

Ochrona praw sprzedających na platformach wielostronnych na podstawie przepisów Digital Markets Act – aspekty wybrane

Spis treści

- I. Wstęp
- II. Problemy stosowania unijnego prawa konkurencji do działalności dostawców platform na rynkach cyfrowych
 1. Model regulacji
 2. Długość postępowania
 3. Prywatnoprawne dochodzenie odszkodowania za naruszenie prawa konkurencji
 4. Decyzja zobowiązująca *AT.40462 – Amazon Marketplace* oraz *AT.40703 – Amazon Buy Box*
- III. DMA – opis regulacji
 1. Stosowanie DMA do dostawców platform
 2. Przesłanki i procedura wyznaczania strażników dostępu
 3. Obowiązki możliwe do nałożenia na strażników dostępu w decyzji o wskazaniu
- IV. Problemy unijnego prawa konkurencji a pozycja użytkowników biznesowych w reżimie DMA
 1. Efektywność
 2. Reżim *ex ante*
 3. Zmiana materialna obowiązków
 4. Egzekwowanie obowiązków wynikających z DMA
- V. Wnioski

Streszczenie

Artykuł omawia dwa reżimy prawne, które w przyszłości znajdą zastosowanie do działalności platform wielostronnych typu „marketplace” – pierwszy, wynikający z unijnego prawa konkurencji, oraz drugi, wprowadzony w Digital Markets Act – skupiając się na perspektywie sprzedających. Pierwszy z nich został zrekonstruowany na podstawie raportów, literatury prawniczej oraz decyzji wydanej przez Komisję Europejską w połączonych sprawach *AT.40462 – Amazon Marketplace* oraz *AT.40703 – Amazon Buy Box*. Drugi odtworzono na podstawie analizy Digital Markets Act i innych odpowiednich przepisów. Ostatecznie po dokonaniu porównania obu reżimów prawnych sformułowano odpowiedzi na pytania, czy Digital Markets Act odpowiada na problemy unijnego prawa konkurencji, a jeśli tak, to jakimi mechanizmami, oraz czy stanowi zmianę rewolucyjną czy ewolucyjną w prawie konkurencji UE.

* Student IV roku prawa na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego. ORCID: 0000-0002-4720-5682; e-mail: a.zadlo@student.uw.edu.pl.

Słowa kluczowe: Digital Markets Act; prawo konkurencji; platformy wielostronne.

JEL: K21, K24, K41

I. Wstęp

Sektor e-commerce ma ugruntowaną pozycję na globalnym rynku, a pandemia COVID-19 jedynie wzmocniła ten stan (OECD, 2022, s. 6). Sprzedaż w internecie może być świadczona poprzez własną stronę internetową lub też za pośrednictwem wielostronnych internetowych platform typu „marketplace” (dalej: platform). Są to przestrzenie, na których osoby prawne i osoby fizyczne (dalej: sprzedający) oferują swoje usługi oraz produkty. Mogą to być wielkie sklepy, które wykorzystują platformy jako kolejny kanał sprzedaży, przedsiębiorcy specjalizujący się w sprzedaży internetowej lub osoby, które tylko incydentalnie sprzedają coś w internecie. Platformy umożliwiają sprzedającym dotarcie do odbiorców na całym świecie (Reverdin, 2021, s. 181). Kupujący to najczęściej osoby fizyczne, konsumenci. Właściciele platform (dalej: dostawcy platformy) świadczą sprzedającym usługi platformy handlowej, zapewnienia infrastruktury platformy, możliwości wystawiania i promowania ofert, przeglądania statystyk oraz łączą sprzedających z kupującymi¹. Występują jako „regulatorzy”, ustalając zasady panujące na platformie i sposób interakcji użytkowników (Crémer, de Montjoye i Schweitzer, 2019, s. 6), jednocześnie polegając na sprzedających, gdyż to liczba i aktywność tych ostatnich tworzy wartość platformy dla kupujących (Reverdin, 2021, s. 181). Dostawcy platform (m.in. podmioty, takie jak Amazon, Allegro, Ebay, Aliexpress) często jednak sami są aktywnymi uczestnikami obrotu na tej platformie, oferując produkty i usługi podobne do tych, które ich klienci – sprzedający kierują do kupujących (Peitz, 2022, s. 17–20). Dostawcy platformy występują wobec nich w podwójnej roli – jako podmioty świadczące im usługi dostępu do infrastruktury zapewniającej możliwość dokonywania transakcji, a także jako konkurenci sprzedających. Mają oni szeroki dostęp do danych generowanych w wyniku działalności sprzedających i kupujących. Często stanowi to silną przewagę konkurencyjną dostawcy platformy. Taki układ relacji może potencjalnie rodzić obawy naruszenia prawa konkurencji (Reverdin, 2021, s. 181), szczególnie poprzez łamanie zakazu nadużywania pozycji dominującej² przez dostawcę platformy, co zauważyła Komisja Europejska (dalej: KE), wydając decyzję zobowiązującą w połączonych sprawach *Amazon Marketplace* oraz *Amazon Buy Box*³. Jednak obecnie, oprócz art. 102 TFUE oraz związanych z nim rozporządzeń i dyrektyw (dalej: unijne prawo konkurencji), do tego typu praktyk może znaleźć zastosowanie rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/1925 z dnia 14 września 2022 r. w sprawie kontestowalnych i uczciwych rynków w sektorze cyfrowym oraz zmiany dyrektyw (UE) 2019/1937 i (UE) 2020/1828 (akt o rynkach cyfrowych)⁴ (dalej: DMA) stosowane od 2023 roku. Dlatego też celowa jest analiza sytuacji prawnej wynikającej z zastosowania unijnego prawa konkurencji do opisanej wyżej relacji między dostawcami platform i sprzedającymi, której egzemplifikacją

¹ Np. platforma Amazon Marketplace: <https://www.amazon.com/> (27.04.2023).

² Art. 102 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej z dn. 30.04.2004 r. (Dz. U. 2004 Nr 90 poz. 864/2 z późn. zm.).

³ Dec. KE z dn. 20 grudnia 2022 r. w sprawie AT.40462 – *Amazon Marketplace* i sprawie AT.40703 – *Amazon Buy Box*. Pozyskano z: https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/1/202310/AT_40462_8990760_8322_4.pdf (27.04.2023).

⁴ Dz. Urz. UE L 265 z 2022 r., s. 1.

jest wzmiankowana decyzja oraz porównanie jej z reżimem wyływającym z DMA. Pozwoli to dostrzec zakres zmian wprowadzanych przez DMA oraz jego wpływ na ochronę konkurencji na rynkach cyfrowych, a także odpowiedzieć na pytanie, na ile wprowadzone regulacje wpisują się w rozwój prawa konkurencji, a na ile są nowymi rozwiązaniami w regulacji rynku cyfrowego. W artykule przyjęto perspektywę sprzedających, rozumianych w wyżej zdefiniowany sposób. Opierając się na literaturze oraz raportach OECD przedstawiono wybrane najważniejsze problemy dotyczące egzekwowania norm unijnego prawa konkurencji w relacjach między sprzedającymi a dostawcami platform. Omówiono obowiązki nałożone przez KE w decyzji zobowiązującej w sprawach AT.40462 i AT.40703. Przedstawiono motywy i zakres zastosowania DMA oraz najważniejsze zmiany w perspektywy sprzedających, które wprowadza ta regulacja. Ostatecznie porównano przedstawione reżimy, wyciągnięto wnioski oraz sformułowano postulaty *de lege ferenda*.

II. Problemy stosowania unijnego prawa konkurencji do działalności dostawców platform na rynkach cyfrowych

Obecnie ukształtowana forma ochrony sprzedających względem dostawców platform może okazać się niewystarczająca wobec wyzwań gospodarki cyfrowej (Czarnomska-Bokowy, 2022, s. 11; OECD, 2021, s. 11). Rynki cyfrowe cechują się dwoma kluczowymi aspektami. Po pierwsze, występują na nich efekty sieciowe, które sprawiają, że dany produkt (usługa, platforma) stają się lepsze wraz z rosnącą liczbą użytkowników. Po drugie, na rynkach cyfrowych występują wyższe bariery wejścia związane z przewagą technologiczną dostawców popularnych usług i aplikacji.

1. Model regulacji

U podstaw unijnego prawa konkurencji leży założenie o karaniu naruszeń po ich wystąpieniu (*ex post*). Traktatowe normy chroniące konkurencję zostały stworzone w 1959 r., aby regulować rynki surowcowe, związane z przemysłem ciężkim, na których warunki zmieniają się wolniej niż na rynkach cyfrowych (Nicoli i Iosifidis, 2023, s. 28). W przypadku podejrzenia naruszenia reguł konkurencji KE wszczyna postępowanie z urzędu lub na podstawie skarg, wyznacza rynek właściwy i strukturę udziałów konkurentów, dokonuje analiz ekonomicznych, a następnie kończy postępowanie decyzją. W połączeniu z problemem długości trwania postępowań, omówionym poniżej, często skutkuje to wykrywaniem naruszeń i karaniem ich sprawców wiele lat od ich rozpoczęcia. Pozwala to podmiotom o dużej sile rynkowej budować pozycję ekonomiczną oraz zwiększać przychody, a także uzyskiwać przewagę technologiczną. Wskazuje się również, że nawet po wydaniu decyzji nakładającej kary, dostawcy platform nadal kontynuują antykonkurencyjne zachowania (Cini i Czulno, 2022, s. 46). Istnieją jednak w prawie konkurencji mechanizmy *ex ante*, których przykładem jest kontrola koncentracji. Nie będzie ona w tym miejscu szerzej omawiana, gdyż dotyczy ona ochrony ogólnie pojętej konkurencji przed wzrostem udziałów w rynku danego podmiotu, a nie konkretnych praktyk i ich zapobiegania, jak ma to miejsce w przypadku nadużywania pozycji dominującej.

2. Długość postępowania

Przede wszystkim należy tutaj zwrócić uwagę na nieefektywność i długość postępowań prowadzonych przez KE (Czarnomska-Bokowy, 2022, s. 11). W sprawach *Amazon Marketplace* i *Amazon Buy Box*⁵ postępowanie wszczęto 10 listopada 2020 r., a decyzję zobowiązującą wydano po dwóch latach – 20 grudnia 2022 roku. W podobnych sprawach od momentu wszczęcia postępowania do wydania decyzji nakładającej karę mijało od trzech⁶ do nawet siedmiu lat⁷. Od wszczęcia postępowania (4 czerwca 2021 r.) w sprawie *Facebook Marketplace*⁸ w momencie pisania niniejszego artykułu mijają dwa lata. Jak widać, od początku postępowania przed KE do wydania decyzji zobowiązującej lub nakładającej karę upływa kilka lat. Wynika to przede wszystkim z zakresu i złożoności udowodnienia naruszenia konkurencji, w którym KE musi posiłkować się wieloma teoriami szkody (Marsden i Podszun, 2020, s. 16), analizami ekonomicznymi (Anusz, 2021, s. 189) i dogłębnym badaniem rynku, a także prowadzić wymianę informacji z potencjalnym naruszcycielem. KE stwierdzając czy dany przedsiębiorca nadużył pozycji dominującej, staje przed licznymi wyzwaniami, gdyż opieranie się na wskazanych w art. 102 TFUE zachowaniach oraz wypracowanych w orzecznictwie i doktrynie przesłankach nie zawsze jest pomocne przy badaniu naruszeń na rynku cyfrowym, na którym zachodzą inne procesy niż na tradycyjnych rynkach. Jedną z takich przesłanek jest wystąpienie szkody dla konsumentów (Nicoli i Iosifidis, 2023, s. 27–29). Na rynkach niecyfrowych (np. produktów spożywczych sprzedawanych przez markety bez usługi dostawy) jednym z przejawów nadużywania pozycji dominującej jest zmniejszanie podaży produktów lub wzrost ich cen. Na rynkach cyfrowych coraz silniejsza pozycja danego dostawcy platformy wcale nie musi prowadzić do takich konsekwencji, a nawet, dzięki efektom sieciowym, może łączyć się z dostarczeniem przez niego lepszych produktów i usług (Anusz, 2021, s. 192).

3. Prywatnoprawne dochodzenie odszkodowania za naruszenie prawa konkurencji

Trzecią analizowaną niedogodnością jest sposób dochodzenia odszkodowania przez innych uczestników rynku za nadużywanie pozycji dominującej. Ponieważ decyzje wydawane przez KE dotyczą jednego podmiotu i wiążą konkretne strony (Czarnomska-Bokowy, 2022, s. 11; Podszun, 2021, s. 7), ochrona ta jest ukształtowana jako powództwo prywatne opierające się na krajowym prawie proceduralnym i deliktowym (Wurmnest i Gömann, 2022, s. 159). Wskazuje się, że uregulowania państw członkowskich dotyczące odpowiedzialności deliktowej stawiają wyższe wymagania dowodowe, by uzyskać odszkodowanie (wykazanie szkody, bezpośredniego związku przyczynowego, winy), niż normy unijne odnoszące się do dochodzenia analogicznych roszczeń za naruszenie prawa konkurencji⁹ na poziomie UE. Normy krajowe powinny więc być interpretowane zgodnie z unijnymi zasadami skuteczności i równoważności¹⁰ oraz prounijnej wykładni. Prywatnoprawne dochodzenie odszkodowania omówione zostanie na dwóch scenariuszach. W pierwszym sprzedający, który

⁵ AT.40462 oraz AT.40703.

⁶ W sprawie AT.40099 *Google Android* postępowanie wszczęto 15.04.2015 r., natomiast decyzję wydano 18.07.2018 roku. Zob. https://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=1_AT_40099 (27.04.2023).

⁷ W sprawie AT.39740 *Google Search (Shopping)* postępowanie wszczęto 30.11.2010 r., natomiast decyzję wydano 27.06.2017 roku. Zob. https://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=1_AT_39740 (27.04.2023). Zob. również: Cini i Czulno, 2022, s. 46.

⁸ AT.40684.

⁹ Wyr. TSUE z 5.06.2014, C-557/12, *Kone v ÖBB-Infrastruktur*, ECLI:EU:C:2014:1317, pkt 33.

¹⁰ Ibidem, pkt 24.

uważa, że dominant narusza prawo konkurencji, wytacza powództwo, a w sprawie nie toczy się postępowanie antymonopolowe i KE nie wydała decyzji. Musi on udowodnić istnienie naruszenia, szkody oraz związku przyczynowego między tymi dwoma wcześniejszymi elementami. Może okazać się to trudne, szczególnie przy dużej dysproporcji siły rynkowej między dostawcą platformy a sprzedającym (Podszun, 2021, s. 8). W drugim scenariuszu sprzedający wytacza analogiczne powództwo dopiero po wydaniu przez KE decyzji zobowiązującej lub nakładającej karę. Sąd krajowy, orzekając o odszkodowaniu za złamanie prawa konkurencji, nie może wydać orzeczenia sprzecznego z decyzją KE dotyczącą tego naruszenia¹¹. Dzięki temu sprzedającemu łatwiej jest udowodnić naruszenie (Wurmnest i Gömann, 2022, s. 155), powołując się na już wydaną decyzję KE. Art. 16 rozporządzenia nr 1/2003 odnosi się do orzeczeń kończących postępowanie merytorycznie, czyli wydanych na podstawie artykułów art. 7 oraz art. 29 ust. 1 rozporządzenia nr 1/2003 (Kohutek, 2015, art. 16, teza 2.1), a więc m.in. do decyzji zobowiązaniowych, jak i nakładających kary¹². Nawet jeśli postępowanie przed KE jeszcze się toczy, art. 16 ust. 1 zd. 2 rozporządzenia nr 1/2003 nakłada na sądy krajowe obowiązek unikania wydawania orzeczenia pozostającego w sprzeczności z przypuszczalną decyzją KE (jeszcze nie wydaną) w danej sprawie (Kohutek, 2015, art. 16, teza 2.2). Sądy mogą jednak prowadzić równoległe postępowanie (Kohutek, 2015, art. 16, teza 2.2). Ostatecznie jednak w sprawie, w której sąd krajowy toczył postępowanie i zadał pytanie prejudycjalne, a jednocześnie KE wydała decyzję, wiążący jest wyrok TSUE (Kohutek, 2015, art. 16, teza 2.3). Jak wskazał TSUE w postępowaniu dotyczącym porozumień antykonkurencyjnych, sąd krajowy musi uwzględnić podczas orzekania dokonaną przez KE wstępną ocenę i uznać ją za przesłankę lub nawet dowód, że dane zachowanie było naruszeniem konkurencji¹³. W doktrynie wskazuje się, że taki dowód, podobnie jak minimalny wymóg dowodowy z art. 9 ust. 2 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/104/UE z dnia 26 listopada 2014 r. w sprawie niektórych przepisów regulujących dochodzenie roszczeń odszkodowawczych z tytułu naruszenia prawa konkurencji państw członkowskich i Unii Europejskiej, objęte przepisami prawa krajowego (Dz. Urz. UE L 349, z 2014 r., s. 1) (dalej: dyrektywa 2014/104), jest wzruszalny i podlega swobodnej ocenie sądu krajowego (Dobosz, 2018, s. 82), co oznacza, że nawet jeśli w decyzji zobowiązującej KE, ze względu na wstępny charakter oceny, nie rozstrzyga czy naruszono prawo, to wydanie tejże nie stoi na przeszkodzie przeprowadzeniu przez sądy krajowe analizy działań potencjalnego naruszcyciela pod kątem ich zgodności z regułami konkurencji oraz ewentualnego stwierdzenia naruszenia prawa konkurencji¹⁴. Decyzja nakładająca karę również będzie wiązać sąd krajowy zgodnie z art. 16 rozporządzenia nr 1/2003, z uwagi na zasadę skuteczności i równoważności prawa unijnego. Warto wskazać, że jej wydanie nie wyłącza możliwości orzeczenia dalszych kar pieniężnych przez sądy krajowe i krajowe organy ochrony konkurencji (Kohutek, 2015, art. 16, teza 2).

¹¹ Art. 16 ust. 1 rozporządzenia Rady (WE) nr 1/2003 z dnia 16 grudnia 2002 r. w sprawie wprowadzenia w życie reguł konkurencji ustanowionych w art. 81 i 82 Traktatu (Dz. Urz. UE L 1 z 2003 r., s. 1 z późn. zm.) (dalej: rozporządzenie nr 1/2003).

¹² Wyr. TSUE z 14.02.2012 r., C-17/10, *Toshiba Corporation, Mitsubishi Electric Corp., Alstom, Fuji Electric Holdings Co. Ltd, Siemens Transmission & Distribution SA, Siemens AG, Hitachi Ltd i inni przeciwko Úřad pro ochranu hospodářské soutěže*, ECLI:EU:C:2012:72, pkt 87.

¹³ Wyr. TSUE z 23.11.2017 r., C-547/16, *Gasorba SL i inni przeciwko Repsol Comercial de Productos Petrolíferos SA*, ECLI:EU:C:2017:891, pkt 29.

¹⁴ Ibidem, pkt 30.

4. Decyzja zobowiązująca *AT.40462 – Amazon Marketplace* oraz *AT.40703 – Amazon Buy Box*

Aby prześledzić w jaki sposób unijne normy prawa konkurencji stosuje się do relacji dostawców platform, omówiona zostanie jedna z ostatnich decyzji, w której KE nałożyła zobowiązania na Amazon. Amazon Marketplace to wielostronna platforma internetowa typu „marketplace”, na której sprzedający wystawiają swoje oferty, które mogą być następnie przeglądane i przyjmowane przez kupujących. Amazon, dostawca platformy, świadczy usługi łączenia stron transakcji oraz promowania ofert. Dostawy są realizowane przez niego lub zewnętrzne podmioty. Amazon sam jest uczestnikiem obrotu, sprzedając produkty na platformie jako Amazon Retail.

KE wszczęła postępowanie w sprawie *AT.40462 – Amazon Marketplace* (17 lipca 2019 r.), zarzucając Amazonowi korzystanie, do celów prowadzenia działalności detalicznej, z niedostępnych publicznie danych dotyczących ofert i transakcji sprzedających, a następnie (10 listopada 2020 r.) w sprawie *AT.40703 – Amazon Buy Box*, która dotyczyła praktyk biznesowych Amazon związanych z warunkami i kryteriami regulującymi wybór oferty, która znajduje się w „Buy Box”, czyli szeroko rozumianego pozycjonowania ofert oraz kwalifikowaniem sprzedających do Amazon Prime¹⁵. KE ustaliła, że Amazon zajmuje pozycję dominującą na niektórych rynkach krajowych¹⁶ „w zakresie świadczenia usług platformy handlowej”¹⁷ oraz w odniesieniu do świadczenia usług na platformie handlowej¹⁸ i mógł jej nadużywać¹⁹, m.in. poprzez faworyzowanie pewnych ofert²⁰. W ocenie KE mogło to zakłócać konkurencję i ułatwiać Amazonowi konkurowanie na rynku detalicznym²¹. Ostatecznie, w decyzji zobowiązującej, wydanej 20 grudnia 2022 r., KE nałożyła na Amazon szereg zobowiązań, które jej zdaniem są wystarczające do zmitigowania ryzyka dla konkurencji²².

Przede wszystkim Amazon Retail nie będzie mógł używać żadnych niedostępnych publicznie danych, które zebrał od sprzedających, w celu konkurowania z nimi w sprzedaży detalicznej²³. Decyzja zobowiązuje Amazon do wprowadzenia obiektywnie weryfikowalnych kryteriów w odniesieniu do pozycjonowania ofert na platformie, które mają być stosowane zarówno do niego, jak i do sprzedających²⁴. Kryteria wyświetlania ofert promowanych również muszą być równo stosowane zarówno do Amazon Marketplace, jak i do sprzedających w celu zapewnienia takiej samej możliwości oraz równej ich widoczności dla kupujących²⁵. Oferty promowane muszą być wyświetlane na tej samej stronie wraz z innymi konkurencyjnymi ofertami, niezależnie czy pochodzą od

¹⁵ Streszczenie decyzji Komisji z dnia 20 grudnia 2022 r. dotyczącej postępowania na podstawie art. 102 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej oraz art. 54 Porozumienia EOG (Sprawa *AT.40462 – Amazon Marketplace* i sprawa *AT.40703 – Amazon Buy Box*) (notyfikowana jako dokument nr C(2022) 9442 final), pkt 1, motyw 2.

¹⁶ Przynajmniej niemieckim i francuskim – ibidem, 3.2, pkt 17 oraz dec. KE z dnia 20 grudnia 2022 r. w sprawie *AT.40462 – Amazon Marketplace* i sprawie *AT.40703 – Amazon Buy Box*, motyw 77.

¹⁷ Ibidem, pkt 3.2, motyw 15.

¹⁸ Co najmniej w Niemczech, Francji i Hiszpanii – ibidem, 3.2, pkt 17 oraz dec. KE z dnia 20 grudnia 2022 r. w sprawie *AT.40462 – Amazon Marketplace* i sprawie *AT.40703 – Amazon Buy Box*, motyw 77.

¹⁹ Ibidem, pkt 3.2, motyw 17.

²⁰ Ibidem, pkt 3.2, motyw 17.

²¹ Ibidem, pkt 3.2, motyw 16.

²² Ibidem, pkt 5, motyw 30 oraz motywy 36–37.

²³ Sprawa *AT.40462* i sprawa *AT.40703* – Zobowiązania Amazon wobec Komisji Europejskiej, rozdział II pkt 1, s. 5. Pozyskano z: https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/1/202252/AT_40462_8825091_8265_4.pdf (27.04.2023).

²⁴ Ibidem, rozdział II pkt 3, s. 5.

²⁵ Ibidem, rozdział II pkt 7, s. 6 oraz pkt 9, s. 7.

sprzedających, czy od Amazona Retail²⁶. Decyzja nakłada również zobowiązanie poinformowania sprzedających o wprowadzeniu nowych niedyskryminujących warunków i kryteriów wyboru ofert promowanych²⁷. Przewidziane zostały obowiązki w zakresie raportowania częstotliwości wyświetlania promowanych ofert i realizacji nałożonych zobowiązań²⁸ oraz ich audytu²⁹. Decyzja zobowiązuje Amazon do pozostawienia sprzedającym swobody kontraktowania się z zewnętrznymi podmiotami świadczącymi usługi przewozowe i magazynowania towarów³⁰. Ma on również umożliwiać sprzedającym kontakt z klientami w celu uzgodnienia dostawy produktu³¹. Amazon nie będzie mógł wykorzystywać pewnych kategorii danych zbieranych od przewoźników w celu konkurencji z nimi samymi³².

III. DMA – opis regulacji

DMA ma na celu przyczynienie się do prawidłowego funkcjonowania rynku wewnętrznego oraz zwiększenie ochrony użytkowników biznesowych³³ i końcowych z UE poprzez ustanowienie kontestowalnych i uczciwych reguł konkurencji dla przedsiębiorstw działających na rynkach cyfrowych w Unii, niezależnie od siedziby tych ostatnich³⁴. DMA zostało opublikowane 12 października 2022 r., a przepisy o obowiązkach stosowane są od 2 maja 2023 r. Akt ten tworzy nowy reżim ochrony konkurencji na rynkach cyfrowych. Jego głównym założeniem jest ochrona konkurencji *ex ante*, co oznacza, że wyznaczanie danych podmiotów jako strażników dostępu i nałożenie na nich obowiązków oderwane jest od popełnienia przez nich naruszeń.

1. Stosowanie DMA do dostawców platform

W tym miejscu zostanie przeanalizowane czy przepisy DMA będą stosowane do dostawców platform. Aby nie poprzestawać w rozważaniach na poziomie abstrakcyjnym, analiza zastosowania przepisów DMA zostanie dokonana na przykładzie platformy Amazon Marketplace, której dostawcą jest Amazon. Jak wskazano w pkt 4 rozdziału II, omawiana platforma może być przykładem modelu biznesowego wielostronnej internetowej platformy łączącej sprzedających z kupującymi oraz pokazującą, jakie działania na rynku podejmują dostawcy takich platform. Dzięki temu uzyskamy odpowiedź na pytanie, w jakim zakresie DMA stosuje się do takich platform i podmiotów ich dostarczających.

Usługi oferowane przez dostawców platform są świadczone przez Internet w ramach dostępu ze sprzętu elektronicznego posiadanego przez kupującego oraz sprzedającego, którzy wchodzi na odpowiednią stronę internetową, w miejscu i czasie przez siebie wybranym, oraz dokonują transakcji (sprzedają, kupują dany towar). Z perspektywy prawa unijnego usługi platformy handlowej to usługi społeczeństwa informacyjnego³⁵. Sprzedający oferują towary, w przeważającej części

²⁶ Ibidem, rozdział II pkt 8, s. 6–7.

²⁷ Ibidem, rozdział II pkt 5 i II pkt 6, s. 6.

²⁸ Ibidem, rozdział II pkt 11, s. 7.

²⁹ Ibidem, rozdział II pkt 2, s. 5, pkt 12, s. 8.

³⁰ Ibidem, rozdział II pkt 21, s. 10.

³¹ Ibidem, rozdział II pkt 23, s. 10.

³² Ibidem, rozdział II pkt 24, s. 10.

³³ Motyw 5 i 7 DMA.

³⁴ Art. 1 ust. 1 DMA.

³⁵ Art. 1 ust. 1 lit. b dyrektywy (UE) 2015/1535 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 9 września 2015 r. ustanawiającej procedurę udzielania informacji w dziedzinie przepisów technicznych oraz zasad dotyczących usług społeczeństwa informacyjnego (ujednoczenie) (Dz. Urz. UE L 241 z 2015 r., s. 1) (dalej: dyrektywa 2015/1535).

konsumentom, z zamiarem ułatwienia inicjowania transakcji bezpośrednich między nimi a kupującymi³⁶. Sprzedający wystawia swoje oferty na podstawie stosunku umownego z Amazonem, spełniony jest więc wymóg z art. 2 ust. 2 lit. c rozporządzenia 2019/1150. Dlatego też uznać należy, że dostawcy platform będą świadczyli usługę pośrednictwa internetowego, czyli jedną z podstawowych usług platformowych w rozumieniu DMA³⁷. Tak więc, po spełnieniu odpowiednich przesłanek z DMA, mogą być w decyzji uznani za strażników dostępu. DMA przez użytkownika biznesowego rozumie osobę fizyczną lub prawną działającą w celach handlowych lub zawodowych, która korzysta z podstawowych usług platformowych do celów związanych z dostarczaniem towarów użytkownikom końcowym lub świadczeniem usług na rzecz użytkowników końcowych lub w toku dostarczania towarów takim użytkownikom lub świadczenia usług na ich rzecz³⁸. Użytkownikiem biznesowym będzie więc sprzedający, który wystawia swoje produkty lub oferuje usługi na platformie wielostronnej w celu ich sprzedaży kupującym. Ci ostatni w ramach siatki pojęciowej DMA będą użytkownikami końcowymi – osobami fizycznymi lub prawnymi, które korzystają z podstawowych usług platformowych w charakterze innym niż użytkownik biznesowy³⁹.

2. Przesłanki i procedura wyznaczania strażników dostępu

KE nadaje dostawcy platformy status strażnika dostępu, gdy ten, świadcząc „podstawową usługę platformową będącą ważnym punktem dostępu, za pośrednictwem którego użytkownicy biznesowi docierają do użytkowników końcowych”⁴⁰, wywiera znaczący wpływ na rynek wewnętrzny⁴¹ oraz zajmuje ugruntowaną i trwałą pozycję w zakresie prowadzonej przez siebie działalności lub KE przewiduje, że zajmie on taką pozycję w niedalekiej przyszłości⁴². KE może przez okres maksymalnie 12 miesięcy⁴³ badać rynek w tym zakresie⁴⁴. Domniemuje się, że powyższe przesłanki są zrealizowane, jeśli dany podmiot w ciągu ostatnich trzech lat⁴⁵ przekroczył w odniesieniu do Unii Europejskiej odpowiednie progi odnoszące się do rocznego lub średniego obrotu⁴⁶, liczby aktywnych miesięcznie użytkowników końcowych oraz aktywnych rocznie użytkowników biznesowych⁴⁷.

Podmiot, który osiągnie łącznie wszystkie trzy progi musi powiadomić o tym KE⁴⁸, co rozpoczyna wymianę informacji, która może zakończyć się wydaniem decyzji o wskazaniu danego przedsiębiorstwa jako strażnika dostępu⁴⁹ (dalej: decyzja o wskazaniu). KE może wydać ją również po przeprowadzeniu badania rynku. W decyzji o wskazaniu KE umieszcza

³⁶ Art. 2 ust. 2 lit. b rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/1150 z dnia 20 czerwca 2019 r. w sprawie propagowania sprawiedliwości i przejrzystości dla użytkowników biznesowych korzystających z usług pośrednictwa internetowego (Dz. Urz. UE L 186 z 2019 r., s. 57) (dalej: rozporządzenie 2019/1150).

³⁷ Art. 2 ust. 2 lit. a DMA.

³⁸ Ibidem, art. 2 ust. 21.

³⁹ Art. 2 ust. 22 DMA.

⁴⁰ Ibidem, art. 3 ust. 1 lit. b.

⁴¹ Art. 3 ust. 1 lit. a.

⁴² Ibidem, art. 3 ust. 1 lit. c.

⁴³ Ibidem, art. 17 ust. 1 zd. 2.

⁴⁴ Ibidem, art. 3 ust. 8 w zw. z art. 17.

⁴⁵ Ibidem, art. 3 ust. 2 lit. c.

⁴⁶ Ibidem, art. 3 ust. 2 lit. a.

⁴⁷ Ibidem, art. 3 ust. 2 lit. b.

⁴⁸ Ibidem, art. 3 ust. 3.

⁴⁹ Ibidem, art. 3 ust. 4.

wykaz podstawowych usług platformowych oraz obowiązków nałożonych na strażnika dostępu w związku ze świadczeniem przez niego tych usług⁵⁰. Następnie monitoruje wypełnianie tych obowiązków.

3. Obowiązki możliwe do nałożenia na strażników dostępu w decyzji o wskazaniu

W decyzji o wskazaniu KE może nałożyć obowiązki z zamkniętego katalogu. Można je podzielić na kilka grup ze względu na wartości, które mają chronić.

Pierwszą kategorią są obowiązki mające na celu wyrównanie pozycji użytkowników biznesowych wobec dostawców platform. Do tej grupy zaliczyć należy obowiązek umożliwienia im oferowania, przy wykorzystaniu usług pośrednictwa internetowego świadczonych przez osobę trzecią lub za pomocą własnych kanałów bezpośredniej sprzedaży internetowej, tych samych produktów lub usług użytkownikom końcowym po cenach lub na warunkach innych niż w ramach usług pośrednictwa internetowego świadczonych przez strażnika dostępu⁵¹. DMA umożliwia również nałożenie na strażników dostępu zakazu wykorzystywania niedostępnych publicznie danych zebranych od użytkowników biznesowych do konkurowania z nimi⁵².

Kolejną grupą będą przepisy zwiększające niezależność użytkowników biznesowych od dostawców platform. Strażnik dostępu będzie musiał zezwolić nieodpłatnie użytkownikom biznesowym na przedstawianie ofert na różnych warunkach oraz promowanie ich użytkownikom końcowym pozyskanym za pośrednictwem jego usługi platformowej, jak również innych kanałów. Będzie on również musiał zezwolić na zawieranie z użytkownikami końcowymi umów, bez względu na to czy korzystają oni z jego usług platformowych⁵³. Ten cel realizuje również zakaz utrudniania zgłaszania organom publicznym nieprzestrzegania przepisów przez strażnika dostępu⁵⁴, a także zakaz nakładania na użytkowników biznesowych wymogu używania konkretnej usługi identyfikacyjnej, płatniczej⁵⁵ oraz korzystania z innej podstawowej usługi platformowej⁵⁶. Strażnik dostępu nie będzie mógł nakładać na użytkowników biznesowych nieproporcjonalnych warunków rezygnacji z podstawowej usługi platformowej oraz musi zapewnić, że zakończenie korzystania z usługi będzie odbywało się bez zbędnych trudności⁵⁷. Potencjalnie do takich platform znajdzie zastosowanie art. 5 ust. 5 DMA, który nakłada obowiązek zezwalania użytkownikom końcowym na dostęp i korzystanie, za pośrednictwem podstawowych usług platformowych strażnika dostępu, z treści, subskrypcji, funkcji lub innych elementów – przy użyciu aplikacji użytkownika biznesowego, bez znaczenia czy nabyli oni produkty, czy usługi przy korzystaniu z podstawowych usług platformowych strażnika dostępu⁵⁸.

Trzecią grupą będą przepisy, które realizują oba cele. Do niej należy zaliczyć obowiązek zapewnienia użytkownikom biznesowym możliwości korzystania z danych dostarczanych i generowanych w związku z korzystaniem z platformy przez nich samych lub w związku z korzystaniem

⁵⁰ Ibidem, art. 3 ust. 9.

⁵¹ Art. 5 ust. 3 DMA.

⁵² Ibidem, art. 6 ust. 2.

⁵³ Ibidem, art. 5 ust. 4.

⁵⁴ Ibidem, art. 5 ust. 6.

⁵⁵ Ibidem, art. 5 ust. 7.

⁵⁶ Ibidem, art. 5 ust. 8.

⁵⁷ Ibidem, art. 6 ust. 13.

⁵⁸ Ibidem, art. 6 ust. 4 akapit 2.

z ich produktów przez użytkowników końcowych. Obowiązek ten odnosi się do danych zarówno osobowych, jak i nieosobowych zagregowanych i niezagregowanych⁵⁹. Strażnik dostępu nie może wykorzystywać plasowania czy indeksowania do traktowania korzystniej dostarczanych przez niego usług kosztem podobnych usług sprzedających. Takie klasyfikowanie musi być oparte na przejrzystych, sprawiedliwych i niedyskryminujących warunkach⁶⁰.

IV. Problemy unijnego prawa konkurencji a pozycja użytkowników biznesowych w reżimie DMA

1. Efektywność

W DMA wprowadzono rozwiązania, które zwiększają efektywność kontroli i karania strażników dostępu. Przede wszystkim znacznie upraszczają badanie rynku w porównaniu ze sprawami, w których KE bada i udowadnia naruszenie art. 102 TFUE. KE przeprowadza badanie rynku lub zostaje zawiadomiona przez podmiot, który spełnia przesłanki uznania go za strażnika dostępu, co sprawia, że KE może nałożyć na niego obowiązki przewidziane w art. 5–7 DMA. Uregulowania zawarte w DMA ułatwiają też nakładanie kar i obowiązków, gdyż KE będzie musiała udowodnić tylko nieprzestrzeganie decyzji o wskazaniu. Kara nałożona za naruszenie art. 102 TFUE musi być poparta szeroką analizą, a jej wysokość proporcjonalna do skali naruszenia i nie nazbyt dotkliwa dla przedsiębiorcy.

2. Reżim *ex ante*

Należy wskazać, że DMA umożliwia nakładanie w sposób *ex ante* obowiązków na strażników dostępu. Unijny prawodawca kieruje się założeniem, iż, zważywszy na wspomniane wyżej cechy rynku cyfrowego, samo posiadanie przez dostawców platform pewnej liczby użytkowników oraz osiąganie określonego obrotu sprawia, że podmioty takie mają potencjał do podejmowania antykonkurencyjnych zachowań.

Wprowadzenie narzędzi *ex ante* mityguje wskazane wyżej braki unijnego prawa konkurencji, takie jak przewlekłość i długość postępowania przed KE, która w DMA otrzymuje kompetencje do nakładania obowiązków i monitorowania ich przestrzegania. Będzie to pozwalało KE szybciej wykrywać naruszenia i nakładać kary bez potrzeby prowadzenia długiego postępowania. Wykrycie naruszenia obowiązku i jego udowodnienie od razu będzie mogło skutkować nałożeniem odpowiednio wysokiej sankcji.

3. Zmiana materialna obowiązków

Porównując wyżej wskazane zobowiązania z obowiązkami, które potencjalnie mogą zostać nałożone w decyzji o wskazaniu należy przedstawić kilka konkluzji.

Przede wszystkim widać wyraźnie, że wiele z nich się powtarza. Tworząc obowiązki możliwe do nałożenia w decyzji o wskazaniu, KE sięgała do swojej szerokiej praktyki w zakresie badania funkcjonowania sprzedających na internetowych platformach wielostronnych. Część z nich ma odpowiadać na zachowania antykonkurencyjne, które występują na wszystkich rynkach, np. nierówne

⁵⁹ Art. 6 ust. 10 DMA.

⁶⁰ Ibidem, art. 6 ust. 5.

traktowanie usługobiorców. W sektorze cyfrowym mogą przybierać one jeszcze bardziej szkodliwe i wyrafinowane formy, gdyż mogą być dokonywane przy wsparciu algorytmów i odpowiedniego układu interfejsu platformy. Remedium na to może być nałożenie takich obowiązków, jak zakaz dyskryminującego i niesprawiedliwego kwalifikowania, wyświetlania i indeksowania ofert użytkowników biznesowych wobec produktów strażnika dostępu. Wiele z obowiązków z DMA wypływa z problemów widocznych na rynku cyfrowym i pokrywa się z zobowiązaniami nałożonymi na Amazon. Mają one odpowiadać na naruszenia szczególnie widoczne na rynkach cyfrowych ze względu na ich technologiczny wymiar i występowanie efektów sieciowych. Jest to np. zakaz wykorzystywania niedostępnych publicznie danych zebranych od użytkowników biznesowych do konkutowania z nimi czy też obowiązek umożliwienia sprzedającym zawierania umów, kontaktu z użytkownikami końcowymi, bez względu na to czy korzystają oni z jego usług platformowych.

DMA wprowadza jednak obowiązki, których próżno szukać w dotychczas wydanych przez KE decyzjach zobowiązujących. Przede wszystkim, może zostać nałożony obowiązek udostępniania danych uzyskanych przez strażnika dostępu w związku z działalnością użytkowników biznesowych na platformie. DMA odrywa produkty i usługi od platformy strażnika dostępu, na której zostały zakupione, poprzez wprowadzenie możliwości zobowiązania strażnika dostępu do umożliwienia użytkownikom końcowym korzystania z produktów i usług strażnika dostępu nie poprzez jego platformę, a poprzez aplikację użytkownika biznesowego. DMA umożliwia wymaganie od strażnika dostępu łatwego zakończenia współpracy z użytkownikiem biznesowym, a także zakazanie wymagania od tego ostatniego używania innych usług dostarczanych przez strażnika dostępu. Strażnik dostępu nie może utrudniać im zgłaszania naruszeń przepisów. DMA stawia również tamę wykorzystywaniu przez strażników dostępu swoich usług do zmniejszania konkurencji poprzez utrudnianie użytkownikom biznesowym oferowania produktów podobnych do tych pochodzących od strażników dostępu.

4. Egzekwowanie obowiązków wynikających z DMA

Należy wskazać, że samo nałożenie decyzji o wskazaniu przez KE wpłynie pozytywnie na sytuację użytkowników biznesowych, gdyż strażnik dostępu będzie musiał się stosować do obowiązków nałożonych w decyzji o wskazaniu i będzie stale monitorowany przez KE pod względem ich przestrzegania. Warto zastanowić się czy użytkownicy biznesowi będą mogli powoływać się na naruszenie tych obowiązków przed sądami krajowymi analogicznie do prywatnoskargowego egzekwowania roszczeń za naruszenie prawa konkurencji. Przepisy DMA z uwagi na rangę rozporządzenia są bezpośrednio stosowane. Obowiązki nie zostały jednak nałożone bezpośrednio na dostawców platform w rozporządzeniu, a dzieje się to dopiero w indywidualnej decyzji o wskazaniu. Dodatkowo, zakresów zastosowania rozporządzenia nr 1/2003 oraz dyrektywy 2014/104 nie rozciągnięto na decyzje o wskazaniu z DMA, a w akcie tym nie przewidziano uregulowań dających użytkownikom biznesowym możliwość dochodzenia odszkodowania za naruszenia nałożonych obowiązków. Nie znajdzie do nich zastosowania również art. 42 DMA chroniący konsumentów. Przewidziano jednakże część rozwiązań analogicznych do rozporządzenia nr 1/2003 i dyrektywy 2014/104 – sądy krajowe nie mogą wydawać orzeczeń sprzecznych z decyzją wydaną przez KE lub rozważaną w postępowaniu prowadzonym na podstawie DMA⁶¹. Można w każdym

⁶¹ Art. 39 ust. 5 DMA.

razie postawić tezę, że użytkownicy biznesowi będą mogli dochodzić odszkodowania od strażników dostępu za niewykonywanie przez nich obowiązków, jeśli te będą jednocześnie naruszeniem prawa deliktowego danego państwa członkowskiego. Będą oni musieli udowodnić naruszenie obowiązku oraz powstanie szkody, a także związku przyczynowego między nimi, a najpewniej również i winy, w zależności od krajowych uregulowań. Należy wskazać, że rozciągnięcie domniemań i ułatwień w udowadnianiu naruszenia prawa konkurencji ustanowionych w rozporządzeniu nr 1/2003 oraz dyrektywie 2014/104 na dochodzenie odszkodowania przez użytkowników biznesowych za naruszenie obowiązków nałożonych na strażników dostępu w decyzji o wskazaniu zdecydowanie przyczyniłoby się do przestrzegania tychże obowiązków, a jednocześnie dałoby użytkownikom biznesowym narzędzie do łatwiejszego dochodzenia ich praw.

V. Wnioski

Jak wskazano powyżej, DMA wzmacnia ochronę użytkowników biznesowych na dwóch płaszczyznach. Z jednej strony wprowadza rozwiązania proceduralne, które mają na celu zapobieganie naruszeniom konkurencji. Ma to realizować uproszczona, względem dowodzenia naruszenia unijnego prawa konkurencji, procedura uprzedniego wyznaczania dostawcy platformy jako strażnika dostępu, wprowadzenie odpowiednich domniemań i obowiązków zgłaszania przez podmioty przekroczenia progów ustanowionych w art. 3 ust. 2 DMA. Z drugiej strony, wprowadzono również szerszy zakres wpływania na zachowania rynkowe podmiotów uznanych za strażników dostępu przez nakładanie obowiązków behawioralnych, skoncentrowanych na zapewnieniu równych zasad konkurencji na platformach wielostronnych. Na przykładzie omówionej decyzji zobowiązującej można stwierdzić, że część z nich mogła być nałożona z powodzeniem w ramach unijnego prawa konkurencji. DMA wprowadza jednak w pewnym zakresie zmianę jakościową – prawodawca otwiera szerszy przepływ danych od strażników do użytkowników biznesowych. Wprowadza możliwość zakazania wykorzystywania swoich usług przez strażnika dostępu do podwyższania barier wejścia na rynek, a także nakazuje, aby zapewnił on łatwe zakończenie korzystania z jego usług. Należy wskazać, że wiele z tych obowiązków stosuje klauzule generalne. Jest to oczywiście konieczne w regulowaniu tak szybko zmieniającego się obszaru gospodarki. Może to jednak wpływać negatywnie na proporcjonalność traktowania przez KE różnych dostawców platform w zakresie wypełniania przez nich obowiązków, a także na efektywność i szybkość wykrywania naruszeń i ich karania.

Skonkludować należy, że DMA wpływa na pozycje sprzedających w sposób pośredni, nie zmieniając istotnie dochodzenia roszczeń użytkowników biznesowych, które będzie realizowane w trybie powództwa prywatnego w postępowaniu sądowym, z powołaniem się na nowe obowiązki nałożone w decyzji o wskazaniu. Pozostawione im są ogólne reguły odszkodowawcze, łagodzone ewentualnie przez zasady prounijnej wykładni. Należy również wskazać, że akt ten, mimo wielu nowych instytucji, jest zakorzeniony w prawie konkurencji UE i z niego wynika, stara się być do niego komplementarny, stanowiąc kolejny z niewielu mechanizmów (obok kontroli koncentracji) ochrony konkurencji *ex ante*. Jest to rozwój jakościowy, gdyż skupia się bezpośrednio na rynku cyfrowym i wprowadza normy regulujące specyfikę konkurencji w tym obszarze gospodarki.

Bibliografia

- Anusz, A. (2021). Problematyka wyznaczania rynku właściwego w przypadku rynków wielostronnych na przykładzie platform cyfrowych funkcjonujących w ramach rynków dwustronnych. *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny*, 83(1), 187–200. Pozyskano z: <http://dx.doi.org/10.14746/rpeis.2021.83.1.14>.
- Cini, M. i Czulno, P. (2022). Digital Single Market and the EU Competition Regime: An Explanation of Policy Change. *Journal of European Integration*, 44/1, 41–57. Pozyskano z: <http://dx.doi.org/10.1080/07036337.2021.2011260>.
- Crémer, J., de Montjoye, Y. i Schweitzer, H. (2019). *Competition policy for the digital era. Final Report, Luxembourg*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Pozyskano z: <http://dx.doi.org/10.2763/407537>.
- Czarnomska-Bokowy, U. (2022). Prawo konkurencji a projekt rozporządzenia w sprawie kontestowalnych i uczciwych rynków w sektorze cyfrowym – kto przypilnuje strażników? *internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny*, 1, 8–22. Pozyskano z: <http://dx.doi.org/10.7172/2299-5749.IKAR.1.11.1>.
- Dobosz, K. (2018). Public enforcement versus private enforcement – decyzja zobowiązująca a powództwo odszkodowawcze. Glosa do wyroku TS z 23.11.2017 r. w sprawie C-547/16 Gasorba SL, Josefa Rico Gil, Antonio Ferrándiz González przeciwko Repsol Comercial de Productos Petrolíferos SA. *internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny*, 2, 76–88. Pozyskano z: <http://dx.doi.org/10.7172/2299-5749.IKAR.2.7.6>.
- Kohutek, K. (2015). *Komentarz do rozporządzenia nr 1/2003 w sprawie wprowadzenia w życie reguł konkurencji ustanowionych w art. 81 i 82 Traktatu*. Warszawa: Wolters Kluwer/LEX/el.
- Marsden, P. i Podszun, R. (2020). *Restoring Balance to Digital Competition – Sensible Rules, Berlin, Effective Enforcement*. Berlin: Konrad-Adenauer-Stiftung.
- Nicoli, N. i Iosifidis, P. (2023). EU digital economy competition policy: From ex-post to ex-ante. The case of Alphabet, Amazon, Apple, and Meta. *Global Media and China*, 8(1), 24–38. Pozyskano z: <http://dx.doi.org/10.1177/20594364231152673>.
- OECD. (2021). Ex ante regulation of digital markets, OECD Competition Committee. *Discussion Paper*. Pozyskano z: <https://www.oecd.org/daf/competition/ex-ante-regulation-andcompetition-in-digital-markets.htm> (27.04.2023).
- OECD. (2022). The role of online marketplaces in protecting and empowering consumers: Country and business survey findings. *OECD Digital Economy Papers*, (329). Paris: OECD Publishing. Pozyskano z: <http://dx.doi.org/10.1787/9d8cc586-en>.
- Peitz, M. (2022). *The prohibition of self-preferencing in the DMA*. Brussels: Centre on Regulation in Europe.
- Podszun, R. (2021). Private Enforcement and Gatekeeper Regulation: Strengthening the Rights of Private Parties in the Digital Markets Act. *Journal of European Competition Law & Practice*, 13(4), 254–267. Pozyskano z: <http://dx.doi.org/10.1093/jeclap/lpab076>.
- Reverdin, V. (2021). Abuse of Dominance in Digital Markets: Can Amazon's Collection and Use of Third-Party Sellers' Data Constitute an Abuse of a Dominant Position Under the Legal Standards Developed by the European Courts for Article 102 TFEU? *Journal of European Competition Law & Practice*, 12(3), 181–199. Pozyskano z: <http://dx.doi.org/10.1093/jeclap/lpab016>.
- Wurmnest, W. i Gömann, M. (2022). Comparing Private Enforcement of EU Competition and Data Protection Law. *Journal of European Tort Law*, 13(2), 154–182. Pozyskano z: <http://dx.doi.org/10.1515/jetl-2022-0009>.