αυτά, συγκεντρώνονται γύρω από τον ιδιοκτήτη του οικοσυστήματος, ο οποίος διαδραματίζει έναν κεντρικό, συντονιστικό ρόλο στο οικοσύστημα αυτό⁸⁵. Λόγω αυτού του κεντρικού ρόλου, ο ιδιοκτήτης του οικοσυστήματος μπορεί επίσης να θεωρηθεί και πυλωρός του εν λόγω ψηφιακού οικοσυστήματος⁸⁶. Ως εκ τούτου, η εκάστοτε εταιρεία καταφέρνει μέσα από το οικοσύστημα που έχει συστήσει να ενισχύει διαρκώς τη βάση χρηστών και τη συλλογή δεδομένων, δημιουργώντας, ωστόσο, σοβαρά ερωτήματα για τη δυναμική ανταγωνισμού και τις προκλήσεις που εγείρονται στο πλαίσιο του δικαίου ανταγωνισμού στον ψηφιακό τομέα.

Ο λόγος για τον οποίον δημιουργούνται σοβαρά ερωτήματα γύρω από τα ψηφιακά οικοσυστήματα και την οριοθέτηση αυτών, έγκειται ακριβώς στο ότι τα ψηφιακά οικοσυστήματα επειδή ακριβώς χαρακτηρίζονται από αλληλένδετες υπηρεσίες και προϊόντα, όπου οι ιδιοκτήτες τους, ως πυλωροί, μπορούν να ελέγχουν την πρόσβαση σε κρίσιμα δεδομένα και υποδομές, ενισχύουν σημαντικά τη θέση τους στην αγορά, περιορίζοντας ταυτόχρονα την είσοδο νέων παικτών σε αυτήν. Έτσι, μία εξαγορά, η οποία εκ πρώτης όψεως μπορεί να φαίνεται περιορισμένης σημασίας, ενδέχεται να λειτουργήσει ως μοχλός για τη συγκέντρωση εξουσίας στα χέρια λίγων εντός του ψηφιακού οικοσυστήματος. Ωστόσο, τα όρια μεταξύ αυτού που αντιλαμβανόμαστε ότι αποτελεί μια παραδοσιακή πολύπλευρη πλατφόρμα και του σημείου στο οποίο αυτή μεταμορφώνεται σε ένα ψηφιακό οικοσύστημα, είναι ρευστά. Αυτή η ασάφεια έρχεται σε αντίθεση με την παραδοσιακή οριοθέτηση μιας αντιμονοπωλιακής αγοράς, η οποία αρέσκεται να προσδιορίζει σαφή όρια μεταξύ των σχετικών

⁸³ Robertson, V.H.S.E. (2021). *Antitrust Market Definition for Digital Ecosystems*. σελ. 2. Άρθρο διαθέσιμο εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3844551.

⁸⁴ Fletcher A. (2020). *Digital competition policy: Are ecosystems different?*. DAF/COMP/WD(2020)96. σελ. 2. Μελέτη διαθέσιμη εις [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2020\)96/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2020)96/en/pdf).

⁸⁵ Jacobides, M.G. and Lianos, I. (2021). *Ecosystems and competition law in theory and practice*. σελ. 10. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3772366.

⁸⁶ Petropoulos, G. (2020). *Competition Economics of Digital Ecosystems*. DAF/COMP/WD(2020)91. σελ. 5. Μελέτη διαθέσιμη εις [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2020\)91/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2020)91/en/pdf).

αγορών που χρησιμεύουν για τον υπολογισμό των μεριδίων αγοράς σε αυτές τις αγορές.

Ένα ψηφιακό οικοσύστημα θέλει να ενσωματωθεί στη ζωή των χρηστών του με τέτοιο τρόπο, ώστε το οικοσύστημα να γίνει απαραίτητο για τους χρήστες του – οδηγώντας σε single-homing για μεμονωμένες λειτουργίες και στον χρήστη που βασίζεται στο ίδιο οικοσύστημα για διάφορες ανάγκες. Αυτό που βοηθάει τα πιο εκτεταμένα ψηφιακά οικοσυστήματα είναι η εξάρτησή τους από τα δεδομένα των χρηστών για διάφορες υπηρεσίες, μια εισροή που μπορεί να είναι επωφελής με πολλαπλούς τρόπους⁸⁷. Η εξαγορά μιας καινοτόμου επιχείρησης που θα μπορούσε να δημιουργήσει ένα ανταγωνιστικό οικοσύστημα πρέπει πάντοτε να εξετάζεται από την Επιτροπή ως ενδεχόμενη απειλή για την καινοτομία και τον ανταγωνισμό, με κριτήριο όχι μόνο την παρούσα κατάσταση της αγοράς, αλλά και τη δυναμική της μελλοντικής ανάπτυξης.

Η πολύπλευρη φύση των ψηφιακών οικοσυστημάτων καθιστά δύσκολη την αξιολόγησή τους. Από τη μία πλευρά, τα ψηφιακά οικοσυστήματα οδηγούν σε μυριάδες καινοτομίες τόσο από τον ιδιοκτήτη του οικοσυστήματος όσο και από τους διάφορους εμπλεκόμενους συμπληρωματικούς. Από την άλλη, αυτή η καινοτομία μπορεί συχνά να ελλοχεύει τον κίνδυνο για την εδραίωση δεσποζουσών θέσεων του οικοσυστήματος και την επέκτασή τους σε γειτονικές αγορές.

Συνεπώς, κατά την αξιολόγηση από την Επιτροπή μιας πιθανώς βλαπτικής για τον ανταγωνισμό εξαγοράς στον ψηφιακό τομέα, τίθεται στο επίκεντρο η έννοια του ψηφιακού οικοσυστήματος και η ορθή οριοθέτηση αυτού. Ταυτόχρονα δε, τίθεται στο επίκεντρο και η συζήτηση για αναπροσαρμογή των εργαλείων αξιολόγησης από την Επιτροπή προκειμένου να επιτυγχάνεται μια πιο ευέλικτη προσέγγιση, που θα είναι ικανή να εντοπίζει εν τη γενέσει τους φαινόμενα εξοντωτικών εξαγορών.

3.3.4.2. Φάσεις, χρονοδιάγραμμα και βασικά δικαιώματα εμπλεκομένων κατά το στάδιο αυτό

Η Επιτροπή, αφού ορίσει τη σχετική αγορά, οφείλει να αξιολογήσει τις ανταγωνιστικές σχέσεις που επικρατούν εντός αυτής, στα μερίδια αγοράς, στην ίδρυση ή ισχυροποίηση δεσπόζουσας θέσης από κάποια εκ των εμπλεκομένων στη σχεδιαζόμενη εξαγορά επιχειρήσεων κ.α.. Στοιχείο που εκτιμάται δεόντως αποτελεί και η τυχόν πιθανότητα, αν θα μπορεί η απορροφώσα επιχείρηση μετά την εξαγορά, να λειτουργεί ανεξάρτητα από τους προμηθευτές και τους πελάτες

⁸⁷ Bourreau, M. και de Stree, A. (2019). *Digital Conglomerates and EU Competition Policy*. σελ. 9-10. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3350512.

της, ήτοι στοιχείο που συνδέεται με τη θεμελίωση δεσπόζουσας θέσης στη σχετική αγορά.

Η αξιολόγηση μιας συγκέντρωσης από την Επιτροπή διακρίνεται σε δύο φάσεις. Η πρώτη φάση, που συνιστά ένα προκαταρκτικό στάδιο, θα πρέπει να ολοκληρωθεί εντός εικοσιπέντε εργασιμών ημερών από την ημερομηνία λήψης της κοινοποίησης ή από την ημερομηνία παραλαβής πλήρους πληροφόρησης, εφόσον οι παρασχεθείσες πληροφορίες για τη συγκέντρωση είναι ελλιπείς⁸⁸. Δυνατότητα παράτασης δέκα ημερών παρέχεται, είτε εφόσον η Επιτροπή λάβει αίτημα παραπομπής, είτε εφόσον οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις υποβάλουν δεσμεύσεις με σκοπό να καταστήσουν τη συγκέντρωση συμβατή με την κοινή αγορά. Με την ολοκλήρωση της πρώτης φάσης, η Επιτροπή μπορεί να εκδώσει απόφαση είτε περί μη αρμοδιότητας περί μη πλήρωσης των κριτηρίων για έλεγχο⁸⁹, είτε εξουσιοδοτική απόφαση σε περίπτωση που διαπιστώσει ότι δεν υφίστανται σοβαρές ανησυχίες για την κοινή αγορά από την υπό κρίσιν συγκέντρωση⁹⁰, είτε να δώσει διά αποφάσεως το έναυσμα για την έναρξη της δεύτερης βάσης, ήτοι του εις βάθος ελέγχου, εάν διαπιστωθεί ότι η υπό κρίσιν συγκέντρωση εγείρει σοβαρές αμφιβολίες ως προς την συμβατότητα με την κοινή αγορά⁹¹.

Συνεπώς, η διερεύνηση της δεύτερης φάσης άρχεται μόλις η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διαπιστώσει σοβαρές αμφιβολίες για τη συμβατότητα της υπό διερεύνηση συγκεντρώσεως για το μέλλον του ενωσιακού ανταγωνισμού. Η έρευνα σε αυτό το στάδιο από την Επιτροπή θα πρέπει να ολοκληρωθεί εντός ενενήντα ημερών με δυνατότητα παρατάσεως, εφόσον η υπόθεση παρουσιάζει σημαντική πολυπλοκότητα ή οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις παράσχουν δεσμεύσεις, προκειμένου να καθησυχάσουν τις ανησυχίες της Επιτροπής. Κατά αυτό το στάδιο, τα μέρη διαθέτουν ορισμένα αυξημένα δικαιώματα, όπως, μεταξύ άλλων, πρόσβαση στον φάκελο της υπόθεσης, δυνατότητα αιτιολογημένης απάντησης στις αντιρρήσεις της Επιτροπής, συμμετοχή σε προφορική ακρόαση κ.α.. Ακόμα, τρίτα μέρη με *εύλογο ενδιαφέρον* μπορούν επίσης να συμμετάσχουν υποβάλλοντας τις προτάσεις τους.

3.3.5. Απόφαση της Επιτροπής

Η δεύτερη φάση ολοκληρώνεται με την έκδοση απόφασης από την Επιτροπή επί της υπό κρίσιν υποθέσεως. Σε περίπτωση που δεν ληφθεί απόφαση εντός του προκαθορισμένου χρονικού πλαισίου, τότε η υπόθεση θεωρείται αυτομάτως συμβατή με το δίκαιο του ανταγωνισμού. Περαιτέρω, σε περίπτωση

⁸⁸ Κανονισμός 139/2004 του Συμβουλίου, αρ. 10, παρ. 1.

⁸⁹ Κανονισμός 139/2004 του Συμβουλίου, αρ. 10 παρ. 1 περ. α'.

⁹⁰ Κανονισμός 139/2004 του Συμβουλίου, αρ. 10 παρ. 1 περ. β'.

⁹¹ Κανονισμός 139/2004 του Συμβουλίου, αρ. 10 παρ. 1 περ. γ'.

που διαπιστωθεί δόλος ή ανακρίβεια στα προσκομισθέντα από τα μέρη στοιχεία, τότε η απόφαση δύναται να ανακληθεί και να ξεκινήσει εκ νέου νέα διαδικασία διερεύνησης της υποθέσεως.

Η... πιο απλή περίπτωση είναι να αποφανθεί η Επιτροπή ότι η σχεδιαζόμενη συγκέντρωση είναι εξαιρετικά δύσκολο να πλήξει σοβαρά τον ανταγωνισμό επιφέροντας δυσμενείς συνέπειες για την καινοτομία, την ανάπτυξη και την ευημερία των καταναλωτών. Σε μια τέτοια περίπτωση, η Επιτροπή δίνει το *πράσινο φως* και η εξαγορά μπορεί να προχωρήσει κανονικά δίχως την επιβολή όρων⁹².

Σε διαφορετική περίπτωση, εφόσον η Επιτροπή κρίνει ότι η συγκέντρωση προκαλεί κάποιες σοβαρές και διόλου αμελητέες ανησυχίες για το μέλλον του υγιούς ανταγωνισμού στη σχετική αγορά, τότε μπορεί να προβεί σε διάφορες ενέργειες, όπως, μεταξύ άλλων, στην αναζήτηση πρόσθετων πληροφοριών σε σχέση με τη συναλλαγή ή/και στην λήψη υπ' όψιν ορισμένων διορθωτικών ενεργειών⁹³. Ασφαλώς, μπορεί, εν τέλει η Επιτροπή να αποφανθεί ότι η σχεδιαζόμενη εξαγορά δεν θα πρέπει να προχωρήσει, απαγορεύοντας κάθε περαιτέρω ενέργεια σε σχέση με αυτήν, εφόσον αυτή θεωρηθεί επικίνδυνη για τον ανταγωνισμό με περαιτέρω δυσμενείς συνέπειες⁹⁴. Στην τελευταία αυτήν περίπτωση, τα εμπλεκόμενα μέρη έχουν το δικαίωμα να προσβάλουν δικαστικά την απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, εάν κρίνουν ότι αυτή περιέχει αδικαιολόγητα νομικά σφάλματα.

Συνεπώς, η τελική κρίση της Επιτροπής εξαρτάται από το πόσο σοβαρές εκτιμά πως είναι οι επιπτώσεις στον ανταγωνισμό, όπως αυτές θα διαμορφωθούν, εφόσον λάβει χώρα η υπό κρίσιν συγκέντρωση. Εάν η συναλλαγή που τίθεται υπό διερεύνηση εγκυμονεί σοβαρούς κινδύνους για το δίκαιο του ανταγωνισμού η Επιτροπή έχει κάθε δικαίωμα να απορρίψει πλήρως τη συναλλαγή. Από την άλλη, εάν, η υπό κρίσιν εξαγορά γεννά, απλώς, κάποιες ήσσονος σημασίας ανησυχίες στην Επιτροπή, τότε η συναλλαγή μπορεί να υλοποιηθεί με τη λήψη ορισμένων διορθωτικών παρεμβάσεων που θα κρίνει η Επιτροπή ως εύλογες και κατάλληλες. Επί πλέον, κατά την εκτίμηση αν μία συγκέντρωση είναι συμβατή με την κοινή αγορά λαμβάνονται υπόψη οι τροποποιήσεις που επέφεραν οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις. Οι τροποποιήσεις αυτές έχουν τη μορφή *δεσμεύσεων* (commitments). Με τον τρόπο αυτόν,

⁹² Κανονισμός 139/2004 του Συμβουλίου, αρ. 8 παρ. 1.

⁹³ Μικρουλέα, Α. (2012). *Η ανταγωνιστική δραστηριότητα και η προστασία της*. 21ο Πανελλήνιο Συνέδριο Εμπορικού Δικαίου. Νομική Βιβλιοθήκη. σελ. 244 επ. όπου αναφέρονται τα είδη των διορθωτικών μέτρων. Ειδικότερα, τα διορθωτικά μέτρα που μπορεί να επιβάλει η Επιτροπή στο πλαίσιο ελέγχου των συγκεντρώσεων διακρίνονται σε δύο είδη. Σε διαρθρωτικά μέτρα και σε μέτρα συμπεριφοράς.

⁹⁴ Κανονισμός 139/2004 του Συμβουλίου, αρ. 8 παρ. 3.

παρέχεται στις επιχειρήσεις η δυνατότητα να επιτύχουν την έγκριση μίας κατ' αρχάς απαγορευμένης συγκέντρωσης^{95,96,97}.

Η σημασία δε των αποφάσεων της Επιτροπής καθίσταται ιδιαίτερος κρίσιμη, όταν το αντικείμενο της συναλλαγής εντάσσεται στο πεδίο του ψηφιακού τομέα. Έτσι, η Επιτροπή, όταν πρόκειται για μια εξαγορά στο ταχέως αναπτυσσόμενο οικοσύστημα των νεοφυών επιχειρήσεων, οφείλει να είναι ιδιαίτερος προσεκτική, καθώς καλείται να σταθμίσει κρίσιμους και δυσαπόδεικτους παράγοντες με φόντο την ανάπτυξη της οικονομίας, της καινοτομίας και της εν γένει ευημερίας των καταναλωτών. Η σπουδαία αξία του εγχειρήματος αυτού καθίσταται έτι περαιτέρω προφανής, όταν το διακύβευμα είναι, ακριβώς, νεοφυείς επιχειρήσεις που επιδιώκουν να εισφέρουν στη σχετική αγορά δραστηριοποιήσεώς τους καινοτόμα τεχνολογικά αγαθά και υπηρεσίες, τα οποία σχεδόν πάντοτε αποτελούν δυνητική απειλή για τις εδραιωμένες στην εκάστοτε σχετική αγορά επιχειρήσεις.

3.4. Digital Markets Act (DMA)

Η Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές^{98,99} αποτελεί μια από τις θεμελιώδεις ρυθμιστικές πρωτοβουλίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και για τον λόγο αυτόν κρίνεται απαραίτητη μια, έστω σύντομη, επισκόπησή της καθ' ότι σχετίζεται άμεσα με τον ανταγωνισμό στις ψηφιακές αγορές. Αυτός, άλλωστε, είναι και ο κύριος στόχος του εν λόγω Κανονισμού, ήτοι η διασφάλιση του υγιούς ανταγωνισμού στον χώρο των ψηφιακών πλατφορμών με πρόνοια να περιοριστούν καταχρηστικές πρακτικές μεγάλων ψηφιακών πλατφορμών, οι οποίοι θεωρούνται πυλωροί¹⁰⁰.

⁹⁵ Κανονισμός 139/2004 του Συμβουλίου, αρ. 8 παρ. 2.

⁹⁶ Κινινή, Έ. (2007). *Οι αποφάσεις δέσμευσης στο δίκαιο του ανταγωνισμού*. Χρονικά Ιδιωτικού Δικαίου. Ιούνιος 2007. σελ. 561 επ..

⁹⁷ Τριανταφυλλάκης, Γ. (2019). *Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού*. Νομική Βιβλιοθήκη. 4^η Έκδοση. σελ. 317-318, όπου αναφέρεται ακριβώς ότι «[κ]ατά την έρευνα μιας συγκέντρωσης η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και, αντίστοιχα, η Ελληνική Επιτροπή Ανταγωνισμού, είναι εκείνη που πρέπει να αποδείξει ότι η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση μπορεί να παρακωλύσει τη λειτουργία του ανταγωνισμού. Η Επιτροπή ανακοινώνει στα μέρη τα προβλήματα ανταγωνισμού που την απασχολούν, ώστε εκείνα να μπορέσουν να διατυπώσουν προτάσεις κατάλληλων και αντίστοιχων διορθωτικών μέτρων. Ακολούθως, εναπόκειται στις συμμετέχουσες επιχειρήσεις να προτείνουν κατάλληλες και επαρκείς δεσμεύσεις, ώστε να αρθούν οι ανησυχίες της Επιτροπής για τις ενδεχόμενες επιπτώσεις της συγκέντρωσης. Εάν τα μέρη δεν προτείνουν εγκαίρως διορθωτικά μέτρα κατάλληλα να εξαλείψουν τα προβλήματα ανταγωνισμού, η μόνη επιλογή της Επιτροπής είναι να απαγορεύσει τη γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση».

⁹⁸ Κανονισμός αριθ. 2022/1925 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 14^{ης} Σεπτεμβρίου 2022 σχετικά με διεκδικήσιμες και δίκαιες αγορές στον ψηφιακό τομέα και για την τροποποίηση των οδηγιών (ΕΕ) 2019/1937 και (ΕΕ) 2020/1828 («Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές»).

⁹⁹ Στο εξής, χάριν συντομίας, ο εν λόγω Κανονισμός θα αναφέρεται απλώς ως «DMA».

¹⁰⁰ Ο αγγλικός όρος κατά το αρ. 2 παρ. 1 του Κανονισμού είναι «gatekeeper».

Ο DMA επιδιώκει να συστήσει ένα δίκαιο περιβάλλον για τις ψηφιακές αγορές, προάγοντας την καινοτομία και την ανάπτυξη, δίνοντας βήμα σε μικρότερες και χαμηλότερης ισχύος επιχειρήσεις να αναπτυχθούν, χωρίς κάτι τέτοιο να εμποδίζεται από την κυριαρχία των εδραιωμένων στην αγορά ψηφιακών πλατφορμών. Για να επιτευχθεί αυτός ο δύσκολος στόχος, ο DMA επιχειρεί να θέσει απροσπέλαστους φραγμούς σε φαινόμενα, όπως είναι εκείνα των εξοντωτικών εξαγορών μέσα από υποχρεώσεις που επιβάλλει σε εταιρείες – πυλωρούς, και, ιδίως, μέσω ενός νέου καθεστώτος κοινοποίησης των συγχωνεύσεων και των εξαγορών.

Είναι γεγονός ότι ο χώρος της τεχνολογίας δεν χαρακτηρίζεται από τεράστιο αριθμό εταιρειών που δραστηριοποιούνται στον τομέα αυτόν. Οι μεγάλες δε εξ αυτών εταιρείες, είναι πανταχού παρούσες με αποτέλεσμα να επηρεάζουν σημαντικά τις ζωές μας, αφού οι καταναλωτές παγκοσμίως δεν έχουν ευρύ πεδίο επιλογών¹⁰¹.

Η παντοδύναμη κυριαρχία της GAFAM φαίνεται και με αριθμούς. Συγκεκριμένα, πάνω από το 90% των Ευρωπαίων χρηστών χρησιμοποιούν τη Google ως κύρια μηχανή αναζήτησής τους¹⁰². Η Amazon από την πλευρά της καλύπτει περίπου το 14% του ψηφιακού λιανικού εμπορίου σε παγκόσμιο επίπεδο¹⁰³. Σχεδόν ο μισός πληθυσμός της Γης (!) είναι ενεργός στις ψηφιακές πλατφόρμες της Meta, όπως είναι το WhatsApp, το Instagram, το Messenger¹⁰⁴. Η ψηφιακή οικονομία λοιπόν, φαίνεται να συγκεντρώνεται στα χέρια λίγων και ισχυρών εταιρειών, οι οποίες ελέγχουν σημαντικούς τομείς της σύγχρονης οικονομίας, επιβάλλοντας έτσι τους δικούς τους, εν πολλοίς, αθέμιτους όρους στους χρήστες τους. Με αυτά τα δεδομένα ως γενεσιουργές αιτίες, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αποφάσισε να αναλάβει δράση, θεσπίζοντας τον DMA με σκοπό ακριβώς να ελεγχθούν οι μεγάλες ψηφιακές πλατφόρμες και με αυτόν τον τρόπο να ανοίξει η αγορά¹⁰⁵. Μέσα από τη βασική προσέγγιση της Επιτροπής, η οποία

¹⁰¹ Fernandez, R., Klinge, T., Hendrikse, R. και Andriaans I. (2021). *How Big Tech Is Becoming the Government*. Όπου είναι χαρακτηριστικό πως στο φαινόμενο αυτό έχει δοθεί και όνομα, ήτοι «*Big Technification of Everything*». Άρθρο διαθέσιμο εις <https://tribunemag.co.uk/2021/02/how-big-tech-became-the-government>.

¹⁰² StatCounter Global Stats. (2024). *Search Engine Market Share Europe*. Στατιστικά δεδομένα διαθέσιμα εις <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/europe>.

¹⁰³ Chevalier, S. (2023). *Global Amazon online retail sales market share 2016-2019*. Στατιστικά δεδομένα διαθέσιμα εις <https://www.statista.com/statistics/955796/global-amazon-e-commerce-market-share/#:~:text=This%20statistic%20presents%20the%20global,worldwide%20retail%20e-commerce%20sales>.

¹⁰⁴ Dixon, S.J. (2023). *Facebook global community MAU 2020*. Στατιστικά δεδομένα διαθέσιμα εις <https://www.statista.com/statistics/947869/facebook-product-mau>.

¹⁰⁵ Τούτο δε υπονοείται και από την υπ' αριθ. 11 αιτιολογική σκέψη του DMA όπου αναφέρεται χαρακτηριστικά ότι «[ο] παρών κανονισμός επιδιώκει έναν σκοπό συμπληρωματικό μεν αλλά διαφορετικό από εκείνον της προστασίας του ανόθευτου ανταγωνισμού σε οποιαδήποτε δεδομένη αγορά, υπό την έννοια του δικαίου ανταγωνισμού, ο οποίος συνίσταται στη διασφάλιση της δυνατότητας διεκδίκησης και του δίκαιου χαρακτήρα των αγορών στις οποίες υπάρχουν πυλωροί, ανεξάρτητα από τις πραγματικές, δυνατές ή εικαζόμενες επιπτώσεις της συμπεριφοράς ενός

θεωρεί ότι μια πρακτική είναι αθέμιτη, όταν ο πυλωρός αποκτά δυσανάλογο πλεονέκτημα¹⁰⁶, επιδιώκεται να διασφαλισθεί ακριβώς ότι όλοι οι παράγοντες της αγοράς έχουν την ικανότητα να καρπώνονται τα οφέλη που προκύπτουν από τις καινοτόμες ή άλλες προσπάθειές τους¹⁰⁷.

Εκ προοιμίου, θα πρέπει να διευκρινισθεί προς αποφυγή κάθε πιθανής παρανόησης ότι ο DMA δεν εισήχθη στο ενωσιακό θεσμικό γίγνεσθαι με σκοπό να επεκταθεί το δίκαιο του ανταγωνισμού, αλλά αποσκοπεί στην στοχευμένη αντιμετώπιση μιας σειράς ζητημάτων, που το κοινό δίκαιο του ανταγωνισμού αδυνατεί. Συνεπώς, ο DMA λειτουργεί απλώς συμπληρωματικά στις λοιπές ενωσιακές ρυθμίσεις του δικαίου του ανταγωνισμού, το οποίο επιτρέπει κάποιες συνέργειες με τον έλεγχο συγκεντρώσεων αλλά και με τον μηχανισμό παραπομπής του άρθρου 22 του Κανονισμού 139/2004, δεδομένου ότι ο DMA στο άρθρο 14 υποχρεώνει τον πυλωρό να «*ενημερώνει την Επιτροπή για κάθε σχεδιαζόμενη συγκέντρωση κατά την έννοια του άρθρου 3 του Κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004, σε περίπτωση που οι συγχωνευόμενες οντότητες ή το αντικείμενο της συγκέντρωσης παρέχουν βασικές υπηρεσίες πλατφόρμας ή οποιοσδήποτε άλλες υπηρεσίες στον ψηφιακό τομέα ή καθιστούν δυνατή τη συλλογή δεδομένων, ανεξάρτητα από το αν συντρέχουν οι προϋποθέσεις κοινοποίησής της στην Επιτροπή δυνάμει του εν λόγω κανονισμού ή σε αρμόδια εθνική αρχή ανταγωνισμού σύμφωνα με εθνικούς κανόνες για τις συγκεντρώσεις*». Βάσει των πληροφοριών αυτών, η Επιτροπή θα μπορεί να καλέσει τα ενδιαφερόμενα κράτη μέλη να κάνουν χρήση του μηχανισμού παραπομπής.

Πιο αναλυτικά, στον Κανονισμό γίνεται αναφορά στην έννοια των πυλωρών. Στην έννοια αυτή εντάσσονται επιγραμμικές πλατφόρμες, μηχανές αναζήτησης, κοινωνικά δίκτυα και λοιπές υπηρεσίες. Τίθενται δε και κάποια αριθμητικά κριτήρια¹⁰⁸ προκειμένου να διασφαλισθεί ότι δεν θα πλήττονται από τις αυστηρές προϋποθέσεις του Κανονισμού μικρότερες επιχειρήσεις. Οι πλατφόρμες λοιπόν θα πρέπει να έχουν ετήσιο κύκλο εργασιών τουλάχιστον 7,5 δισεκατομμύρια ευρώ ή μέση χρηματιστηριακή αξία, τουλάχιστον 75 δισεκατομμυρίων ευρώ. Περαιτέρω, θα πρέπει να διαθέτουν τουλάχιστον 45 εκατομμύρια ενεργούς χρήστες μηνιαίους και 10 χιλιάδες ετήσιους ενεργούς χρήστες εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η κρισιμότερη όμως προϋπόθεση για την οριοθέτηση της έννοιας του πυλωρού είναι εκείνη της εδραιωμένης θέσεως στην αγορά, δυνάμει της οποίας η επιχείρηση θα πρέπει να διατηρεί σταθερή θέση στην αγορά, κριτήριο το οποίο θα αξιολογείται με βάση τα προαναφερθέντα δύο κριτήρια και εντός του χρονικού πλαισίου των τελευταίων τριών ετών.

συγκεκριμένου πυλωρού που καλύπτεται από τον παρόντα κανονισμό στον ανταγωνισμό σε μια δεδομένη αγορά».

¹⁰⁶ Κανονισμός αριθ. 2022/1925. (DMA). Αιτιολ. παρ. 33.

¹⁰⁷ Κανονισμός αριθ. 2022/1925. (DMA). ό.π..

¹⁰⁸ Κανονισμός αριθ. 2022/1925. (DMA). ό.π. αρ. 3 παρ. 2.

Σημειωτέον ότι, εάν η Επιτροπή διαπιστώσει πως μια εταιρεία κατέχει θέση πυλωρού, τότε δεν χρειάζεται να ορίσει τη σχετική αγορά και να αποδείξει ότι ο εν λόγω πυλωρός κατέχει δεσπίζουσα θέση ή προβαίνει σε πράξεις που χαρακτηρίζονται από αντιανταγωνιστική συμπεριφορά¹⁰⁹.

Καθίσταται επομένως σαφές ότι ο ενωσιακός νομοθέτης θέλησε με αυτόν τον τρόπο να εντάξει όσο το δυνατόν μεγαλύτερο φάσμα ψηφιακών πλατφορμών, προκειμένου να είναι σχεδόν αδύνατον να διαφύγουν του ελέγχου υπηρεσίες που ελέγχουν μεγάλοι τεχνολογικοί κολοσσοί, όπως η GAFAM.

Σε επόμενο βήμα, εφόσον δηλαδή η Επιτροπή διαπιστώσει πως μια ψηφιακή πλατφόρμα μπορεί να ορισθεί ως πυλωρός, γίνεται απαραίτητη στην απόφαση ορισμού απασών των σχετικών βασικών υπηρεσιών πλατφόρμας που η εν λόγω επιχείρηση παρέχει¹¹⁰. Από αυτό το χρονικό σημείο η εν λόγω επιχείρηση – πυλωρός διαθέτει έξι μήνες, προκειμένου να συμμορφωθεί με τις κύριες υποχρεώσεις που ορίζει ο DMA. Στις υποχρεώσεις αυτές¹¹¹ εντάσσονται αντιανταγωνιστικές ή/και αθέμιτες συμπεριφορές, όπως, όλως ενδεικτικώς, συμπεριφορές που θα είχαν ως αποτέλεσμα να αποκλείσουν δυνητικούς ανταγωνιστές από την αγορά, συμπεριφορές που θα είχαν ως στόχο ή αποτέλεσμα να εδραιώσουν έτι περισσότερο τη θέση των πυλωρών στην αγορά, συμπεριφορές που θέτουν φραγμούς εισόδου στη σχετική αγορά κ.α..

Στο σημείο που θα πρέπει να δοθεί περισσότερη έμφαση, καθ' ότι συνδέεται στενά με το ζήτημα που πραγματεύεται η παρούσα, είναι ότι ο DMA θέτει κάποιες σοβαρές υποχρεώσεις στους πυλωρούς. Συγκεκριμένα, οι πυλωροί υποχρεούνται να αναφέρουν κάθε σχεδιαζόμενη συγκέντρωση «σε περίπτωση που οι συγχωνευόμενες οντότητες ή το αντικείμενο της συγκέντρωσης παρέχουν βασικές υπηρεσίες πλατφόρμας ή οποιεσδήποτε άλλες υπηρεσίες στον ψηφιακό τομέα ή καθιστούν δυνατή τη συλλογή δεδομένων ανεξάρτητα από το αν συντρέχουν οι προϋποθέσεις κοινοποίησής της στην Επιτροπή δυνάμει του εν λόγω κανονισμού ή σε αρμόδια εθνική αρχή ανταγωνισμού σύμφωνα με εθνικούς κανόνες για τις συγκεντρώσεις»¹¹². Βάσει των πληροφοριών αυτών, η Επιτροπή θα μπορεί να καλέσει τα ενδιαφερόμενα κράτη – μέλη, να κάνουν χρήση του μηχανισμού παραπομπής¹¹³. Η Επιτροπή ενημερώνεται για την εν λόγω συγκέντρωση μετά τη σύναψη της συμφωνίας, αλλά σε κάθε περίπτωση, πριν την πραγματοποίησή της¹¹⁴. Στο πλαίσιο της εν λόγω γνωστοποίησης, ο πυλωρός παρέχει στην Επιτροπή άπασες εκείνες τις πληροφορίες που συνδέονται με τη συγκεκριμένη συγκέντρωση, όπως είναι το αντικείμενο της δραστηριότητας, η

¹⁰⁹ Komninos, A. (2022). *The Digital Markets Act (DMA) goes live*. Άρθρο διαθέσιμο εις <https://www.whitecase.com/insight-alert/digital-markets-act-dma-goes-live>.

¹¹⁰ Κανονισμός αριθ. 2022/1925. (DMA). ό.π. αρ. 3 παρ. 9.

¹¹¹ Κανονισμός αριθ. 2022/1925. (DMA). ό.π. αρ. 5, 6 και 7.

¹¹² Κανονισμός αριθ. 2022/1925. (DMA). ό.π. αρ. 14 παρ. 1.

¹¹³ Τζουγανάτος, Δ. (2024). *Οι στόχοι της πολιτικής ανταγωνισμού στην εποχή της ψηφιακής οικονομίας*. Χρονικά Ιδιωτικού Δικαίου. Ιούνιος - Ιούλιος 2024. σελ. 406 επ..

¹¹⁴ Κανονισμός αριθ. 2022/1925. (DMA). ό.π..

αξία της συναλλαγής, το σκεπτικό πίσω από τη σχεδιαζόμενη συγκέντρωση κ.α.. Σκοπός της Επιτροπής είναι, αφού συλλέξει όλα αυτά τα στοιχεία, να είναι σε θέση να αξιολογήσει με τη μέγιστη δυνατή ακρίβεια, εάν η υπό διερεύνηση συγκέντρωση έχει προθέσεις που αντίκεινται στις αρχές του υγιούς και ανόθευτου ανταγωνισμού.

Ασφαλώς, ο DMA επιφυλάσσει και μια σειρά από βαριές κυρώσεις για τους πυλωρούς που δεν συμμορφώνονται με τις εν λόγω υποχρεώσεις. Πράγματι, η Επιτροπή δύναται να επιβάλει πρόστιμα στον πυλωρό που δεν υπερβαίνουν το 10% του συνολικού παγκόσμιου κύκλου εργασιών του τελευταίου οικονομικού έτους¹¹⁵. Μάλιστα, εάν ο πυλωρός δεν συμμορφωθεί επανειλημμένα με τις ορισθείσες στον παρόντα Κανονισμό υποχρεώσεις, η Επιτροπή δύναται να αυξήσει το ως άνω ποσοστό και το ύψος του προστίμου να αγγίξει έως και 20% του παγκόσμιου κύκλου εργασιών¹¹⁶. Βέβαια, η Επιτροπή μπορεί να λάβει και ηπιότερα μέτρα διορθωτικού χαρακτήρα, καθώς και να απαγορεύσει εξ ολοκλήρου την πραγματοποίηση της εκάστοτε υπό κρίσιν εξαγοράς. Δεδομένης δε, της ολοένα αυξανόμενης επικράτησης των εξοντωτικών εξαγορών στον ψηφιακό τομέα, τα μέτρα των κυρώσεων, όπως αυτά προβλέπονται στον DMA, μπορούν να διαδραματίσουν σπουδαίο συμπληρωματικό ρόλο στο έργο που επιτελεί ο θεσμός της παραπομπής κατά το άρθρο 22 του Κανονισμού 139/2004¹¹⁷.

Αναντίρρητα, ο DMA αποτελεί ένα καίριο βήμα προς τη σωστή κατεύθυνση για τη ρύθμιση και τον έλεγχο των συγκεντρώσεων στον ψηφιακό τομέα. Πράγματι, δυνάμει του DMA επήλθαν ορισμένες ουσιαστικές αλλαγές στο κανονιστικό πλαίσιο που διέπει τις εν λόγω συγκεντρώσεις, με κρισιμότερη εκείνη της εκ των προτέρων κοινοποιήσεως της σχεδιαζόμενης εξαγοράς στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Ταυτόχρονα, οι ισχυρές κυρώσεις που δύναται να επιβάλει η Επιτροπή λειτουργούν ως αποτρεπτικός παράγοντες για τους πυλωρούς να παραβιάσουν τις απορρέουσες από τον DMA υποχρεώσεις τους. Έτσι, ο συνδυασμός ρυθμίσεων, όπως είναι αυτός της εκ των προτέρων κοινοποιήσεως, καθώς και οι σημαντικές κυρώσεις που δύναται να επιβληθούν, ενισχύει σημαντικά τη δυνατότητα της Επιτροπής να ελέγχει προληπτικά και κατασταλτικά αντιανταγωνιστικές συμπεριφορές εδραιωμένων στην ψηφιακή αγορά επιχειρήσεων, αποτρέποντας, κατά το δυνατόν, την περαιτέρω συγκέντρωση ισχύος αυτών.

Ωστόσο, είναι οι ρυθμίσεις αυτές αρκετές προκειμένου να περιορισθούν οι αθέμιτες πρακτικές στις οποίες προβαίνουν οι τεχνολογικοί κολοσσοί; Οι

¹¹⁵ Κανονισμός αριθ. 2022/1925. (DMA). ό.π. αρ. 30 παρ. 1.

¹¹⁶ Κανονισμός αριθ. 2022/1925. (DMA). ό.π. αρ. 30 παρ. 2.

¹¹⁷ Bostoen, F. (2023). *Understanding the Digital Markets Act*. όπου ο Καθηγητής εκτιμά ότι ο συνδυασμός του DMA με τον Κανονισμό 139/2004 θα διευρύνει σημαντικά τη δικαιοδοσία της Επιτροπής στο έργο της για τον έλεγχο εξαγορών από πυλωρούς. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4440819.

εταιρείες – πυλωροί θα εναρμονισθούν με το νέο νομοθετικό πλαίσιο ή θα βρίσκουν τρόπους να το παρακάμπτουν; Οι σημαντικές κυρώσεις που μπορεί να επιβάλει η Επιτροπή, είναι, τελικώς, ικανές να λειτουργήσουν ως αποτρεπτικός μηχανισμός έναντι τυχόν εξοντωτικών εξαγορών; Τα ερωτήματα αυτά ασφαλώς και δεν επιδέχονται μονολεκτική απάντηση και σίγουρα δεν μπορούν να απαντηθούν με απόλυτη βεβαιότητα και ακρίβεια τη χρονική στιγμή που συγγράφονται αυτές οι γραμμές. Απαιτείται να παρέλθει σημαντικό χρονικό διάστημα και, βεβαίως, να δούμε πώς θα προσεγγίσει τις ρυθμίσεις αυτές και η Δικαιοσύνη στις φερόμενες ενώπιόν της υποθέσεις.

4. Περιπτώσεις εξαγορών από μεγάλες εταιρείες τεχνολογίας. Προώθηση καινοτομίας ή καταστολή ανταγωνισμού;

4.1. Εισαγωγικά

Κατανοούμε λοιπόν στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης ότι το φαινόμενο των εξοντωτικών εξαγορών από μεγάλες εταιρείες τεχνολογίας, όπως είναι η Google, η Amazon, η Microsoft κ.α., γεννούν σοβαρά και καίρια ερωτήματα αναφορικά με την επίδραση των εξαγορών αυτών στον ανταγωνισμό. Κυριότερο εκ των ερωτημάτων αυτών είναι το αν πράγματι οι τεχνολογικοί κολοσσοί μέσω τούτων των εξαγορών καταφέρνουν να διατηρήσουν τη δεσπόζουσα θέση τους ή αν μέσω των εξαγορών αυτών προωθείται η καινοτομία και η ανάπτυξη των νεοφυών επιχειρήσεων.

Η εύκολη απάντηση είναι πως οι εδραιωμένες στην ψηφιακή αγορά εταιρείες τεχνολογίας έχουν τη δυνατότητα να εξαγοράσουν δυναμικούς, αναδυόμενους και με σοβαρές προοπτικές ανταγωνιστές πριν οι τελευταίοι καταφέρουν να ωριμάσουν επιχειρηματικά και εξελιχθούν σε σοβαρούς παίκτες της αγοράς. Έτσι, παραδείγματα, όπως η εξαγορά των πλατφορμών του Instagram και του WhatsApp από τη Facebook, του YouTube από τη Google, γεννούν το ερώτημα, αν τελικά οι εν λόγω ψηφιακές πλατφόρμες θα είχαν καταφέρει πράγματι να αναδειχθούν σε ισχυρούς ανταγωνιστές, εάν είχαν παραμείνει ανεξάρτητες. Τέτοιες εξαγορές λοιπόν εγείρουν σοβαρούς προβληματισμούς ως προς το αν οι κινήσεις αυτές ενισχύουν την καινοτομία ή εμποδίζουν την ανάπτυξη εναλλακτικών και πρωτοπόρων τεχνολογιών για τους καταναλωτές.

Προκειμένου να εξάγουμε πιο ασφαλή συμπεράσματα, θα πρέπει να αναλογισθούμε τη σχετική αγορά εντός της οποίας πραγματοποιήθηκε η εκάστοτε υπό κρίσιν εξαγορά με και χωρίς την πραγματοποίησή της. Πώς θα διαμορφώνονταν οι σχέσεις ανταγωνισμού στη μία και στην άλλη περίπτωση; Το πλήθος των παρεχόμενων προϊόντων/υπηρεσιών θα παρέμενε το ίδιο ή θα είχε στη διάθεσή του περισσότερες εξ ίσου ανταγωνιστικές επιλογές ο καταναλωτής;

Η τεχνολογική πρόοδος θα ήκμαζε ή θα οριοθετείτο σε αυστηρώς ελεγχόμενα από την απορροφώσα εταιρεία πλαίσια; Αυτή η αβεβαιότητα που χαρακτηρίζει τη σχετική αγορά της επόμενης μέρας αποτελεί και την κύρια δυσκολία στην ανάλυση τόσο της σκοπιμότητας που υποκρύπτεται πίσω από κάθε εξαγορά όσο και των κινήτρων των μεγάλων εταιρειών που δραστηριοποιούνται στον ψηφιακό τομέα.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και επιμέρους αρχές ανταγωνισμού έχουν επιχειρήσει να αντιμετωπίσουν τις ως άνω προκλήσεις με διάφορες ρυθμιστικές παρεμβάσεις, όπως αυτές που παρουσιάστηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο. Ωστόσο, αρκετές εξαγορές δεν κατάφεραν να ελεγχθούν επαρκώς και εις βάθος, είτε γιατί δεν πληρούντο τα κατώτατα ποσοτικά όρια που έχουν θεσμοθετηθεί, είτε γιατί δεν ήταν εφικτό να προβλεφθούν τυχόν μελλοντικές επιπτώσεις των εξαγορών αυτών στην αγορά. Στο πλαίσιο αυτό, χαρακτηριστική είναι η εξαγορά του WhatsApp από το Facebook το 2014, μια περίοδο κατά την οποία το WhatsApp θεωρείτο μια εφαρμογή επικοινωνίας χωρίς τόσο σημαντική επιρροή στην αγορά, ενώ σήμερα έχει καταφέρει να αναδειχθεί ως μια από τις κυριότερες εφαρμογές επικοινωνίας. Αντίστοιχα, η Google το 2007 πρόβη σε μια στρατηγικής σημασίας εξαγορά. Συγκεκριμένα, η Google εξαγόρασε την DoubleClick και μέσα από την εξαγορά αυτήν, η οποία εγκρίθηκε από την Επιτροπή, η Google κατάφερε να επωφεληθεί σημαντικά, καθ' ότι κατάφερε να εδραιώσει ακόμα περισσότερο τη θέση της στον τομέα των ψηφιακών διαφημίσεων, καθιστώντας σχεδόν αδύνατη την είσοδο νέων παικτών στη σχετική αγορά.

Στο πλαίσιο των ως άνω προβληματισμών, επισκοπούνται στο παρόν κεφάλαιο παραδείγματα, μεταξύ άλλων, η εξαγορά του YouTube από τη Google το 2006 και του Instagram από το Facebook το 2012. Αν είχαν παραμείνει ανεξάρτητες οι εξαγορασθείσες ως άνω εταιρείες, θα είχαν επιτύχει άραγε, αφ' ενός το YouTube να ανταγωνισθεί τη Google στον τομέα των βίντεο παρακολούθησης και της ψηφιακής διαφήμισης και αφ' ετέρου το Instagram, να ανταγωνισθεί το Facebook στον χώρο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αντίστοιχα;

4.2. Περιπτώσεις εξαγορών από το Facebook

Σε μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που περιήλθαν στην Επιτροπή Δικαιοσύνης της Βουλής των Αντιπροσώπων των Η.Π.Α., ένα στέλεχος του Facebook δήλωσε ότι η εταιρεία θα δαπανά το 10-15% της αγοραίας αξίας της κάθε δύο χρόνια για να *θωρακίσει* τη θέση της Εταιρείας μέσω εξαγορών¹¹⁸. Μέσα

¹¹⁸ Alcantara, C., Schaul, K., De Vynck, G. και Albergotti, R. (2021). *How Big Tech Got so big: Hundreds of Acquisitions*. Washington Post., όπου, μεταξύ άλλων, αναφέρεται και η δήλωση της Jennifer Newstead, γενικής συμβούλου του Facebook, η οποία αναφέρει χαρακτηριστικά ότι

από αυτά τα μηνύματα αποκαλύπτεται και η ευρύτερη στρατηγική που ακολουθεί το Facebook, η οποία βασίζεται στη συστηματική εξαγορά μικρότερων εταιρειών με σκοπό την εδραίωση της θέσεως της εταιρείας στην αγορά. Οι εξαγορές του Instagram και του WhatsApp ξεχωρίζουν από την μακροσκελή λίστα εξαγορών, στις οποίες έχει προβεί η εν λόγω εταιρεία από της ιδρύσεώς της.

4.2.1. Facebook/WhatsApp

Πριν από δέκα χρόνια, το 2014, το Facebook προέβη σε μια εμφατική εξαγορά δια της οποίας η απορροφήσα εταιρεία – κολοσσός *έδειξε τα δόντια της* στους δυνητικούς και πραγματικούς ανταγωνιστές της. Συγκεκριμένα, το Facebook εξαγόρασε τη WhatsApp έναντι του αστρονομικού ποσού των 19 δισεκατομμυρίων δολαρίων. Η εξαγορά αυτή αποτέλεσε μια από τις πιο emblematicές εξαγορές στον ψηφιακό κόσμο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Μέσω αυτής της εξαγοράς το Facebook επεδίωξε να αποκτήσει πρόσβαση σε μια πλατφόρμα με 450 εκατομμύρια ενεργούς μηνιαίους χρήστες. Η εν λόγω πλατφόρμα παρουσίαζε ραγδαία ανάπτυξη, καθώς καθημερινά προστίθεντο σε αυτήν περί του ενός εκατομμυρίου νέοι χρήστες. Εξυπακούεται πως μια τέτοια εξαγορά άνοιξε τις συζητήσεις για πιθανή ενίσχυση της μονοπωλιακής θέσεως της εταιρείας Facebook με ανυπολόγιστες επιπτώσεις για τον ανταγωνισμό.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή επιλήφθηκε της υποθέσεως¹¹⁹ αναλαμβάνοντας να αξιολογήσει τις απορρέουσες από την εν λόγω εξαγορά επιπτώσεις. Δέον είναι να αναφερθεί στο σημείο αυτό ότι η συγκεκριμένη συγχώνευση δεν πληρούσε τα όρια κύκλου εργασιών με βάση τον Κανονισμό 139/2004 και έτσι ελέγχθηκε από την Επιτροπή, έπειτα από αίτημα του Facebook¹²⁰. Η πρώτη βασική προσέγγιση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής αφορούσε το γεγονός ότι το WhatsApp και το Facebook Messenger, ήτοι η πλατφόρμα του Facebook για ανταλλαγή μηνυμάτων, δεν αποτελούσαν άμεσους ανταγωνιστές. Επιπροσθέτως, κατά το κρίσιμο σκεπτικό της Επιτροπής, ο τομέας των επικοινωνιών είναι ένας πρόσφατος και ταχέως αναπτυσσόμενος, τομέας που χαρακτηρίζεται από συχνή είσοδο στην αγορά και σύντομους κύκλους καινοτομίας, κατά τους οποίους τα μεγάλα μερίδια αγοράς μπορεί να αποδειχθούν εφήμερα. Σε μια τέτοια δυναμική αγορά, η Επιτροπή θεωρεί ότι τα υψηλά μερίδια αγοράς δεν είναι απαραίτητα

«Ανταγωνιζόμαστε σκληρά πολλές άλλες υπηρεσίες σε όλον τον κόσμο. Καθώς το διαδίκτυο έχει αναπτυχθεί τα τελευταία 25 χρόνια, οι τρόποι με τους οποίους οι άνθρωποι μοιράζονται και επικοινωνούν έχουν εκραγεί χάρη στον δυναμικό ανταγωνισμό». Άρθρο διαθέσιμο εις <https://www.washingtonpost.com/technology/interactive/2021/amazon-apple-facebook-google-acquisitions>.

¹¹⁹ Υπόθεση COMP/M.7217. Facebook/WhatsApp. Απόφαση της Επιτροπής. (2014).

¹²⁰ Cremer, J., de Montjoye, Y., Schweitzer, H. (2019). *Competition policy for the Digital Era*. σελ. 119. Μελέτη διαθέσιμη εις <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/21dc175c-7b76-11e9-9f05-01aa75ed71a1/language-en>.

ενδεικτικά ισχύος στην αγορά και, ως εκ τούτου, αποδεικτικά μόνιμης ζημίας στον ανταγωνισμό¹²¹. Μάλιστα, το γεγονός ότι στην αγορά επικρατούσαν κι άλλες πλατφόρμες ανταλλαγής μηνυμάτων, όπως είναι το Viber, το Skype, το Line και οι οποίες χαρακτηρίζονταν από χαμηλό κόστος επικοινωνίας, οδήγησε την Επιτροπή στο συμπέρασμα ότι οι χρήστες είχαν εναλλακτικές επιλογές και επομένως δεν υπήρχε λόγος να επιβληθεί απαγόρευση της εν λόγω εξαγοράς, ούτε να επιβληθούν σχετικοί περιορισμοί.

Η διαδικτυακή διαφήμιση επίσης τέθηκε στο επίκεντρο της έρευνας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η WhatsApp διέθετε κάποια δεδομένα χρηστών, όπως είναι ο αριθμός κινητού τηλεφώνου, το όνομα χρήστη κ.λπ., τα οποία η Επιτροπή τα αξιολόγησε ως μη αξιοποιήσιμα για διαφημιστικούς σκοπούς. Μάλιστα, το Facebook διαβεβαίωσε ότι δεν θα αξιοποιήσει τα δεδομένα αυτά για διαφημιστικούς σκοπούς, καθώς κάτι τέτοιο ήταν τεχνικά ανέφικτο. Δύο χρόνια αργότερα, το 2016, το Facebook λησμόνησε τις διαβεβαιώσεις αυτές προς την Επιτροπή και ενσωμάτωσε τα δεδομένα από το WhatsApp, αξιοποιώντας τα με σκοπό να βελτιώσει τις δυνατότητες της εταιρείας για πιο στοχευμένες διαφημίσεις στην πλατφόρμα της. Το γεγονός αυτό δεν πέρασε απαρατήρητο από την Επιτροπή, η οποία επέβαλε υπέρογκο πρόστιμο ύψους 110 εκατομμυρίων ευρώ στη δημοφιλή πλατφόρμα Facebook. Παρ' όλ' αυτά, ούτε τώρα η Επιτροπή έκρινε αναγκαία την επιβολή απαγόρευσης για την ολοκλήρωση της συγχώνευσης, η οποία ολοκληρώθηκε κανονικά με το Facebook να κάνει πλήρη χρήση των δεδομένων του WhatsApp, για την προώθηση των διαφημιστικών σκοπών του.

Επί πλέον, το Facebook, παρ' όλο που είχε ήδη δική του πλατφόρμα ανταλλαγής μηνυμάτων, ήτοι το Facebook Messenger, επέλεξε να μη διακόψει τη λειτουργία του WhatsApp. Η κυρίαρχη ψηφιακή πλατφόρμα επέλεξε να κρατήσει ζωντανό το WhatsApp, καθώς επιχειρηματικά και οικονομικά θα ήταν ασύμφορη μια πιθανή διακοπή της απορροφώμενης πλατφόρμας. Στις περιπτώσεις αυτές, ο αποκτών μπορεί, αντί να εξοντώσει τυπικά την αποκτώμενη επιχείρηση, να την εξοντώσει ουσιαστικά. Δηλαδή, το Facebook έθεσε υπό τον πλήρη έλεγχο και την απόλυτη κυριαρχία του μια εταιρεία που δυνητικά θα μπορούσε να εξελιχθεί σε έναν δίολου αμελητέο ανταγωνιστή. Μάλιστα, ο ιδρυτής του Facebook, κ. Mark Zuckerberg, διαισθανόμενος τέτοιου είδους απειλές από δυνητικούς ανταγωνιστές είχε δηλώσει ότι «[υ]πάρχουν νεοφυείς επιχειρήσεις, αλλά τα δίκτυα είναι καθιερωμένα, τα brands είναι ήδη αξιόλογα και, αν αναπτυχθούν σε μεγάλη κλίμακα, θα μπορούσαν να είναι πολύ επιζήμια για μας»¹²².

¹²¹ Απόφαση της Επιτροπής. (2014). EE C-417/02. παρ. 99.

¹²² Υπόθεση 1:20-cv-03590-JEB. *Federal Trade Commission κατά Facebook Inc.* Αίτηση ασφαλιστικών μέτρων και άλλων ισοδύναμων μέτρων. παρ. 90. Ένδικο βοήθημα διαθέσιμο εις https://www.ftc.gov/system/files/documents/cases/ecf_75-1_ftc_v_facebook_public_redacted_fac.pdf

Η εξαγορά του WhatsApp από το Facebook έφερε πάλι στο τραπέζι των συζητήσεων ζητήματα σε σχέση με την επάρκεια του ισχύοντος νομοθετικού πλαισίου και του τρόπου με τον οποίο θα πρέπει να αξιολογείται αποτελεσματικά ένας δυναμικός ανταγωνιστής. Εν τέλει, η Επιτροπή έσφαλε κατά την αξιολόγηση της εν λόγω περιπτώσεως εξαγοράς, καθώς βασίστηκε κατά κύριο λόγο στο ποσοτικό κριτήριο του κύκλου εργασιών. Όμως, οι αριθμοί αυτοί δεν αποδίδουν πάντοτε, όπως αποδείχθηκε, με ακρίβεια την ανταγωνιστική ισχύ μιας επιχείρησης. Το γεγονός ότι τη χρονική στιγμή της εξαγοράς η WhatsApp διέθετε χαμηλό κύκλο εργασιών, ενώ είχε μια διόλου αμελητέα και διαρκώς αυξανόμενη βάση ενεργών χρηστών, καθιστά σαφές ότι το ποσοτικό κριτήριο δεν επαρκούσε στη συγκεκριμένη περίπτωση για την αξιολόγηση της πραγματικής ανταγωνιστικής ισχύος της απορροφώμενης εταιρείας.

4.2.2. Facebook/Instagram

Το 2012, με την εξαγορά του Instagram από το Facebook, τέθηκε ένα ακόμα σημαντικό σημείο ορόσημο στην πορεία της εταιρείας. Για την εν λόγω εξαγορά το Facebook κατέβαλε το ποσό του ενός δισεκατομμυρίου δολαρίων. Το Instagram τότε μετρούσε περί τα 30 εκατομμύρια ενεργών χρηστών. Αρκετοί είχαν θεωρήσει υπέρογκο το ποσό για την εξαγορά μιας πλατφόρμας ανταλλαγής φωτογραφιών. Ωστόσο, η εξαγορά αυτή αποδείχθηκε κομβικής σημασίας για το Facebook, αφού το Instagram εξελίχθηκε, υπό την κηδεμονία του Facebook, σε μια εξαιρετικά δημοφιλή πλατφόρμα μέσω κοινωνικής δικτύωσης σε παγκόσμιο επίπεδο.

Η πορεία του Instagram μετά την εξαγορά του από το Facebook ήταν αλματώδης. Τούτο προκύπτει και από τους αριθμούς, σύμφωνα με τους οποίους από τα 30 εκατομμύρια ενεργούς χρήστες, που είχε η δημοφιλής πλατφόρμα την περίοδο εξαγοράς της, σήμερα μετράει περίπου 2 δισεκατομμύρια ενεργούς χρήστες παγκοσμίως¹²³. Το Facebook, χρησιμοποίησε την εφαρμογή αυτή προκειμένου να εισέλθει σε μια νέα σελίδα στον τομέα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ταυτόχρονα, αξιοποίησε την πλατφόρμα και για διαφημιστικούς σκοπούς.

Αυτός ήταν και ο κυριότερος λόγος, εξ αιτίας του οποίου οι ρυθμιστικές αρχές δεν φάνηκαν να είναι ιδιαίτερα ανήσυχες κατά την εξαγορά του Instagram από το Facebook¹²⁴. Συγκεκριμένα, έκριναν ότι τα δύο αυτά μέσα κοινωνικής

¹²³ Dixon, S.J. (2024). *Instagram - Statistics & Facts*. Statista. Στατιστικά δεδομένα διαθέσιμα εις <https://www.statista.com/topics/1882/instagram/#topicOverview>.

¹²⁴ Χαρακτηριστική είναι η Απόφαση υπ' αριθ. ΜΕ/5525/12 της 14^{ης} Αυγούστου 2012 του Office of Fair Trading (OFT) του Ηνωμένου Βασιλείου, όπου έκρινε πως με βάση τα στοιχεία που είχε στη διάθεσή του «ότι δεν προκύπτει κατά πόσο το Instagram θα ήταν ιδιαίτερα ικανό να ανταγωνιστεί το Facebook βραχυπρόθεσμα. Επιπλέον, υπάρχουν άλλες επιχειρήσεις που φαίνεται ότι είναι προς το παρόν σε θέση να ανταγωνιστούν το Facebook για τη διαφήμιση εμπορικών σημάτων. Για τους

δικτύωσης δεν συνιστούσαν άμεσους ανταγωνιστές, αφού το μεν Facebook θεωρήθηκε ως πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης, το δε Instagram ως μια εφαρμογή κοινοποίησης και ανταλλαγής φωτογραφιών. Έπειτα από την παρέλευση αρκετών χρόνων από την επίμαχη εξαγορά, μπορούμε να κατανοήσουμε πως για άλλη μια φορά οι ρυθμιστικές αρχές φάνηκαν να μην αξιολογούν ορθώς τη συγκεκριμένη εξαγορά, αφού εξαλείφθηκε από την αγορά των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ένας δυνητικός ανταγωνιστής. Μάλιστα, σχετική έρευνα επιβεβαιώνει την ως άνω θέση, κρίνοντας ότι το Instagram θα είχε εξελιχθεί σε έναν πολύ ισχυρό ανταγωνιστή του Facebook, εάν δεν είχε επέλθει η εν λόγω εξαγορά και το Instagram είχε παραμείνει ανεξάρτητη πλατφόρμα¹²⁵.

Ασφαλώς, το Instagram υπό την ομπρέλα του Facebook, κατάφερε παρ' όλ' αυτά και αναπτύχθηκε ραγδαία. Τούτο διότι το Instagram κατάφερε και ενσωμάτωσε τις περισσότερες λειτουργίες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ενώ αποτέλεσε το ιδανικό μέσο για εμπορική προώθηση και διαφήμιση. Η ακμάζουσα πορεία του Instagram απέδειξε πως ήταν μια στρατηγικής σημασίας εξαγορά, που απέφερε στο Facebook υπέρογκα κέρδη. Ωστόσο, η ανάπτυξη της δημοφιλούς πλατφόρμας φωτογραφιών, παρά την εξαγορά του από το Facebook, δεν σημαίνει ότι δεν γεννώνται ερωτήματα σε σχέση με τις αρχικές εκτιμήσεις και αξιολογήσεις των ρυθμιστικών αρχών, σε σχέση με τη συγκεκριμένη εξαγορά, οι οποίες απέτυχαν παταγωδώς.

4.3. Περιπτώσεις εξαγορών από τη Google

Η Google, με περισσότερες από 250 εξαγορές στην πορεία της, έχει καταφέρει να ενσωματώσει μια εντυπωσιακή δεξαμενή ταλέντου, καινοτομίας, γνώσης, γεγονός που έχει συμβάλει σημαντικά στην ανάπτυξη της και, ασφαλώς, στη σημαντική επιρροή της στον παγκόσμιο τεχνολογικό χάρτη. Αυτή η ανάδειξη της Google σε έναν από τους σπουδαιότερους τεχνολογικούς κολοσσούς έγινε, ακριβώς, μέσα από αυτές της στρατηγικής φύσεως εξαγορές νέων και καινοτόμων επιχειρήσεων. Με τον τρόπο αυτόν, η Google επένδυσε στη γνώση, ενώ ταυτόχρονα επεκτεινόταν και σε νέες αγορές, διευρύνοντας το φάσμα των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών της.

Αξιοποιώντας την εξόχως επιτυχημένη διαδικτυακή αναζήτηση, κατάφερε να εδραιώσει το όνομά της στην αγορά και να οικοδομήσει μια πανίσχυρη διαφημιστική μηχανή που θα της απέφερε αναρίθμητα κέρδη. Εξαργυρώνοντας

λόγους αυτούς, η OFT πιστεύει ότι δεν υπάρχει ρεαλιστική προοπτική ότι η συγκέντρωση μπορεί να οδηγήσει σε σημαντική μείωση του ανταγωνισμού στην προσφορά διαφημίσεων προβολής». σκέψη 29. Απόφαση διαθέσιμη εις <https://www.gov.uk/cma-cases/facebook-instagram-inc>.

¹²⁵ Australian Competition and Consumer Commission (ACCC). (2019). *Digital Platforms Inquiry Final Report*. σελ. 80. Έρευνα διαθέσιμη εις <https://www.accc.gov.au/system/files/Digital%20platforms%20inquiry%20-%20final%20report.pdf>.

λοιπόν την επιτυχία της αυτή, η Google, διαρκώς επενδύει εκατομμύρια σε νέες εταιρείες ή εταιρείες με εξασφαλισμένη, κατά το δυνατόν, προοπτική, προκειμένου να εισέλθει σε νέες αγορές.

4.3.1. Google/YouTube

Το μακρινό 2006, η Google προέβη σε μια εξαγορά που σημάδεψε την ήδη αξιοσημείωτη και μακρά πορεία της εταιρείας. Τούτο διότι η Google τη χρονιά αυτή προέβη στην εξαγορά του YouTube, πλατφόρμας που οριακά είχε κλείσει ένα έτος από την ίδρυσή της. Αυτή η εξαγορά αποδείχθηκε στρατηγικής σημασίας για τη Google, καθώς, μέσα από την απορροφώμενη εταιρεία, τη YouTube, καθιερώθηκε ως η μοναδική κυρίαρχη εταιρεία στην αγορά των ψηφιακών βίντεο.

Το YouTube ιδρύθηκε το 2005, αλλά μέσα σε ένα εξαιρετικά σύντομο χρονικό διάστημα, απέκτησε τεράστια δημοτικότητα προσελκύοντας τα βλέμματα αρκετών εταιρειών – κολοσσών, όπως είναι η Google, η Yahoo, η Microsoft κ.α., που εκδήλωσαν ενδιαφέρον για την απόκτησή της δημοφιλούς και πολλά υποσχόμενης εταιρείας. Τελικώς, το YouTube αποφάσισε ανάμεσα σε όλους αυτούς τους *μνηστήρες* να ξεχωρίσει τη Google, σε μια συμφωνία εξαγοράς, που άγγιξε το ποσό του 1,65 δισεκατομμυρίων δολαρίων¹²⁶.

Σημείο κλειδί στη διαπραγμάτευση για την εξαγορά αυτήν ήταν η βασική στόχευση των ιδρυτών του YouTube να παραμείνει η εταιρεία ανεξάρτητη και αυτόνομη (κατά το δυνατόν) ακόμα και μετά την εξαγορά της από την Google, όπως κι έγινε. Πράγματι, η Google εξαγόρασε το YouTube, αποδεχόμενη την *κόκκινη γραμμή* των ιδρυτών της εταιρείας αυτής, επιτρέποντας δηλαδή να λειτουργεί η εξαγορασθείσα εταιρεία ως μια αυτόνομη μονάδα.

Η αυτονομία αυτή αποδείχθηκε καθοριστική και για τις δύο εταιρείες, αφού το μεν YouTube αναδείχθηκε σε κυρίαρχη πλατφόρμα στη σχετική αγορά αναπαραγωγής ψηφιακού οπτικοακουστικού υλικού, ενώ η δε Google είχε συμμετοχή στα κέρδη. Ωστόσο, το όφελος της Google ήταν διττό, καθώς εκτός από το κριτήριο συμμετοχής στα κέρδη του YouTube, η Google είχε και πρόσβαση σε προσωπικά στοιχεία χρηστών της απορροφώμενης εταιρείας, με αποτέλεσμα να τα αξιοποιεί υπέρ της προκειμένου να βελτιώσει τις υπηρεσίες της και να εξατομικεύσει τις διαφημιστικές της προτάσεις στους χρήστες, γεγονός που τις απέφερε ακόμα περισσότερα κέρδη¹²⁷.

¹²⁶ Sorkin, A.R. and Peters, J.W. (2006). *Google to Acquire YouTube for \$1.65 Billion*. The New York Times. Άρθρο διαθέσιμο εις <https://www.nytimes.com/2006/10/09/business/09cnd-deal.html>.

¹²⁷ Australian Competition and Consumer Commission (ACCC). (2019). *Digital Platforms Inquiry Final Report*. σελ. 75. Έρευνα διαθέσιμη εις <https://www.accc.gov.au/system/files/Digital%20platforms%20inquiry%20-%20final%20report.pdf>.

Ως εκ τούτου, η εξαγορά του YouTube από τη Google, επειδή ακριβώς επετράπη στην πρώτη να διατηρήσει την εταιρική της ταυτότητα και κουλτούρα, αναπτύχθηκε σημαντικά, εδραιώνοντας τη θέση της στην αγορά¹²⁸ αποφέροντας σημαντικά κέρδη και στις δύο εταιρείες. Η Google διαβλέποντας ότι οι παραδοσιακοί τηλεοπτικοί σταθμοί και πλατφόρμες αυξάνουν διαρκώς το κόστος τους, η ανάγκη για πρόσβαση σε δωρεάν ψυχαγωγικό (κυρίως) υλικό, αναδείχθηκε πιο επίκαιρη από ποτέ.

Έτσι, η εξαγορά μιας νεοφυούς, τότε, εταιρείας με δυναμική προοπτική, αποτέλεσε κομβικής σημασίας κίνηση για την Google, η οποία κυριάρχησε στην αγορά των ψηφιακών μέσων και της διαδικτυακής διαφήμισης. Η κυριαρχία αυτή συνδέθηκε στενά και με την τοποθέτηση φραγμών εισόδου στην αγορά. Πλατφόρμες όπως το Vimeo, το Hulu δεν κατάφεραν να ανταγωνισθούν επί ίσοις όροις το YouTube, λόγω του ανεξάντλητου περιεχομένου που παρείχε το YouTube, σε συνδυασμό με την ισχυρή διαφημιστική μηχανή της Google.

Δεδομένου δε, ότι η συγκεκριμένη εξαγορά πραγματοποιήθηκε σε μια περίοδο που η ψηφιακή βιομηχανία βρισκόταν στα θεμέλια, η Google, βλέποντας εις βάθος την αγορά αυτήν, ενίσχυσε τη θέση του YouTube (και κατ' επέκταση και τη δική της) ελέγχοντας ουσιαστικά μια νέα και πολλά υποσχόμενη αγορά.

4.3.2. Google/DoubleClick

Το 2007, η Google προέβη σε μια από τις πιο σημαντικές εξαγορές που έχουν λάβει χώρα στον τομέα της ψηφιακής διαφήμισης μέσα από την εξαγορά της εταιρείας DoubleClick. Η DoubleClick αποτελούσε εταιρεία η οποία είχε ως αντικείμενο την παροχή τεχνολογίας για προβολή και διαχείριση διαφημίσεων. Η Google στόχευσε μέσα από την εξαγορά αυτήν να συνδυάσει τη δική της πλατφόρμα διαφημίσεων με τις καινοτόμες τεχνολογίες που παρείχε η DoubleClick, με σκοπό να προβάλλει στους χρήστες της ακόμα περισσότερο στοχευμένες διαφημίσεις.

Ασφαλώς, καθίσταται προφανές ότι, τουλάχιστον εκ πρώτης όψεως, γεννώνται κάποια ζητήματα αναφορικά με τη σχέση της εξαγοράς αυτής και του δικαίου του ανταγωνισμού. Μάλιστα, δεν ήταν λίγοι οι φορείς που θεωρούσαν ότι η Google, δυνάμει αυτής της εξαγοράς θα κατάφερνε να αποκτήσει υπερβολικό και ανεξέλεγκτο έλεγχο στην ψηφιακή διαφήμιση, μέσα από την αξιοποίηση των δεδομένων και των τεχνολογιών της DoubleClick. Περαιτέρω, η συγκεκριμένη

¹²⁸ Ceci, L. (2024). *Mobile audience reach of leading smartphone apps in the United States in April 2024*. Στατιστικά δεδομένα διαθέσιμα εις <https://www.statista.com/statistics/281605/reach-of-leading-us-smartphone-apps/>, όπου προκύπτει ότι το YouTube, πλέον, αποτελεί την πιο σημαντική πηγή ψυχαγωγίας για τους κατόχους smartphone και tablet. Διαθέτει δε, το μεγαλύτερο κοινό από όλες τις εφαρμογές για smartphone στις Ηνωμένες Πολιτείες και είναι μία από τις πιο συχνά χρησιμοποιούμενες εφαρμογές σε κινητές συσκευές.

εξαγορά είχε εγείρει και ερωτηματικά αναφορικά με την ιδιωτικότητα των χρηστών και συγκεκριμένα, κατά πόσον υφίσταται δυνατότητα παρακολούθησης της διαδικτυακής συμπεριφοράς των χρηστών, χωρίς την προηγούμενη συγκατάθεσή τους.

Οι αρμόδιοι φορείς, όπως η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και η Federal Trade Commission¹²⁹ διεξήγαγαν έρευνες σε σχέση με την συγκεκριμένη εξαγορά προκειμένου να διαπιστωθεί, εάν αυτή παραβίαζε κανόνες του δικαίου του ανταγωνισμού. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στην απόφασή της¹³⁰ έκρινε ότι η συγκεκριμένη εξαγορά δεν θα προκαλούσε κάποια οριζόντια επικάλυψη στις δραστηριότητες των δύο ενδιαφερόμενων εταιρειών, αφού η διαφήμιση στο διαδίκτυο θα πρέπει να θεωρηθεί ως μια ενιαία αγορά¹³¹. Τούτο διότι η Google δραστηριοποιείτο στον χώρο των διαφημίσεων αναζήτησης και της παροχής ψηφιακού χώρου για διαφημίσεις, ενώ, από την άλλη, η DoubleClick είχε ως κύριο αντικείμενο δραστηριότητας την προβολή και διαχείριση αυτών των διαφημίσεων. Αυτό δεν αναιρεί το γεγονός ότι συμπληρωματικά προϊόντα ενδέχεται μετά την εξαγορά να μετατραπούν σε υποκατάστατα. Τούτο επιβεβαιώθηκε και στην περίπτωση της συγκεκριμένης συγχώνευσης, όπου η Google απέκτησε ένα σημαντικό μονοπώλιο παρά το γεγονός ότι η συγχώνευση κατά το στάδιο της έρευνας θεωρήθηκε ως μια κάθετη συγχώνευση^{132,133}. Ακόμα, από την ανάλυση προέκυψε ότι δεν υπήρχαν σημαντικοί περιορισμοί που επιβάλλονταν από τη Google στη DoubleClick και το αντίστροφο¹³⁴. Εν τέλει, η Επιτροπή κατέληξε στο συμπέρασμα ότι ο ανταγωνισμός δεν θίγεται από τη συγκεκριμένη εξαγορά δίνοντας έτσι το *πράσινο φως* για την άνευ όρων ολοκλήρωση αυτής¹³⁵.

Σε παρόμοιο συμπέρασμα κατέληξε και ο FTC κρίνοντας ότι η συγκεκριμένη εξαγορά δεν θα περιορίσει τον ανταγωνισμό, γιατί οι δύο εταιρείες Google και DoubleClick δεν αποτελούν άμεσους ανταγωνιστές. Κρίθηκε συγκεκριμένα ότι ο χώρος της προβολής διαφήμισης είναι ένας αρκετά διευρυμένος χώρος με ισχυρές ανταγωνιστικές δομές εντός αυτού, καθ' όσον υπήρχαν αρκετοί πάροχοι που προσέφεραν παρόμοιες υπηρεσίες. Ταυτόχρονα, η τεχνολογία διαχείρισης των διαφημίσεων από την DoubleClick θα παρέμενε

¹²⁹ Στο εξής, χάριν συντομίας, η εν λόγω Επιτροπή θα αναφέρεται απλώς ως «FTC».

¹³⁰ Υπόθεση υπ' αριθ. COMP/M.4731 – Google/DoubleClick.

¹³¹ Υπόθεση υπ' αριθ. COMP/M.4731 – Google/DoubleClick. παρ. 20 και 72.

¹³² Υπόθεση υπ' αριθ. COMP/M.4731 – Google/DoubleClick. παρ. 286.

¹³³ Cabral, B., Justus Haucap, Parker, G., Petropoulos, G., Valletti, T. M. and Marshall Van Alstyne (2021). *The EU Digital Markets Act*. σελ. 26. Μελέτη διαθέσιμη εις <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC122910>.

¹³⁴ Brockhoff, J., Jehanno, B., Pozzato, V., Buhr, C. C., Eberl, P. and Papandropoulou, P., (2008). Competition Policy Newsletter. *Google/DoubleClick: The first test for the Commission's nonhorizontal merger guidelines*. σελ. 56. Άρθρο διαθέσιμο εις <https://www.europeansources.info/record/competition-policy-newsletter-number-2-2008/>.

¹³⁵ Υπόθεση υπ' αριθ. COMP/M.4731 – Google/DoubleClick. παρ. 367-368.

διαθέσιμη στους διαφημιζόμενους φορείς. Με τα δεδομένα αυτά, η εξαγορά επιτράπη και από τον FTC δίχως πρόβλημα¹³⁶.

Ειρήσθω εν παρόδω, ένα σημαντικό ζήτημα που γεννήθηκε σε σχέση με την εν λόγω εξαγορά ήταν η προστασία της ιδιωτικότητας των χρηστών¹³⁷. Με το ζήτημα αυτό ασχολήθηκε και η Επιτροπή και ο FTC, αναγνωρίζοντας ορισμένες ανησυχίες που αναφύονταν από τη συλλογή και τη χρήση των δεδομένων από τη Google. Ωστόσο, και οι δύο αρχές κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι το ζήτημα αυτό δεν είναι ζήτημα που απασχολεί την αντιμονοπωλιακή νομοθεσία, αλλά αποτελεί πεδίο διερεύνησης από τη σκοπιά της νομοθεσίας περί προστασίας προσωπικών δεδομένων. Για τον λόγο αυτόν, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δήλωσε ότι η Google θα πρέπει να τηρεί απαρέγκλιτα τη σχετική νομοθεσία περί προστασίας προσωπικών δεδομένων.

Η Google με την εξαγορά μιας πολλά υποσχόμενης εταιρείας, όπως είναι η DoubleClick, ενίσχυσε σημαντικά την ικανότητά της να εξατομικεύει με απόλυτη ακρίβεια τις διαφημίσεις της στους χρήστες, κίνηση που αποφέρει σημαντικά περισσότερα κέρδη από το να παρέχει διαφημιστικές υπηρεσίες ανώνυμα¹³⁸. Παράλληλα, η Google κατάφερε να διαχειριστεί με μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα άπαντα τα δεδομένα που λαμβάνει από τις λοιπές εφαρμογές της, όπως είναι το Gmail, το YouTube κ.α. Όλα αυτά, όπως είδαμε, επιτεύχθηκαν χάριν της πρωτοποριακής τεχνολογίας διαχείρισης διαφημίσεων που διέθετε στα χέρια της η DoubleClick.

Οι επιπτώσεις από την εξαγορά αυτήν δεν ήταν καθόλου αμελητέες για τους ανταγωνιστές της Google, όπως είναι η Yahoo και η Microsoft, οι οποίες έμειναν σημαντικά πίσω στη διεκδίκηση σημαντικού μεριδίου στη σχετική αγορά της ψηφιακής διαφήμισης παρέχοντας *πεδίοι δόξης λαμπρόν* στη Google, για να εδραιώσει τη θέση της στην αγορά αυτήν, όπως και τελικώς έπραξε. Η Google απέκτησε ένα ισχυρό προβάδισμα στον κόσμο της ψηφιακής διαφήμισης, η οποία απέφερε στην ίδια σημαντικά κέρδη. Οι ανησυχίες που είχαν εκδηλωθεί σε σχέση με τις μακροπρόθεσμες επιπτώσεις που εγκυμονούσε η εν λόγω εξαγορά, φάνηκαν, όπως παρατηρήσαμε, τελικώς, να ευσταθούν.

¹³⁶ Federal Trade Commission. (2014). *Statement of the Federal Trade Commission Concerning Google/DoubleClick*. Απόφαση διαθέσιμη εις https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_statements/418081/071220googledc-commstmt.pdf.

¹³⁷ Brockhoff, J., Jehanno, B., Pozzato, V., Buhr, C. C., Eberl, P. and Papandropoulou, P. (2008). ό.π. σελ. 53.

¹³⁸ Evans, D. S. (2014). *The Economics of the Online Advertising Industry*. Review of Network Economics. σελ. 6. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1086473.

4.4. Παρατηρήσεις ως προς τις διενεργηθείσες εξαγορές των τεχνολογικών κολοσσών

Οι εξαγορές, στις οποίες προβαίνουν κυρίαρχες στην ψηφιακή αγορά εταιρείες, όπως είναι οι εταιρείες GAFAM και λοιπές εταιρείες αντίστοιχου βελινεκούς και δυναμικής, έχουν διαμορφώσει καθοριστικά το τοπίο της σημερινής τεχνολογίας. Οι εταιρείες αυτές έχουν αναγάγει τις εξαγορές νεοφυών (και μη) επιχειρήσεων σε επιχειρηματική στρατηγική για την ανέλιξη και εδραίωσή τους στις εκάστοτε σχετικές αγορές. Με τον τρόπο αυτόν, εξαλείφθηκαν δυνητικοί ανταγωνιστές και, άρα, πιθανές απειλές για την κυρίαρχη θέση τους. Ασφαλώς, αν και οι εξαγορές αυτές παρουσιάζονται ως επενδύσεις σε καινοτομία και ανάπτυξη νέων τεχνολογιών, εν τέλει, αποδεικνύεται συχνά ότι ο πραγματικός σκοπός είναι η εξάλειψη του ανταγωνισμού και η συγκέντρωση μονοπωλιακής ισχύος.

Από τα προαναφερθέντα στο παρόν κεφάλαιο όλως ενδεικτικά παραδείγματα, παρατηρούμε ότι όταν ένας τεχνολογικός κολοσσός εξαγοράζει μια μικρότερη (συνήθως νεοφυή) επιχείρηση, που κατέχει μια νέα και πρωτοποριακή τεχνολογία στα χέρια της, τότε, οι πιθανότητες να αναπτυχθούν εξ ίσου αποτελεσματικοί ανταγωνιστές στον χώρο αυτόν μειώνεται σημαντικά. Έτσι, μπορεί οι εξαγορασθείσες επιχειρήσεις να μην εξοντώνονται πάντα, αλλά οι συνέπειες της εξαγοράς εμφανίζονται στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Η τεχνολογική πρόοδος των απορροφώμενων εταιρειών επιβραδύνεται σημαντικά, διότι η ισχυροποίηση της δεσπόζουσας θέσης της απορροφώσας εταιρείας εξαλείφει κάθε κίνητρο για καινοτομία και ανάπτυξη. Ιδίως δε, όταν δεν υπάρχει κάποιος σημαντικός ανταγωνιστής στην αγορά, τότε βαφτίζεται ως καινοτομία μια επουσιώδης ή αυτονόητη αναβάθμιση στις παρεχόμενες υπηρεσίες.

Επί παραδείγματι, παρατηρήσαμε ότι η Google μέσα από την κομβικής σημασίας εξαγορά του YouTube, κατάφερε τελικά να παραμείνει δίχως σημαντικό αντίπαλο στις πλατφόρμες αναπαραγωγής βίντεο και ψυχαγωγικού υλικού. Αντιστοίχως, το Facebook, μέσα από την εξαγορά του Instagram, κατάφερε να ελέγξει την αγορά, αφού έως σήμερα δεν έχει καταφέρει να αναδειχθεί κάποια νέα εφαρμογή αντίστοιχης φιλοσοφίας και δυναμικής με το Instagram, καθιστώντας το τελευταίο κυρίαρχο στη σχετική αγορά. Εφόσον δεν υπάρχει λοιπόν κάποιο μέτρο σύγκρισης, το ερώτημα του κατά πόσον οι απορροφώμενες πλατφόρμες έχουν προάγει την καινοτομία, θα μείνει, δυστυχώς, αναπάντητο.

Ένα στοιχείο που είναι ιδιαίτερα ανησυχητικό είναι ότι οι εταιρείες που κυριαρχούν στον τεχνολογικό κλάδο έχουν καταφέρει να αναπτύξουν ορισμένες εξαιρετικές ικανότητες, προκειμένου να αναγνωρίζουν ταχύτατα και με τη μέγιστη δυνατή ακρίβεια ευκαιρίες για εξαγορές επιχειρήσεων, οι οποίες θα αποφέρουν ορισμένα πολύ σημαντικά κέρδη σε αυτές. Μια τέτοια *προληπτική*

στρατηγική εξαγορών, ασφαλώς, υπονομεύει την έννοια της ελεύθερης αγοράς και τις θεμελιώδεις αρχές του ανταγωνισμού, αφού εξαλείφεται κάθε ευκαιρία να ανταγωνιστούμε επί ίσους όρους.

Ασφαλώς, η παρατήρηση αυτή δεν γίνεται με σκοπό να εγκωμιάσουμε στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας τους οξύνους συμβούλους που στελεχώνουν τους τεχνολογικούς κολοσσούς, αλλά, προκειμένου να προβληματιστούμε για το γεγονός ότι οι ρυθμιστικές αρχές δεν εντοπίζουν, όπως θα έπρεπε, εξαγορές με πολλά υποκρυπτόμενα κίνητρα. Διότι, εκεί που οι εταιρείες αυτές βλέπουν μια επικερδή επιχειρηματική απόφαση, συχνά κρύβεται ένα ισχυρό πλήγμα για τον ανταγωνισμό στην ψηφιακή αγορά.

Συνεπώς, ενώπιόν μας ξετυλίγεται μια κομβικής σημασίας πρόκληση, την οποία δεν θα πρέπει να προσπεράσουμε αδιάφορα και η οποία σχετίζεται με την επάρκεια των παρεμβάσεων των αρμοδίων ρυθμιστικών αρχών να καταπολεμήσουν φαινόμενα εξοντωτικών εξαγορών. Οι αρχές ανταγωνισμού σε ολόκληρη την Ευρώπη έχουν αναπτύξει την αναλυτική προσέγγισή τους για την εφαρμογή της περί συγχωνεύσεων νομοθεσίας και επιδιώκουν να προσαρμοστούν στις προκλήσεις που δημιουργούν οι συγχωνεύσεις στους τομείς της ψηφιακής τεχνολογίας ή της υψηλής τεχνολογίας, και δικαίως, συμπεριλαμβανομένων των ανησυχιών για τον ανταγωνισμό που αφορούν αγορές που μπορεί να μην υπάρχουν καν σήμερα, αλλά αναμένεται να προκύψουν στο μέλλον. Η πολυπλοκότητα των συναλλαγών καθιστά αναγκαία την επαγρύπνηση των αρχών ανταγωνισμού, η οποία πρέπει να ασκείται με αναλογικό, αξιόπιστο και διαφανή τρόπο¹³⁹.

Αρχικά, οι παρεμβάσεις των αρχών θα πρέπει να γίνονται έγκαιρα και θα πρέπει να στηρίζονται επί αναθεωρημένων κριτηρίων, προκειμένου να εμποδίζουν τις κυρίαρχες στον χώρο της τεχνολογίας εταιρείες να αναπτύσσουν αδιατάρακτα στρατηγικές εξοντωτικών εξαγορών. Είναι γεγονός, όπως είδαμε και από τα ενδεικτικά παραδείγματα, ότι οι ρυθμιστικές αρχές δεν κατανόησαν στη ρίζα του το πρόβλημα που υποκρυπτόταν πίσω από την κάθε εξαγορά. Η υποτίμηση ή ακόμα και η άγνοια του κινδύνου από τις ρυθμιστικές αρχές σε σχέση με τις επιπτώσεις που εγκυμονούν οι εξαγορές αυτές για τον ανταγωνισμό είναι ζήτημα πιο ανησυχητικό ακόμα και από τη συζήτηση για την τυχόν ανεπάρκεια των ισχυόντων νομοθετικών μέτρων. Οι ρυθμιστικές αρχές θα πρέπει ταχύτερα και με ακρίβεια να εντοπίζουν τα κίνητρα πίσω από τις εξαγορές αυτές, οι οποίες δεν είναι τόσο αθώες όσο παρουσιάζονται από τις ενδιαφερόμενες εταιρείες, αλλά υποκρύπτουν την εξόντωση κάποιου πιθανού (νέου) παίκτη από την αγορά. Ως εκ τούτου, οι ρυθμιστικές αρχές θα πρέπει να είναι σίγουρα πολύ πιο προσεκτικές κατά την παρακολούθηση, διερεύνηση και αξιολόγηση των εν

¹³⁹ Kokkoris, I. (2024). *Phase II Mergers: An overview of EU and national case law*. Άρθρο διαθέσιμο εις <https://www.concurrences.com/en/bulletin/special-issues/phase-ii-mergers-4739/phase-ii-mergers-an-overview-of-eu-and-national-case-law#nh58>.

λόγω εξαγορών, προκειμένου να διασφαλισθεί ότι δεν τίθεται κάποιος φραγμός εισόδου στην αγορά και ταυτόχρονα δεν εξοντώνεται κάποιος δυνητικός ανταγωνιστής.

Συνοψίζοντας, οι εξαγορές στις οποίες προβαίνουν δίχως σταματημό οι μεγάλες εταιρείες τεχνολογίας, συνήθως δεν αποτελούν απλώς μια επιχειρηματική κίνηση με στόχο κάποιο βραχυπρόθεσμο όφελος. Απεναντίας, στοχεύουν στην εδραίωση μιας, κατά το δυνατόν, μονοπωλιακής θέσεως διαμορφώνοντας έτσι ολόκληρο το ανταγωνιστικό περιβάλλον στην ψηφιακή οικονομία. Πλέον, η συστηματική απορρόφηση καινοτόμων εταιρειών από τους γίγαντες της τεχνολογίας έχει, όπως είδαμε, αναδείξει σοβαρά ζητήματα, προβληματισμούς και ερωτηματικά, κυρίως, για την επάρκεια του ισχύοντος κανονιστικού πλαισίου. Στο απόγειο λοιπόν αυτού του φαινομένου, τα τελευταία χρόνια, η συζήτηση αυτή καθίσταται ολοένα και πιο επίκαιρη. Στο πλαίσιο αυτό, στην επόμενη ενότητα θα προταθούν ορισμένες πιθανές λύσεις σε σχέση με τον, κατά τον δυνατόν, περιορισμό του φαινομένου των εξοντωτικών εξαγορών, με φόντο τη διατήρηση ενός υγιούς ανταγωνιστικού περιβάλλοντος στον ψηφιακό τομέα.

5. Προτάσεις και σκέψεις για την αποτελεσματική αντιμετώπιση του φαινομένου των εξοντωτικών εξαγορών

Μέσα από την έως τώρα ανάλυση στο πλαίσιο της παρούσας, έχουν σκιαγραφηθεί ορισμένοι κρίσιμοι προβληματισμοί γύρω από το φαινόμενο των εξοντωτικών εξαγορών στον ψηφιακό τομέα. Οι προβληματισμοί αυτοί έγκεινται, κυρίως, σε ζητήματα μη έγκαιρης και αναποτελεσματικής αντιμετώπισης του φαινομένου από τις αρμόδιες αρχές. Πράγματι, όπως φάνηκε και από ορισμένα ενδεικτικά παραδείγματα που επισκοπήθηκαν στην προηγούμενη ενότητα, δεν φαίνεται οι αρμόδιες αρχές με το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο να είναι σε θέση να τιθασεύσουν τέτοιου είδους εξαγορές και τις συνέπειες αυτών. Το αποτέλεσμα είναι οι εξαγορές αυτές είτε να διαφεύγουν εντελώς του ελέγχου από τις αρμόδιες ρυθμιστικές αρχές, είτε να ελέγχονται μεν, πλην όμως, όχι επαρκώς. Ως εκ τούτου, δυνητικοί ανταγωνιστές εξοβελίζονται από την αγορά, η καινοτομία φαλκιδεύεται, με τον ανταγωνισμό και τους καταναλωτές να είναι οι τελικοί ηττημένοι. Στο πλαίσιο αυτής της ενότητας θα επιχειρηθεί μέσα από την οριοθέτηση των κυριότερων αιτιών του φαινομένου, να καταγραφούν κάποιες πιθανές λύσεις στο πρόβλημα.

Ένα από τα πιο σημαντικά εμπόδια που απαντώνται στις εξοντωτικές εξαγορές στον ψηφιακό τομέα, αποτελεί η αδυναμία να ενταχθούν οι εξαγορές αυτές στα ποσοτικά όρια που θέτει ο Κανονισμός 139/2004. Αιτία που συμβαίνει αυτό αποτελεί το γεγονός ότι τα όρια κοινοποίησης βασίζονται στον κύκλο εργασιών των συγχωνευόμενων μερών. Η μέθοδος αυτή αγνοεί τη δυναμική που

κατέχει μια νεοφυής επιχείρηση, η οποία αποτελεί αντικείμενο εξαγοράς. Ας μην ξεχνάμε, ότι κύριος στόχος σε αυτές τις νεοφυείς επιχειρήσεις είναι σε πρώτη φάση η ανάπτυξη μιας καινοτόμου τεχνολογίας και η προσέλκυση νέων χρηστών και σε δεύτερη φάση τα οικονομικά κέρδη¹⁴⁰. Επομένως, το αποτέλεσμα είναι πολλές από αυτές τις συναλλαγές να παρακάμπτουν τα όρια κοινοποίησης και έτσι να μην ελέγχονται καθόλου ή, τουλάχιστον, επαρκώς.

Ασφαλώς, ο μηχανισμός παραπομπής του Κανονισμού 139/2004¹⁴¹, όπως είδαμε σε προηγούμενη ενότητα, συμβάλλει σημαντικά, αλλά όχι πλήρως, στην καταπολέμηση του ως άνω προβλήματος. Επί παραδείγματι, περιπτώσεις εξαγορών όπως του Instagram από το Facebook, της Waze από τη Google, είχαν αναθερμάνει τις συζητήσεις για τροποποίηση του νομοθετικού πλαισίου. Ο λόγος ήταν ότι οι εξαγορές αυτές δεν ελέγχθηκαν από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, παρά μόνο από το Office of Fair Trading του Ηνωμένου Βασιλείου¹⁴². Ως εκ τούτου, εκδηλώθηκαν σοβαρές ανησυχίες για την επάρκεια του Κανονισμού, γεγονός που οδήγησε χώρες, όπως την Αυστρία και τη Γερμανία¹⁴³, να θεσπίσουν κατώτατα όρια που βασίζονται στην αξία των συναλλαγών και όχι στον κύκλο εργασιών των εμπλεκόμενων εταιρειών.

Η λύση για αντικατάσταση των κατώτατων ορίων συναλλαγής από ένα πάλι ποσοτικό όριο, ήτοι εκείνο του ύψους της συναλλαγής, ολοένα και περισσότερο κερδίζει έδαφος στις συζητήσεις περί τροποποίησης του ισχύοντος νομοθετικού πλαισίου. Με βάση αυτήν την προσέγγιση, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θα μπορεί πιο εύκολα να εντοπίσει ύποπτες εξαγορές, εφόσον μια εδραιωμένη στην ψηφιακή αγορά εταιρεία είναι διατεθειμένη να καταβάλει σημαντικό αντίτιμο για μια, κατά τα άλλα, μικρή επιχείρηση. Ένα τέτοιο στοιχείο μπορεί να αποτελέσει έναν κρίσιμο δείκτη για την δυνητική ανταγωνιστικότητα μιας εταιρείας που επιχειρεί να εισέλθει στην αγορά¹⁴⁴. Βεβαίως, η συζήτηση θα προσανατολιζόταν ως προς το σημείο εκείνο που θα έπρεπε να τεθεί ως όριο στη συναλλαγή. Περαιτέρω, το κριτήριο αυτό, το οποίο θα υφίστατο παράλληλα με τα υφιστάμενα όρια κύκλου εργασιών, θα καθιστούσε δυνατή τη διερεύνηση μιας συναλλαγής που θα χαρακτηριζόταν από υψηλή τιμή και, ταυτόχρονα, από χαμηλό κύκλο εργασιών. Πάντως, μια συναλλαγή, όπως εκείνη του Facebook/WhatsApp, που είχε αξία περί τα 19 δισεκατομμύρια δολάρια,

¹⁴⁰ Furman, J. (2019). *Unlocking digital competition - Report of the Digital Competition Expert Panel*. σελ. 120. Report διαθέσιμο εις https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5c88150ee5274a230219c35f/unlocking_digital_competition_furman_review_web.pdf.

¹⁴¹ Κανονισμός 139/2004 του Συμβουλίου, αρ. 22 παρ. 1.

¹⁴² Το 2014, το Office of Fair Trading («OFT») αντικαταστάθηκε από την Competition and Markets Authority («CMA»).

¹⁴³ Furman, J. ό.π. σελ. 120.

¹⁴⁴ Tommaso, V. (2018). *Tech giants in the digital age*. CRA Annual Brussels Conference: Economic Developments in Competition Policy. Παρουσίαση διαθέσιμη εις <https://ecp.crai.com/wp-content/uploads/2018/12/Tommaso-Valletti-2018.pdf>.

πιθανότατα θα είχε απασχολήσει τις αρχές προκειμένου να ερευνηθούν αυτοδικαίως την υπόθεση¹⁴⁵.

Η σκέψη περί αλλαγής του νομοθετικού πλαισίου, με σκοπό το σύστημα ελέγχου να ενεργοποιείται με βάση την αξία της συναλλαγής, είναι και αυτή σκέψη που γεννά ενδοιασμούς. Τούτο διότι, οι εταιρείες που επιθυμούν να εμπλακούν σε μια εξαγορά, ενδέχεται να υποτιμολογούν σημαντικά τη σχεδιαζόμενη εξαγορά, με σκοπό να ξεφύγουν του ρυθμιστικού πεδίου ελέγχου. Ιδίως δε, όταν μιλάμε για εξαγορές νεοφυών επιχειρήσεων, όπου ο κύκλος εργασιών τους είναι συνήθως χαμηλός, η χαμηλή τιμή εξαγοράς είναι κάτι που εύκολα μπορεί να συμβεί¹⁴⁶. Συνεπώς, επιφυλασσόμαστε, αν μια λύση περί πλήρους αντικατάστασης των κατώτατων ορίων του κύκλου εργασιών με την αξία της συναλλαγής θα μπορούσε πράγματι να επιλύσει το ζήτημα.

Μια περισσότερο προφανής λύση είναι η τροποποίηση του νομοθετικού πλαισίου, αναφορικά με τα υφιστάμενα όρια που έχουν τεθεί σε σχέση με τον κύκλο εργασιών. Η προσέγγιση αυτή, πιθανότατα, να συνέβαλλε στον εντοπισμό μεγαλύτερου αριθμού σκιωδών εξαγορών. Εντούτοις, η επέκταση αυτής της εξουσίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής δεν εγγυάται ότι θα εντοπίζονταν οι σωστές εξαγορές, ήτοι εκείνες που πράγματι εγκυμονούν σοβαρούς κινδύνους για την ψηφιακή αγορά¹⁴⁷. Παράλληλα, θα αυξανόταν κατά πολύ ο όγκος δουλειάς για την Επιτροπή, αφού θα υπάγονταν στη δικαιοδοσία της δεκάδες χιλιάδες συγκεντρώσεις προς έλεγχο με αμφίβολα αποτελέσματα.

Τα αντανακλαστικά των ρυθμιστικών αρχών στον έλεγχο των εξαγορών στον ψηφιακό τομέα φαίνεται να μην είναι τόσο άμεσα. Συνεπώς, μια σκέψη για την αντιμετώπιση του φαινομένου είναι, ιδίως, οι εταιρείες που παρουσιάζουν έντονη κινητικότητα στις εξαγορές νεοφυών επιχειρήσεων, να υποχρεούνται να ενημερώνουν τις αρχές για κάποια επικείμενη εξαγορά αρκετό χρόνο πριν. Μια τέτοια ενημέρωση, δίνει ένα σημαντικό προβάδισμα στις αρχές, προκειμένου να ερευνηθούν εγκαίρως την σχεδιαζόμενη συναλλαγή και με κάθε δυνατή

¹⁴⁵ Whish, R. (2023). *Killer Acquisitions and Competition Law: Is There a Gap and How Should It Be Filled?* Scholarship Repository. σελ. 17. Μελέτη διαθέσιμη εις <https://repository.nls.ac.in/cgi/viewcontent.cgi?article=1371&context=nlsir>.

¹⁴⁶ Vestager, M. (2020). *The future of EU merger control*. The International Bar Association 24th Annual Competition Conference. 11 Σεπτεμβρίου 2020. Ομιλία διαθέσιμη εις https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/speech_20_2884, όπου η ίδια δήλωσε πως «δεν είναι εύκολο να τεθεί ένα τέτοιο όριο στο σωστό επίπεδο. Αν είναι πολύ υψηλό, δεν βοηθάει πραγματικά - και πάλι καταλήγουμε να χάνουμε πολλές από τις περιπτώσεις που έχουν σημασία. Από την άλλη πλευρά, αν το όριο τεθεί αρκετά χαμηλά για να βεβαιωθούμε ότι βλέπουμε όλες αυτές τις συγχωνεύσεις, ελλοχεύει ο κίνδυνος οι εταιρείες να οδηγηθούν στο να καταθέσουν πολλές υποθέσεις που απλώς δεν είναι σχετικές. Έτσι, αυτήν τη στιγμή, η αλλαγή του Κανονισμού για τις συγχωνεύσεις, ώστε να προστεθεί ένα νέο όριο όπως αυτό, δεν φαίνεται να είναι η πιο αναλογική λύση».

¹⁴⁷ Bourreau, M. και de Streel, A. (2019). ό.π. σελ. 32. καθώς και Holmström, M., Padilla, J., Stitzing, R. και Sääskilähti, P. (2018). ό.π. σελ. 12, οι οποίοι καταλήγουν ακριβώς στο συμπέρασμα ότι η μείωση των κατώτατων ορίων του Κανονισμού 139/2004 απλώς αποτελεί μια πιο εύκολη λύση χωρίς, ωστόσο, να επιλύει το πρόβλημα στη ρίζα του.

λεπτομέρεια. Η ρύθμιση αυτή θα μπορούσε να εφαρμοσθεί, ιδίως, στις εταιρείες *πυλωρούς*¹⁴⁸ που παρουσιάζουν τέτοιου είδους αξιοσημείωτη δραστηριότητα.

Πλήθος εξαγορών εκφεύγει του ρυθμιστικού πεδίου με αποτέλεσμα να μην είναι εύκολο να ελεγχθούν. Σε αντιδιαστολή με το ποσοτικό κριτήριο που θέτει ο Κανονισμός 139/2004, μια ενδιαφέρουσα προσέγγιση θα μπορούσε να είναι ο έλεγχος να πραγματοποιείται βάσει συγκεκριμένου κριτηρίου. Έτσι, μια νέα ρύθμιση θα μπορούσε να συμπεριλαμβάνει παραμέτρους, όπως είναι το μερίδιο αγοράς. Πράγματι, κράτη – μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπως είναι η Ισπανία, αλλά και εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπως είναι το Ηνωμένο Βασίλειο, ο Καναδάς, τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, έχουν συμπεριλάβει στις εθνικές τους νομοθεσίες το κριτήριο του μεριδίου αγοράς των υπό συγχώνευση εταιρειών ή το μερίδιο των πωλήσεων τους στα ανάλογα προϊόντα ή/και υπηρεσίες. Με αυτόν τον τρόπο, καθίσταται πιο εύκολος ο έλεγχος περιπτώσεων, κατά τις οποίες μια εταιρεία με σημαντική θέση στην ψηφιακή αγορά εξαγοράζει μια σημαντικά μικρότερη εταιρεία. Ωστόσο, ένα μοντέλο ελέγχου σαν και αυτό δεν είναι απαλλαγμένο κινδύνων. Τούτο διότι θα συμβάλει μεν σημαντικά στον εντοπισμό εξοντωτικών εξαγορών, αλλά μόνο όταν υφίσταται οριζόντια σχέση μεταξύ των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων. Ο έλεγχος με βάση το κριτήριο αυτό δεν είναι σε θέση να καλύψει συναλλαγές, όπου η σχέση μεταξύ των συγχωνευόμενων εταιρειών είναι κάθετη, ήτοι συναλλαγές δυνάμει των οποίων η μια εταιρεία επιχειρεί δυνάμει της εξαγοράς αυτής να εισέλθει σε μια γειτονική αγορά¹⁴⁹.

Σε αντιδιαστολή με τον εκ των προτέρων έλεγχο που ισχύει σήμερα, μια ενδιαφέρουσα πρόταση θα ήταν η εισαγωγή μιας εκ των υστέρων διερεύνησης της εκάστοτε εξαγοράς. Το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο δεν διαθέτει κάποια τέτοια διαδικασία που να επιτρέπει στην Επιτροπή να ελέγξει εκ των υστέρων την απόφασή της. Στα θετικά αυτής της προσέγγισης, η Επιτροπή θα είναι σε θέση να επανεξετάσει περιπτώσεις που, εν τέλει, αποδεικνύονται να πληρούν τα κριτήρια εξοντωτικών εξαγορών ή, απλώς, να έχουν κάποια ανταγωνιστικά αποτελέσματα. Με τον τρόπο αυτόν, η Επιτροπή θα προσδιορίζει αποτελεσματικότερα επιπτώσεις, οι οποίες ήταν δυσδιάκριτες κατά τη στιγμή σύναψης της συναλλαγής. Εάν, λοιπόν, μια απόφαση της Επιτροπής σφάλλει, καθ' ότι η επιτραπέισα εξαγορά εγκυμονούσε τελικά αρνητικά αποτελέσματα για τον ανταγωνισμό, η ίδια η Επιτροπή θα είναι σε θέση να ανακαλέσει την απόφασή της και να υποχρεώσει τα μέρη να επαναφερθούν όλα στην προτέρα κατάσταση. Στα αρνητικά όμως της προσέγγισης αυτής, μια τέτοια λύση θα γεννούσε σοβαρή ανασφάλεια δικαίου, καθώς τα μέρη δεν θα μπορούν ποτέ να γνωρίζουν μετά βεβαιότητας, αν η Επιτροπή θα ανακαλέσει ποτέ την απόφασή της. Βεβαίως, θα

¹⁴⁸ Κανονισμός 139/2004 του Συμβουλίου, αρ. 2 παρ. 1, ή, άλλως, «gatekeepers».

¹⁴⁹ Competition & Markets Authority. (2020). *A new pro-competition regime for digital markets - Advice of the Digital Markets Taskforce*. Μελέτη διαθέσιμη εις https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5f9e7567e90e07562f98286c/Digital_Taskforce_-_Advice.pdf.

μπορούσε να τεθεί κάποιος χρονικός περιορισμός προς το δικαίωμα ανάκλησης, αλλά και πάλι μια τέτοια ρύθμιση δεν θα επέλυε το πρόβλημα, αφού τα μέρη θα μπορούσαν αναλόγως να προσαρμόσουν τις συμπεριφορές τους και να φροντίσουν οι ανταγωνιστικές στρατηγικές τους να υλοποιηθούν μετά την πάροδο της προθεσμίας ανακλήσεως. Επιπροσθέτως, η επιβολή της ανατροπής όλων των αποτελεσμάτων που έχουν επέλθει μετά την ολοκλήρωση της συναλλαγής είναι κάτι που πρακτικά είναι εξαιρετικά δύσκολο να επιτευχθεί στην πράξη¹⁵⁰. Ιδίως στις ψηφιακές αγορές, όπου οι ρυθμοί καινοτομίας και ανάπτυξης είναι σε συνεχή εξέλιξη, η επιβολή ενός μέτρου επαναφοράς των πραγμάτων στην προτέρα κατάσταση μπορεί να είναι και κάτι πρακτικά ανέφικτο, καθ' όσον η καινοτομία που ήταν στο επίκεντρο της επίμαχης εξαγοράς, μπορεί πλέον να μην ανταποκρίνεται στα σύγχρονα πλαίσια της αγοράς¹⁵¹. Συνεπώς, αυτή η λύση, αν και συνοδεύεται από ενδιαφέροντες προβληματισμούς, εντούτοις, μάλλον τίθεται στο περιθώριο εξ αιτίας της σημαντικής δυσχέρειας να εφαρμοσθεί στην πράξη.

Δεν θα πρέπει να λησμονηθεί να αναφερθεί στο σημείο αυτό ότι ένα σημαντικό εργαλείο για την εκ των υστέρων αξιολόγηση μιας εξαγοράς αποτελεί και το άρθρο 102 της Συνθήκης Λειτουργίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης¹⁵². Το άρθρο αυτό απαιτεί εκτενή ανάλυση και έρευνα για την απόδειξη υπάρξεως δεσπόζουσας θέσης και κατάχρησης αυτής. Η λύση αυτή έχει προταθεί ως συμπληρωματικό εργαλείο στο ήδη υπάρχον νομοθετικό πλαίσιο, καθώς δεν απαιτεί κάποια νομοθετική τροποποίηση, αφού το αρ. 102 αποτελεί πρωτογενές δίκαιο¹⁵³. Έτσι, το άρθρο 102 θα πρέπει να αξιοποιηθεί ως εργαλείο για την έρευνα και επιβολή κυρώσεων, εφόσον διαπιστωθεί πως μια εξαγορά, που είτε δεν είχε ελεγχθεί καθόλου, είτε είχε ελεγχθεί και είχε επιτραπεί, εν τέλει, είχε αρνητικά αποτελέσματα για τον ανταγωνισμό¹⁵⁴. Άλλωστε, η θέση περί συμπληρωματικής εκ των υστέρων εφαρμογής του άρθρου 102 για την αντιμετώπιση εξοντωτικών εξαγορών, που διαφεύγουν εν μέρει ή ολοκληρωτικά από το πεδίο εφαρμογής του Κανονισμού 139/2004 επισφραγίστηκε και με μια όλως πρόσφατη απόφαση του ΔΕΕ¹⁵⁵. Ως εκ τούτου, μπορούμε να πούμε ότι πλέον δεν καταλείπεται το παραμικρό περιθώριο για περαιτέρω συζήτηση σε σχέση με το εν λόγω θέμα και πλέον η εν λόγω *θεωρητική* (έως τώρα) πρόταση

¹⁵⁰ Organisation for Economic Co-operation and Development. (2020). *Start-ups, Killer Acquisitions and Merger Control – Background Note*. σελ. 42. Έγγραφο διαθέσιμο εις [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2020\)5/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2020)5/en/pdf).

¹⁵¹ Αυτό ισχύει ιδιαιτέρως στις περιπτώσεις εκείνες, όπου, επειδή η απόφαση της Επιτροπής δύναται να προσβληθεί, μπορεί να παρέλθουν και χρόνια μέχρι να υπάρξει τελειωτική κρίση.

¹⁵² Στο εξής, χάριν συντομίας, η εν λόγω Συνθήκη θα αναφέρεται απλώς ως «ΣΛΕΕ».

¹⁵³ Kokott, J. (2022). *Προτάσεις Γενικής Εισαγγελίας στην υπόθεση C-449/21. Towercast/Autorité de la concurrence and Ministère de l'Économie*. παρ. 28, 29 και 30.

¹⁵⁴ Kokott, J. (2022). ό.π. παρ. 48.

¹⁵⁵ Απόφαση ΔΕΕ. Υπόθεση C-449/21. *Towercast/Autorité de la concurrence and Ministère de l'Économie*. παρ. 60, όπου ως προϋπόθεση εφαρμογής του άρθρου 102 ΣΛΕΕ τίθεται αφ' ενός να μην υπερβαίνει η συναλλαγή τα ενωσιακά και εθνικά όρια ελέγχου των συγκεντρώσεων και αφ' ετέρου να μην έχει παραπεμφθεί η υπόθεση δυνάμει του άρθρου 22 του Κανονισμού 139/2004 για έλεγχο ενώπιον της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

επίλυσης να λαμβάνει με την απόφαση του ΔΕΕ *σάρκα και οστά*. Μια τέτοια νομολογιακή εξέλιξη σίγουρα κινείται προς τη σωστή κατεύθυνση, με το άρθρο 102 ΣΛΕΕ και τον Κανονισμό 139/2004 να λειτουργούν συμπληρωματικά ο ένας προς τον άλλον.

Δεδομένου ότι η ψηφιακή οικονομία και οι νέες τεχνολογίες αναπτύσσονται με ραγδαίο ρυθμό, δεν θα ήταν παράλογο να σκεφτούμε ότι μια πιο ρηξικέλευθη σκέψη θα ήταν να συσταθεί μια ειδική μονάδα ελέγχου των ψηφιακών αγορών με διευρυμένες εξουσίες και εξειδίκευση. Βασικό μέλημα της ομάδας αυτής είναι να μπορεί να ερευνά, ακόμη και αυτοβούλως, σχεδιαζόμενες εξαγορές πριν και μετά την ολοκλήρωση αυτής. Έτσι, θα έχει τη δικαιοδοσία να επιβάλλει και κυρώσεις για περιπτώσεις μη συμμόρφωσης με το εφαρμοστέο δίκαιο. Ένα τέτοιο μοντέλο ελέγχου έχει εγκριθεί από το Ηνωμένο Βασίλειο και θα μπορούσε σίγουρα να προσφέρει κάποια σημαντικά διδάγματα για την περαιτέρω ανάπτυξη τέτοιου είδους δομών σε λοιπές δικαιοδοσίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Ασφαλώς, στο τραπέζι των συζητήσεων με θέμα τον εκσυγχρονισμό του ισχύοντος νομοθετικού πλαισίου ελέγχου των συγκεντρώσεων, υπάρχει και η ιδέα περί αντιστροφής του βάρους αποδείξεως. Όπως γνωρίζουμε, με το ισχύον νομοθετικό καθεστώς η Επιτροπή είναι εκείνη που ερευνά, αξιολογεί και κρίνει, αν η υπό διερεύνηση εξαγορά διαθέτει ή όχι ανταγωνιστικά χαρακτηριστικά. Δυνάμει λοιπόν αυτής της πρότασης οι εμπλεκόμενες εταιρείες θα φέρουν το βάρος να αποδείξουν ότι δεν υφίσταται απειλή για τον ανταγωνισμό από την υπό κρίσιν εξαγορά¹⁵⁶. Έτσι, θα είναι στο χέρι των επιχειρήσεων και συγκεκριμένα της απορροφώσας εταιρείας να συλλέξει όλα τα απαραίτητα στοιχεία και δεδομένα, προκειμένου να πείσει την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Η πρακτική αυτή θα ευνοούσε σίγουρα τις εξαγορές στον ψηφιακό τομέα, όπου τα κίνητρα που υποκρύπτονται πίσω από τέτοιου είδους εξαγορές νεοφυών επιχειρήσεων είναι δυσδιάκριτα. Από την άλλη, βέβαια, μια τέτοια λύση προσθέτει ένα δυσανάλογο βάρος στις εμπλεκόμενες εταιρείες, οι οποίες ασφαλώς δεν θα είναι σε θέση να διακρίνουν κάθε πτυχή του ανταγωνισμού, όπου ενδέχεται να υφίσταται βλάβη, πόσω μάλλον να αποδεικνύουν ότι η εξαγορά δεν θα αποτελέσει κίνδυνο για τις πτυχές αυτές. Αυτό καθίσταται ακόμα περισσότερο αντιληπτό στις ψηφιακές αγορές, όπου η δυναμική εξέλιξη της τεχνολογίας θέτει σοβαρά εμπόδια στην οριοθέτηση του πεδίου ενδεχόμενων ζημιών στον ανταγωνισμό.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση, προκειμένου να περιορίσει φαινόμενα εξοντωτικών εξαγορών, θα πρέπει να εμφυσήσει στην νοοτροπία των νεοφυών επιχειρήσεων ότι η χρηματοδότηση αυτών δεν είναι απαραίτητο να προέλθει από κάποια

¹⁵⁶ Organisation for Economic Co-operation and Development. 2020. ό.π. σελ. 34, θέση που χαιρετίζεται και από τον Οργανισμό, όπου αναφέρεται συγκεκριμένα ότι «*ίσως η πιο σημαντική πρόταση που προέκυψε από τη συζήτηση σχετικά με την εξαγορά νεοφυών επιχειρήσεων ήταν να αντιστραφεί το βάρος της απόδειξης και να δημιουργηθεί ένα μαχητό τεκμήριο*».

κυρίαρχη στην αγορά εταιρεία. Είναι εξαιρετικά σημαντικό να κατανοήσουν οι νεοφυείς εταιρείες, που έχουν δυναμική προόδου και ανάπτυξης, να μην βλέπουν μια Big Tech εταιρεία ως το μοναδικό εισιτήριό τους για είσοδο στη σχετική αγορά. Έτσι, η Ευρωπαϊκή Ένωση μπορεί να διευκολύνει τη χρηματοδότηση νεοφυών επιχειρήσεων μέσω ενωσιακών κονδυλίων, που προορίζονται αποκλειστικώς για αυτόν τον σκοπό. Προς αυτήν την κατεύθυνση κατατείνει και το σχέδιο δράσης της Ευρωπαϊκής Ένωσης, μέσω του Capital Markets Union, όπου δίνεται η δυνατότητα δημιουργίας μιας ενιαίας αγοράς κεφαλαίων σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση, διευκολύνοντας έτσι την άντληση κεφαλαίων για τις μικρές, μεσαίες και νεοφυείς επιχειρήσεις. Τέτοιου είδους πρωτοβουλίες έχουν ως απώτερο στόχο να καταστεί η Ευρώπη ένα ελκυστικό περιβάλλον για τη δημιουργία μιας μικρής επιχείρησης και τη μετέπειτα ανάπτυξη και επέκτασή της στην ενιαία αγορά¹⁵⁷.

Εν κατακλείδι, η αντιμετώπιση των εξοντωτικών εξαγορών στον ψηφιακό τομέα αποτελεί σίγουρα μια σημαντική πρόκληση για την Ευρωπαϊκή Ένωση, η οποία καλείται να είναι οδηγός και όχι ουραγός στις ταχύτατα αναπτυσσόμενες ψηφιακές αγορές. Η διαρκής παρακολούθηση του νομοθετικού πλαισίου, προκειμένου να είναι πάντοτε επίκαιρο και εναρμονισμένο με το δυναμικό ψηφιακό περιβάλλον αποτελεί επιτακτική ανάγκη για την προστασία και το μέλλον του ανταγωνισμού. Εκτός των νομοθετικών εργαλείων όμως, η Ευρωπαϊκή Ένωση πάντοτε μπορεί να αναζητά λιγότερο ριζοσπαστικές λύσεις, νέες μεθόδους και προγράμματα χρηματοδότησης νεοφυών επιχειρήσεων. Η Ευρωπαϊκή Ένωση μπορεί να ανατρέξει λοιπόν στις ως άνω προτάσεις και να σταθμίσει τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα αυτών, με σκοπό να διαφυλαχθεί η προώθηση της καινοτομίας, η ανάπτυξη νέων τεχνολογιών και η κοινωνική ευημερία.

6. Συμπερασματικές παρατηρήσεις

Συγκεφαλαιώνοντας, παρατηρούμε ότι οι εξοντωτικές εξαγορές στον ψηφιακό τομέα έχουν, δικαίως, τεθεί στο επίκεντρο των αναλυτών, καθ' ότι εγείρουν σοβαρές ανησυχίες για το μέλλον του υγιούς ανταγωνισμού. Διαπιστώσαμε ότι το φαινόμενο αυτό, μπορεί να εκδηλώνεται, μέσω, κατ' όνομα και μόνο ακίνδυνων ή ακόμα και ωφέλιμων εξαγορών, εν τέλει, δύνανται να κρύβει ανεπανόρθωτες δυσμενείς συνέπειες για την καινοτομία και την ανάπτυξη νέων τεχνολογιών. Επομένως, το πιο θεμελιώδες ερώτημα που τίθεται είναι, πώς

¹⁵⁷ Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών - Στρατηγική για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις με Στόχο Μια Βιώσιμη και Ψηφιακή Ευρώπη. (10.03.2020). σελ. 2. Ανακοίνωση διαθέσιμη εις <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52020DC0103>.

θα εντοπίζονται εγκαίρως και εγκύρως οι εξαγορές αυτές, οι οποίες έχουν ως απώτερο σκοπό να βάλουν κατά των δομών του ανταγωνισμού;

Για να απαντηθεί με πληρέστερη, κατά το δυνατόν, ακρίβεια, η ερώτηση αυτή, κρίθηκε απαραίτητη η εννοιολογική οριοθέτηση των εξοντωτικών εξαγορών στον ψηφιακό τομέα. Μέσα από την κατανόηση των εννοιών, που συνδέονται αναπόσπαστα με το φαινόμενο αυτό, αναδείχθηκαν οι κυριότερες προϋποθέσεις που συνδέονται με το υπό διερεύνηση στην παρούσα φαινόμενο. Έτσι, η καινοτομία τέθηκε στο επίκεντρο του εννοιολογικού προσδιορισμού των εξοντωτικών εξαγορών, γεγονός που υπογράμμισε τη σοβαρότητα του φαινομένου αυτού στον ψηφιακό τομέα. Τούτο διότι, η καινοτομία και η τεχνολογική πρόοδος αποτελούν τους κινητήριους μοχλούς ανάπτυξης του ψηφιακού τομέα. Ταυτόχρονα όμως, μέσα από την κατανόηση του εννοιολογικού περιεχομένου του φαινομένου των εξοντωτικών εξαγορών, διακρίναμε και τις κύριες γενεσιουργές αιτίες και τα κίνητρα, δυνάμει των οποίων μεγάλοι τεχνολογικοί – κολοσσοί προβαίνουν σε στρατηγικές εξαγορές μικρότερων, νεοφυών συνήθως, επιχειρήσεων.

Ασφαλώς, παρά το γεγονός ότι το φαινόμενο των εξοντωτικών εξαγορών στον ψηφιακό τομέα εγείρει σοβαρές και δικαιολογημένες ανησυχίες για το μέλλον του ανταγωνισμού, θα πρέπει να υπογραμμισθεί ότι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή φαίνεται να είναι ιδιαιτέρως φειδωλή στην απαγόρευση συγκεντρώσεων. Πράγματι, η Επιτροπή προσεγγίζει εκάστη περίπτωση, προβαίνοντας σε ενδελεχή ανάλυση και δεν καταφεύγει εύκολα σε απαγορευτικά ή περιοριστικά μέτρα κατά της φερόμενης ενώπιόν της συγκεντρώσεως. Για τον λόγο αυτόν, πολλές εξαγορές, αν και γεννούν σημαντικές ανησυχίες σε αρχικό στάδιο, εν τέλει μπορεί να αποδειχθούν ωφέλιμες ή/και απαραίτητες για τον ανταγωνισμό, όπως επί παραδείγματι, όταν μια καινοτόμος νεοφυής επιχείρηση αδυνατεί να εισέλθει στην αγορά ελλείψει χρηματοδοτήσεως, βυθίζοντας στο κενό την ανάπτυξη μιας πρωτοποριακής τεχνολογίας.

Για τον λόγο αυτόν, το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο οφείλει να εντοπίζει με αποτελεσματικότητα τα δυσδιάκριτα κίνητρα των μεγάλων εταιρειών, τα οποία υποκρύπτονται πίσω από τέτοιου είδους εξαγορές. Ασφαλώς, οι αρμόδιες ρυθμιστικές αρχές πρέπει να είναι σε θέση να διακρίνουν πότε μια εξαγορά δύναται να οδηγήσει σε αντιανταγωνιστικές πρακτικές και, αντιστοίχως, να λαμβάνουν τα ανάλογα μέτρα πρόληψης και καταστολής. Έτσι, παραδείγματα, όπως εκείνο της εξαγοράς του Instagram από το Facebook, μας γέννησε σοβαρά ερωτηματικά, αν και κατά πόσον είναι άρτια θωρακισμένο το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο απέναντι σε τέτοιου είδους πρακτικές. Δεδομένου δε, ότι οι αγορές στον ψηφιακό τομέα γίνονται ολοένα και πιο πολύπλοκες, με τις στρατηγικές ύποπτων εξαγορών να εξελίσσονται διαρκώς από τις μεγάλες εταιρείες τεχνολογίας, είναι χρέος των ρυθμιστικών αρχών να ενισχύσουν σημαντικά τους μηχανισμούς

εποπτείας και ελέγχου, προκειμένου να διασφαλισθεί η αυστηρή και δίχως σφάλματα αξιολόγηση των εξαγορών αυτών.

Στο πλαίσιο αυτό, απαιτείται η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, καθώς και τα κράτη – μέλη της, να εισάγουν νέα όπλα στη φαρέτρα τους κατά τον έλεγχο των συγκεντρώσεων, με σκοπό το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο να συμπληρωθεί καταλλήλως. Προς αυτήν την κατεύθυνση, απαιτείται να προσαρμοστεί το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο με τέτοιο τρόπο που να ενισχύεται ο εκ των προτέρων έλεγχος διά της υποχρεωτικής (υπό προϋποθέσεις) κοινοποίησης συναλλαγών, ιδίως όταν πρόκειται για εδραιωμένες στην ψηφιακή αγορά εταιρείες. Μέσα από ένα θεσμικό πλαίσιο, που θα παρέχει σημαντικό χρόνο και πλήθος στοιχείων για την εκάστοτε συναλλαγή στην αρμόδια αρχή για έλεγχο, αυξάνονται η διαφάνεια και οι δείκτες αποτελεσματικότητας ως προς των εντοπισμό εξοντωτικών εξαγορών στον ψηφιακό τομέα. Η αξία του εκ των υστέρων ελέγχου της συγκέντρωσης, διά του άρθρου 102 ΣΛΕΕ δεν θα πρέπει να υποτιμηθεί. Πράγματι, ο συμπληρωματικός έλεγχος που δύναται να εφαρμοσθεί, δυνάμει του εν λόγω πρωτογενούς κανόνα δικαίου, ολοκληρώνει ένα πλήρες σύστημα ελέγχου των συγκεντρώσεων. Σε αντιδιαστολή με τις παραπάνω προτάσεις για νομοθετικές παρεμβάσεις – λύσεις, όπως αντικατάσταση του ποσοτικού ορίου κύκλου εργασιών με το κριτήριο την αξία της συναλλαγής και λοιπές τέτοιου είδους εναλλακτικές προτάσεις, δεν φαίνεται, κατά τη γνώμη του γράφοντος, να ευδοκιμούν ή να επιλύουν στη ρίζα του το υπό κρίσιν φαινόμενο.

Σε κάθε περίπτωση, η ανάγκη για προσαρμογή του ισχύοντος νομοθετικού πλαισίου δεν περιορίζεται απλώς σε μια θεωρητική απαίτηση, αλλά αποτελεί μια επιτακτική ανάγκη απορρέουσα από τις ραγδαίες εξελίξεις στον ψηφιακό τομέα και την ταυτόχρονη αύξηση των εξαγορών νεοφυών επιχειρήσεων από τεχνολογικούς κολοσσούς. Η Ευρωπαϊκή Ένωση καλείται να επιδείξει εμπράκτως ότι εφαρμόζει συγκεκριμένα μέτρα που στηρίζουν την ανάπτυξη νεοφυών επιχειρήσεων και την προώθηση καινοτόμων ιδεών. Ωστόσο, τέτοια πρωτοβουλία δεν θα πρέπει να περιοριστεί στα θεσμικά όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης μόνο. Αντιθέτως, θα πρέπει να καταστεί σαφές ότι αποτελεί καθήκον απάντων των κρατών – μελών να ευθυγραμμίσουν τις εθνικές ρυθμιστικές αρχές τους, προβαίνοντας σε ουσιαστικές αναθεωρήσεις των πολιτικών και πρακτικών τους. Μόνο μέσα από μια τέτοια ευρεία και κοινή συνεργασία μπορεί να επιτευχθεί η αποτελεσματική αντιμετώπιση του φαινομένου των εξοντωτικών εξαγορών στον ψηφιακό τομέα. Διότι σε έναν ταχύτατα εξελισσόμενο ψηφιακό κόσμο είναι καθήκον όλων των εμπλεκόμενων φορέων να προστατέψουν την καινοτομία και την ανάπτυξη, προάγοντας ένα υγιές, πρωτοπόρο και ανταγωνιστικό επιχειρηματικό περιβάλλον σε ολόκληρη την Ευρώπη.

Βιβλιογραφία

➤ Ελληνική βιβλιογραφία

Κινινή, Έ. (2007). *Οι αποφάσεις δέσμευσης στο δίκαιο του ανταγωνισμού*. Χρονικά Ιδιωτικού Δικαίου. Ιούνιος 2007.

Κόκκορης, Ι. (2020). *Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού – Ουσιαστικό δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού*. Τζουγανάτος, Δ. (επιμ.). Νομική Βιβλιοθήκη. 2^η Έκδοση. 1^{ος} Τόμος.

Μικρουλέα, Α. (2012). *Η ανταγωνιστική δραστηριότητα και η προστασία της*. 21^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Εμπορικού Δικαίου. Νομική Βιβλιοθήκη.

Μικρουλέα, Α. (2023). *Ανταγωνισμός και ρύθμιση στην ψηφιακή οικονομία (Πλατφόρμες, big data, αλγόριθμοι, blockchain)*. Νομική Βιβλιοθήκη.

Πανταζής, Γ. (2023). *Η άρνηση πρόσβασης σε big data στις ψηφιακές αγορές*. Νομική Βιβλιοθήκη.

Τζουγανάτος, Δ. (2020). *Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού*. 1^{ος} Τόμος. Νομική Βιβλιοθήκη.

Τζουγανάτος, Δ. (2024). *Οι στόχοι της πολιτικής ανταγωνισμού στην εποχή της ψηφιακής οικονομίας*. Χρονικά Ιδιωτικού Δικαίου. Ιούνιος - Ιούλιος 2024.

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

➤ Ξένη βιβλιογραφία

Alcantara, C., Schaul, K., De Vynck, G. και Albergotti, R. (2021). *How Big Tech Got so big: Hundreds of Acquisitions*. Washington Post. Άρθρο διαθέσιμο εις <https://www.washingtonpost.com/technology/interactive/2021/amazon-apple-facebook-google-acquisitions>.

Andersson, M., και Xiao, J. (2016). *Acquisitions of start-ups by incumbent businesses: A market selection process of "high-quality" entrants?*. Research Policy. Μελέτη διαθέσιμη εις <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0048733315001493>.

Berre, M. (2021). *Big Killer Acquisition Theory in the Digital Age*. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3788536.

Bourreau, M. και de Streel, A. (2019). *Digital Conglomerates and EU Competition Policy*. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3350512.

Bostoen, F. (2023). *Understanding the Digital Markets Act*. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4440819.

Brockhoff, J., Jehanno, B., Pozzato, V., Buhr, C. C., Eberl, P. and Papandropoulou, P., (2008). Competition Policy Newsletter. *Google/DoubleClick: The first test for the Commission's nonhorizontal merger guidelines*. Άρθρο διαθέσιμο εις <https://www.europeansources.info/record/competition-policy-newsletter-number-2-2008/>.

Bryan, K. A., και Hovenkamp, E. (2020). *Antitrust Limits on Startup Acquisitions*. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3350064.

Brynjolfsson, E. και McAfee, A. (2016). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. New York: W.W. Norton & Company.

Buenstorf, G. (2016). *Schumpeterian incumbents and industry evolution*. Journal of Evolutionary Economics. Μελέτη διαθέσιμη εις [https://doi.org/10.1016/0048-7333\(95\)00840-3](https://doi.org/10.1016/0048-7333(95)00840-3).

Cabral, B. (2020). *Merger Policy in Digital Industries*. Άρθρο διαθέσιμο εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3612854.

Cabral, B., Justus Haucap, Parker, G., Petropoulos, G., Valletti, T. M. and Marshall Van Alstyne (2021). *The EU Digital Markets Act*. Μελέτη διαθέσιμη εις <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC122910>.

Calvano, E. και Polo, M. (2020). *Market Power, Competition and Innovation in Digital Markets*. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3523611.

Coyle, D. (2018). *Practical competition policy implications of digital platforms*. Bennett Institute for Public Policy Cambridge. University of Cambridge.

Crawford, G. S., Valletti, T. και Caffarra, C., (2020). *How Tech Rolls: Potential Competition and “Reverse” Killer Acquisitions*. Μελέτη διαθέσιμη εις <https://cepr.org/voxeu/blogs-and-reviews/how-tech-rolls-potential-competition-and-reverse-killer-acquisitions>.

Cremer, J., de Montjoye, Y., Schweitzer, H. (2019). *Competition policy for the Digital Era*. Μελέτη διαθέσιμη εις <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/21dc175c-7b76-11e9-9f05-01aa75ed71a1/language-en>.

Cunningham, C., Ederer, F. και Ma, S. (2018). *Killer Acquisitions*. Μελέτη διαθέσιμη εις <https://ssrn.com/abstract=3241707>.

Evans, D. S., Schmalensee, R., Noel, M. D., Chang, H. H., & Garcia-Swartz, D. D. (2011). *Platform economics: Essays on multi-sided businesses*. Competition Policy International. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1974020.

Evans, D. S. (2014). *The Economics of the Online Advertising Industry*. Review of Network Economics. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1086473.

Evans, D.S. (2017). *Why the Dynamics of Competition for Online Platforms Leads to Sleepless Nights But Not Sleepy Monopolies*. Άρθρο διαθέσιμο εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3009438.

Fernandez, R., Klinge, T., Hendrikse, R. και Andriaans I. (2021). *How Big Tech Is Becoming the Government*. Άρθρο διαθέσιμο εις <https://tribunemag.co.uk/2021/02/how-big-tech-became-the-government>.

Fletcher A. (2020). *Digital competition policy: Are ecosystems different?*. DAF/COMP/WD(2020)96. Μελέτη διαθέσιμη εις [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2020\)96/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2020)96/en/pdf).

Fox, E. M. και First, H. (2020). *We Need Rules to Rein in Big Tech*. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3724595.

Fumagalli, C., Motta, M. και Tarantino, E. (2020). *Shelving Or Developing?*. Μελέτη διαθέσιμη εις <https://www.csef.it/WP/wp637.pdf>.

Furman, J. (2019). *Unlocking digital competition - Report of the Digital Competition Expert Panel*. Report διαθέσιμο εις https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5c88150ee5274a230219c35f/unlocking_digital_competition_furman_review_web.pdf.

Gans, J.S. και Stern, S. (2013). *The Product Market and the Market for 'Ideas'*. Research Policy.

Gault, F. (2018). *Defining and measuring innovation in all sectors of the economy*. Research Policy.

Gautier, A. και Lamesch, J. (2020). *Mergers in the Digital Economy*. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3529012.

Holmström, M., Padilla, J., Stitzing, R. και Sääskilahti, P. (2018). *Killer Acquisitions? The Debate on Merger Control for Digital Markets*. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3465454.

Jacobides, M.G. and Lianos, I. (2021). *Ecosystems and competition law in theory and practice*. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3772366.

Jones, A. and Sufrin, B.E. (2019). *EU competition law: text, cases, and materials*. Oxford, United Kingdom; New York, Oxford University Press.

Kokkoris, I. (2024). *Phase II Mergers: An overview of EU and national case law*. Άρθρο διαθέσιμο εις <https://www.concurrences.com/en/bulletin/special-issues/phase-ii-mergers-4739/phase-ii-mergers-an-overview-of-eu-and-national-case-law#nh58>.

Kokkoris, I. και Shelanski, H.A. (2014). *EU merger control: a legal and economic analysis*. Oxford, United Kingdom: Oxford University Press.

Komninos, A. (2022). *The Digital Markets Act (DMA) goes live*. Άρθρο διαθέσιμο εις <https://www.whitecase.com/insight-alert/digital-markets-act-dma-goes-live>.

Levy, N. (2003). *EU Merger Control: from birth to adolescence*. Kluwer Law International. Μελέτη διαθέσιμη εις <https://www.clearygartlieb.com/~media/organize-archive/cgsh/files/publication-pdfs/eu-merger-control---from-birth-to-adolescence.pdf>.

Marty, F. και Warin, T. (2022). *Visa's Abandoned Plan to Acquire Plaid: What Could Have Been a Textbook Case of a Killer Acquisition*. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4026596.

Motta, M. και M. Peitz (2021). *Big tech mergers. Information Economics and Policy*. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3526079.

Petropoulos, G. (2020). *Competition Economics of Digital Ecosystems*. DAF/COMP/WD(2020)91. Μελέτη διαθέσιμη εις [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2020\)91/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2020)91/en/pdf).

Robertson, V.H.S.E. (2021). *Antitrust Market Definition for Digital Ecosystems*. σελ. 2. Άρθρο διαθέσιμο εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3844551.

Robertson, V.H.S.E. (2020). *Competition Law's Innovation Factor: The Relevant Market in Dynamic Contexts in the EU and the US*. Oxford Hart Publishing.

Robertson, V.H.S.E. (2023). *The Future of Digital Mergers in a Post-DMA World*. Άρθρο διαθέσιμο εις https://commission.europa.eu/document/download/c3b0db11-0c61-4c73-bfc1-f152d94c1b47_en?filename=Morning-4-5-Robertson.pdf.

Röller, L. H. και De La Mano, M. (2006). *The impact of the new substantive test in European merger control*. European Competition Journal.

Schumpeter, J.A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. New Brunswick (U.S.A.) London (U.K.) Transaction Publishers.

Sheppard, M., Mabbott, J., Fogarty, J., McCarron, M., & Gelb, D. (2015). *Why are big businesses looking start-ups for innovation?*. Άρθρο διαθέσιμο εις

<https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2015/02/big-business-startups-innovation.pdf>.

Sorkin, A.R. and Peters, J.W. (2006). *Google to Acquire YouTube for \$1.65 Billion*. The New York Times. Άρθρο διαθέσιμο εις <https://www.nytimes.com/2006/10/09/business/09cnd-deal.html>.

Steigertahl, L., Mauer, R., & Say, J.-B. (2018). *EU Commission Startup Monitor 2018*. Report διαθέσιμο εις <http://startupmonitor.eu/EU-Startup-Monitor-2018-Report-WEB.pdf>

Stiebale, J. (2016). Cross-border M and As and innovative activity of acquiring and target firms. *Journal of International Economics*. Μελέτη διαθέσιμη εις <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0022199615001798>.

The Economist. (2016). *Nostrums for rostrums*. Άρθρο διαθέσιμο εις <https://www.economist.com/leaders/2016/05/26/nostrums-for-rostrums>.

The Economist. (2018). *American tech giants are making life tough for startups*. Άρθρο διαθέσιμο εις <https://www.economist.com/business/2018/06/02/american-tech-giants-are-making-life-tough-for-startups>.

Tommaso, V. (2018). *Tech giants in the digital age*. CRA Annual Brussels Conference: Economic Developments in Competition Policy. Παρουσίαση διαθέσιμη εις <https://ecp.crai.com/wp-content/uploads/2018/12/Tommaso-Valletti-2018.pdf>

Vestager, M. (2019). *Shaping Competition Policy in the Era of Digitization*.

Vestager, M. (2020). *The future of EU merger control*. The International Bar Association 24th Annual Competition Conference. 11 Σεπτεμβρίου 2020. Ομιλία

διαθέσιμη

εις

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/speech_20_2884.

Vestager, M. (2024). «Δήλωση της εκτελεστικής αντιπροέδρου Margrethe Vestager σχετικά με τη σημερινή απόφαση του Δικαστηρίου σχετικά με τις αποφάσεις για τη δικαιοδοσία επί των συγκεντρώσεων *Illumina/GRAIL*», Δελτίο Τύπου. Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Whish, R. (2023). *Killer Acquisitions and Competition Law: Is There a Gap and How Should It Be Filled?* Scholarship Repository. Μελέτη διαθέσιμη εις <https://repository.nls.ac.in/cgi/viewcontent.cgi?article=1371&context=nlsir>.

Witt, A.C. (2022). *Who's Afraid of Conglomerate Mergers?*. Μελέτη διαθέσιμη εις https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4021843.

Wu, T. (2010). *The master switch: the rise and fall of information empires*, Πρώτη Έκδοση. Νέα Υόρκη.

Yale School of Management. (2022). *Profs. Florian Ederer και Song Ma Win Best Paper Award from Association of Competition Economists*. Άρθρο διαθέσιμο εις <https://som.yale.edu/story/2022/profs-florian-ederer-and-song-ma-win-best-paper-award-association-competition-economists>.

➤ **Νομολογία/Υποθέσεις**

Απόφαση υπ' αριθ. C-202/06P, Cementbouw Handel & Industrie κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Απόφαση υπ' αριθ. C-449/21. Towercast/Autorité de la concurrence and Ministère de l'Économie.

Απόφαση υπ' αριθ. T-342/99, Airtours PLC κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Απόφαση υπ' αριθ. T-310/01, Schneider Electric SA κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Απόφαση υπ' αριθ. T-05/02, Tetra Laval BV κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Απόφαση υπ' αριθ. T-417/05, Endesa, SA κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Απόφαση υπ' αριθ. T-227/2021. Illumina, Inc. και Grail LLC κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Απόφαση της 3^{ης} Σεπτεμβρίου 2024. Illumina, Inc. και Grail LLC κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, C611/22P και C-625/22P, (EU:C:2024:677).

Υπόθεση υπ' αριθ. COMP/M.3986 – Gas Natural/Endesa.

Υπόθεση υπ' αριθ. COMP/M.4124 – Coca Cola Hellenic Bottling Company/Lanitis Bros.

Υπόθεση υπ' αριθ. COMP/M.4731 – Google/DoubleClick.

Υπόθεση υπ' αριθ. COMP/M.5828 – Procter & Gamble/Sara Lee Hair Care.

Υπόθεση υπ' αριθ. COMP/M.6502 – London Stock Exchange Group/LCH Clearenet Group.

Υπόθεση υπ' αριθ. COMP/M.7217 – Facebook/WhatsApp.

Απόφαση υπ' αριθ. ME/5525/12 της 14^{ης} Αυγούστου 2012 του Office of Fair Trading (OFT) – Facebook/Instagram.

➤ **Λοιπές πηγές**

Australian Competition and Consumer Commission (ACCC). (2019). *Digital Platforms Inquiry Final Report*. Έρευνα διαθέσιμη εις

<https://www.accc.gov.au/system/files/Digital%20platforms%20inquiry%20-%20final%20report.pdf>.

Ceci, L. (2024). *Mobile audience reach of leading smartphone apps in the United States in April 2024*. Στατιστικά δεδομένα διαθέσιμα εις <https://www.statista.com/statistics/281605/reach-of-leading-us-smartphone-apps/>.

Chevalier, S. (2023). *Global Amazon online retail sales market share 2016-2019*. Στατιστικά δεδομένα διαθέσιμα εις <https://www.statista.com/statistics/955796/global-amazon-e-commerce-market-share/#:~:text=This%20statistic%20presents%20the%20global,worldwide%20retail%20e-commerce%20sales>.

Competition & Markets Authority. (2020). *A new pro-competition regime for digital markets - Advice of the Digital Markets Taskforce*. Μελέτη διαθέσιμη εις https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fce7567e90e07562f98286c/Digital_Taskforce_-_Advice.pdf.

Dixon, S.J. (2023). *Facebook global community MAU 2020*. Στατιστικά δεδομένα διαθέσιμα εις <https://www.statista.com/statistics/947869/facebook-product-mau>.

Dixon, S.J. (2024). *Instagram - Statistics & Facts*. Statista. Στατιστικά δεδομένα διαθέσιμα εις <https://www.statista.com/topics/1882/instagram/#topicOverview>.

European Commission. (2024). *Commission Notice on the definition of the relevant market for the purposes of Union competition law*. C/2024/1645. Ανακοίνωση Ευρωπαϊκής Επιτροπής διαθέσιμη εις <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=OJ%3AC 202401645>.

Federal Trade Commission. (2014). *Statement of the Federal Trade Commission Concerning Google/DoubleClick*. Απόφαση διαθέσιμη εις https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_statements/418081/071220googledc-commstmt.pdf.

Federal Trade Commission (FTC). (2021). *Non-HSR Reported Acquisitions by Select Technology Platforms, 2010-2019: An FTC Study*. Μελέτη διαθέσιμη εις <https://www.ftc.gov/system/files/documents/reports/non-hsr-reported-acquisitions-select-technology-platforms-2010-2019-ftc-study/p201201technologyplatformstudy2021.pdf>.

Organisation for Economic Co-operation and Development (2018). *Oslo manual 2018: guidelines for collecting and interpreting innovation data on innovation*. Paris: OECD Publishing.

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2020). *Start-ups, Killer Acquisitions and Merger Control – Background Note*. Έγγραφο διαθέσιμο εις [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2020\)5/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2020)5/en/pdf).

Silicon Valley Bank. (2019). *Key insights from the Silicon Valley Bank - Startup Outlook Survey*. Μελέτη διαθέσιμη εις https://www.svb.com/globalassets/library/uploadedfiles/content/trends_and_insights/reports/startup_outlook_report/us/svb-suo-us-report-2019.pdf.

StatCounter Global Stats. (2024). *Search Engine Market Share Europe*. Στατιστικά δεδομένα διαθέσιμα εις <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/europe>.

