№ 09 (95) 2020 ТЕМА НОМЕРА

Перспективы антимонопольного регулирования цифровых платформ в России и ЕС

02.03.2023 СТАТЬИ

Разбирательство по антимонопольному иску к Google в США, несомненно, окажет влияние на правоприменение и, вероятно, на антимонопольное регулирование цифровых платформ во многих юрисдикциях. Однако нельзя сказать, что именно это дело послужило отправной точкой или, выражаясь «цифровым» языком, триггером для давно назревших изменений в регулировании.

Регулирование в ЕС

В Евросоюзе уже несколько лет ведется серьезная исследовательская и экспертная работа по изучению сущности и особенностей цифровых платформ, а также оценке необходимости введения специальных антимонопольных ограничений в их отношении. На базе этих исследований был принят

«Регламент о добросовестности и транспарентности взаимодействия онлайн посредников с бизнес пользователями»[1], который начал действовать 12 июля 2020 г. Термин «платформа» в Регламенте не используется, однако документ регулирует одну из сторон деятельности цифровых платформ, а именно, ту, которая охватывает взаимодействие с профессиональными пользователями. Круг субъектов, на которых распространяется

Регламент, включает онлайн посредников (online intermediation services), в частности маркетплейсы (e commerce market places), магазины приложений (application stores), а также поисковые онлайнсервисы (online search engines). Из субъектов регулирования исключены, например, онлайн посредники B2B, которые не обеспечивают взаимодействие бизнес субъектов с потребителями физическими лицами, сервисы онлайн платежей (online payment services), рекламные онлайн инструменты (online advertising tools), технологические инструменты и интерфейсы (technological functionalities and interfaces), малые и микропредприятия (для некоторых правил).

Признавая, что онлайн посредники и поисковые сервисы могут играть ключевую роль для коммерческого успеха бизнес пользователей и приводить к их зависимости от онлайн платформ, Регламент устанавливает достаточно четкие, а порой и жесткие правила взаимодействия платформ с бизнес-пользователями. В частности, Регламент выдвигает следующие требования к онлайн посредникам:

- условия использования (пользовательское соглашение) должны быть составлены простым и понятным языком под страхом их ничтожности, они должны быть доступны бизнес-пользователям как в преддоговорной фазе, так и во все время пользования сервисом, об изменении условий использования необходимо уведомлять бизнес пользователя заранее, в установленный Регламентом срок;
- в случае приостановки или прекращения действия сервиса для бизнес пользователя (в том числе делистинга, димминга, удаления аккаунта) бизнес пользователю должен быть заранее направлен документ с указанием причин принятия указанных мер (statement of reasons).

В любом случае, пользователю сервиса должна быть предоставлена возможность дать пояснения по фактам, указанным в statement of reasons, а также обратиться во внутреннюю службу претензионной работы он лайнплатформы или к медиатору при необходимости

разрешения спорной ситуации;

- ранжирование результатов поиска должно осуществляться с применением обоснованной методики, основные параметры которой (в том числе возможность влиять на результаты ранжирования) должны быть известны бизнес-пользователям заблаговременно. Аналогичные требования предъявляются и к поисковым сервисам. При этом, однако, полностью раскрывать алгоритмы ранжирования не требуется;

- предлагая на платформе собственные товары или / услуги, либо товары / услуги контролируемых ими предприятий, онлайн посредник или поисковая система должны представить описание любого возможного дифференцированного подхода к своим товарам / услугам, а также дать его обоснование — экономическое, коммерческое или юридическое. Регламент также включает иные правила, применимые к деятельности цифровых платформ.

Регламент не является статичным документом. В документе прямо предусмотрено условие о его регулярной (раз в три года) оценке в целях определения его влияния на «платформенную экономику», выявления новых видов недобросовестных практик и уточнения предусмотренных им требований.

Россия

Что касается российского антимонопольного правоприменения, то Федеральная антимонопольная служба находится в мировом авангарде, подчас принимая решения по нарушениям на цифровых рынках раньше своих зарубежных коллег. Если говорить о перспективах изменения антимонопольного регулирования деятельности цифровых платформ, то в настоящее время, накануне ожидаемого рассмотрения российским законодателем «пятого антимонопольного пакета», внимание антимонопольной службы и экспертного сообщества сфокусировано скорее на определении субъектов регулирования,

нежели на специфике применения антимонопольных запретов к игрокам цифровых рынков. В частности, продолжается дискуссия о том, кто будет считаться «цифровым доминантом», нужно ли включать в этот институт иные сервисы помимо агрегаторов и маркетплейсов, каким образом следует оценивать сетевые эффекты, обусловливающие рыночную власть такого доминанта.

Все эти вопросы, безусловно, крайне важны и требуют сбалансированного решения. В то же время нельзя забывать о том, что запреты на злоупотребление доминирующим положением, предусмотренные ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции, не могут применяться к «цифровым доминантам» без учета специфики функционирования цифровых рынков.

Если данные особенности не будут учтены в законодательстве, разрешать эти вопросы предстоит правоприменителю.

---

[1] Regulation (EU) 2019/1150 of the European Parliament and of the Counsil of 20 June 2019 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services.

Валерия Пономарева советник Dentons

СТАТЬИ