

## **Κλαδική έρευνα της Επιτροπής Ανταγωνισμού στο ηλεκτρονικό εμπόριο**

### **α. Σκοπιμότητα**

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού, στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων της δυνάμει του άρθρου 40 του ν. 3959/2011 και κατόπιν της από 11.03.2020 σχετικής απόφασης της Ολομέλειας, κηρύσσει την έναρξη της διενέργειας κλαδικής έρευνας στο ηλεκτρονικό εμπόριο.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι πλέον αναπόσπαστο μέρος της καθημερινότητάς μας, αποτελώντας στη συνείδηση του μέσου Έλληνα καταναλωτή μια αξιόπιστη εναλλακτική στα παραδοσιακά, φυσικά κανάλια διανομής. Σύμφωνα με μελέτες, το 2019 υπολογίστηκε πως περίπου τέσσερα εκατομμύρια συμπατριώτες μας θα αγόραζαν προϊόντα ή υπηρεσίες online (Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών – Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου, 2019), με τη συνολική αξία των διαδικτυακών αγορών να ανέρχεται, το ίδιο έτος, σε €10,2 δισ. (Stochasis, Δεκέμβριος 2019). Συγκυριακά δε, η λειτουργία των διαδικτυακών καταστημάτων έχει αποκτήσει ιδιαίτερη σημασία κατά το τελευταίο διάστημα, με την έξαρση της πανδημίας του κορωνοϊού (Covid-19).

Η καθιέρωση του online εμπορίου στις καταναλωτικές μας συνήθειες δεν αποτελεί έκπληξη αν αναλογιστούμε τα ποικίλα πλεονεκτήματα των ψηφιακών καταστημάτων: ευκολία, αμεσότητα, χαμηλότερες τιμές – και όλα αυτά, σε απόσταση λίγων «κλικ» μεταξύ τους. Την ίδια στιγμή, διαδικτυακές πλατφόρμες λειτουργούν ως ενδιάμεσοι μεταξύ λιανοπωλητών και καταναλωτών, επιτρέποντας στους τελευταίους να αναζητήσουν προϊόντα και να συγκρίνουν τιμές, εκμηδενίζοντας το σχετικό κόστος έρευνας και προωθώντας τον τιμολογιακό ανταγωνισμό. Μάλιστα, στην εποχή της 4ης βιομηχανικής επανάστασης, η τεχνητή νοημοσύνη, η χρήση αλγορίθμων και η δυνατότητα αξιοποίησης των μαζικών δεδομένων (big data) ενισχύουν τον ήδη δυναμικό χαρακτήρα του ηλεκτρονικού εμπορίου, με σημαντικά οφέλη για τους καταναλωτές.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει ωστόσο και στο παραγωγικό κομμάτι της αγοράς να αποκτήσει ένα απεριόριστο κανάλι διανομής και να διασφαλίσει την πρόσβαση σε αναρίθμητες αγορές, τόσο εντός της Ελλάδας όσο και στο εξωτερικό, συμβάλλοντας στον μετασχηματισμό και της ελληνικής οικονομίας και στην ενδυνάμωση της εξωστρέφειας της. Καθότι οι δυνατότητες που παρέχει το διαδίκτυο και το ηλεκτρονικό εμπόριο έρχονται να διασφαλίσουν την πολυπόθητη πρόσβαση στο καταναλωτικό κοινό, ξεπερνώντας γεωγραφικούς και άλλους τεχνικούς περιορισμούς, δημιουργούν παράλληλα και τη δυνατότητα για όλους ανεξαιρέτως τους παραγωγούς να εξελίξουν και να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους, να επενδύσουν στην έρευνα και στην καινοτομία, να σχεδιάσουν και να δημιουργήσουν

προϊόντα και υπηρεσίες που θα είναι ανταγωνιστικά και προσβάσιμα σε παγκόσμιο επίπεδο, να προωθήσουν τα ελληνικά σήματα και, εν γένει, να συμβάλλουν στη συστημική παραγωγική αναδιάρθρωση και ανέλιξη όλων των κλάδων της ελληνικής οικονομίας.

Παράλληλα, η εξέλιξη της τεχνολογίας του διαδικτύου έρχεται για να ανατρέψει, να διαταράξει και να προκαλέσει κατεστημένες συνθήκες και δομές σε κάθε αγορά, προσφέροντας μια μοναδική ευκαιρία για την διάχυση νέων ιδεών και πραγματοποίηση πρωτοβουλιών από νεοφυείς επιχειρήσεις, στη δημιουργία συνεργατικών σχηματισμών καινοτομίας (clusters) και εν τέλει στην προσέλκυση επιστημονικού και άλλου προσωπικού, ανακάμπτοντας την σχετική διαρροή που έχει υποστεί η ελληνική κοινωνία τα τελευταία χρόνια.

Ταυτόχρονα, ωστόσο, μέσω της εξέλιξης της χρήσης του διαδικτύου και του ηλεκτρονικού εμπορίου διαμορφώνονται και οι συνθήκες εκείνες που ευνοούν την ανάπτυξη στρεβλώσεων του ανταγωνισμού, οι οποίες ενδέχεται να περιορίσουν τη δυνατότητα των καταναλωτών και των παραγωγών να επωφεληθούν στο μέγιστο δυνατό βαθμό από τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του online εμπορίου.

Σε αυτό το πλαίσιο, η Επιτροπή Ανταγωνισμού αναλαμβάνει την πρωτοβουλία να εκκινήσει κλαδική έρευνα στο ηλεκτρονικό εμπόριο, κάνοντας χρήση της σχετικής δυνατότητας που της παρέχει ο νόμος, προκειμένου να διαπιστώσει εάν και κατά πόσο ο ανταγωνισμός στο ψηφιακό περιβάλλον λειτουργεί αποτελεσματικά και να εντοπίσει τυχόν πρακτικές που είναι σε θέση να βλάψουν την ευημερία των καταναλωτών. Η εκκίνηση της συγκεκριμένης κλαδικής έρευνας σε μια περίοδο κατά την οποία η πανδημία Covid-19 έχει επιφέρει σημαντικές αλλαγές στις συνήθειες του Έλληνα καταναλωτή, αναδεικνύοντας τη σημασία του ηλεκτρονικού εμπορίου, εντάσσεται στο πλαίσιο των δράσεων που έχει αναλάβει η Επιτροπή Ανταγωνισμού για την προστασία των καταναλωτών τη δύσκολη αυτή συγκυρία.

Η εν λόγω έρευνα θα επικεντρωθεί κυρίως στους εξής κλάδους:

- ένδυση και υπόδηση (με έμφαση στη σχετική αγορά αθλητικής ένδυσης και υπόδησης)
- ηλεκτρονικές και ηλεκτρονικές συσκευές
- βιβλία
- υπηρεσίες διαμεσολάβησης για την παροχή ταξιδιωτικών εισιτηρίων
- υπηρεσίες διαμεσολάβησης για την παροχή εισιτηρίων για εκδηλώσεις
- υπηρεσίες διαμεσολάβησης για την παροχή υπηρεσιών εστίασης
- εύρεση και ενοικίαση καταλυμάτων – AIRBNB
- ηλεκτρονικά φαρμακεία (με έμφαση στα συμπληρώματα διατροφής και τα παραφαρμακευτικά προϊόντα),

**με την επιφύλαξη της δυνατότητας** της Επιτροπής Ανταγωνισμού να εξειδικεύσει περαιτέρω ή/και να περιορίσει ή/και να διευρύνει το αντικείμενο της έρευνας ανάλογα με τα κατά περίπτωση ευρήματα της έρευνας, καθώς αυτή εξελίσσεται.

Η κλαδική έρευνα στο ηλεκτρονικό εμπόριο αποσκοπεί στο να βοηθήσει την Επιτροπή Ανταγωνισμού να αποκτήσει πληρέστερη εικόνα των ανταγωνιστικών συνθηκών που επικρατούν στις υπό διερεύνηση αγορές, ώστε, σε δεύτερο χρόνο, να παρέμβει είτε κατασταλτικά είτε αναλαμβάνοντας πρωτοβουλίες για προώθηση συγκεκριμένων πολιτικών ανταγωνισμού ή κανονιστικών ρυθμίσεων στους σχετικούς κλάδους. Με τον τρόπο αυτό, η κλαδική έρευνα στο ηλεκτρονικό εμπόριο βρίσκεται στο επίκεντρο της γενικότερης πρωτοβουλίας της Επιτροπής Ανταγωνισμού για λήψη μέτρων που συνεισφέρουν στην **ψηφιακή μετάλλαξη** της χώρας και ιδιαίτερα – δεδομένης της παρούσας συγκυρίας – στην **ανασύνταξη της οικονομίας και την προώθηση της καινοτομίας** μετά το τέλος της πανδημίας Covid-19.

## **β. Αντικείμενο**

Στο πλαίσιο της κλαδικής έρευνας στο ηλεκτρονικό εμπόριο, η Επιτροπή Ανταγωνισμού θα επικεντρωθεί στην εξέταση ζητημάτων όπως:

- η χαρτογράφηση των σχετικών διαδικτυακών αγορών,
- ενδεχόμενα εμπόδια στην είσοδο νέων παικτών ή στην επέκταση ήδη υπαρχόντων,
- η χρήση αλγορίθμων από ψηφιακούς λιανοπωλητές και πλατφόρμες για σκοπούς διαφήμισης ή τιμολόγησης, συμπεριλαμβανομένης της υλοποίησης συστημάτων εξατομικευμένης τιμολόγησης για το οποίο θέμα θα υπάρξει και ειδική έρευνα αγοράς της Επιτροπής Ανταγωνισμού,
- η σημασία των μαζικών δεδομένων (big data) καταναλωτών για τη λειτουργία ψηφιακών λιανοπωλητών και πλατφορμών, καθώς και το εύρος της χρήσης αυτών στην εμπορική πρακτική,
- **συμπράξεις μεταξύ ανταγωνιστών** που δραστηριοποιούνται στο online εμπόριο, με ιδιαίτερη έμφαση σε περιπτώσεις κατά τις οποίες οι συμπράξεις αυτές διευκολύνονται από έναν κοινό αντισυμβαλλόμενο (π.χ. ψηφιακή πλατφόρμα),
- η εφαρμογή **κάθετων περιορισμών** σε online συστήματα διανομής (π.χ. καθορισμός ελάχιστων τιμών μεταπώλησης ή/και ελάχιστων διαφημιζόμενων τιμών, ρήτρες MFN, επιβολή γεωγραφικών περιορισμών),
- πάσης φύσεως περιορισμοί στη διανομή προϊόντων και υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου, όπως: η (άμεση ή έμμεση) γενική απαγόρευση διαδικτυακών πωλήσεων, ο αποκλεισμός συγκεκριμένων διαδικτυακών καταστημάτων από συστήματα διανομής ή η απαγόρευση πωλήσεων μέσω πλατφορμών ή ιστοσελίδων σύγκρισης τιμών,
- εφαρμογή από τους προμηθευτές πολιτικής διπλής τιμολόγησης, ανάλογα με το εάν τα προϊόντα τους διανέμονται από φυσικό ή διαδικτυακό κανάλι,

- καταχρηστικές πρακτικές **ισχυρών πλατφορμών** (π.χ. πρακτικές αποκλεισμού ανταγωνιστών, υπερβολική τιμολόγηση),
- πρακτικές που εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του Κανονισμού (ΕΕ) 2019/1150, με έμφαση στη σχέση του τελευταίου με το δίκαιο ανταγωνισμού.