

Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα των Προτύπων Πολιτικής Ανταγωνισμού (competition policy standards)

Ιωάννης Λιανός και Χρυσοβαλάντου Μήλλιου

Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα των Προτύπων Πολιτικής Ανταγωνισμού (*competition policy standards*)

Ιωάννης Λιανός και Χρυσοβαλάντου Μήλλιου*

I. Εισαγωγή

Είναι σημαντικό να αναγνωρίσουμε ότι η συζήτηση για τα «πρότυπα πολιτικής ανταγωνισμού» συνδέεται στενά με τα ακόλουθα δύο ζητήματα και δύσκολα θα μπορούσε να διαχωριστεί από αυτά. Πρώτον, με το ζήτημα των στόχων του δικαίου του ανταγωνισμού, δηλαδή την προεπιλεγμένη τελική θέση την οποία το νομικό σύστημα οφείλει να επιδιώκει ή όντως επιδιώκει. Δεύτερον, με το ζήτημα της θεσμικής επιλογής, δηλαδή την επιλογή της διαδικασίας λήψης αποφάσεων (decision procedure) η οποία θα διαθέτει την αρμοδιότητα της λήψης αποφάσεων σε ένα συγκεκριμένο νομικό πλαίσιο. Ωστόσο, τα δύο αυτά ζητήματα όχι μόνο αλληλοσυνδέονται αλλά και αποτελούν προϋπόθεση για την επιλογή του κατάλληλου «προτύπου πολιτικής ανταγωνισμού» για το συγκεκριμένο σύστημα δικαίου του ανταγωνισμού που εφαρμόζεται¹. Θα μπορούσε επιπλέον να υποστηριχθεί ότι μια ανάλυση των «προτύπων πολιτικής ανταγωνισμού» που βασίζεται σε εξωτερικούς, ως προς το συγκεκριμένο νομικό καθεστώς, και ενίοτε διφορούμενους από νομική άποψη, φορείς αρμοδιότητας –χωρίς να εξετάζεται η απαρχή αυτών των εννοιών, η εξέλιξη και ενημερωμένη απόδοση της σημασίας τους στο νομικό πλαίσιο στο οποίο ενσωματώνονται– είναι πιθανό να οδηγήσει σε παρερμηνείες και φαινόμενα τύπου «χαμένος στη μετάφραση» (“lost in translation”)².

Θα πρέπει επίσης να αναγνωρίσουμε ότι οι συμμετέχοντες στη συζήτηση για τα «πρότυπα πολιτικής ανταγωνισμού» δεν μιλούν όλοι για τα «πρότυπα» δηλαδή δεν προτείνουν ή υποστηρίζουν ένα συγκεκριμένο «πρότυπο». Κάποιοι συμμετέχοντες δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στη μεταρρύθμιση των «στόχων» της πολιτικής ανταγωνισμού –θεμελιώδες ζήτημα που είναι απαραίτητο να προηγείται της συζήτησης περί «προτύπων»–, ενώ άλλοι συμμετέχοντες στην τροποποίηση των «βαθμών απόδειξης»/κριτηρίων εφαρμογής του επιλεγμένου προτύπου –ζήτημα που θα πρέπει να έπεται της συζήτησης.

Η παρούσα μελέτη έχει την ακόλουθη δομή: Στην δεύτερη ενότητα παρουσιάζεται εν συντομία αρχικά το κυρίαρχο (μέχρι στιγμής) «πρότυπο ευημερίας καταναλωτών» και στη συνέχεια παρουσιάζονται τα κύρια εναλλακτικά «πρότυπα πολιτικής ανταγωνισμού» που έχουν ήδη προταθεί στην εν εξελίξει συζήτηση. Στην τρίτη ενότητα εξετάζεται η χρήση των προτύπων πολιτικής ανταγωνισμού στην Ελλάδα. Τέλος, στην τέταρτη ενότητα παρατίθενται συνοπτικά τα συμπεράσματα.

* Η παρούσα μελέτη συντάχθηκε από τον Ιωάννη Λιανό (Πρόεδρο της Ελληνικής Επιτροπής Ανταγωνισμού) και την Χρυσοβαλάντου Μήλλιου (Τακτικό Μέλος της Ελληνικής Επιτροπής Ανταγωνισμού) στο πλαίσιο συμμετοχής της Επιτροπής Ανταγωνισμού στην συνεδρίαση του ΟΟΣΑ τον Ιούνιο 2023 (βλ. [Advantages and Disadvantages of Competition Welfare Standards - OECD](#)). Στη μελέτη εκφράζονται προσωπικές απόψεις οι οποίες δεν δεσμεύουν την Επιτροπή Ανταγωνισμού.

¹ Βλ., I. Lianos, Some reflections on the question of the goals of EU competition law, in I. Lianos & D. Geradin (eds.), *Handbook on European Competition Law – Substantive Issues*, (Edward Elgar, 2013), 1-84.

² Βλ., την κριτική στο I. Lianos, ‘Lost in translation? Towards a theory of economic transplants’ (2009), 62(1) *Current Legal Problems*, 346-404.

II. Πρότυπα Πολιτικής Ανταγωνισμού: εννοιολογικός οδηγός

Ο όρος «πρότυπο» σημασιοδοτείται και χρησιμοποιείται με διάφορους τρόπους στην πολιτική ανταγωνισμού. Οι πρώτες συζητήσεις στο δίκαιο του ανταγωνισμού έδωσαν βαρύτητα στη θεμελιώδη διάκριση μεταξύ του «κανόνα *per se*» και του «κανόνα της λογικής» (*rule of reason*), ως τη θεμελιώδη επιλογή που θα πρέπει να γίνει ως μέρος ενός «προτύπου εύλογου χαρακτήρα». Αυτή η πρώιμη συζήτηση επικεντρώθηκε στα «νομικά πρότυπα», δηλαδή στους κανόνες απόφασης³. Τα πρότυπα αυτά διαφέρουν από τα «ουσιαστικά πρότυπα (ή πρότυπα υπαιτιότητας)», τα οποία εστιάζουν στο συνολικό κριτήριο που χρησιμοποιείται για τον καθορισμό υπαιτιότητας κατά το δίκαιο του ανταγωνισμού, όπως είναι το «πρότυπο ευημερίας καταναλωτών» και το «πρότυπο συνολικής ευημερίας». Εδώ θα εξετάσουμε μόνο τα «ουσιαστικά πρότυπα».

Στη νομική θεωρία συναντάμε δύο διακριτές έννοιες των «προτύπων» (σε αντίθεση με «κανόνες»): (i) το πρότυπο πολιτικής, δηλαδή εκείνο το «είδος προτύπου που θέτει το στόχο προς επίτευξη και αφορά, γενικότερα, τη βελτίωση σε κάποιο οικονομικό, πολιτικό ή κοινωνικό χαρακτηριστικό, ενδεχομένως μετρήσιμο ποσοτικά» και (ii) το πρότυπο ως αρχή, «ένα πρότυπο που πρέπει να τηρείται, όχι για την προώθηση ή εξασφάλιση μιας οικονομικής, πολιτικής ή κοινωνικής κατάστασης που κρίνεται επιθυμητή» αλλά «επειδή αποτελεί απαίτηση της δικαιοσύνης ή της δίκαιης μεταχείρισης ή κάποιας άλλης ηθικής διάστασης»⁴.

Η πρώτη έννοια, αυτή του προτύπου έναντι του κανόνα, περιγράφει έναν τύπο προτύπου που «αντί να διευθετεί αυτόματα όλες τις περιπτώσεις στις οποίες εφαρμόζεται, παρέχει έναν λόγο για μια συγκεκριμένη απόφαση, ο οποίος στη συνέχεια πρέπει να σταθμιστεί παράλληλα και με άλλους εφαρμοστέους λόγους». Η δεύτερη έννοια, αυτή της αρχής έναντι της πολιτικής, προσδιορίζει ένα συγκεκριμένο υποσύνολο προτύπων, που αφορούν «αρχές οι οποίες αντλούν την ισχύ τους από την ηθική (θεωρία)»⁵. Ως εκ τούτου, από την άποψη της νομικής θεωρίας, τα πρότυπα που εστιάζουν στη μεγιστοποίηση της «ευημερίας καταναλωτών», της «συνολικής ευημερίας», ή σε κάποια άλλη διάσταση «ευημερίας», αφορούν τα πρότυπα ως *πολιτική* και αποτελούν υποσύνολο της συνολικής κατηγορίας προτύπων, με έτερο υποσύνολο τις «(ηθικές) αρχές» ως «πρότυπα». Στη συνέχεια, και για τους σκοπούς της παρούσας μελέτης, θα εστιάσουμε στα «πρότυπα» *πολιτικής*, αποκλείοντας από τη συζήτηση σε αυτή τη μελέτη τις «αρχές» ως «πρότυπα»⁶.

Από τα παραπάνω συνάγεται το συμπέρασμα ότι ένα «πρότυπο πολιτικής ανταγωνισμού» χρησιμοποιείται για να καθοδηγεί την εφαρμογή του δικαίου του

³ Βλ. Y. Katsoulacos, On the Concepts of Legal Standards and Substantive Standards (and How the Latter Influences the Choice of the Former), (2019), 7 *Journal of Antitrust Enforcement*, 365–385.

⁴ R. Dworkin, The Model of Rules I, in R. Dworkin, *Taking Rights Seriously*, (London, Duckworth, 1977), 14, at 22.

⁵ C. Webb, *Reviewed Work: Principle and Policy in Contract Law: Competing or Complementary Concepts?* του Stephen Waddams, (Καλοκαίρι 2013), 63 (3) *The University of Toronto Law Journal*, 527.

⁶ Αναγνωρίζουμε ωστόσο ότι έννοιες, όπως «απροκάλυπτοι περιορισμοί» στο δίκαιο του ανταγωνισμού της ΕΕ, οι οποίες δεν αξιολογούνται σε σχέση με τις οικονομικές επιπτώσεις τους καθώς και η διάκριση μεταξύ «παρεμπόδισης του ανταγωνισμού» και «επιδόσεων του ανταγωνισμού» που αποτελεί το υπόβαθρο της ανεξάρτητης από τις οικονομικές επιπτώσεις (πραγματικές ή δυνητικές) αξιολόγησης της συμπεριφοράς η οποία δεν μπορεί να θεωρηθεί ως «αξιοκρατικός ανταγωνισμός» (competition on the merits), υποδηλώνει ότι οι αρχές ως πρότυπα καθοδηγούν επίσης τη σύγχρονη εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού.

ανταγωνισμού⁷. Χρησιμεύει, δηλαδή, ως σημείο αναφοράς για την αξιολόγηση, εκ μέρους των αρχών ανταγωνισμού, του εάν η συμπεριφορά που περιορίζει τον ανταγωνισμό (την ανταγωνιστική διαδικασία) είναι σύμφωνη ή όχι με το κανονιστικό περιεχόμενο του δικαίου του ανταγωνισμού. Επομένως, αποτελεί εργαλείο για την αξιολόγηση του κατά πόσον απαιτούνται ενέργειες παρέμβασης καθώς και για τον προσδιορισμό των κατάλληλων ενεργειών παρέμβασης.

Ως εκ τούτων, αφενός τα «πρότυπα πολιτικής ανταγωνισμού» και αφετέρου, οι «στόχοι» του δικαίου του ανταγωνισμού συνδέονται μεν στενά μεταξύ τους, αλλά δεν ταυτίζονται. Το πρώτο «είναι μία από τις μεθόδους που χρησιμοποιούνται για την επίτευξη του δεύτερου⁸. Άρα, ένα «πρότυπο πολιτικής ανταγωνισμού» είναι απαραίτητο να σχεδιάζεται κατά τέτοιον τρόπο ώστε να ευθυγραμμίζεται, να υποστηρίζει και να προωθεί τους ήδη καθορισμένους «στόχους» του δικαίου του ανταγωνισμού, που θα πρέπει να μεγιστοποιούνται⁹. Διαφορετικά «πρότυπα πολιτικής ανταγωνισμού» ενδέχεται να δίνουν διαφορετικούς βαθμούς έμφασης σε διαφορετικούς στόχους. Είναι φανερό λοιπόν ότι η επιλογή του «προτύπου πολιτικής ανταγωνισμού» όχι μόνο αντανάκλα την επιλογή των στόχων και των προτεραιοτήτων της πολιτικής ανταγωνισμού και, πιο συγκεκριμένα, του δικαίου του ανταγωνισμού, αλλά, επιπλέον, επηρεάζει τη μετέπειτα αναλυτική και μεθοδολογική προσέγγιση που υιοθετείται κατά την εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού.

Υπό το πρίσμα των ανωτέρω, παρουσιάζουμε στη συνέχεια τα κύρια «πρότυπα πολιτικής ανταγωνισμού», εξετάζοντας, κατά περίπτωση, τη σχέση τους με διαφορετικούς στόχους του δικαίου του ανταγωνισμού. Ο κατάλογός μας δεν είναι εξαντλητικός, δεδομένου ότι η συζήτηση για τα πρότυπα ευημερίας αλλά και για τους στόχους του δικαίου ανταγωνισμού τελεί σε εξέλιξη και νέα προτεινόμενα πρότυπα συνεχίζουν να εμφανίζονται¹⁰. Για κάθε πρότυπο ξεχωριστά παρέχουμε τον ορισμό του, δίνοντας διευκρινήσεις όπου κρίνεται σκόπιμο, ενώ εξετάζουμε, εν συντομία, τις πιθανές πολιτικές επιπτώσεις του.

⁷ Σημειώνεται ότι στην παρούσα εισήγηση χρησιμοποιούμε τον όρο «πρότυπο πολιτικής ανταγωνισμού» αντί του όρου «πρότυπο ευημερίας», καθώς η εστίαση ορισμένων από τα προτεινόμενα πρότυπα εκτείνεται πέρα από την οικονομική έννοια της «ευημερίας» στην αγορά (π.χ., συμπεριλαμβάνοντας κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς προβληματισμούς).

⁸ Οι στόχοι της πολιτικής ανταγωνισμού αναφέρονται στους ευρύτερους στόχους που επιδιώκει η πολιτική ανταγωνισμού – στα επιθυμητά αποτελέσματά της. Βλ., I. Lianos, Some Reflections on the Question of the Goals of EU Competition Law, in I. Lianos & D. Geradin (eds.), *Handbook on European Competition Law*, (Edward Elgar, 2013), 1-84.

⁹ Αν κάποιος επικεντρωθεί στα πρότυπα ως αρχές, ο καθορισμός των «στόχων» που χρήζουν μεγιστοποίησης από τον φορέα εφαρμογής του δικαίου του ανταγωνισμού δεν είναι απαραίτητος, καθώς ο φορέας εφαρμογής του δικαίου θα πρέπει να σκεφθεί εάν τα ηθικά πλεονεκτήματα του νομικού συστήματος στο σύνολό τους παρέχουν ορθή ηθική αιτιολόγηση για την εφαρμογή της συγκεκριμένης νομοθεσίας με ορισμένο τρόπο. Βλ., R. Dworkin, *Law's Empire*, (Belknap Press of Harvard University Press, 1986). Από αυτή την άποψη, ο φορέας εφαρμογής/υπεύθυνος λήψης αποφάσεων μπορεί να καταλήξει στο συμπέρασμα ότι μια συγκεκριμένη συμπεριφορά δεν συνιστά αξιολογικό ανταγωνισμό, επειδή δεν συνάδει πλήρως με την κυρίαρχη προοπτική της (οικονομικής) ηθικής⁹ που είναι εγγενής στο συγκεκριμένο νομικό σύστημα, όπως ερμηνεύεται από τον υπεύθυνο λήψης αποφάσεων/φορέα εφαρμογής του δικαίου, ακόμη και αν παράγει θετικά αποτελέσματα, υπό το πρίσμα κάποιου προτύπου πολιτικής, όπως η ευημερία των καταναλωτών, η συνολική ευημερία κ.λπ. Για τις «ηθικές απόψεις της αγοράς» ή την «ηθική οικονομία», βλ. M. Fourcade και K. Healy, *Moral Views of Market Society* (2007), 33 *Annual Review of Sociology*, 285-311; G.M. Hodgson, *From Pleasure Machines to Moral Communities: An Evolutionary Economics Without Homo Economicus*, (University of Chicago Press, 2012).

¹⁰ Βλ., ενδεικτικά S. Makris, *The Effective Competitive Constrained Standard*, (12 Απριλίου, 2023), *ProMarket*, στο <https://www.promarket.org/2023/04/12/the-effective-competitive-constraint-standard/> και S. Salop, *The Reasonable Competitive Conduct Standard for Antitrust*, (6 Απριλίου, 2023), *ProMarket*, στο <https://www.promarket.org/2023/04/06/the-reasonable-competitive-conduct-standard-for-antitrust/>.

Α. Πρότυπο Ευημερίας Καταναλωτών

Η «ευημερία καταναλωτών» (*consumer welfare*) είναι κυρίως μια οικονομική έννοια¹¹. Ο ορισμός της μπορεί να εντοπιστεί σε οποιοδήποτε εγχειρίδιο Μικροοικονομικής ή Βιομηχανικής Οργάνωσης (ΒΟ) και είναι πάντα ο ίδιος (βλ. παρακάτω). Ωστόσο, η ερμηνεία του ορισμού της από τους νομικούς, τους επαγγελματίες και τους δικαστές που ασχολούνται με την πολιτική ανταγωνισμού στην πράξη, όπως αποκάλυψε η πρόσφατη συζήτηση, δεν είναι πάντα η ίδια¹². Σαφώς, αυτή η απόκλιση σημαίνει ότι οι συμμετέχοντες στη συζήτηση σχετικά με την απόρριψη ή μη του «πρότυπου ευημερίας καταναλωτών» ως προτύπου πολιτικής ανταγωνισμού δεν μιλούν πάντα για το ίδιο πράγμα¹³. Υπ' αυτό το πρίσμα, είναι πολύ σημαντικό να αποσαφηνίσουμε κατ' αρχήν τι είναι το «πρότυπο ευημερίας καταναλωτών» στη θεωρία.

Το «πρότυπο ευημερίας καταναλωτών» στοχεύει στη μεγιστοποίηση της «ευημερίας καταναλωτών». Η τελευταία, η οποία συχνά αναφέρεται και ως «πλεόνασμα καταναλωτών», σύμφωνα με τον κλασικό ορισμό της στα εγχειρίδια οικονομικών, μετρά το καθαρό όφελος που απολαμβάνουν οι καταναλωτές από τη δυνατότητα αγοράς ενός προϊόντος (ή μιας υπηρεσίας) στην αγορά. Υπολογίζεται ως η διαφορά μεταξύ του τι είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν οι καταναλωτές (η αποτίμησή τους για το προϊόν) και του τι πραγματικά πληρώνουν για κάθε μονάδα του προϊόντος που καταναλώνουν¹⁴.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, όταν επέρχεται μια αύξηση της τιμής του προϊόντος (η οποία δεν συνοδεύεται από βελτίωση της ποιότητας), η απώλεια της «ευημερίας καταναλωτών» περιλαμβάνει: (i) τη μείωση του όγκου (των μονάδων) του προϊόντος που αγοράζουν οι καταναλωτές, οι οποίοι δεν μπορούν πλέον να αγοράσουν το προϊόν ή αγοράζουν λιγότερες μονάδες του προϊόντος από ό,τι θα έκαναν αν δεν είχε αυξηθεί η τιμή του – αυτό αντικατοπτρίζεται στο μέρος της μη αντισταθμιζόμενης απώλειας (*deadweight loss*) που αντιστοιχεί στους καταναλωτές, και (ii) την υπερχρέωση για εκείνες τις μονάδες του προϊόντος που οι καταναλωτές εξακολουθούν να αγοράζουν.

Είναι χρήσιμο να γίνουν ορισμένες διευκρινίσεις σχετικά με το «πρότυπο ευημερίας καταναλωτών» για την αποφυγή της προαναφερθείσας απόκλισης στις ερμηνείες του. Το «πρότυπο ευημερίας καταναλωτών»:

- Λαμβάνει υπόψη την ευημερία των καταναλωτών που βρίσκονται στη συγκεκριμένη (ή σχετική) υπό ανάλυση αγορά και όχι του συνόλου των καταναλωτών στην οικονομία. Περιλαμβάνει τόσο τους σημερινούς όσο και τους δυνητικούς καταναλωτές στην αγορά.
- Λαμβάνει υπόψη συνήθως τους τελικούς καταναλωτές. Αυτό ισχύει όχι μόνο όταν αυτοί είναι οι άμεσοι πελάτες των επιχειρήσεων που εμπλέκονται στην υπό ανάλυση συμπεριφορά, αλλά και όταν οι τελικοί καταναλωτές είναι οι έμμεσοι πελάτες, ενώ οι άμεσοι είναι οι επιχειρήσεις του επόμενου σταδίου. Ωστόσο, αυτό δεν σημαίνει ότι λαμβάνει υπόψη μόνο τις άμεσες επιπτώσεις στους τελικούς καταναλωτές. Λαμβάνει επίσης υπόψη τις έμμεσες

¹¹ Σημειώνεται ωστόσο η ύπαρξη «οικονομικών μεταμοσχεύσεων», δηλαδή η πιθανότητα ότι από τη στιγμή που μια οικονομική έννοια ενσωματωθεί στο δίκαιο, αποκτά δική της υπόσταση. Βλ., I. Lianos, *Lost in Translation? Towards a Theory of Economic Transplants* (2009), 62(1) *Current Legal Problems*, 346–404.

¹² Για την απόδειξη της μη ορθής χρήσης της έννοιας της «ευημερίας καταναλωτών», βλ. π.χ. H. Hovenkamp and F. Scott Morton, *The Life of Antitrust's Consumer Welfare Model*, (April 10, 2023), *ProMarket*, στο <https://www.promarket.org/2023/04/10/the-life-of-antitrusts-consumer-welfare-model/>.

¹³ Βλ., L. Samuel and F. Scott Morton, (16 Φεβρουαρίου, 2022), *What Economists Mean When They Say 'Consumer Welfare Standard'*, *ProMarket*, στο <https://www.promarket.org/2022/02/16/consumer-welfare-standard-antitrust-economists/>.

¹⁴ P. Belleflamme, P. and M. Peitz, *Industrial Organization*, (Cambridge University Press, 2015).

επιπτώσεις στους τελικούς καταναλωτές, δηλαδή το πώς οι αλλαγές στους όρους και τις συνθήκες συναλλαγής (τιμές εισροών, μισθοί, συμβατότητα, καινοτομία στα τελικά προϊόντα και στις εισροές) μεταξύ των επιχειρήσεων προηγούμενου και επόμενου σταδίου μπορούν να επηρεάσουν την τιμή, την ποιότητα και την ποικιλία του προϊόντος που προσφέρεται στους τελικούς καταναλωτές¹⁵. Η θεώρηση των επιχειρήσεων επόμενου σταδίου ως «καταναλωτών» όταν οι επιχειρήσεις αυτές είναι οι άμεσοι πελάτες των επιχειρήσεων που εμπλέκονται στην υπό ανάλυση συμπεριφορά (π.χ. όταν αγοράζουν εισροές) είναι επίσης δυνατή¹⁶.

- Εξετάζει τον αντίκτυπο της συμπεριφοράς των επιχειρήσεων μόνο στην ευημερία των καταναλωτών και όχι επίσης το αντίκτυπο στην ευημερία των εμπορικών εταίρων των επιχειρήσεων που εμπλέκονται στην υπό ανάλυση συμπεριφορά¹⁷. Λαμβάνει υπόψη τις επιπτώσεις στους εμπορικούς εταίρους (π.χ. προμηθευτές εισροών, επιχειρηματικούς πελάτες) έμμεσα μόνο εξετάζοντας πώς αυτές μπορούν να επηρεάζουν τη δυναμική της αγοράς και, τελικά, την ευημερία των καταναλωτών. Για παράδειγμα, επιτρέπει την εξέταση του τρόπου με τον οποίο οι περιορισμοί που εμποδίζουν την είσοδο επιχειρήσεων στην αγορά και προκαλούν ζημία στους εμπορικούς εταίρους μπορεί να επηρεάζουν την ποικιλία του προϊόντος καθώς και άλλα στοιχεία που έχουν αντίκτυπο στους καταναλωτές

- Επιτρέπει την προσαρμογή των τιμών στην ποιότητα. Ειδικότερα, λαμβάνει υπόψη ότι το γεγονός ότι μια αύξηση της τιμής, *εφόσον δεν μεταβάλλονται άλλες παράμετροι*, μειώνει την «ευημερία καταναλωτών», δεν σημαίνει ότι η αύξηση της τιμής μειώνει απαραίτητα την «ευημερία καταναλωτών» *εάν οι λοιπές παράμετροι δεν αντιμετωπίζονται ως μη μεταβαλλόμενες*, και ιδίως, εάν αυξάνεται επίσης η ποιότητα του προϊόντος και, επομένως, αυξάνεται και η αποτίμηση του προϊόντος από τους καταναλωτές (η προθυμία πληρωμής τους).

- Επιτρέπει τη εκτίμηση της «ευημερίας καταναλωτών» τόσο στατικά (βραχυπρόθεσμα) όσο και δυναμικά (μακροπρόθεσμα)¹⁸. Αυτή η διευκρίνιση είναι εξαιρετικά σημαντική για την εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού, δεδομένου ότι οι στατικές και δυναμικές θεωρήσεις

¹⁵ Για παράδειγμα, η θεωρητική βιβλιογραφία για τις οριζόντιες συγκεντρώσεις προηγούμενου σταδίου, όταν μετρά το πλεόνασμα των τελικών καταναλωτών, λαμβάνει υπόψη τον τρόπο με τον οποίο οι τελικοί καταναλωτές (τιμή, ποιότητα, ποικιλία) θα επηρεαστούν από τις αλλαγές που προκαλεί η συγκέντρωση στους όρους συναλλαγών (τιμές εισροών) και στις συνθήκες συναλλαγών (π.χ. καινοτομία, συμβατότητα) μεταξύ των επιχειρήσεων προηγούμενου και επόμενου σταδίου. Για παράδειγμα, λαμβάνει υπόψη εάν οι τελικοί καταναλωτές θα πληρώσουν υψηλότερη/χαμηλότερη τιμή επειδή η συγκέντρωση αύξησε/μείωσε τις τιμές των εισροών για τις επιχειρήσεις επόμενου σταδίου και έτσι αύξησε/μείωσε το κόστος εισροών τους. Ομοίως, η θεωρητική βιβλιογραφία για τις συγκεντρώσεις επόμενου σταδίου εξετάζει πώς θα επηρεαστούν οι τελικοί καταναλωτές (τιμή, ποιότητα, ποικιλία) από τις αλλαγές που επιφέρει η συγκέντρωση στους όρους συναλλαγών (τιμές εισροών) και στις συνθήκες συναλλαγών (καινοτομία, συμβατότητα κ.λπ.) μεταξύ των επιχειρήσεων προηγούμενου και επόμενου σταδίου.

¹⁶ Για παράδειγμα, οι κατευθυντήριες γραμμές της ΕΕ για την εφαρμογή του άρθρου 101 παράγραφος 3 αναφέρουν στην παράγραφο 84 ότι «η έννοια των ‘καταναλωτών’ περιλαμβάνει όλους τους άμεσους ή έμμεσους χρήστες των προϊόντων που καλύπτονται από τη συμφωνία, συμπεριλαμβανομένων των παραγωγών που χρησιμοποιούν τα προϊόντα ως εισροές, χονδρεμπόρων, λιανοπωλητών και τελικών καταναλωτών, δηλαδή φυσικών προσώπων που ενεργούν για σκοπούς οι οποίοι μπορούν να θεωρούνται εκτός της εμπορικής ή επαγγελματικής τους δραστηριότητας. Με άλλα λόγια, καταναλωτές κατά την έννοια του άρθρου 81 παράγραφος 3 είναι οι πελάτες των μερών μιας συμφωνίας και οι μελλοντικοί αγοραστές. Οι πελάτες αυτοί μπορεί να είναι επιχειρήσεις, όπως στην περίπτωση αγοραστών βιομηχανικών μηχανημάτων ή πρώτων υλών για περαιτέρω επεξεργασία, ή τελικοί καταναλωτές, όπως για παράδειγμα στην περίπτωση αγοραστών παγωτού άμεσης κατανάλωσης ή ποδηλάτων».

¹⁷ Στην πραγματικότητα, αυτή είναι η κύρια διαφορά του «πρότυπου ευημερίας καταναλωτών» από το «επανακαθορισμένο (εκτεταμένο) πρότυπο ευημερίας καταναλωτών» (βλ. κατωτέρω).

¹⁸ Για ανάλυση, βλ. I. Lianos, Competition Law, Intellectual Property Rights and Dynamic Analysis: Towards a New Institutional “Equilibrium?”, 13 *Concurrences* N°4-2013.

της «ευημερίας καταναλωτών» δεν συμπίπτουν πάντα και, ως εκ τούτου, μπορούν να οδηγήσουν σε διαφορετικά συμπεράσματα σχετικά με τον αντίκτυπο της συμπεριφοράς των επιχειρήσεων στην «ευημερία καταναλωτών». Για παράδειγμα, μια πρακτική που ερευνάται από τις αρχές ανταγωνισμού, όπως η επιθετική τιμολόγηση, μπορεί να θεωρηθεί ότι δεν έχει αρνητικό αντίκτυπο στη στατική «ευημερία καταναλωτών» λόγω των χαμλότερων τιμών που μπορεί να επιφέρει βραχυπρόθεσμα. Ωστόσο, η ίδια πρακτική μπορεί να θεωρηθεί ότι έχει αρνητικό αντίκτυπο στη δυναμική «ευημερία καταναλωτών», λόγω του ότι μπορεί να επιφέρει τον αποκλεισμό αντιπάλων από την αγορά και την αύξηση των μελλοντικών τιμών σε σχέση με τις τιμές που εφαρμόζονταν πριν από την άσκησή της. Η δυναμική εκδοχή του «προτύπου ευημερίας καταναλωτών» επιτρέπει επίσης την εξέταση του αντίκτυπου της συμπεριφοράς των επιχειρήσεων στη μελλοντική καινοτομία και στην είσοδο στην αγορά και, ακολούθως, την εξέταση του τρόπου με τον οποίο αυτός ο αντίκτυπος θα επηρεάσει την μελλοντική ευημερία καταναλωτών.

Υπό το πρίσμα των ανωτέρω, το «πρότυπο ευημερίας καταναλωτών» αντιμετωπίζει τους καταναλωτές ως τους τελικούς αποδέκτες του ανταγωνισμού στην αγορά και, κατ' επέκταση, του δικαίου του ανταγωνισμού όταν το τελευταίο υιοθετεί το εν λόγω πρότυπο¹⁹. Επιπλέον, το «πρότυπο ευημερίας καταναλωτών», όταν ερμηνεύεται και εφαρμόζεται ορθά, δεν λαμβάνει υπόψη μόνο τον αντίκτυπο που έχουν οι στατικές επιπτώσεις των τιμών στους καταναλωτές στην αγορά. Λαμβάνει υπόψη επίσης το πώς οι αλλαγές στην ποιότητα και την ποικιλία των προϊόντων (καινοτομία προϊόντος) καθώς και οι αλλαγές στο κόστος των επιχειρήσεων (καινοτομία διαδικασιών και συνέργειες) επηρεάζουν την προθυμία πληρωμής των καταναλωτών και τις τιμές και, κατ' επέκταση, την ευημερία καταναλωτών.

Σημειώνεται ότι ανεξάρτητα από το εάν το «πρότυπο ευημερίας καταναλωτών» εξετάζεται με στατικό ή δυναμικό τρόπο, είναι αναγκαίο να γίνουν προσαρμογές κατά τη χρήση του στην εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού στις ψηφιακές αγορές, προκειμένου να λαμβάνονται υπόψη οι ιδιαιτερότητες αυτών των αγορών. Ορισμένες από αυτές τις ιδιαιτερότητες μπορεί να αφορούν άμεσα όλες τις εκδοχές του προτύπου, όπως οι επιδράσεις δικτύου και τα σημεία ανατροπής ή μόχλευσης που μπορεί να αλλάξουν τον τρόπο που αντιλαμβανόμαστε την ανάγκη διατήρησης της ανταγωνιστικής διαδικασίας ή προώθησης της καινοτομίας. Η εξατομίκευση (*personalization*) και η κυβερνητική (*cybernetics*) μπορεί επίσης να επηρεάζουν τις αποκαλυπτόμενες προτιμήσεις και την άποψη ότι αυτές αντιπροσωπεύουν πάντα τις προτιμήσεις των καταναλωτών, καθώς ο σχηματισμός των προτιμήσεων μπορεί να επηρεάζεται από τη συγκεκριμένη μορφή του κλάδου ή αγοράς ή της εν τέλει εμπορικής πρακτικής.

Δύο σχετικές μεταβολές που επιφέρει ο ψηφιακός ανταγωνισμός έχουν ιδιαίτερη σημασία εδώ: Πρώτον, συμβαίνει συχνά τα προϊόντα να διανέμονται «δωρεάν» στη μία πλευρά της ψηφιακής πλατφόρμας, γεγονός που σημαίνει ότι οι καταναλωτές δεν πληρώνουν μια θετική τιμή ή σε ορισμένες περιπτώσεις φτάνουν ακόμη και να λαμβάνουν οι καταναλωτές κάποια ανταμοιβή (πληρώνουν μια αρνητική τιμή). Ως εκ τούτου, στις ψηφιακές αγορές, είναι ακόμη

¹⁹ Ας ληφθεί ωστόσο υπόψη ότι στην πράξη σχεδόν κανένας στο χώρο της εφαρμογής του δικαίου του ανταγωνισμού δεν επιχειρεί μέτρηση/εκτίμηση των *πραγματικών* μεταβολών στην ευημερία των καταναλωτών. Υπάρχουν ορισμένες μελέτες σχετικά με τις επιπτώσεις παλαιότερων αποφάσεων των αρχών ανταγωνισμού οι οποίες βασικά αξιολογούν εάν η παρέμβασή τους (ή η απουσία της) έχει αυξήσει το πλεόνασμα των καταναλωτών. Για μια επισκόπηση, βλ., OECD (2011), *Impact Evaluation of Merger Decisions*, στο <http://www.oecd.org/daf/competition/Impactevaluationofmergerdecisions2011.pdf>.

πιο κρίσιμο να λαμβάνονται υπόψη οι άλλες παράμετροι του ανταγωνισμού που επηρεάζουν την ευημερία των καταναλωτών, όπως η ποικιλία και η ποιότητα. Δεύτερον, η πολύπλευρη φύση των πλατφορμών καθιστά την εστιασμένη ανάλυση των επιπτώσεων σε μια συγκεκριμένη σχετική αγορά, μάλλον ασαφή. Η Anabelle Gawer σημειώνει τους «μεταβαλλόμενους ρόλους» των παραγόντων σε αυτές τις πολύπλευρες πλατφόρμες, καθώς είναι πιθανό «ενόσω οι τελικοί χρήστες «καταναλώνουν» την υπηρεσία (αναζήτηση, κοινωνική δικτύωση) που προσφέρουν αυτές οι πλατφόρμες, παράλληλα «τροφοδοτούν» συνεχώς, ατομικά και συλλογικά, τα προσωπικά τους δεδομένα σε αυτές τις πλατφόρμες (μέσα από τα στοιχεία των αναζητήσεών τους, την τοποθεσία τους, τις προτιμήσεις τους όπως αποκαλύπτονται από προηγούμενα ερωτήματα και τα δεδομένα των προσωπικών τους συνδέσεων), παρέχοντας έτσι τα ίδια τα δεδομένα στα οποία οι πλατφόρμες βασίζονται για την παροχή των υπηρεσιών τους» (όπως οι προμηθευτές εισροών)²⁰. Όπως ευφάνταστα εξηγούν η Kate Crawford και ο Vladan Joler, «[...] ο χρήστης είναι ταυτόχρονα καταναλωτής, (οικονομικός) πόρος, εργαζόμενος και προϊόν»²¹.

Επιπλέον, το πρότυπο ευημερίας καταναλωτών έχει και διανεμητικές επιπτώσεις²², στο βαθμό που η βελτίωση άλλους αποτελεσματικότητας που μπορεί να αυξήσει το πλεόνασμα παραγωγών ενδέχεται να μην αντισταθμίζει πλήρως τη ζημία που προκαλείται σε ορισμένους αάλλους τελικούς καταναλωτές της συγκεκριμένης σχετικής άλλουζοράς (τους οριακού–καταναλωτές - *marginal consumers*) ή άλλους και σε άλλους ενδιαφερόμενους φορείς που συμμετέχουν στη διαδικασία παραγωγής αξίας (π.χ. εργαζόμενοι)²³. Τέλος, και σε σχέση με το προηγούμενο σημείο για τις ψηφιακές αγορές, η υπόθεση του «αντιπροσωπευτικού καταναλωτή» (*representative consumer*) που υιοθετείται από τα οικονομικά του ανταγωνισμού, αν και είναι σαφές ότι οι «καταναλωτές» είναι εξαιρετικά ετερογενείς, όσον αφορά τις προτιμήσεις, τους οικονομικούς πόρους και άλλα καθοριστικά χαρακτηριστικά τους, για κάθε είδος εμπορικής συναλλαγής, φαίνεται σε κάθε περίπτωση να μην αρμόζει στο πλαίσιο της ψηφιακής οικονομίας, εν όψει των δυνατοτήτων των επιχειρήσεων να πραγματοποιήσουν συμπεριφορική τιμολόγηση και εξατομικευμένη διάκριση τιμών. Η τελευταία ισοδυναμεί με διάκριση τιμών πρώτου βαθμού (ή τιμολόγηση για κάθε άτομο) εν όψει των μεγάλων δεδομένων που συλλέγουν οι επιχειρήσεις διαδικτυακά και της αλγοριθμικής τιμολόγησης που εφαρμόζεται στο διαδικτυακό εμπόριο, καθώς οι πωλητές

²⁰ A. Gawer, Bridging Differing Perspectives on Technological Platforms: Toward an Integrative Framework (2014), 43 *Research Policy*, 1239-1243.

²¹ K. Crawford and V. Joler, Anatomy of an AI system: The Amazon Echo As An Anatomical Map of Human Labor, Data and Planetary Resources, AI Now Institute and Share Lab, (7 Σεπτεμβρίου, 2018), διαθέσιμο στο <https://anatomyof.ai/>.

²² Για ανάλυση, βλ. I. Lianos, Competition Law as a Form of Social Regulation, (2020), 65(1) *Antitrust Bulletin*, 3-86; I. Lianos, Value Extraction and Institutions in Digital Capitalism: Towards a Law and Political Economy Synthesis for Competition Law (2022), 1 *European Law Open*, 852-890.

²³ Υπό περιοριστικές παραδοχές, το υπόδειγμα μερικής ισορροπίας που χρησιμοποιείται στην ανάλυση του δικαίου του ανταγωνισμού, συγκεντρώνει τις επιμέρους ενέργειες των κοινωνιολογικών κατηγοριών «παραγωγών» και «καταναλωτών». Αυτές προκύπτουν από την εννοιολογική αντίληψη των κοινωνικών αλληλεπιδράσεων υπό το πρίσμα της θεωρίας της προσφοράς (παραγωγοί) και της ζήτησης (καταναλωτές), σε μια «οικονομία ή διάνυσμα τιμών σε όλο το εύρος της αγοράς, εκροών και κατανομής πόρων σε εναλλακτικές χρήσεις». Η συγκρότηση αυτών των κατηγοριών παραγόντων γίνεται με βάση την ανάλυση ενδιαφέροντος στο αφηρημένο σχεσιακό πλαίσιο της θεωρίας της αναμενόμενης χρησιμότητας (όπου οι «παραγωγοί» υποτίθεται ότι έχουν διαφορετικά συμφέροντα από τους «καταναλωτές», λαμβάνοντας υπόψη μια ανταλλαγή μεταξύ δύο προσώπων όπου το ένα πρόσωπο είναι «καταναλωτής» και το άλλο «παραγωγός»). Οι παίκτες σε αυτά τα παίγνια «έχουν (ή αποκτούν) ετικέτες που τους αποδίδουν διαφορετικά σύνολα στρατηγικής και αποδόσεις»: S. Bowles, *Microeconomics – Behavior, Institutions, and Evolution*, (Princeton University Press, 2004), 53 επ.

διαδικτυακά εφαρμόζουν διαφορετικές τιμές ανάλογα με το ιστορικό αναζήτησης των αγοραστών ή το «ψηφιακό ίχνος» τους, μειώνοντας έτσι τις δυνατότητες των τελικών καταναλωτών για συλλογική δράση, όπως υποθέτει η υπόθεση του αντιπροσωπευτικού καταναλωτή²⁴.

B. Πρότυπο Συνολικής Ευημερίας

Το «πρότυπο συνολικής ευημερίας» (*total welfare standard*) αντιστοιχεί στο άθροισμα της «ευημερίας καταναλωτών» και των κερδών των επιχειρήσεων (γνωστό και ως «πλεόνασμα παραγωγών») στην αγορά.

Όταν επέρχεται αύξηση της τιμής (χωρίς να συνοδεύεται από βελτίωση της ποιότητας ή/και εξοικονόμηση κόστους), η απώλεια της «συνολικής ευημερίας» περιλαμβάνει μόνο την μη αντισταθμιζόμενη απώλεια (τόσο το μέρος που αντιστοιχεί στους καταναλωτές όσο και στους παραγωγούς), δηλαδή την απώλεια που οφείλεται στη μείωση του όγκου συναλλαγών μεταξύ καταναλωτών και παραγωγών στην αγορά. Έτσι, σε αντίθεση με την «ευημερία καταναλωτών», δεν περιλαμβάνει και την απώλεια που προκύπτει από την υπερχρέωση για τις μονάδες των προϊόντων που εξακολουθούν να αγοράζουν οι καταναλωτές. Αντιμετωπίζει την τελευταία ως μεταφορά πλούτου από τους καταναλωτές στους παραγωγούς με βάση την ιδέα ότι οι παραγωγοί μπορεί να είναι σε θέση να αντισταθμίζουν (υποθετικά) την απώλεια που υπέστησαν οι καταναλωτές ενώ ταυτόχρονα εξακολουθούν να αντισταθμίζουν τη δική τους απώλεια που προκλήθηκε από τη μείωση του όγκου των συναλλαγών.

Οι ακόλουθες διευκρινίσεις σχετικά με το «πρότυπο συνολικής ευημερίας» μπορεί να είναι χρήσιμες:

- Εκτός εάν προσδιοριστεί διαφορετικά, οι καταναλωτές και οι επιχειρήσεις έχουν την ίδια βαρύτητα στο «πρότυπο συνολικής ευημερίας»²⁵.

²⁴ Ο Michel Callon παρατηρεί την ιδιαιτερότητα κάθε «διμερούς εμπορικής συναλλαγής» σε έναν κόσμο όπου η ψηφιακή τεχνολογία μας δίνει τη δυνατότητα να συλλέγουμε προσωπικά δεδομένα και να διαμορφώνουμε συγκεκριμένα εξατομικευμένα προϊόντα που ικανοποιούν τις συγκεκριμένες προτιμήσεις μεμονωμένων καταναλωτών (*singularization of goods*), οδηγώντας έτσι στην εμφάνιση εξατομικευμένων «διμερών αγορών»: M. Callon, *Markets in the Making – Rethinking Competition, Goods and Innovation*, (Zone Books, 2021) (επισημαίνεται ο τρόπος με τον οποίο οι τιμές ως απλές ποιότητες συμμετείχαν στη μοναδικότητα των αγαθών, αλλά και η εξατομικευμένη τιμολόγηση έχει γίνει κοινή πρακτική στην ψηφιακή εποχή). Για μια συζήτηση σχετικά με την «εξατομικευμένη τιμολόγηση», βλ., μεταξύ άλλων, P. Coen and N. Timan, *The Economics of Online Personalised Pricing* (2013), OFT διαθέσιμο στο http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140402154756/http://oft.gov.uk/shared_oft/research/oft1488.pdf; Oxera, *Behavioural Economics and Its Impact on Competition Policy*, (Ιούνιος, 2013), διαθέσιμο στο <https://www.oxera.com/publications/behavioural-economics-and-its-impact-on-competition-policy/>; T.J. Richards, J. Liaukonyte and N.A. Streletskaia, *Personalized Pricing and Price Fairness*, (15 Σεπτεμβρίου, 2015), διαθέσιμο στο https://courses.cit.cornell.edu/jl2545/papers/personalized_Pricing_IJO.pdf; CMA 94 *Pricing Algorithms* (8 Οκτωβρίου 2018), διαθέσιμο στο https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/746353/Algorithms_econ_report.pdf (ορίζοντας την εξατομικευμένη τιμολόγηση, στην ενότητα 7.3, ως «την πρακτική κατά την οποία οι επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιούν πληροφορίες που παρατηρούνται, προέρχονται εθελοντικά, συνάγονται ή συλλέγονται σχετικά με τη συμπεριφορά ή τα χαρακτηριστικά των ατόμων, προκειμένου να ορίζουν διαφορετικές τιμές σε διαφορετικούς καταναλωτές - είτε μεμονωμένα άτομα είτε ομάδες - με βάση το τι πιστεύει η επιχείρηση ότι είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν»).

²⁵ Είναι δυνατό να αναπτυχθούν μέτρα συνολικής ευημερίας τα οποία προσδίδουν διαφορετική βαρύτητα στο πλεόνασμα καταναλωτών και στα κέρδη των επιχειρήσεων.

- Το «πρότυπο συνολικής ευημερίας» λαμβάνει υπόψη τη «συνολική ευημερία» που επιτυγχάνεται μόνο στη σχετική αγορά και όχι τη συνολική ευημερία που επιτυγχάνεται σε όλες τις αγορές της οικονομίας.
- Παρομοίως με το «πρότυπο ευημερίας καταναλωτών», το «πρότυπο συνολικής ευημερίας» μπορεί να εξεταστεί τόσο στατικά όσο και δυναμικά και οι επιπτώσεις αυτών των δύο εκδοχών του για την εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού μπορεί να διαφέρουν.

Ορισμένοι υποστηρίζουν ότι η εξέταση των μεταβολών στη συνολική ευημερία ή την ευημερία καταναλωτών δεν έχει καμία διαφορά στην πράξη, καθώς και οι δύο τείνουν να κινούνται προς την ίδια κατεύθυνση. Όπως αναφέρει ο Werden «οτιδήποτε διευρύνει την μεταφορική πίτα παρέχει μια πιθανή βελτίωση κατά το κριτήριο Pareto, επειδή είναι δυνατόν να βελτιώνει την κατάσταση τουλάχιστον ενός ατόμου χωρίς να χειροτερεύει την κατάσταση κανενός άλλου»²⁶. Ωστόσο, η χρήση του «προτύπου συνολικής ευημερίας» στην εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού μπορεί να οδηγήσει σε διαφορετικά συμπεράσματα σχετικά με την κατάλληλη μεταχείριση της συμπεριφοράς των επιχειρήσεων συγκριτικά με τη χρήση του «προτύπου ευημερίας καταναλωτών»²⁷. Ενδέχεται να υπάρχουν καταστάσεις στις οποίες μια συγκεκριμένη συμπεριφορά, ενώ οδηγεί σε πιθανή αύξηση της πίτας (συνολικής ευημερίας), να επιδεινώνει την κατάσταση των καταναλωτών, έχοντας ως εκ τούτου σημαντικές διανεμητικές επιπτώσεις. Σε τέτοιες περιπτώσεις, το «πρότυπο ευημερίας καταναλωτών» λαμβάνοντας υπόψη τη μεταφορά πλούτου από τους καταναλωτές σε άλλους παράγοντες της αγοράς, σε αντίθεση με το «πρότυπο συνολικής ευημερίας», καταγράφει αυτόν τον αρνητικό αντίκτυπο για τους καταναλωτές.

Ας πάρουμε, για παράδειγμα, μια οριζόντια συγκέντρωση που οδηγεί σε εξοικονόμηση κόστους για τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις. Εάν η εξοικονόμηση κόστους υπερβαίνει την μη αντισταθμιζόμενη απώλεια (μείωση παραγωγής) που προκαλεί η συγκέντρωση, τότε αυτή η συγκέντρωση αυξάνει τη «συνολική ευημερία», αλλά μειώνει την «ευημερία καταναλωτών». Απαιτείται υψηλότερο επίπεδο εξοικονόμησης κόστους (που μετακυλιέται στους καταναλωτές) προκειμένου η συγκέντρωση να μην μειώνει την «ευημερία καταναλωτών»²⁸. Ομοίως, ας εξετάσουμε, για παράδειγμα, μια κατάσταση όπου, λόγω του αποκλεισμού ενός (παραγωγικά) λιγότερο αποτελεσματικού ανταγωνιστή (π.χ. λόγω μιας συγκέντρωσης ή συμπεριφοράς αποκλεισμού από την αγορά) ένα μεγαλύτερο μερίδιο της ζήτησης κατανέμεται σε μια δεσπόζουσα επιχείρηση με χαμηλότερο κόστος. Ταυτόχρονα, ωστόσο, ο αποκλεισμός ενός λιγότερο αποτελεσματικού ανταγωνιστή μειώνει τους ανταγωνιστικούς περιορισμούς στην αγορά, επιτρέποντας στη δεσπόζουσα επιχείρηση να αυξήσει την τιμή. Η μείωση του κόστους μπορεί να μην είναι αρκετά μεγάλη για να αντισταθμίσει την αύξηση της τιμής και να μην

²⁶ G.J. Werden, *Antitrust's Rule of Reason: Only Competition Matters*, (2014), 79 *Antitrust Law Journal*, 713-759.

²⁷ Ωστόσο, αυτό δεν εφαρμόζεται σε ορισμένους τύπους συμπεριφοράς, όπως στην περίπτωση των καρτέλ.

²⁸ Η πιθανότητα αντιστάθμισης μιας αποτελεσματικότητας μεταξύ της διανεμητικής αναποτελεσματικότητας και της παραγωγικής αποτελεσματικότητας προτάθηκε τη δεκαετία του 1960 από τον Oliver Williamson, ο οποίος κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η εξοικονόμηση κόστους μπορεί να αντισταθμίσει τις αυξήσεις των τιμών, συνεπάγοντας έτσι ένα πιο ανεκτικό πρότυπο για την εφαρμογή της αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας. Ωστόσο, τα συμπεράσματά του βασίζονταν σε ισχυρές υποθέσεις, όπως στο ότι η διαμόρφωση της αγοράς πριν από την αύξηση της ισχύος στην αγορά ήταν ανταγωνιστική, ενώ εάν οι επιχειρήσεις είχαν ήδη κάποιο βαθμό ισχύος στην αγορά (έτσι ώστε οι τιμές ήταν ήδη πάνω από το κόστος), η «συνολική ευημερία» πιθανότατα θα μειωνόταν ακόμη και τότε παράλληλα με την «ευημερία των καταναλωτών». Βλ. O.E. Williamson, *Economies as an Antitrust Defence: The Welfare Tradeoffs* (1968), 58 *American Economic Review*, 18-36.

προκαλεί ζημία στους καταναλωτές, ενώ μπορεί να είναι επαρκώς μεγάλη για να αυξάνει τη συνολική ευημερία.

Παραδοσιακά, η ανάλυση της ισχύος στην αγορά και οι αντίστοιχες αντισταθμίσεις που εξετάζονται από το «πρότυπο συνολικής ευημερίας» επικεντρώνονται στην οικονομική αποτελεσματικότητα και δεν ασχολούνται ρητά με διανεμητικά ζητήματα. Η χρήση της κερδοφορίας των επιχειρήσεων ως οδηγού για την εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού μπορεί να είναι προβληματική λόγω της δυσκολίας να προσδιοριστεί εάν τα υψηλά κέρδη είναι αποτέλεσμα ανώτερης αποτελεσματικότητας/ποιότητας ή αποτέλεσμα αντιανταγωνιστικών εμποδίων εισόδου και εμποδίων επέκτασης. Η εστίαση της πηγής των υψηλότερων κερδών των επιχειρήσεων στην ανώτερη αποτελεσματικότητα/ποιότητα ή σε αντιανταγωνιστικές στρατηγικές, υποδηλώνει μια μορφή «ηθικής» κρίσης σχετικά με την αξία της διορθωτικής δράσης, η οποία μπορεί να υποκινείται από την ιδέα ότι η πολιτική ανταγωνισμού πρέπει να προωθεί τον «αξιοκρατικό ανταγωνισμό» και ότι ένας επιτυχημένος ανταγωνιστής δεν πρέπει να αποθαρρύνεται όταν κερδίζει. Μπορεί επίσης να προκύπτει από την πιο κατά Schumpeter ιδέα ότι τα περισσότερα κέρδη μπορεί να οδηγήσουν σε μία κούρσα καινοτομίας που θα ενισχύει συνολικά την ευημερία (με την έννοια ότι η τεχνολογική πρόοδος θα οδηγήσει σε αύξηση του συνολικού πλεονάσματος).

Γ. Επανακαθορισμένο (Εκτεταμένο) Πρότυπο Ευημερίας Καταναλωτών

Το «εκτεταμένο πρότυπο ευημερίας καταναλωτών» (*extended consumer welfare standard*) περιλαμβάνει την εξέταση του αντίκτυπου της συμπεριφοράς των επιχειρήσεων όχι μόνο στην «ευημερία καταναλωτών», αλλά και στην ευημερία των εμπορικών εταίρων των επιχειρήσεων που εμπλέκονται στην υπό ανάλυση συμπεριφορά. Με άλλα λόγια, συνδυάζει την «ευημερία καταναλωτών» και την «ευημερία των εμπορικών εταίρων (ή αντισυμβαλλομένων)»²⁹. Οι εμπορικοί εταίροι μπορεί να περιλαμβάνουν, ανάλογα με την υπό ανάλυση συμπεριφορά, τους προμηθευτές εισροών (προηγούμενου σταδίου), τους εργαζόμενους (προηγούμενου σταδίου) και τους επιχειρηματικούς πελάτες (επόμενου σταδίου).

Ενώ αυτό το πρότυπο εξακολουθεί να δίνει έμφαση στην ευημερία καταναλωτών, αναγνωρίζει όμως ότι είναι σημαντικό να λαμβάνεται υπόψη ο αντίκτυπος σε άλλους παράγοντες της αγοράς, ιδίως σε εμπορικούς εταίρους και όχι σε ανταγωνιστές, προκειμένου να λαμβάνονται υπόψη πρόσθετες διαστάσεις του ανταγωνισμού.

Η υιοθέτηση αυτού του προτύπου στην εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού θα σήμαινε ότι η συμπεριφορά μιας επιχείρησης θα θεωρείται αντιανταγωνιστική εάν διαταράσσει την ανταγωνιστική διαδικασία και βλάπτει τους συναλλασσόμενους στην άλλη πλευρά της αγοράς. Θα σήμαινε επίσης ότι, όπως ισχυρίζονται οι υποστηρικτές του προτύπου αυτού, σε περίπτωση που προκύπτει ζημία από περιορισμούς του ανταγωνισμού κατά των

²⁹ Βλ. π.χ. C. Shapiro, *Breathing New Life into Consumer Welfare Standard: The Protecting Competition Standard*, (1 Νοέμβριου, 2018), FTC Hearings on Competition and Consumer Protection in the 21st Century, διαθέσιμο στο <https://faculty.haas.berkeley.edu/shapiro/protectingcompetitionstandard.pdf>; Βλ. επίσης, L. Samuel and F. Scott Morton, *What Economists Mean When They Say 'Consumer Welfare Standard'*, (16 Φεβρουαρίου, 2022), *Pro-Market*, διαθέσιμο στο <https://www.promarket.org/2022/02/16/consumer-welfare-standard-antitrust-economists/>.

εργαζόμενων και άλλων εμπορικών εταίρων, οι ισχυρισμοί των επιχειρήσεων ότι αυτή η βλάβη δικαιολογείται από οφέλη που προκύπτουν εκτός αγοράς δεν θα γίνονται αποδεκτοί³⁰.

Τροποποιημένη εκδοχή: Πρότυπο Εύλογης Ανταγωνιστικής Συμπεριφοράς

Πολύ πρόσφατα, ο Steven Salop πρότεινε μια τροποποιημένη εκδοχή του «εκτεταμένου προτύπου ευημερίας καταναλωτών», το οποίο ονόμασε «πρότυπο εύλογης ανταγωνιστικής συμπεριφοράς» (*reasonable competitive conduct standard*)³¹. Πρόκειται για ένα υβριδικό πρότυπο που συνδυάζει το «εκτεταμένο πρότυπο ευημερίας καταναλωτών» με ορισμένα στοιχεία του «προτύπου προστασίας του ανταγωνισμού» (βλ. κατωτέρω).

Αυτό το πρότυπο, όπως και το «εκτεταμένο πρότυπο ευημερίας καταναλωτών», υποστηρίζει ότι κατά την εφαρμογή του δικαίου σε πρακτικές δεσποζουσών επιχειρήσεων σε κάθετα συνδεδεμένες αγορές, θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη η ευημερία των αντισυμβαλλομένων, δηλαδή των εργαζομένων, των μικρών προμηθευτών εισροών ή των επιχειρηματικών πελατών επόμενου σταδίου. Προτείνει ότι στην εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού, η βλάβη στους εμπορικούς εταίρους δεν πρέπει να εξισορροπείται από οφέλη που προκύπτουν εκτός αγοράς, ακόμη και όταν τα τελευταία λειτουργούν προς όφελος των τελικών καταναλωτών.

Ταυτόχρονα, σε συμφωνία με το «πρότυπο προστασίας του ανταγωνισμού», το πρότυπο αυτό υποστηρίζει ότι θα πρέπει να χορηγείται αντιανταγωνιστική εξαίρεση σε συλλογικές δράσεις μικρών συμμετέχοντων στην αγορά (π.χ. αγρότων, μικρών επιχειρήσεων, εργαζόμενων), όπως στη σύσταση ενώσεων για συλλογικές διαπραγματεύσεις με δεσπόζουσες επιχειρήσεις. Υποστηρίζει επίσης τη χρήση ισχυρότερων διαρθρωτικών τεκμηρίων (*structural presumptions*) στην πολιτική αντιμετώπισης των συγκεντρώσεων.

Θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι το «εκτεταμένο πρότυπο ευημερίας καταναλωτών» (περισσότερο δε, η τροποποιημένη εκδοχή του) φέρνει πιο κοντά το «πρότυπο ευημερίας καταναλωτών» στο «πρότυπο προστασίας της ανταγωνιστικής διαδικασίας», δεδομένου ότι, εξετάζοντας τις επιπτώσεις στους εμπορικούς εταίρους, αναγνωρίζει τη σημασία της προστασίας του ανταγωνισμού στο σύνολο της αγοράς. Ωστόσο, σε αντίθεση με το «πρότυπο προστασίας του ανταγωνισμού», το πρότυπο αυτό δεν προσπαθεί να προστατεύσει τους ανταγωνιστές άμεσα και δεν υποθέτει ότι οι «μεγάλες» επιχειρήσεις είναι κατ' ανάγκη επιζήμιες για τους καταναλωτές.

³⁰ Όπως υποστηρίζουν οι Laura Alexander και Steven Salop, αυτό το πρότυπο είναι «αρκετά ευρύ ώστε να περιλαμβάνει τις επιβλαβείς επιπτώσεις που προκαλούνται στους εργαζομένους (και άλλους προμηθευτές εισροών) όπως τις επιβλαβείς επιπτώσεις στον ανταγωνισμό, ακόμη και αν δεν επηρεάζονται από αυτές οι αγοραστές επόμενου σταδίου», βλ. L. Alexander and S. Salop, *Antitrust Worker Protections: The Rule of Reason Does Not Allow Counting of Out-of-Market Benefits*, (4 Δεκεμβρίου, 2022) διαθέσιμο στο https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4094046.

³¹ S. Salop, *The Reasonable Competitive Conduct Standard for Antitrust*, (April 6, 2023), *ProMarket*, διαθέσιμο στο <https://www.promarket.org/2023/04/06/the-reasonable-competitive-conduct-standard-for-antitrust/>.

4. Πρότυπα μη αμιγώς Οικονομικής Ενημερίας

1. Πρότυπο Προστασίας της Ανταγωνιστικής Διαδικασίας (*Competitive Process*) ή Πρότυπο Οικονομικής Δημοκρατίας

Το «πρότυπο προστασίας της ανταγωνιστικής διαδικασίας (*competitive process standard*)», που συχνά αναφέρεται και ως «πρότυπο προστασίας του ανταγωνισμού» (*protection of competition standard*), έχει προταθεί και υποστηριχθεί από τους λεγόμενους «Νεο-Μπραντειανούς» νομικούς στις Η.Π.Α., όπως ο Tim Wu και η Lina Khan³².

Σύμφωνα με αυτό το πρότυπο, η αξιολόγηση της συμπεριφοράς των επιχειρήσεων θα πρέπει να γίνεται υπό το πρίσμα της επίδρασής της στον ανταγωνισμό και την ανταγωνιστική διαδικασία στην αγορά και όχι υπό το πρίσμα της επίδρασής της στην «ενημερία καταναλωτών». Κατά το πρότυπο αυτό επίσης, η συμπεριφορά των επιχειρήσεων που περιορίζει την ανταγωνιστική διαδικασία στην αγορά είναι ανεπιθύμητη, ανεξάρτητα από τον αντίκτυπό της στους καταναλωτές. Όπως ανέφερε ο Tim Wu, μια βασική διαφορά μεταξύ αυτού του προτύπου και του «προτύπου ενημερίας καταναλωτών» είναι η μη χρήση της «ενημερίας καταναλωτών ως τελική ή αναγκαία εκτίμηση σε κάθε περίπτωση»³³.

Το πρότυπο αυτό βασίζεται στην ιδέα ότι οι καταναλωτές, ή γενικότερα η κοινωνία, επωφελούνται από την έντονη ανταγωνιστική διαδικασία και ότι, επομένως, η διατήρηση της ανταγωνιστικής διαδικασίας είναι απαραίτητη για την αποφυγή της παρατεταμένης απόκλισης από το βέλτιστο αποτέλεσμα που συνήθως συνδέεται με τον ανταγωνισμό³⁴. Ομοίως, βασίζεται στην άποψη ότι η μείωση του ανταγωνισμού στην αγορά και η επακόλουθη αύξηση της συγκέντρωσης και της ισχύος στην αγορά, μπορεί να έχει αρνητικές επιπτώσεις όχι μόνο στους καταναλωτές στις σχετικές αγορές αλλά και στην κοινωνία στο σύνολό της. Σε συμφωνία με αυτό, οι «μεγάλες» επιχειρήσεις είναι σε θέση να εκμεταλλεύονται τις πιο μειονεκτούσες ομάδες οι οποίες περιλαμβάνουν, πέρα από τους τελικούς καταναλωτές, μικρές επιχειρήσεις-πελάτες, εργαζόμενους και μικρούς προμηθευτές εισροών (π.χ. αγρότες). Επιπλέον, οι «μεγάλες» επιχειρήσεις μπορούν να συμβάλλουν στην αύξηση της εισοδηματικής ανισότητας και της ανισοκατανομής πλούτου και ενδέχεται ακόμη και να αποτελούν απειλή για τη δημοκρατία³⁵. Υπό αυτό το πρίσμα, οι προτείνοντες του εν λόγω προτύπου υποστηρίζουν

³² Βλ. π.χ. T. Wu, The 'Protection of the Competitive Process' Standard, (2018), Columbia Public Law Research Paper No. 14-612, διαθέσιμο στο https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3276896, and L. Khan, The New Brandeis Movement: America's Antimonopoly Debate, (2018), 9 *Journal of European Competition Law & Practice*, 131-132.

³³ Βλ. T. Wu, After Consumer Welfare, Now, What? The 'Protection of Competition' Standard in Practice, (2018). The Journal of the Competition Policy International, Columbia Public Law Research Paper No. 14-608, διαθέσιμο στο https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3249173.

³⁴ Σημειώνεται ότι η γερμανική ορντοφιλελεύθερη (*ordoliberalismus*) σχολή έχει αναμφισβήτητα δώσει έμφαση στην ανταγωνιστική διαδικασία, υποδεικνύοντας ότι θα πρέπει να εγείρεται προβληματισμός όταν «ο αριθμός των ελεύθερα ανταγωνιζόμενων παραγωγών μειώνεται τεχνητά με τρόπους που δεν προκύπτουν από την ίδια τη συνήθη διαδικασία του ανταγωνισμού», και «όπου αυτό μειώνει το εύρος των εναλλακτικών επιλογών μεταξύ των οποίων οι καταναλωτές μπορούν ελεύθερα να επιλέγουν», βλέπε P. Behrens, The Ordoliberal Concept of 'Abuse' of a Dominant Position and its Impact on Article 102 TFEU, (9 Σεπτεμβρίου 2015), Nihoul/Takahashi, Abuse Regulation in Competition Law, Proceedings of the 10th ASCOLA Conference Tokyo 2015, διαθέσιμο στο <https://ssrn.com/abstract=2658045>. Για μια αγγλική μετάφραση των απόψεων ενός από τους κύριους συγγραφείς της ορντοφιλελεύθερης ομάδας, βλ. W. Eucken, *The Foundations of Economics – History and Theory in the Analysis of Economic Reality*, (Springer, 1992, πρώτη έκδοση το 1939).

³⁵ Όπως αναφέρει η Lina Khan “Antimonopoly is a key tool and philosophical underpinning for structuring society on a democratic foundation” «Η αντιμονοπωλιακή νομοθεσία αποτελεί ένα βασικό εργαλείο και ένα φιλοσοφικό

ότι η ίδια η προστασία του ανταγωνισμού στην αγορά θα μπορούσε να δημιουργήσει θετικά αποτελέσματα όχι μόνο για τους καταναλωτές της υπό ανάλυσης αγοράς αλλά και για την κοινωνία εν γένει. Ορισμένοι από τους Νεο-Μπραντεϊσιανούς μελετητές αναγνωρίζουν ότι το «μεγάλο» μέγεθος των επιχειρήσεων δεν είναι πάντα επιζήμιο, και συγκεκριμένα, όπως δήλωσε η Lina Khan, αναγνωρίζουν ότι ορισμένοι κλάδοι «τείνουν φυσικά προς το μονοπώλιο» και για αυτούς τους κλάδους η προτεινόμενη λύση είναι «να σχεδιαστεί ένα σύστημα δημόσιας ρύθμισης που εμποδίζει τα στελέχη που διαχειρίζονται αυτό το μονοπώλιο να εκμεταλλεύονται την ισχύ τους»³⁶. Με άλλα λόγια, υποστηρίζουν ότι το δίκαιο του ανταγωνισμού θα πρέπει να συνδυάζεται με τη ρύθμιση: «η αντιμονοπωλιακή νομοθεσία είναι απλώς ένα εργαλείο στην αντιμονοπωλιακή εργαλειοθήκη»³⁷.

Το «πρότυπο προστασίας του ανταγωνισμού» αντιμετωπίζει κυρίως την ισχύ στην αγορά ως υποπροϊόν της συγκέντρωσης της αγοράς. Αυτό, όπως υποστηρίζουν διάφοροι μελετητές, υποδηλώνει ότι η εφαρμογή του στην εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού μπορεί να βασίζεται σε διαρθρωτικά τεκμήρια και, εν συνεχεία, στη χρήση αδιαμφισβήτητων κανόνων εκ πρώτης όψης (*bright line rules*), που περιορίζουν τη δικαστική διακριτική ευχέρεια και δεν χρειάζεται να βασίζονται σε μεγάλο βαθμό σε οικονομική ανάλυση. Αυτό έρχεται σε αντίθεση με το «πρότυπο ευημερίας καταναλωτών» που δεν αντιμετωπίζει την ισχύ στην αγορά ως υποπροϊόν της συγκέντρωσης της αγοράς και, αντίθετα, χρησιμοποιεί οικονομικά εργαλεία για να προσδιορίσει εάν η συγκέντρωση στην αγορά αποτελεί πράγματι ένδειξη ή πηγή της ισχύος στην αγορά, λαμβάνοντας υπόψη ότι η ισχύς στην αγορά μπορεί να προκύπτει και από άλλες πηγές (π.χ. αποτελεσματικότητα). Άλλως, η χρήση του «προτύπου προστασίας του ανταγωνισμού» στην εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού μπορεί να οδηγήσει σε αρνητική αντιμετώπιση οποιασδήποτε πρακτικής αυξάνει τη συγκέντρωση στην αγορά *per se*, ανεξάρτητα από το εάν πράγματι ασκείται ισχύς στην αγορά ή από το εάν υπάρχουν σημαντικές βελτιώσεις της αποτελεσματικότητας που ενδέχεται να είναι επωφελείς για τους καταναλωτές.

Όπως σημειώνει ο Jonathan Baker³⁸, ορισμένες από τις επιπτώσεις στην εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού που μπορούν να προκύψουν από την χρήση του προτύπου της «προστασίας του προτύπου ανταγωνισμού», όπως η ενίσχυση της χρήσης διαρθρωτικών τεκμηρίων στην ανάλυση των οριζόντιων συγκεντρώσεων, ευθυγραμμίζονται με τις απόψεις άλλων μελετητών (π.χ. Tommaso Valletti)³⁹ που υποστηρίζουν ότι η έμφαση στη μεταρρύθμιση της πολιτικής ανταγωνισμού πρέπει να δοθεί στο «βαθμό απόδειξης» (*standard of proof*).

υπόβαθρο για τη δόμηση της κοινωνίας σε δημοκρατικά θεμέλια, βλ. L. Khan, *The New Brandeis Movement: America's Antimonopoly Debate* (2018), 9 *Journal of European Competition Law & Practice*, 131-132.

³⁶ L. Khan, *The New Brandeis Movement: America's Antimonopoly Debate* (2018), 9 *Journal of European Competition Law & Practice*, 131-132.

³⁷ Οπ.π. 131.

³⁸ J. Baker, *Finding Common Ground Among Antitrust Reformers* (2022), 84 *Antitrust Law Journal*, 84, 705-751.

³⁹ Βλ. F. Lancieri and T. Valletti, *Structuring a Structural Presumption for Merger Review*, (14 Απριλίου, 2023), *ProMarket*, διαθέσιμο στο <https://www.promarket.org/2023/04/14/structuring-a-structural-presumption-for-merger-review/>.

2. Πρότυπο Επιλογών Καταναλωτή (*consumer choice standard*)

Ορισμένοι μελετητές υποστηρίζουν επίσης ότι οι αρχές ανταγωνισμού θα πρέπει να στοχεύουν στη διατήρηση ενός βέλτιστου επιπέδου «επιλογών του καταναλωτή», που ορίζεται ως «η κατάσταση πραγμάτων όπου ο καταναλωτής έχει τη δύναμη να καθορίζει τις δικές του επιθυμίες και τη δυνατότητα να ικανοποιεί αυτές τις επιθυμίες σε ανταγωνιστικές τιμές»⁴⁰. Αυτό το πρότυπο προτείνει επομένως ότι ο αντίκτυπος στην «ποικιλία» θα πρέπει να διαδραματίζει κομβικό ρόλο, ακόμη και αν δεν υπάρχουν αποδείξεις από τις αποκαλυπτόμενες προτιμήσεις των καταναλωτών ότι αποδίδουν μεγαλύτερη σημασία στην ποικιλία από ότι στην τιμή. Οι ίδιοι μελετητές έχουν χρησιμοποιήσει εναλλακτικά τον όρο «κυριαρχία των καταναλωτών», ο οποίος ορίζεται ως «το σύνολο των κοινωνικών ρυθμίσεων που αναγκάζουν την οικονομία να ενεργεί κυρίως να ανταποκρίνεται στα συνολικά μηνύματα της καταναλωτικής ζήτησης, παρά να ανταποκρίνεται σε κυβερνητικές οδηγίες ή στις προτιμήσεις μεμονωμένων επιχειρήσεων»⁴¹.

Ωστόσο, ο καθορισμός του «βέλτιστου βαθμού» επιλογών των καταναλωτών ή της κυριαρχίας των καταναλωτών και η μέτρησή τους με τη χρήση λειτουργικών παραμέτρων φαίνεται δύσκολο εγχείρημα. Η κυριαρχία των καταναλωτών μπορεί να είναι εννοιολογικά ελκυστική, αλλά μπορεί να αποδειχθεί εμπειρικά αδύναμη ως πρότυπο πολιτικής προς εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού.

3. Πρότυπα Δυνατοτήτων, Λειτουργίας και Ανισοτήτων (*Capabilities, functionings approach, inequality-based standards*)

Σύμφωνα με την προσέγγιση της οικονομικής αποτελεσματικότητας κατά Kaldor-Hicks, μια πολιτική που συνεπάγεται απώλειες για τα οικονομικά ασθενέστερα μέλη της κοινωνίας θα μπορούσε να δικαιολογηθεί εάν παρείχε επαρκώς αυξημένα οφέλη στα οικονομικά ισχυρότερα μέλη της κοινωνίας, έτσι ώστε τα οφέλη των τελευταίων να μπορούν υποθετικά να αντισταθμίζουν τις απώλειες των πρώτων. Ωστόσο, αυτή η κυρίαρχη προσέγγιση στα οικονομικά της ευημερίας έχει επικριθεί από φιλοσόφους του δικαίου που ενδιαφέρονταν όλο και περισσότερο για την οικονομική αποτελεσματικότητα καθώς το κίνημα του δικαίου και οικονομικών επέκτεινε την επιρροή του στον τομέα του δικαίου, αλλά και από οικονομολόγους που ήταν προσκολλημένοι στην ιδέα της ισότητας και στην ύπαρξη δικαιωμάτων εκπορευόμενων από την ανθρώπινη ύπαρξη⁴². Αυτοί οι συγγραφείς αποκλίνουν από την ωφελμιστική προσέγγιση και την «αθροιστική κατάταξη» των ατομικών ωφελειών, από αυτή που σχετίζεται με τα εισοδήματα ή οποιοδήποτε άλλο κριτήριο οικονομικής κατάστασης που τη χαρακτηρίζει, καθώς υπογραμμίζουν την ατομική ελευθερία κάθε ανθρώπου να ζει το είδος της ζωής που αιτιολογημένα προκρίνει⁴³. Συγκεκριμένα, ο Amartya Sen επικεντρώθηκε στην

⁴⁰ R.H. Lande, Consumer Choice as the Ultimate Goal of Antitrust (2001), 62 *University of Pittsburgh Law Review*, 503-525. Για την εισαγωγή αυτής της έννοιας στο δίκαιο ανταγωνισμού της ΕΕ βλ. P. Nihoul, N. Charbit and E. Ramundo (eds.), *Choice – A New Standard for Competition Law Analysis?*, (Institute of Competition Law, 2016).

⁴¹ N.W. Averitt and R.H. Lande, Consumer Sovereignty: A Unified Theory of Antitrust and Consumer Protection Law, (1997), 65 *Antitrust Law Journal*, 713.

⁴² Βλ. επίσης την πρόσφατη κριτική του M. Sandel, *The Tyranny of Merit: What's Become of the Common Good* (Farrar, Straus and Giroux, 2020).

⁴³ A. Sen, *Commodities and Capabilities*, (North-Holland 1985), προώθηση της ηθικής σημασίας της δυνατότητας των ατόμων να επιτυγχάνουν το είδος της ζωής που αιτιολογημένα προκρίνουν. Για την άποψη του Amartya Sen

ευδαιμονία και όχι στη ωφέλεια/ευημερία, με την πρώτη να είναι μια ευρύτερη έννοια, τουλάχιστον έτσι όπως έχει οριστεί από τα καθιερωμένα οικονομικά της ευημερίας. Η προσέγγιση του Amartya Sen στοχεύει να ενσωματώσει στον ορισμό της ευδαιμονίας την ανθρώπινη ποικιλομορφία όσον αφορά στις μέγιστες δυνατότητες κάθε ατόμου. Η «επιλογή χώρου» για κάθε άτομο μπορεί να περιλαμβάνει διαφορετικές συγκεντρώσεις, π.χ. ελευθερίες, δικαιώματα, εισοδήματα, πλούτο, πόρους, βασικά αγαθά, χρηστικά αγαθά, δυνατότητες κ.λπ., και το ζήτημα της αξιολόγησης της ανισότητας στρέφεται στην επιλογή του χώρου εντός του οποίου θα αξιολογηθεί η ισότητα. Η έννοια της «λειτουργίας» έχει καίριο ρόλο στην προσέγγιση. Οι «λειτουργίες» είναι «καταστάσεις» όπως η κατάσταση της επαρκούς σίτισης, της ανεπαρκούς σίτισης, της ασφάλειας, της δυνατότητας συμμετοχής σε κοινωνικές και οικονομικές δραστηριότητες, αλλά και η κατάσταση της κακής υγείας, καθώς και «πράξεις» όπως η ψήφος σε εκλογές, τα ταξίδια, το φαγητό, η κατανάλωση καυσίμων για θέρμανση, αλλά και χρήση παράνομων ουσιών. Ως εκ τούτου, ο όρος έχει μια ουδέτερη χροιά, η θετική ή η αρνητική του διάσταση απορρέει από το συγκεκριμένο πλαίσιο ή/και την κανονιστική θεωρία. Για παράδειγμα, η μεγάλη κατανάλωση καυσίμων μπορεί να θεωρείται κάτι θετικό για κάποιον που ακολουθεί μια προοπτική ανάπτυξης, αλλά αντίθετα αρνητικό για έναν περιβαλλοντολόγο ή κάποιον που ασπάζεται μια προοπτική βιώσιμης ανάπτυξης. Οι δυνατότητες αποτελούν τις πραγματικές ελευθερίες ή ευκαιρίες ενός ατόμου να επιτυγχάνει αυτές τις συγκεκριμένες «λειτουργίες». Αυτές οι «λειτουργίες» και οι «δυνατότητες» παρέχουν ένα άριστο μέτρο για τα περισσότερα είδη διαπροσωπικών αξιολογήσεων, όπου οι δυνατότητες επιτρέπουν διαπροσωπικές συγκρίσεις της ελευθερίας επιδίωξης της ευδαιμονίας, ενώ οι «λειτουργίες» μπορούν να λειτουργούν ως δείκτης μέτρησης σε μια διαπροσωπική σύγκριση της ευδαιμονίας, στο βαθμό που αποτελούν συστατικά της ύπαρξης ενός ατόμου. Η επικέντρωση στην προώθηση των δυνατοτήτων, αντί στην άμεση παροχή πόρων ή συνδρομής σε «λειτουργίες», αφήνει ένα σημαντικό χώρο για την ατομική επιλογή, η οποία φαίνεται εκ πρώτης όψεως συμβατή με τη λογική των αγορών και του δικαίου του ανταγωνισμού.

Αν και αδιαμφισβήτητα διανοητικά ελκυστική, αυτή η προσέγγιση παρουσιάζει αρκετές δυσκολίες, η πρώτη από τις οποίες είναι ο προσδιορισμός των δυνατοτήτων που συνυπολογίζονται στην ανάλυση. Θα μπορούσε κανείς να σκεφτεί το ενδεχόμενο ύπαρξης ενός πεδίου για κάποια φιλοσοφική διαφωνία σχετικά με το περιεχόμενο της απαρίθμησης των αντικειμενικών δυνατοτήτων. Ορισμένες πρόσφατες εργασίες υποστηρίζουν μια πολυδιάστατη άποψη της προσέγγισης της αντικειμενικής απαρίθμησης και προσδιορίζουν μια σειρά από διαστάσεις που σχετίζονται με την ευδαιμονία, στις οποίες συμπεριλαμβάνονται το υλικό επίπεδο διαβίωσης (εισόδημα, κατανάλωση και πλούτος), η υγεία, η εκπαίδευση, οι προσωπικές δραστηριότητες, όπως η εργασία, η έκφραση της πολιτικής άποψης και η διακυβέρνηση, οι κοινωνικές συνδέσεις και σχέσεις, το περιβάλλον (παρούσες και μελλοντικές συνθήκες) και η οικονομική ή φυσική ανασφάλεια⁴⁴.

για την οικονομία τους ευημερίας και την ανισότητα, βλ. A. Sen, *Welfare Economics and Inequality*, in A. Sen (ed.) *Inequality Reexamined*, (Oxford University Press, 1995).

⁴⁴ Για μια ανάλυση του τρόπου με τον οποίο αυτές οι διάφορες δυνατότητες μπορούν να εξισορροπώνονται στο πλαίσιο μιας αξιολόγησης του δικαίου του ανταγωνισμού, βλ. R. Claassen and A. Gerbrandy, *Rethinking European Competition Law: From a Consumer Welfare to a Capability Approach* (2016), 12 *Utrecht Law Review*, 1-15. Οι Claassen και Gerbrandy εξετάζουν διάφορες εναλλακτικές του προτύπου ευημερίας καταναλωτών, (i) ένα «διευρυμένο πρότυπο ευημερίας καταναλωτών», το οποίο θα λαμβάνει έμμεσα υπόψη τα μη οικονομικά συμφέροντα, στο βαθμό που αυτά σχετίζονται άμεσα με τη σχετική αγορά και αποδίδονται στους καταναλωτές αυτών των αγορών, (ii) ένα «πρότυπο ευημερίας χωρίς αποκλεισμούς» που θα λαμβάνει άμεσα υπόψη τα μη

4. Πολυκεντρικό Δίκαιο του Ανταγωνισμού (*polycentric competition law*): Σύνθετη Ισότητα και Πρότυπο Πολίτη (*citizen standard*)

Ορισμένοι συγγραφείς επέκριναν τα προεκτεθέντα αμιγώς οικονομικά πρότυπα, για το ότι δεν λαμβάνουν υπόψη την πολυκεντρική διάσταση του δικαίου του ανταγωνισμού⁴⁵ και μια πιο ρεαλιστική θεώρηση της ανταγωνιστικής διαδικασίας στη σύγχρονη οικονομία και των επιπτώσεών της σε διάφορες πτυχές της ευημερίας που θεωρούνται πολύτιμες από διαφορετικές πολιτικές δομές⁴⁶.

Στα πρότυπα ευημερίας καταναλωτών και συνολικής ευημερίας, οι διάφοροι αντιπροσωπευτικοί παράγοντες (καταναλωτές, παραγωγοί) κατανέμονται σε διακριτές δομικές θέσεις με διαφορετικές δέσμες στρατηγικών χωρίς απαραίτητα να λαμβάνεται υπόψη το ευρύτερο κοινωνικό πλαίσιο της θέσης τους και η παρουσία και η αλληλεπίδρασή τους σε άλλους τομείς κοινωνικής δραστηριότητας. Η αξιολόγηση του δικαίου του ανταγωνισμού βασίζεται στο υπόδειγμα αποκαλυπτόμενων προτιμήσεων (*revealed preferences*) με βάση τις τιμές, όπου οι τιμές αποκαλύπτονται στην αγορά ή εναλλακτικά, σε περίπτωση απουσίας ή στρέβλωσης αγορών, στην εκτίμηση μιας έμμεσης αξίας με βάση τη συμπεριφορά ενός ατόμου σε μια πραγματική κατάσταση στην οποία αυτό το άτομο καλείται να αντιμετωπίσει μια αντιστάθμιση μεταξύ δύο ανταγωνιστικών εναλλακτικών επιλογών κατανάλωσης. Ελλείψει τιμών αγοράς, η μέθοδος υποθετικής αποτίμησης (*contingent valuation*) στοχεύει στον υπολογισμό της αξίας του οφέλους ή της ζημίας του καταναλωτή, μέσω της έρευνας ενός δείγματος καταναλωτών, ελέγχοντας την «προθυμία τους να πληρώσουν» όταν έχουν να αντιμετωπίσουν ένα σύνολο υποθετικών καταναλωτικών επιλογών. Ωστόσο, μία από τις σιωπηρές παραδοχές της θεωρίας των αποκαλυπτόμενων προτιμήσεων είναι ότι η συμπεριφορά του παράγοντα είναι συνεπής κατά την άσκηση των επιλογών του στην αγορά.

Η πολυκεντρική προσέγγιση του δικαίου του ανταγωνισμού λαμβάνει υπόψη τους «αντιφατικούς χάρτες προτιμήσεων» (*conflicting preference maps*) που εμφανίζουν τα περισσότερα άτομα, όταν ενεργούν ως καταναλωτές στην αγορά και ως πολίτες στο πολιτικό γίγνεσθαι. Οι περιβαλλοντικοί οικονομολόγοι έχουν από καιρό παρατηρήσει την σύγκρουση μεταξύ της προσέγγισης «χρηστικής προτίμησης» (*utilitarian preference based*) που χρησιμοποιείται από την προσέγγιση των αποκαλυπτόμενων προτιμήσεων βάσει τιμών και των αναλύσεων υποθετικής αποτίμησης, που επικεντρώνεται στις επιθυμίες των καταναλωτών ως μεγιστοποιητές της χρησιμότητας, και της «Καντιανής (βάσει αρχών) προσέγγισης» για το πώς «θα έπρεπε να ενεργούμε ως κοινωνία»⁴⁷. Από μεθοδολογική άποψη, θα μπορούσε κανείς να αμφισβητήσει την καταλληλότητα της προσέγγισης αποκαλυπτόμενων προτιμήσεων για την αξιολόγηση των προτιμήσεων των πολιτών, σε αντίθεση με τα συμφέροντα των καταναλωτών,

οικονομικά συμφέροντα, ακόμη και αν αυτά δεν επηρουνούν τους καταναλωτές της σχετικής αγοράς, και (iii) τους προσέγγιζους εκ μέρους τους προτιμώμενης δυνατότητας, η οποία δεν αποτελεί πρότυπο ευημερίας.

⁴⁵ I. Lianos, *Polycentric Competition Law* (2018), 71(1) *Current Legal Problems*, 161; I. Lianos, *Reorienting Competition Law* (2022), 10(1) *Journal of Antitrust Enforcement*, 1-31.

⁴⁶ τους, για παράδειγμα, τους 17 Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών, ‘Sustainable Development Goals’, (2015), <https://sdgs.un.org/goals>. Η Γενική Συνέλευση των Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ) ενέκρινε, τον Σεπτέμβριο του 2015, ευρύτερους αναπτυξιακούς στόχους τόσο για τις ανεπτυγμένες όσο και για τις αναπτυσσόμενες χώρες, οι οποίοι καλύπτουν όλες τις διαστάσεις της βιωσιμότητας (οικονομική, χρηματοοικονομική, θεσμική, κοινωνική και περιβαλλοντική). Στην ΕΕ, βλ. Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Πρόταση προς μια βιώσιμη Ευρώπη έως το 2030, (Φεβρουάριος 2019), διαθέσιμη στο https://ec.europa.eu/info/publications/towards-sustainable-europe-2030_en.

⁴⁷ M. Sagoff, *Aggregation and Deliberation in Valuing Environmental Public Goods: a look beyond contingent pricing* (1998), 24 *Ecological Economics*, 213-230.

και το πεδίο εφαρμογής της μεθόδου ανάλυσης κόστους-οφέλους⁴⁸. Για παράδειγμα, η προσέγγιση που ακολουθείται από τα πρότυπα ευημερίας καταναλωτών και συνολικής ευημερίας συνήθως αγνοεί τις επιπτώσεις που μπορεί να έχει μια συγκεκριμένη συμπεριφορά στους μεμονωμένους καταναλωτές, εξετάζοντας, για παράδειγμα, το κόστος για τους ευάλωτους καταναλωτές (θέματα οριζόντια ισότητας)⁴⁹. Σύμφωνα με την προσέγγιση της ευημερίας καταναλωτών, τα οφέλη για ορισμένα άτομα μπορούν να αντισταθμίζουν τις απώλειες για άλλα άτομα στη συγκεκριμένη κοινωνιολογική κατηγορία καταναλωτών, προκειμένου να προσδιορίζεται η σχετική ωφέλεια (αποτελεσματικότητα) μιας κατάστασης πραγμάτων. Ωστόσο, αυτή η αντιστάθμιση γίνεται στο πλαίσιο του συγκεκριμένου παιγνίου, χωρίς να λαμβάνονται υπόψη τα «αλληλεπικαλυπτόμενα παίγνια» και ο πολύπλοκος ιστός των κοινωνικών σχέσεων στον οποίο μπορούν να συμμετέχουν τα ίδια άτομα, στους πολλαπλούς τομείς της ζωής τους. Αυτό προϋποθέτει περαιτέρω ότι δεν υπάρχουν άλλα αγαθά εκτός από το αγαθό των αντιπροσωπευτικών παραγόντων και ότι το κοινωνικό αγαθό είναι η συγκέντρωση προσωπικών αγαθών των αντιπροσωπευτικών παραγόντων (εν προκειμένω, των καταναλωτών)⁵⁰.

Το πολυκεντρικό δίκαιο του ανταγωνισμού υποστηρίζει ότι δεν υπάρχει λόγος περιορισμού της συγκέντρωσης στοιχείων στις προτιμήσεις που εκφράζονται στον τομέα της αγοράς και να μην λαμβάνονται υπόψη τα άλλα αλληλεπικαλυπτόμενα παίγνια στα οποία συμμετέχουν τα ίδια άτομα, ιδίως καθώς επινοούν τις στρατηγικές τους σε διάφορους τομείς κοινωνικής δραστηριότητας στους οποίους αλληλεπιδρούν μεταξύ τους. Πράγματι, μπορούν κάλλιστα να αξιοποιούν τη θέση τους σε έναν τομέα για μια θέση ισχύος σε έναν άλλο. Η κρατούσα προσέγγιση των αποκαλυπτόμενων προτιμήσεων προϋποθέτει επίσης ότι, για παράδειγμα, τα συμφέροντα των μελλοντικών «καταναλωτών» συμπίπτουν με τις αποκαλυπτόμενες προτιμήσεις των σημερινών «καταναλωτών», για παράδειγμα όσον αφορά την κατεύθυνση μιας καινοτομίας που είναι κοινωνικά επωφελής, ανεξάρτητα από την εξέλιξη των αξιών που επικρατούν επί του παρόντος στην κοινωνία⁵¹, τις διαθέσιμες τεχνολογίες ή το ποιες είναι οι απαιτήσεις των κανόνων του υπερισχύοντος κοινωνικού συμβολαίου.

Ως εκ τούτου, η πολυκεντρική προσέγγιση υποστηρίζει ότι όπως κάθε άλλος τομέας δικαίου που έχει κανονιστικό περιεχόμενο εκ του σχεδιασμού και του σκοπού του, έτσι και το δίκαιο του ανταγωνισμού δεν πρέπει να περιορίζεται στις προτιμήσεις που αποκαλύπτονται στην αγορά από τη συμπεριφορά των καταναλωτών, αλλά θα πρέπει να εξετάζει και τις προτιμήσεις που εκφράζονται από τους πολίτες, ιδίως κατά το σχεδιασμό του συνταγματικού πλαισίου που ρυθμίζει τις διάφορες κοινωνικοοικονομικές αλληλεπιδράσεις τους, δηλαδή τους κανόνες των διαφόρων αλληλοεπικαλυπτόμενων παιγνίων στα οποία συμμετέχει ο καθένας τους. Ως τομέας της κοινωνικής θεωρίας, η οικονομική επιστήμη θεωρεί ότι τα κοινωνικά κριτήρια και οι δημόσιες αποφάσεις πρέπει να εξαρτώνται από τις ατομικές προτιμήσεις, που είναι σε γενικές γραμμές κατανοητές, εφόσον αυτές εκφράζονται σε μια διαφανή κοινωνική

⁴⁸ Για περαιτέρω ανάλυση, βλ., μεταξύ άλλων, S.W. Orr, Values, preference, and the citizen-consumer distinction in cost-benefit analysis (2007), 6 *Politics, Philosophy & Economics*, 377.

⁴⁹ M. Trebilcock and F. Ducci, The Multifaceted Nature of Fairness in Competition Policy (2017), *Competition Policy International Antitrust Chronicle*, Φθινόπωρο 1(1).

⁵⁰ Η έννοια των «αλληλεπικαλυπτόμενων παιγνίων» προτάθηκε από τους Bowles και Gintis με στόχο την κατανόηση της σχέσης μεταξύ των διαφορετικών τομέων της κοινωνικής ζωής και της «αμείωτης ετερογένειας» διαφορετικών τομέων της κοινωνίας, όπως η οικογένεια, το κράτος, η οικονομία, όπου θα μπορούσαν να προστεθούν ο οικονομικός, πολιτικός και πολιτιστικός τομέας: S. Bowles and H. Gintis, *Democracy and Capitalism*, (Basic Books, 1986).

⁵¹ Π.χ. οι μελλοντικοί καταναλωτές μπορεί να έχουν ισχυρότερες προτιμήσεις με γνώμονα τη βιωσιμότητα από εκείνες των σύγχρονων καταναλωτών, εν όψει της κλιματικής αλλαγής ή της υποβάθμισης του βιοτικού επιπέδου λόγω πανδημιών, γεωπολιτικών αναταραχών κ.λπ.

διαδικασία, αλλά δεν υπάρχει λόγος να θεωρείται ότι η αγορά είναι η μόνη τέτοια διαθέσιμη διαφανής κοινωνική διαδικασία, καθώς η δημοκρατική διαδικασία ή η διαμόρφωση των συνταγματικών κανόνων της συγκεκριμένης πολιτικής είναι τουλάχιστον εξίσου σημαντικές πηγές γνώσης για τις συλλογικές (και ατομικές) προτιμήσεις.

Από αυτή την άποψη, το δίκαιο του ανταγωνισμού θα πρέπει να νοείται ως εφαρμόζον ένα κοινωνικό συμβόλαιο⁵², και ο φορέας εφαρμογής του δικαίου του ανταγωνισμού θα πρέπει να δίνει ιδιαίτερη προσοχή στο συνολικό συνταγματικό πλαίσιο και τις αξίες που αναγνωρίζουν τα κοινωνικοοικονομικά δικαιώματα και παρέχουν ευρείες κατευθύνσεις δράσης στο νομοθέτη και την εκτελεστική εξουσία, καθώς και στο συγκεκριμένο νομικό πλαίσιο που διέπει έναν κλάδο ή μία οικονομική δραστηριότητα. Για παράδειγμα, στην ΕΕ, το άρθρο 3 παράγραφος 3 της ΣΕΕ προβλέπει ότι η Ένωση θα δημιουργήσει μια εσωτερική αγορά με σκοπό την επίτευξη «μιας ιδιαίτερα ανταγωνιστικής κοινωνικής οικονομίας της αγοράς», με στόχο την πλήρη απασχόληση και την κοινωνική πρόοδο. Οι γενικές διατάξεις για την οριζόντια ολοκλήρωση αποσκοπούν στη διαχείριση της αλληλεπίδρασης μεταξύ των διαφορετικών πολιτικών που ακολουθούνται από τη Συνθήκη, συμπεριλαμβανομένου του δικαίου του ανταγωνισμού⁵³. Εκτός από αυτές τις νομικές εκφράσεις κοινωνικής επιλογής, άλλες προσεγγίσεις κοινωνικού συμβολαίου μπορεί να συμβάλλουν στην καλύτερη κατανόηση (με όρους κοινωνικής επιστήμης) του ερμηνευτικού έργου που πρέπει να αναλάβει ο φορέας εφαρμογής του δικαίου του ανταγωνισμού και των μεθόδων μέτρησης και άλλων ποιοτικών μέτρων που απαιτεί η εφαρμογή αυτής της πολυκεντρικής προσέγγισης⁵⁴.

Μια τέτοια προσέγγιση μπορεί να λαμβάνει υπόψη όχι μόνο τα ατομικά οφέλη της αξίας χρήσης που προκύπτουν από την κατανάλωση ή τη χρήση των προϊόντων που καλύπτονται από την εξεταζόμενη συμφωνία, όπως συμβαίνει στο πλαίσιο του «προτύπου ευημερίας καταναλωτών», αλλά και τα ατομικά οφέλη της αξίας της μη χρήσης, δηλαδή τα έμμεσα οφέλη που προκύπτουν από την εκτίμηση από τους καταναλωτές του αντίκτυπου της βιώσιμης κατανάλωσής τους σε άλλους, καθώς και τα συλλογικά οφέλη, που προκύπτουν εκτός της επηρεαζόμενης σχετικής αγοράς, τα οποία μπορούν επίσης να λαμβάνονται υπόψη υπό συγκεκριμένες συνθήκες, εάν κανείς εστιάζει στην ευημερία των πολιτών και υπάρχουν συγκεκριμένες συνταγματικές επιταγές για ενέργεια, ώστε η κυβέρνηση να μπορεί να

⁵² M. S. Gal, The Social Contract at the Basis of Competition Law, in *Reconciling Efficiency and Equity – A Global Challenge for Competition Policy*, in D. Gerard & I. Lianos (eds.), (Cambridge University Press, 2018), 88; I. Lianos, Competition Law as a Form of Social Regulation (2020), 65(1) *Antitrust Bulletin*, 3-86.

⁵³ Βλ., για παράδειγμα, η γενική ρήτρα ολοκλήρωσης του Άρθρου 7 της ΣΛΕΕ, «Η Ένωση μεριμνά για τη συνοχή μεταξύ των διαφόρων πολιτικών και δράσεών της, λαμβάνοντας υπόψη το σύνολο των στόχων της και σύμφωνα με την αρχή της δοτής αρμοδιότητας.» Αυτοί περιλαμβάνονται στον Τίτλο II της ΣΛΕΕ, υπό τον τίτλο «Διατάξεις γενικής εφαρμογής.» Οι υπηρεσίες γενικού συμφέροντος αναγνωρίζονται από το Πρωτόκολλο 26, ενώ η έννοια των υπηρεσιών γενικού οικονομικού συμφέροντος εμφανίζεται στα άρθρα 14 και 106 παράγραφος 2 της ΣΛΕΕ και στο Πρωτόκολλο αριθ. 26 της ΣΛΕΕ. Βλ. επίσης Άρθρο 36 του Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της ΕΕ, σύμφωνα με το οποίο «Η Ένωση αναγνωρίζει και σέβεται την πρόσβαση στις υπηρεσίες γενικού οικονομικού ενδιαφέροντος, όπως αυτό προβλέπεται στις εθνικές νομοθεσίες και πρακτικές, σύμφωνα με τις Συνθήκες, προκειμένου να προαχθεί η κοινωνική και εδαφική συνοχή της Ένωσης.»

⁵⁴ Βλ. ιδίως, J. Rawls, *A Theory of Justice*, (Harvard Univ. Press 1999, πρώτη έκδοση 1971); T.M. Scanlon, Contractualism and Utilitarianism, in *Utilitarianism and Beyond* 103, A. Sen & B. Williams (eds.), (Cambridge University Press, 2013) και πιο πρόσφατα, T.M. Scanlon, *What We Owe to Each Other*, (Harvard University Press, 1999); K. Binmore, *Natural Justice*, (Oxford University Press, 2005) και η εξέταση της προσέγγισης των υποθετικών αποκαλυπτόμενων προτιμήσεων. Η θεωρία της υποθετικής αποκαλυπτόμενης προτίμησης ορίζει τις προτιμήσεις ενός παράγοντας ως προς το τι θα επέλεγε αν ήταν σε θέση να επιλέξει, μεταβαίνοντας έτσι από την πραγματική στην υποθετική επιλογή. Για μια ανάλυση του ζητήματος, βλ. I. Lianos, Competition Law as a Form of Social Regulation (2020), 65(1) *Antitrust Bulletin*, 3, 50 (με αναφορά στη δουλειά του K. Binmore, *Playing Fair*, (MIT Press, 1994)).

θεωρείται νομικά υπεύθυνη για τη μη λήψη επαρκών μέτρων για την αποτροπή προβλέψιμης ζημίας, και μακροπρόθεσμα⁵⁵.

Σε αντίθεση με την αντίληψη περί ευημερίας καταναλωτών, η οποία είναι περιορισμένη, καθώς τείνει να μην λαμβάνει υπόψη εξωτερικούς παράγοντες (συμπεριλαμβανομένων εξωτερικών οικονομικών παραγόντων) εάν εντοπίζονται εκτός των σχετικών αγορών, το πολυκεντρικό πρότυπο ανταγωνισμού λαμβάνει υπόψη τέτοιες αντισταθμίσεις, στο βαθμό που οι διανεμητικές επιπτώσεις μπορούν επίσης να λαμβάνονται υπόψη, είτε βάσει αρχής προτεραιότητας⁵⁶. Επιπλέον, η έννοια των καταναλωτών δεν θα πρέπει να νοείται ότι αναφέρεται μόνο στους υπάρχοντες πελάτες των εν λόγω επιχειρήσεων στη σχετική αγορά, αλλά και σε μεταγενέστερους αγοραστές, εντούτοις προεξοφλώντας τα μελλοντικά οφέλη για τους καταναλωτές, η τρέχουσα ερμηνεία της εν λόγω έννοιας δεν λαμβάνει επαρκώς υπόψη τα συμφέροντα των μελλοντικών γενεών.

Η προσέγγιση της ευημερίας καταναλωτών συνήθως δεν επιτρέπει την εξέταση των επιπτώσεων στο εισόδημα. Αυτό δικαιολογείται όταν οι καταναλωτές ξοδεύουν μόνο ένα μικρό κλάσμα του εισοδήματός τους για την απόκτηση του αγαθού στη σχετική αγορά ή όταν η αγορά είναι μικρή σε σχέση με ολόκληρη την οικονομία, έτσι ώστε να μην παράγει εισοδηματικά αποτελέσματα – μια υπόθεση που γίνεται σιωπηρά στην προσέγγιση της ευημερίας καταναλωτών από την ΒΟ (*IO-based consumer welfare approach*). Ένα πολυκεντρικό πρότυπο ανταγωνισμού καλύπτει περιπτώσεις «δομικής ανισότητας»⁵⁷. Η έννοια της δομικής ανισότητας χρησιμοποιείται για να υποδηλώσει την τρωτότητα στη δεσπόζουσα θέση που μπορεί να βιώσει ένας τύπος παραγόντων της αγοράς λόγω διαδικασιών κοινωνικής δομής, εκτός του ελέγχου τους. Το πολυκεντρικό δίκαιο του ανταγωνισμού μπορεί επίσης να παρεμβαίνει με στόχο τη δημιουργία των διαρθρωτικών συνθηκών που θα κάνουν τις αγορές να λειτουργούν προς όφελος των πολιτών, ενσωματώνοντας τελικά στην ανάλυση ανταγωνισμού ευρύτερους προβληματισμούς που άπτονται του δημόσιου συμφέροντος οι οποίοι εκτείνονται πέραν της συνήθους επικέντρωσης στην τιμή και την παραγωγή.

Ωστόσο, οι πρακτικές επιπτώσεις μιας τέτοιας προσέγγισης στην εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού δεν έχουν ακόμη καθοριστεί και οι σχετικές μετρήσεις της ισχύος που ενεργοποιούν την παρέμβαση της εφαρμογής του δικαίου ανταγωνισμού πρέπει να

⁵⁵ Βλ., για παράδειγμα, την πρόσφατη απόφαση του Ολλανδικού Ανώτατου Δικαστηρίου στην υπόθεση Urgenda: Ανώτατο Δικαστήριο της Ολλανδίας, 20 Δεκεμβρίου 2019, ecli:NL:HR:2019:2006, Αγγλική μετάφραση ecli:NL:HR:2019:2007. Το Ανώτατο Δικαστήριο της Ολλανδίας επικαλέστηκε την υποχρέωση του κράτους να προστατεύει το δικαίωμα των κατοίκων του στη ζωή (Άρθρο 2 της Ευρωπαϊκής Σύμβασης για τα Δικαιώματα του Ανθρώπου – ΕΣΔΑ) και το δικαίωμα στην οικογενειακή ζωή (Άρθρο 8 ΕΣΔΑ). Σημείωσε επίσης ότι υπάρχει σοβαρός κίνδυνος η απειλή της κλιματικής αλλαγής να επηρεάσει τη σημερινή γενιά των κατοίκων της Ολλανδίας που μπορεί να υποστούν απώλεια ζωής ή διαταραχή της οικογενειακής ζωής ή και τα δύο.

⁵⁶ Βλ., I. Lianos, *Competition Law as a Form of Social Regulation* (2020), 65(1) *Antitrust Bulletin*, 3-86. Αυτό θα θεωρεί τις μεταβάσεις από παράγοντες σε καλύτερη θέση σε παράγοντες σε δυσμενέστερη θέση ως συμβατές με «μια κοινωνικά προτιμώμενη διανομή» στο βαθμό που η μετάβαση της χρησιμότητας δεν καθιστά την κατάσταση του πιο ευνοημένου παράγοντα δυσμενέστερη από εκείνη του παράγοντα που βρίσκεται στη δυσμενέστερη θέση: M. Fleurbaey, *Equality Versus Priority: How Relevant is the Distinction?* (2015), 31 *Economics & Philosophy*, 207 (αυτό συνάδει με την αρχή της μεταφοράς των Pigou-Dalton, δηλαδή την ιδέα, ότι μια μεταφορά από τους εύπορους στους οικονομικά ασθενείς είναι κοινωνικά επιθυμητή, εφόσον δεν φέρνει τους εύπορους σε δυσμενέστερη κατάσταση από τους οικονομικά ασθενείς).

⁵⁷ I. M. Young, *Responsibility for Justice*, (Oxford University Press 2011); P. Pettit, *Freedom in the Market* (2006), 5 *Politics, Philosophy & Economics*, 131-149.

εφαρμόζονται πιο συστηματικά⁵⁸. Επιπλέον, η διερεύνηση από μια πολύπλοκη σκοπιά περί ισότητας της θέσης των διαφόρων ενδιαφερομένων μερών που επηρεάζονται από παραβάσεις του δικαίου του ανταγωνισμού θα απαιτεί την προσφυγή σε εργαλεία όπως τα βασισμένα στους πράκτορες υποδείγματα (*agent-based modelling*)⁵⁹. Αυτό το εργαλείο παρέχει μια προσέγγιση από τη βάση προς την κορυφή για την προσομοίωση ενός συστήματος ετερογενών αυτόνομων παραγόντων, λαμβάνοντας έτσι υπόψη διαφορετικά χαρακτηριστικά, όπως το μέγεθος, το επιχειρηματικό μοντέλο, καθώς και τη συγκεκριμένη ιδιοκτησιακή δομή και την εταιρική διακυβέρνηση των επιχειρήσεων, και θα μπορούσε επίσης να ενσωματώσει ένα δυναμική προοπτική σχεδιάζοντας αυτούς τους παράγοντες ώστε να είναι προσαρμόσιμοι μέσω μάθησης (*adaptive learning system*). Παρόμοια υποδειγματοποίηση είναι δυνατή για διάφορες κοινωνιολογικές κατηγορίες ατόμων, όπως «επενδυτές», «εργατικό δυναμικό», «καταναλωτές», λαμβάνοντας υπόψη το εισόδημα, το μορφωτικό επίπεδο ή επίπεδο ευημερίας τους, τους διαφορετικούς βαθμούς ορθολογισμού, συνεπώς μη βασιζόμενη στη μέση συμπεριφορά των άτομα που ορίζονται *in abstracto*, αλλά βάσει των πραγματικών τους ιδιοτήτων και αυτών που η υπό έλεγχο θεωρία/υπόθεση θεώρησε σημαντικές. Το υπόδειγμα, πέραν από το να εστιάζει σε ενδιάμεσες αλληλεπιδράσεις τιμών-συστήματος, μπορεί επίσης να επικεντρώνεται ή να συνδυάζει αλληλεπιδράσεις που δεν σχετίζονται με τιμές⁶⁰.

III. Πρότυπα Πολιτικής Ανταγωνισμού στην Ελλάδα

Παραδοσιακά η εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού στην Ελλάδα λαμβάνει υπόψη κυρίως το «πρότυπο ευημερίας καταναλωτών» αλλά και το «εκτεταμένο πρότυπο ευημερίας καταναλωτών», καθώς η Ελληνική αρχή ανταγωνισμού εξετάζει τον αντίκτυπο της συμπεριφοράς μιας επιχείρησης όχι μόνο στην ευημερία των τελικών καταναλωτών αλλά και στην ευημερία των εμπορικών εταίρων των επιχειρήσεων που εμπλέκονται στην υπό ανάλυση συμπεριφορά (π.χ. προμηθευτές εισροών, επιχειρηματικοί πελάτες), εξετάζοντας πώς μπορεί να επηρεάσει τη δυναμική της αγοράς και τελικά, χωρίς αυτό να ισχύει πάντα κατ' ανάγκη, να επηρεάσει την ευημερία των τελικών καταναλωτών (δυσνητική βλάβη των καταναλωτών)⁶¹. Η

⁵⁸ Βλ., ενδεικτικά, I. Lianos & B. Carballea-Smithowski, A Coat of Many Colours—New Concepts and Metrics of Economic Power in Competition Law and Economics (2022), 18(4) *Journal of Competition Law & Economics*, 795-831.

⁵⁹ Υπάρχει μια σημαντική βιβλιογραφία για τη μοντελοποίηση βάσει παραγόντων. Για τη χρήση της στα οικονομικά και στη θεωρία της βιομηχανικής οργάνωσης, βλ., μεταξύ άλλων, R. Axelrod, The complexity of cooperation: Agent-Based models of competition and collaboration (Princeton Univ. press, 1997); L. Tesfatsion, Agent-based computational economics: A constructive approach to economic theory, in L. Tesfatsion and Kenneth L. Judd (eds.), *Handbook of computational economics: Agent-based computational economics* (Vol. 2, North-Holland), 831; L. Hamill and N. Gilbert, Agent-Based Modelling in Economics (Wiley, 2016); J. M. Sanchez-Cartas, Agent-based models and industrial organization theory. A price-competition algorithm for agent-based models based on Game Theory, *Complex Adaptive Systems Modelling*, (2018), 6(2) *Complex Adaptive Systems Modeling*.

⁶⁰ Για εξέταση της εφαρμογής της υποδυναμικοποίησης βάσει πρακτόρων στην εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού σχετικά με τις ψηφιακές πλατφόρμες, βλ. I. Lianos, A. McLean, Competition Law, Big Tech, and Financialisation: The Dark Side of the Moon, in M. Corradi & J. Nowag (eds.), *Intersections between Corporate and Antitrust Law*, (Cambridge University Press, 2023), 319-336.

⁶¹ Βλ., ενδεικτικά, Απόφαση ΕΑ 762/2021, παρ. 120 (ακόμη και ο αποκλεισμός λιγότερο αποτελεσματικών ανταγωνιστών μπορεί να βλάψει τους καταναλωτές και να την ισότητα ευκαιριών). Απόφαση ΕΑ 741/2021, παρ. 145 & 147 (ο αποκλεισμός λιγότερο αποτελεσματικών ανταγωνιστών μπορεί, σε ορισμένες περιπτώσεις να οδηγήσει επίσης σε βλάβη των καταναλωτών όσον αφορά την τιμή, την παραγωγή, την ποιότητα, την ποικιλία και τις επιλογές, την καινοτομία). Απόφαση ΕΑ 711/2020, παρ. 90.

νομολογία υιοθετεί επίσης ένα βασισμένο σε αρχές πρότυπο, σύμφωνα με το οποίο η συμπεριφορά που δεν συνιστά αξιοκρατικό ανταγωνισμό μπορεί να θεωρείται καταχρηστική, χωρίς να χρειάζεται η αρχή να αποδεικνύει συγκεκριμένες επιπτώσεις της συμπεριφοράς στους τελικούς καταναλωτές⁶².

Ταυτόχρονα, η Ελληνική Επιτροπή Ανταγωνισμού (ΕΑ) έχει αναγνωρίσει στην πρόσφατη νομολογία της ότι, υπό συγκεκριμένες συνθήκες, η έννοια του αποτελεσματικού ανταγωνισμού μπορεί να ερμηνευτεί λαμβάνοντας υπόψη ευρύτερα κοινωνικοοικονομικά δικαιώματα, όπως αυτά αναγνωρίζονται από το συνταγματικό πλαίσιο, υιοθετώντας έτσι μια πολυκεντρική προσέγγιση ανταγωνισμού.

Με την υπ' αριθ. 741/2021 Απόφασή της, η ΕΑ επέβαλε στην εταιρεία ΕΛΤΕΠΕ Α.Ε. (νυν ΕΝΔΙΑΛΕ Α.Ε.) πρόστιμο συνολικού ύψους 111.600 ευρώ για παράβαση των Άρθρων 2 του Ελληνικού Νόμου 3959/2011 (Νόμος περί Προστασίας του Ανταγωνισμού) και του Άρθρου 102 της ΣΛΕΕ, στην ελληνική αγορά διαχείρισης των χρησιμοποιημένων ορυκτελαίων. Η υπόθεση κινήθηκε μετά από καταγγελίες των εταιρειών GREEN OIL ΑΕΒΕ, ΕΣΚ ΟΪΛ ΑΕΒΕ, καθώς και του Σωματείου Συλλογής Χρησιμοποιημένων Ορυκτελαίων. Οι καταγγέλλοντες ισχυρίζονταν ουσιαστικά ότι η ΕΛΤΕΠΕ Α.Ε. έκανε κατάχρηση της δεσπόζουσας (*de facto* μονοπωλιακής) θέσης της στην αγορά διαχείρισης χρησιμοποιημένων ορυκτελαίων, μέσω πολλών διαφορετικών πρακτικών, προκειμένου να αποκλείσει άλλους παράγοντες της αγοράς από τη συγκεκριμένη αγορά, καθώς και από τη σχετική αγορά προηγούμενου σταδίου (καθαρισμός/ανακύκλωση αυτών ελαίων) και την αγορά επόμενου σταδίου (συλλογή αυτών των ελαίων). Η ΕΑ διαπίστωσε ότι οι αντιανταγωνιστικές πρακτικές της ΕΛΤΕΠΕ είχαν ως αποτέλεσμα τον οριζόντιο αποκλεισμό των ανταγωνιστών της στην αγορά οργάνωσης και λειτουργίας συστημάτων διαχείρισης χρησιμοποιημένων λιπαντικών ελαίων. Ειδικότερα, αυτές οι ρήτρες αποκλειστικότητας στόχευαν να κατευθύνουν κάθε πηγή προμήθειας στην ΕΛΤΕΠΕ, με αποτέλεσμα να αποκλείουν τον δυνητικό ανταγωνισμό από άλλη πιθανά Συστήματα Εναλλακτικής Διαχείρισης Συλλογής Χρησιμοποιημένων Λιπαντικών Ελαίων, τα οποία δεν θα είχαν πρόσβαση σε πηγές προμήθειας για τη δραστηριότητά τους. Αξίζει να σημειωθεί ότι η ΕΑ εξέτασε συγκεκριμένα τη δυνατότητα δικαιολόγησης, μετά από αξιολόγηση αναλογικότητας, της συμπεριφορά της εταιρείας ως μη καταχρηστική, τους ισχυρισμούς της δεσπόζουσας επιχείρησης περί επικαλούμενων λόγων προστασίας του περιβάλλοντος, ενόψει επίσης των αρχών της βιώσιμης ανάπτυξης και της μεθοδολογίας που περιγράφεται στην Τεχνική Έκθεση της ΕΑ για τη Βιωσιμότητα και τον Ανταγωνισμό που δημοσιεύτηκε τον Ιανουάριο του 2021. Η ΕΑ κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η ΕΛΤΕΠΕ δεν παρείχε κανένα στοιχείο περί ενδεχόμενης αντικειμενικής αιτιολόγησης που θα μπορούσε να αποδείξει ότι οι εν λόγω ρήτρες αποκλειστικότητας ήταν αναγκαίες για την αύξηση της αποτελεσματικότητας της συνολικής διαχείρισης χρησιμοποιημένων λιπαντικών ελαίων υπό το πρίσμα της προστασίας του περιβάλλοντος και της βιώσιμης ανάπτυξης⁶³.

Ομοίως, στο πλαίσιο της γνωμοδότησής της για την αγορά διανομής τύπου, Γνωμοδότηση της 23^{ης} Δεκεμβρίου 2019⁶⁴, η ΕΑ ανέλυσε τις επιπτώσεις στον αποτελεσματικό

⁶² Απόφαση ΕΑ 741/2021, παρ. 147.

⁶³ Σημειώνεται ότι σε ορισμένες συγκεντρώσεις επιχειρήσεων, τα γνωστοποιούντα μέρη προέβαλαν επιχειρήματα σχετικά με τη βιωσιμότητα, ωστόσο αυτά δεν εξετάστηκαν από την ΕΑ: βλ., Απόφαση ΕΑ 615/2015, Απόφαση ΕΑ 682/2019, Απόφαση ΕΑ 694/2019. Για περαιτέρω ανάλυση, βλ. το Υπηρεσιακό Έγγραφο Συζήτησης σε θέματα Βιωσιμότητας και Δικαίου του Ανταγωνισμού (ΕΑ, 2020): https://www.epant.gr/files/2020/Staff_Discussion_paper.pdf, 42-45.

⁶⁴ Γνωμοδότηση ΕΑ αρ. 39/2019.

ανταγωνισμό και μια πλειάδα παραγόντων που δύνανται να επηρεάζουν την ερμηνεία και την εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού στη διανομή τύπου ή στην αγορά του τύπου γενικότερα, ιδίως συνταγματικά κατοχυρωμένα δικαιώματα ή δικαιώματα που προστατεύονται από τον Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η ΕΑ επισήμανε ότι το Ελληνικό Σύνταγμα εγγυάται τον πλουραλισμό στο δημόσιο λόγο ως προϋπόθεση για την ελεύθερη έκφραση γνώμης και την ελευθερία της ενημέρωσης ως συστατικό στοιχείο της λειτουργίας της δημοκρατίας. Ειδικότερα, η παράγραφος 9 του Άρθρου 14 του Συντάγματος προβλέπει τη διασφάλιση του πλουραλισμού και απαγορεύει τη συγκέντρωση ελέγχου σε περισσότερα από ένα μέσα μαζικής ενημέρωσης αυτού ή οποιουδήποτε άλλου είδους. Όσον αφορά στον τύπο, το Σύνταγμα εξουσιοδοτεί το κράτος να λαμβάνει μέτρα για την εξασφάλιση ενός ελάχιστου επιπέδου πολυφωνίας. Ο καίριος ρόλος των μέσων ενημέρωσης στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης χρησιμεύει ως βάση για συγκεκριμένες ρυθμίσεις που στοχεύουν στη διασφάλιση του πλουραλισμού των μέσων ενημέρωσης (παρουσία επαρκούς αριθμού μέσων που αντιπροσωπεύουν διαφορετικές και ανεξάρτητες φωνές) και της ποικιλομορφίας του περιεχομένου παρόμοιων μέσων (παρουσία διαφορετικών πολιτικών και πολιτιστικών απόψεων). Επιπλέον, η ΕΑ επισήμανε ότι ο πλουραλισμός των μέσων ενημέρωσης και η ελευθερία της έκφρασης υποστηρίζονται επίσης από το δίκαιο της ΕΕ. Ως εκ τούτου, η ΕΑ ερμήνευσε το δίκαιο του ανταγωνισμού υπό το πρίσμα των αρχών που διασφαλίζουν τον πλουραλισμό των μέσων ενημέρωσης μέσω της βελτίωσης των συνθηκών οικονομικού ανταγωνισμού στην αγορά. Συγκεκριμένα, υπάρχουν διάφορες μεθοδολογίες για την ενσωμάτωση αυτών των γενικότερων συνταγματικών και άλλων ερμηνευτικών απαιτήσεων, για παράδειγμα μέσω της ανάλυσής τους ως στοιχείου της ποιότητας του προϊόντος σε εμπειρικό επίπεδο ή, ενδεχομένως, με τη χρήση μιας πιο δεοντολογικής προσέγγισης στην ερμηνεία των ειδικών διατάξεων και κανόνων του δικαίου του ανταγωνισμού. Η ΕΑ προσπάθησε επίσης να απεικονίσει τις πραγματικές συνθήκες στην αγορά και τη δομή των μέσων ενημέρωσης. Η αγορά αυτή χαρακτηρίζεται από σημαντικές κάμψεις του συνολικού μεγέθους της αγοράς που οφείλονται σε ποικίλες αιτίες, όπως η οικονομική κρίση και ο ψηφιακός μετασχηματισμός του τύπου με τη συνέπεια να μειώνεται η κυκλοφορία του έγχαρτου τύπου. Η Γνωμοδότηση βασίστηκε σε ενδελεχή οικονομική ανάλυση των συνθηκών της αγοράς, των επιχειρηματικών μοντέλων των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτήν και του εθνικού νομικού πλαισίου για τη διανομή του τύπου ή του τύπου γενικά, διατυπώνοντας συστάσεις προς την κυβέρνηση.

Η ΕΑ κατέληξε στο συμπέρασμα ότι κατά τη διερεύνηση της δυνατότητας λήψης μέτρων σχετικά με (i) τη νομική μορφή των πρακτορείων έντυπου τύπου, (ii) αλλαγές στο υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο ή/και (iii) μέτρα που αφορούν την παρέμβαση στην ίδια την αγορά του τύπου, η κυβέρνηση θα πρέπει να στοχεύει στη διασφάλιση τόσο των οφελών που αποφέρει ο αποτελεσματικός ανταγωνισμός στους καταναλωτές και την κοινωνία, όσο και στον πλουραλισμό του τύπου, με την έννοια της διασφάλισης του πλουραλισμού των μέσων ενημέρωσης και της εύρυθμης λειτουργίας της αγοράς, όχι μόνο στο παρόν αλλά και στο μέλλον. Περαιτέρω, κρίνεται απαραίτητο αυτή η άσκηση εξισορρόπησης των διαφόρων καθοριστικών παραμέτρων, οι οποίες υπερβαίνουν ακόμη και το σχετικά ευρύ πλαίσιο της έννοιας του αποτελεσματικού ανταγωνισμού που αναπτύχθηκε από την ΕΑ, θα πρέπει να πραγματοποιείται από κρατικούς φορείς, όπως ο νομοθέτης, οι οποίοι απολαμβάνουν ευρύτερη νομιμοποίηση για τη στάθμιση του γενικού συμφέροντος, ακόμη και όταν αυτό δεν συμπίπτει με την προστασία του «αποτελεσματικού ανταγωνισμού». Η Γνωμοδότηση αναλύει τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα διαφόρων μέτρων, τα οποία ενδέχεται να αποφέρουν

λύσεις σε ορισμένα από τα προβλήματα που προσδιορίστηκαν ανωτέρω, ορισμένα από τα οποία προκύπτουν από τη φύση και τα χαρακτηριστικά της αγοράς (δηλ. από το γεγονός ότι φέρει τα χαρακτηριστικά ενός φυσικού μονοπωλίου ή μιας βασικής διευκόλυνσης), και ορισμένα άλλα συνδέονται με τον κίνδυνο υιοθέτησης αντι-ανταγωνιστικών πρακτικών από τους συμμετέχοντες (δηλαδή ζητήματα που σχετίζονται με τη μετοχική δομή του πρακτορείου διανομής και την παράλληλη δραστηριότητα ορισμένων εκδοτών στο επίπεδο της διανομής έντυπου τύπου). Στο πλαίσιο αυτής της ανάλυσης, διαπιστώθηκε ότι η συστηματική εφαρμογή της νομοθεσίας του ανταγωνισμού κατά συμπεριφορών που οδηγούν στον αποκλεισμό ορισμένων εκδοτικών επιχειρήσεων μπορεί να αντιμετωπίσει εν μέρει ορισμένα από τα προβλήματα, αλλά, όπως προαναφέρθηκε, δεν αποτελεί λύση στα διαρθρωτικά προβλήματα που εντοπίζονται στην αγορά διανομής τύπου, λόγω των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν και οι πρωτοβουλίες της ΕΑ σχετικά με τη βιωσιμότητα και ειδικότερα η θέσπιση με τον Ν. 4886/202 της νέας διάταξης του Ελληνικού Νόμου για την Προστασία του Ανταγωνισμού – άρθρο 37Α – η οποία παρέχει τη δυνατότητα σε μία ή περισσότερες επιχειρήσεις να υποβάλουν αίτημα για έκδοση επιστολής μη ανάληψης δράσης από τον Πρόεδρο της ΕΑ, με την οποία θα δηλώνεται η μη λήψη μέτρων κατά οριζόντιας ή κάθετης συμφωνίας για παράβαση του Άρθρου 1 του ν. 3959/2011 ή του Άρθρου 101 ΣΛΕΕ ή κατά πρακτικής για παράβαση του Άρθρου 2 του ν. 3959/ 2011 και του Άρθρου 102 ΣΛΕΕ⁶⁵. Οι επιχειρήσεις μπορούν να υποβάλουν τέτοιο αίτημα για λόγους δημοσίου συμφέροντος, ιδίως όσον αφορά στην υλοποίηση των στόχων βιώσιμης ανάπτυξης. Η διαδικασία που ορίζεται στο Άρθρο 37Α είναι μια απλοποιημένη διαδικασία υπό την έννοια ότι ο Πρόεδρος της ΕΑ, εκδίδοντας σχετική επιστολή, μετά από πρόταση της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού (ΓΔΑ), δύναται να διαπιστώνει ότι δεν συντρέχουν λόγοι για περαιτέρω ενέργειες. Η ΓΔΑ θα εξετάζει τα σχετικά αιτήματα λαμβάνοντας υπόψη τα επιχειρήματα και τα αποδεικτικά στοιχεία που υπέβαλαν οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις. Η επιστολή αυτή δημιουργεί ασφάλεια δικαίου για τις επιχειρήσεις, εφόσον δεν αλλάζουν τα πραγματικά περιστατικά στα οποία βασίστηκε η έκδοση της επιστολής μη ανάληψης της δράσης κατά τη στιγμή της έκδοσής της.

Προκειμένου να εξεταστεί ένα υποβληθέν αίτημα επιστολής μη δράσης, οι αιτούσες επιχειρήσεις πρέπει να επικαλούνται και να τεκμηριώνουν επαρκώς: (1) τους επιτακτικούς λόγους δημοσίου συμφέροντος στη συγκεκριμένη περίπτωση (βλ. κατωτέρω) και (2) ότι η πρακτική αβεβαιότητα προκύπτει λόγω ενός καινοφανούς ή δύσκολου ζητήματος που εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του δικαίου του ανταγωνισμού. Μια χαρακτηριστική περίπτωση είναι όταν μια συμφωνία ή πρακτική εγείρει ζητήματα που δεν έχουν προηγουμένως αντιμετωπιστεί από την ΕΑ, την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στα εθνικά δικαστήρια ή τα δικαστήρια της ΕΕ, (3) η συμφωνία/πρακτική είναι μείζονος σημασίας για τις αιτούσες επιχειρήσεις και την εθνική οικονομία, εν γένει.

Επιπλέον, η ΕΑ εξέδωσε Κατευθυντήριες Γραμμές προκειμένου να προσδιορίσει τους λόγους δημοσίου συμφέροντος που μπορούν να λαμβάνονται υπόψη⁶⁶, στις οποίες γίνεται εκτενής αναφορά στους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης (ΣΒΑ) που προσδιορίζονται σε κείμενα των Ηνωμένων Εθνών (βλ., ειδικότερα, «Ατζέντα 2030 για τη βιώσιμη ανάπτυξη» και τη Συμφωνία του Παρισιού) και της Ευρωπαϊκής Ένωσης (βλ. ειδικότερα την Ευρωπαϊκή

⁶⁵ Βλ., <https://www.epant.gr/enimerosi/ygiis-antagonismos-viosimi-anaptyksi.html>.

⁶⁶ Απόφαση ΕΑ 789/2022, βλ. <https://www.epant.gr/nomothesia/nomothesia-antagonismou/epistoli-mi-analipsis-drasis.html>.

Πράσινη Συμφωνία, την οποία η Ελλάδα έχει δεσμευτεί να εφαρμόσει). Οι στόχοι βιώσιμης ανάπτυξης που σκοπεύει να εξετάζει η ΕΑ περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων: (i) Προσταστητικού περιβάλλοντος και περιορισμό των αρνητικών επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής, με μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου, (ii) Επίτευξη τεχνολογικής καινοτομίας με στόχο την επίτευξη στόχων βιώσιμης ανάπτυξης (π.χ. έξυπνες πόλεις), (iii) Προστασία και ενίσχυση της πράσινης μετάβασης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (MM^E).

Η αναφορά στην επίτευξη των στόχων βιώσιμης ανάπτυξης στο Άρθρο 37Α του Ελληνικού Νόμου του Ανταγωνισμού είναι ενδεικτική και δεν αποκλείει την έκδοση επιστολών μη ανάληψης δράσης σε περιπτώσεις που συντρέχουν άλλοι λόγοι δημοσίου συμφέροντος. Ως λόγοι που άπτονται του δημοσίου συμφέροντος νοούνται περαιτέρω οι λόγοι που αναγνωρίζονται ως τέτοιοι στη νομολογία των εθνικών δικαστηρίων και των δικαστηρίων της ΕΕ, συμπεριλαμβανομένων των ακόλουθων λόγων: δημόσια τάξη· δημόσια ασφάλεια· δημόσια υγεία· προστασία της χρηματοοικονομικής ισορροπίας του συστήματος κοινωνικών ασφαλίσεων· προστασία των καταναλωτών, των αποδεκτών υπηρεσιών και των εργαζομένων· δικαιοσύνη των εμπορικών συναλλαγών· καταπολέμηση της απάτης· προστασία του περιβάλλοντος, περιλαμβανομένου του αστικού περιβάλλοντος· υγεία των ζώων· διανοητική ιδιοκτησία· διατήρηση της εθνικής ιστορικής και καλλιτεχνικής κληρονομιάς· στόχοι κοινωνικής πολιτικής και στόχοι πολιτιστικής πολιτικής. Λόγοι δημοσίου συμφέροντος για τους σκοπούς του άρθρου 37Α, της από αυτούς που αναφέρονται παραπάνω, μπορεί επίσης να είναι (i) η εξασφάλιση της προσφοράς και της ορθής διανομής βασικών προϊόντων και υπηρεσιών και η διασφάλιση των αλυσίδων εφοδιασμού, ιδιαίτερα σε περιόδους κρίσης· (ii) η προστασία της δημόσιας υγείας· (iii) η επίτευξη ή η προώθηση των στόχων της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής, ιδίως όσον αφορά τη βιώσιμη ανάπτυξη· (iv) ενίσχυση της περιφερειακής βιώσιμης ανάπτυξης· (v) η επίτευξη/προώθηση της ενεργειακής αυτάρκειας στο πλαίσιο του Εθνικού Σχεδίου για την Ενέργεια και το Κλίμα και της Μακροπρόθεσμης Στρατηγικής έως το 2050· (vi) την εξασφάλιση ευκαιριών απασχόλησης της αξιοπρεπών συνθηκών εργασίας για τους πολίτες και τις ευάλωτες ομάδες του πληθυσμού· (vii) την υλοποίηση ή την προστασία της κοινωνικής της οχής.

Αν και πρωτοπόρος σε θέματα ενσωμάτωσης των προβληματισμών για τη βιωσιμότητα στο δίκαιο του ανταγωνισμού, η προσέγγιση της ΕΑ δεν αποτελεί μοναδικότητα στην Ευρώπη. Η πρόσφατη νομολογία των δικαστηρίων της ΕΕ αλλά και τα σχέδια κατευθυντήριων γραμμών της Ευρωπαϊκής Επιτροπής δείχνουν ότι οι αρχές ανταγωνισμού υιοθετούν μια διευρυμένη προοπτική για την ευημερία/ευδαιμονία των καταναλωτών που δεν περιορίζεται, όπως συμβαίνει στην οικονομική βιβλιογραφία, στις μοναδικές παραμέτρους της τιμής και της παραγωγής, ή της καινοτομίας, αλλά επίσης περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, την προστασία της ιδιωτικής ζωής⁶⁷. Στο νέο της σχέδιο Ανακοίνωσης για τον Ορισμό της Αγοράς, η Επιτροπή σημειώνει περαιτέρω ότι «(κ)ατά τον καθορισμό της σχετικής αγοράς, η Επιτροπή λαμβάνει υπόψη τις διάφορες παραμέτρους ανταγωνισμού που οι πελάτες θεωρούν σχετικές για την υπό εξέταση περιοχή και τη χρονική περίοδο. Αυτές οι παράμετροι μπορεί να περιλαμβάνουν την τιμή του προϊόντος, αλλά και το επίπεδο καινοτομίας και ποιότητάς του σε διάφορες πτυχές – όπως η ανθεκτικότητα, η βιωσιμότητα ή η διαθεσιμότητά του, συμπεριλαμβανομένων όσον αφορά τον χρόνο παράδοσης, την αξιοπιστία του κόστους προμήθειας και μεταφοράς, την αξία

⁶⁷ Υπόθεση C-377/20, Servizio Elettrico Nazionale SpA and Others κατά Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato and Others, ECLI:EU:C:2022:379, παρ. 45 & 48.

και την ποικιλία των παρεχόμενων χρήσεων, την προωθούμενη εικόνα ή την παρεχόμενη προστασία του απορρήτου»⁶⁸.

Το πρότυπο του πολίτη έχει επίσης εισαχθεί στο δίκαιο του ανταγωνισμού της ΕΕ (αλλά και του Ηνωμένου Βασιλείου), μετά τη συμπερίληψη των (περιβαλλοντικών) στόχων βιωσιμότητας στο δίκαιο του ανταγωνισμού.

Σύμφωνα με το Σχέδιο Οριζόντιων Κατευθυντήριων γραμμών της ΕΕ (2022)⁶⁹, η έννοια του στόχου βιωσιμότητας [...] περιλαμβάνει, ενδεικτικά, την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής (για παράδειγμα, μέσω της μείωσης των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου), την εξάλειψη της ρύπανσης, τον περιορισμό της χρήσης φυσικών πόρων, το σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, την προώθηση ανθεκτικών υποδομών και καινοτομίας, τη μείωση της σπατάλης τροφίμων, της διευκόλυνση της μετάβασης προς μία υγιεινή και θεραπευτική διατροφή, τη διασφάλιση της καλής μεταχείρισης των ζώων κ.λπ.⁷⁰ Ωστόσο, το σχέδιο κατευθυντήριων γραμμών της ΕΕ προβλέπει ότι τα οφέλη βιωσιμότητας που προκύπτουν από τις συμφωνίες πρέπει να σχετίζονται με τους καταναλωτές των προϊόντων που καλύπτονται από αυτές τις συμφωνίες, ενώ η Επιτροπή επιλέγει να καταστήσει απαιτητή μια *πραγματική* και *συνολική/πλήρη* αντιστάθμιση για τους καταναλωτές των σχετικών αγορά που επηρεάζονται από τον περιορισμό του ανταγωνισμού. Οι αρνητικές επιπτώσεις στους καταναλωτές που προκύπτουν από τον περιορισμό του ανταγωνισμού πρέπει να εξαλείφονται πλήρως από τα φερόμενα οφέλη. Με άλλα λόγια, μια *υποθετική* αντιστάθμιση θα ήταν ανεπαρκής στο βαθμό που θα αντιστάθμιζε μόνο *εν μέρει* τη ζημία που θα προέκυπτε για τους καταναλωτές από το συγκεκριμένο περιορισμό του ανταγωνισμού. Ωστόσο, αυτή δεν είναι η μόνη δυνατή ερμηνεία της προϋπόθεσης του «δίκαιου μεριδίου», καθώς θα πρέπει επίσης να λαμβάνεται υπόψη ότι δεν ευθύνονται όλοι οι καταναλωτές/χρήστες σε παρόμοιο βαθμό για το κοινωνικό κόστος που δημιουργείται από τις εξωτερικές επιδράσεις της καταναλωτικής τους συμπεριφοράς. Η αρχή «ο ρυπαίνων πληρώνει» δικαιολογεί τη διαφορετική μεταχείριση των πιο ρυπογόνων παραγωγών⁷¹. Παρόμοιες αρχές θα πρέπει επίσης να εφαρμόζονται, από την πλευρά της ζήτησης, για τους καταναλωτές που ρυπαίνουν περισσότερο από άλλους μέσω της καταναλωτικής τους συμπεριφοράς. Σε αυτό πλαίσιο, θα ήταν «δίκαιο» να επιμεριστεί υψηλότερος συντελεστής στάθμισης για τα οφέλη που λαμβάνονται υπόψη προκειμένου να αντισταθμίζεται το κόστος για τους καταναλωτές που συμβάλλουν στις αρνητικές εξωτερικές επιδράσεις (ρύπανση), ώστε αυτές να αντισταθμίζονται μόνο *εν μέρει*.

Επισημαίνουμε επίσης την προσέγγιση που ακολουθήθηκε από το πρόσφατο Σχέδιο Κατευθυντήριας Οδηγίας της CMA του Ηνωμένου Βασιλείου⁷², η οποία αναγνωρίζει ότι κανονικά δεν ενδείκνυται η αντιστάθμιση της ζημίας για τους καταναλωτές σε μια αγορά με οφέλη που προκύπτουν σε διαφορετικό σύνολο καταναλωτών σε μια άλλη αγορά, και ότι όταν συνδέονται δύο αγορές, τα οφέλη που επιτυγχάνονται σε χωριστές αγορές μπορούν να λαμβάνονται υπόψη, υπό την προϋπόθεση ότι οι καταναλωτές που επηρεάζονται από τον περιορισμό και απολαμβάνουν το όφελος είναι ουσιαστικά οι ίδιοι ή ουσιαστικά αλληλεπικαλύπτονται, ωστόσο αποδέχεται επίσης ότι στην περίπτωση συμφωνιών για την επίτευξη οφελών περιβαλλοντικής βιωσιμότητας, τα συνολικά οφέλη αυτών των συμφωνιών

⁶⁸ Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Draft Market Definition Notice, (2023), παρ. 12.

⁶⁹ Βλ. https://competition-policy.ec.europa.eu/public-consultations/2022-hbers_en.

⁷⁰ Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Σχέδιο Οριζόντιων Κατευθυντήριων Γραμμών, (2023), παρ. 543.

⁷¹ Βλ. Απόφαση ΕΑ 615/2015, παρ. 174 («ο ρυπαίνων πληρώνει» ανάλογα με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις που προκαλεί).

⁷² UK CMA, Draft guidance on environmental sustainability agreements - GOV.UK (www.gov.uk), (2023).

μπορεί να εκτείνονται πέρα από τους καταναλωτές των εν λόγω συγκεκριμένων προϊόντων, και ιδιαίτερα υιοθετεί, αναφορικά με τις συμφωνίες για την κλιματική αλλαγή, μια πιο ανεκτής προσέγγιση για την αξιολόγηση των οφελών των καταναλωτών, και ειδικότερα για το ποιοι είναι οι σχετικοί καταναλωτές, αποκλίνοντας από τη γενική προσέγγιση και εξαιρώντας τέτοιες συμφωνήτessάν η προϋπόθεση σχετικά με το «δίκαιο μερίδιο στους καταναλωτές» μπορεί να πληρούται, λαμβάνοντας υπόψη το σύνολο των οφελών για όλους τους καταναλωτές του Ηνωμένου Βασιλείου όπως αυτά προκύπτουν από τη συμφωνία, αντί να επιμερίζονται αυτά τα οφέλη μεταξύ των καταναλωτών εντός της αγοράς που επηρεάζεται από τη συμφωνία και εκείνων σε άλλες αγορές, στο βαθμό που η κλιματική αλλαγή αντιπροσωπεύει μια ειδική κατηγορία απειλής που τη διαχωρίζει και απαιτεί μια διαφορετική προσέγγιση στα κριτήρια μετακύλισης (υιοθετώντας έτσι μια προσέγγιση που φαίνεται να προσεγγίζει ένα πρότυπο πολιτών).

Μια εξίσου ευρεία προοπτική υιοθετείται επίσης από το Άρθρο 210α της ΕΕ του ενιαίου κανονισμού ΚΟΑ⁷³, που θεσπίστηκε σύμφωνα με το Άρθρο 42 της ΣΛΕΕ και ορίζει ότι «η παράγραφος 1 του Άρθρου 101 της ΣΛΕΕ δεν εφαρμόζεται σε συμφωνίες, αποφάσεις και εναρμονισμένες πρακτικές παραγωγών γεωργικών προϊόντων που σχετίζονται με την παραγωγή ή το εμπόριο γεωργικών προϊόντων και που αποσκοπούν στην εφαρμογή ενός προτύπου βιωσιμότητας υψηλότερου από αυτό που επιβάλλει η ενωσιακή ή η εθνική νομοθεσία, υπό την προϋπόθεση ότι αυτές οι συμφωνίες, αποφάσεις και εναρμονισμένες πρακτικές επιβάλλουν μόνο περιορισμούς του ανταγωνισμού που είναι απαραίτητοι για την επίτευξη αυτού του προτύπου» (Άρθρο 210α, παράγραφος 1). Τα πρότυπα βιωσιμότητας ορίζονται στο άρθρο 210α, παράγραφος 3, ως (i) «περιβαλλοντικοί στόχοι, συμπεριλαμβανομένου του μετριασμού και της προσαρμογής στην κλιματική αλλαγή, της βιώσιμης χρήσης και προστασίας των τοπίων, του νερού και του εδάφους, της μετάβασης σε μια κυκλική οικονομία, συμπεριλαμβανομένης της μείωσης της σπατάλης τροφίμων, πρόληψη και έλεγχος της ρύπανσης και προστασία και αποκατάσταση της βιοποικιλότητας και των οικοσυστημάτων, (ii) «παραγωγή γεωργικών προϊόντων με τρόπους που μειώνουν τη χρήση φυτοφαρμάκων και διαχειρίζονται τους κινδύνους που προκύπτουν από αυτή τη χρήση ή που μειώνουν τον κίνδυνο μικροβιακής αντοχής στη γεωργική παραγωγή», και (iii) «υγεία των ζώων και καλή διαβίωση των ζώων». Σημειώνεται ότι αυτές οι απαιτήσεις είναι λιγότερο αυστηρές από εκείνες της παραγράφου 3 του Άρθρου 101 της ΣΛΕΕ, επομένως επιτρέπουν την εξαίρεση από την αρχή της απαγόρευσης των περιοριστικών συμφωνιών που ενδέχεται να μην πληρούν τις προϋποθέσεις εξαίρεσης βάσει της παραγράφου 3 του Άρθρου 101 της ΣΛΕΕ.

⁷³ Κανονισμός (ΕΕ) του Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τη θέσπιση Κοινής Οργάνωσης των Αγορών γεωργικών προϊόντων, (2013), ΕΕ L347/671.

IV. Συμπεράσματα

Στόχος της παρούσας μελέτης ήταν η διερεύνηση των διαφόρων «προτύπων πολιτικής ανταγωνισμού» που προτείνονται από τη βιβλιογραφία, μέσω του προσδιορισμού και της διευκρίνισης ορισμένων στοιχείων τους και της εξέτασης των αντίστοιχων πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων τους. Είναι σημαντικό να αναγνωριστεί ότι η συζήτηση για τα «πρότυπα» δεν πρέπει να αποσυνδέεται από το ευρύτερο ζήτημα των στόχων του συγκεκριμένου δικαίου του ανταγωνισμού και θα πρέπει αναπόφευκτα να αντιμετωπίζει τα θεσμικά χαρακτηριστικά και τις δυνατότητες του συγκεκριμένου συστήματος επιβολής του δικαίου. Πράγματι, θα μπορούσε να υιοθετηθεί μια διαφορετική προσέγγιση σχετικά με τα «πρότυπα πολιτικής ανταγωνισμού» σε ένα σύστημα δικαίου ανταγωνισμού που βασίζεται στην εφαρμογή του δικαίου από μια ολοκληρωμένη υπηρεσία ανταγωνισμού και αγοράς (δηλ. από ένα συνδυασμό των ρόλων της αρχής ανταγωνισμού, του ειδικού ρυθμιστικού φορέα και της προστασίας των καταναλωτών) ή σε μία ολοκληρωμένη αρχή ανταγωνισμού (με έμφαση μόνο στην εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού) ή στην εφαρμογή του δικαίου κυρίως από γενικά ή ειδικά δικαστήρια (συστήματα εφαρμογής των κανόνων ανταγωνισμού οιονεί διωκτικής ή διωκτικής φύσης). Ομοίως, θα μπορούσε να εφαρμοστεί ένα διαφορετικό «πρότυπο πολιτικής ανταγωνισμού» σε ορισμένες αγορές με ισχυρή πολυκεντρική διάσταση, στο βαθμό που πιθανώς θα θεωρείτο ότι περιλαμβάνουν βασικά ή ευαίσθητα για την ανθρώπινη ευημερία (ή για άλλους λόγους δημόσιου συμφέροντος) προϊόντα ή υπηρεσίες, τα οποία αντικατοπτρίζουν τις κοινωνικές επιλογές της συγκεκριμένης πολιτείας. Στις περισσότερες περιπτώσεις, οι αρχές ανταγωνισμού θα χρησιμοποιούσαν μια προσέγγιση εργαλειοθήκης (*toolkit approach*) που θα λαμβάνει υπόψη το συνολικό νομικό πλαίσιο και τα χαρακτηριστικά της(ων) συγκεκριμένης(ων) αγοράς(ών) πριν επιλέξουν το κατάλληλο για την περίπτωση «πρότυπο πολιτικής».