

Υπόθεση [COMP/M.7217 – Facebook/WhatsApp](#)

Στην παρούσα υπόθεση, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξέτασε την εξαγορά της εφαρμογής WhatsApp από την Facebook, υπό το πρίσμα του Κανονισμού 139/2004. Σημειώνεται ότι η κοινοποίηση της συγκέντρωσης ενώπιον της Ευρωπαϊκής Επιτροπής έγινε στις 29/8/2014 ενώ η απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής εκδόθηκε στις 3.10.2014.

Αρχικά, εξετάστηκαν τα ζητήματα ανταγωνισμού που ανέκυπταν στη σχετική αγορά της παροχής υπηρεσιών επικοινωνίας στους καταναλωτές. Αναφορικά με το μερίδιο αγοράς των δύο εμπλεκόμενων μερών, κρίθηκε ότι το ποσοστό των 30-40% που κατείχαν σε συνδυασμό τα δύο μέρη, δε θεωρείτο ικανό για να θεμελιώσει δεσπόζουσα θέση ή και για να επηρεάσει σε σημαντικό βαθμό τον ανταγωνισμό στην αγορά. Επιπρόσθετα, κατά την εξέταση της εγγύτητας του ανταγωνισμού μεταξύ των δύο μερών, επισημάνθηκε πως η εφαρμογή του Facebook Messenger η οποία προσφέρεται από τη σελίδα κοινωνικής δικτύωσης του Facebook διέφερε σημαντικά από την εφαρμογή WhatsApp, με αποτέλεσμα οι δύο εφαρμογές να μην μπορεί να θεωρηθούν στενά ανταγωνιστικές. Την ίδια στιγμή, υπογραμμίστηκε πως η εξετασθείσα συναλλαγή δεν παρεμπόδιζε τη δυνατότητα των χρηστών να μεταστραφούν σε άλλες ανταγωνιστικές εφαρμογές καθώς όλες οι εφαρμογές παροχής υπηρεσιών επικοινωνίας μπορούσαν να εγκατασταθούν εύκολα στα κινητά τηλέφωνα των χρηστών. Λήφθηκε επίσης υπόψη και το γεγονός ότι οι εφαρμογές Facebook Messenger και WhatsApp δεν ήταν προεγκατεστημένες σε κινητά τηλέφωνα.¹ Αυτό κρίθηκε ότι ήταν σημαντικό καθώς ο καταναλωτής ήταν ελεύθερος να επιλέξει ο ίδιος τις εφαρμογές που επιθυμεί να εγκαταστήσει στις ηλεκτρονικές του συσκευές.

¹ Η προεγκατάσταση δημιουργεί ένα πλεονέκτημα για αύξηση της πελατειακής βάσης σε βάρος ανταγωνιστικών εφαρμογών.



Όσον αφορά τη δημιουργία εμποδίων εισόδου στην αγορά, κρίθηκε ότι η συναλλαγή ήταν απίθανο να συμβάλει στην αύξηση εμποδίων στην αγορά δεδομένου ότι τα δύο εμπλεκόμενα μέρη δεν ασκούσαν έλεγχο επί στοιχείων που μπορούσαν να επηρεάσουν την είσοδο, όπως το λειτουργικό σύστημα των κινητών τηλεφώνων, οι ηλεκτρονικές διευθύνσεις και οι αριθμοί τηλεφώνου των χρηστών. Εξάλλου, σχετικά με τις επιδράσεις δικτύου οι οποίες εκδηλώνονται όταν με την αύξηση των χρηστών ενός προϊόντος/υπηρεσίας αυξάνεται και η αξία του (network effects), κρίθηκε ότι ο μεγάλος αριθμός των χρηστών της συγχωνευμένης πλέον οντότητας δε θεωρείτο τέτοιος ώστε να εμποδίσει τους χρήστες από το να χρησιμοποιήσουν παράλληλα άλλες παρόμοιες εφαρμογές. Ως εκ τούτου, κρίθηκε ότι σε σχέση με την παροχή υπηρεσιών επικοινωνίας δεν εγείρονταν σοβαρές ανησυχίες σε σχέση με τη λειτουργία του ανταγωνισμού.

Εν συνεχεία, ανάλυσης έτυχε το ζήτημα της παροχής υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης. Πιο συγκεκριμένα, κρίθηκε ότι η WhatsApp δεν αποτελεί παροχέα υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης αφού εστιάζει κυρίως στην επικοινωνία, αλλά ακόμη και αν θεωρείτο ως τέτοιος υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός εναλλακτικών παροχέων κοινωνικής δικτύωσης ο οποίος χρησιμοποιείται από τους χρήστες. Σχετικά με την εγγύτητα του ανταγωνισμού μεταξύ των δύο μερών τονίστηκε πως η λειτουργία των δύο μερών είναι διαφορετική ώστε να μη θεωρούνται στενοί ανταγωνιστές

στο πεδίο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Παράλληλα, κατά την εξέταση της τυχόν ενσωμάτωσης των εφαρμογών Facebook και WhatsApp, η οποία θα είχε ως αποτέλεσμα την ενδυνάμωση της θέσης της Facebook στην αγορά, υποστηρίχθηκε πως κάτι τέτοιο θα υπόκειντο σε τεχνικά εμπόδια, όπως η ανάγκη συγχρονισμού των προφίλ των χρηστών του Facebook με τα προφίλ τους στην WhatsApp. Ωστόσο, ακόμη και αν μπορούσε να καταστεί δυνατή η ολοκλήρωση των δύο εφαρμογών, οι αρνητικές επιδράσεις θα αντισταθμίζονταν από το γεγονός της ύπαρξης ενός μεγάλου αριθμού κοινών χρηστών για τις εφαρμογές WhatsApp και Facebook. Ως αποτέλεσμα, διαπιστώθηκε ότι δεν προέκυπταν αμφιβολίες αναφορικά με την συμβατότητα της συναλλαγής όσον αφορά το πεδίο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Τέλος, η συναλλαγή αξιολογήθηκε υπό το πρίσμα της παροχής υπηρεσιών online διαφήμισης. Αναλυτικότερα, εξετάσθηκε η πιθανή συλλογή στοιχείων από το WhatsApp για σκοπούς διαφήμισης, (το WhatsApp δεν προέβαινε στη λήψη στοιχείων για αυτό το σκοπό κατά τον χρόνο έκδοσης της απόφασης), η οποία θα ενδυνάμωνε την θέση της Facebook στον τομέα της online διαφήμισης. Τέτοια ενέργεια αποκλείστηκε με το σκεπτικό ότι το WhatsApp παρεκκλίνοντας από την πολιτική της μη χρήσης διαφημίσεων θα ανάγκαζε πολλούς χρήστες να το εγκαταλείψουν και να στραφούν σε εναλλακτικές εφαρμογές οι οποίες δε χρησιμοποιούσαν διαφημίσεις. Εξάλλου, αναφορικά με την χρήση του WhatsApp για λήψη δεδομένων ώστε να ενδυναμωθεί η θέση της εφαρμογής Facebook στο πεδίο των διαφημίσεων, κρίθηκε ότι εφόσον μια τέτοια προοπτική δεν ήταν στα σχέδια της Facebook, σε συνδυασμό με το γεγονός πως κάτι τέτοιο θα απαιτούσε αλλαγές στην πολιτική ασφάλειας της εφαρμογής Facebook, ενώ ταυτόχρονα θα έπρεπε να αντιπαραβληθούν τα προφίλ των χρηστών του WhatsApp με τα προφίλ τους στο Facebook, κάτι το οποίο ήταν αδύνατο να συμβεί, όπως ισχυρίστηκε η Facebook.

Εν κατακλείδι, στη βάση όλων των πιο πάνω παρατηρήσεων, η Επιτροπή κατέληξε πως δεν επρόκειτο να αντιταχθεί στη συναλλαγή καθώς έκρινε πως ήταν συμβατή με την εσωτερική αγορά. Αξίζει να σημειωθεί ότι στη συνέχεια η Επιτροπή επέβαλε πρόστιμο 110 εκατ. ευρώ στην Facebook για την παροχή παραπλανητικών πληροφοριών σε σχέση με την εξαγορά της WhatsApp. Συγκεκριμένα, παρά το γεγονός ότι η Facebook υποστήριξε πως δε μπορούσε να συγχρονίσει τα προφίλ των χρηστών του WhatsApp με τα προφίλ τους στη δική του πλατφόρμα,

προχώρησε στο συγχρονισμό με αποτέλεσμα την επιβολή προστίμου, το οποίο κρίθηκε από την Επιτροπή ως αναλογικό και αποτρεπτικό, ώστε να διασφαλιστεί ότι οι αποφάσεις της θα λαμβάνονται βάσει ακριβών γεγονότων.

Αθηνά Πατέρα

Η Αθηνά Πατέρα είναι φοιτήτρια του Τμήματος Νομικής του Πανεπιστημίου Κύπρου και κάνει πρακτική άσκηση στην εταιρεία Trojan Economics.