

Προς την

Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (ΕΕΤΤ)

Μέσω e-mail: [pnevmatika\\_dik@eett.gr](mailto:pnevmatika_dik@eett.gr)

Αθήνα, 9 Οκτωβρίου 2024

**Θέμα: «Διεξαγωγή Δημόσιας Διαβούλευσης αναφορικά με τον Κανονισμό εξειδίκευσης κριτηρίων για τον προσδιορισμό των αμοιβών εκδοτών από παρόχους υπηρεσιών κοινωνίας της πληροφορίας».**

Αξιότιμα Μέλη της Επιτροπής,

Σε απάντηση της ανωτέρω πρόσκλησης της Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (εφεξής, «ΕΕΤΤ») προς τα ενδιαφερόμενα μέρη για την υποβολή παρατηρήσεων επί της Δημόσιας Διαβούλευσης αναφορικά με τον Κανονισμό εξειδίκευσης κριτηρίων για τον προσδιορισμό των αμοιβών εκδοτών από παρόχους υπηρεσιών κοινωνίας της πληροφορίας (ΚτΠ), σύμφωνα με το άρθρο 18 του Ν.4996/2022 (άρθρο 51B του Ν.2121/1993) (εφεξής, «Δημόσια Διαβούλευση» και «σχέδιο Κανονισμού»), σας παραθέτουμε εκ μέρους της Google LLC (εφεξής, «Google») αφ'ενός τις αρχικές παρατηρήσεις μας σχετικά με τη Δημόσια Διαβούλευση και το σχέδιο Κανονισμού, και αφ'ετέρου τις απαντήσεις μας στις ερωτήσεις της Δημόσιας Διαβούλευσης (Στάδια 1 και 2 της προτεινόμενης μεθοδολογίας υπολογισμού της αμοιβής των εκδοτών).

Σας επισημαίνουμε ότι οι πληροφορίες που ακολουθούν αποτελούν προκαταρκτικές παρατηρήσεις και απαντήσεις μας σχετικά με τη Δημόσια Διαβούλευση και το σχέδιο Κανονισμού και δεν πρέπει να θεωρηθούν ως η τελική θέση της Google επί του θέματος, δεδομένου ότι η Google βρίσκεται ακόμη στη διαδικασία αξιολόγησης των διατάξεων και των συνεπειών της Δημόσιας Διαβούλευσης και του σχεδίου Κανονισμού.

## **1. Εισαγωγικές Παρατηρήσεις**

**1.1** Καταρχάς, θα θέλαμε να σας ευχαριστήσουμε ιδιαίτερα για τις προσπάθειές σας που αποσκοπούν στην έκδοση Κανονισμού που θα βοηθήσει στον καθορισμό του τι είναι εύλογο να αποδίδεται στους εκδότες ως αμοιβή για τη διαδικτυακή χρήση του περιεχομένου τους. Ωστόσο, ως μια πρώτη επισήμανση, σημειώνουμε ότι η φόρμουλα που προτείνει η ΕΕΤΤ για να εφαρμόσει τον υπολογισμό της αμοιβής των εκδοτών, σε μια απόπειρα να εξειδικεύσει τα κριτήρια που θέτει ο Ν. 4996/2022, όπως προβλέπεται στο άρθρο 18 παρ. 5 του εν λόγω νόμου, αφ'ενός ερείδεται σε εσφαλμένες παραδοχές και αφ'ετέρου είναι ασαφής και μη προσδιορισμένος και αναπόφευκτα θα οδηγήσει στην έκδοση αυθαίρετων γνωμοδοτήσεων σχετικά με την αμοιβή των εκδοτών υπονομεύοντας την όλη διαδικασία ενώπιον της ΕΕΤΤ. Η διατύπωση της διάταξης του άρθρου 18 παρ. 5 του Ν.4996/2022 απαιτεί σαφώς από την ΕΕΤΤ να καθορίσει τα κριτήρια για τον προσδιορισμό της αμοιβής των εκδοτών («5. Η αμοιβή των εκδοτών από τους παρόχους υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας προσδιορίζεται, λαμβάνοντας υπόψη τη διαδικτυακή επισκεψιμότητα των αντικειμένων προστασίας, τα έτη

δραστηριοποίησης και το μερίδιο στην αγορά των παρόχων υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας και των εκδοτών, τον αριθμό των δημοσιογράφων που απασχολούνται σε κάθε εκδότη, τα οικονομικά οφέλη, καθώς και οποιοδήποτε άλλο κριτήριο θεωρηθεί πρόσφορο για τον υπολογισμό της. Με απόφαση της Ολομέλειας της Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (ΕΕΤΤ) **εκδίδεται Κανονισμός, με τον οποίο εξειδικεύονται τα κριτήρια του προηγούμενου εδαφίου**», άρθρου 18 παρ. 5 του Ν.4996/2022). Η ανωτέρω διάταξη παρέχει στην ΕΕΤΤ την αρμοδιότητα να εξειδικεύσει τα κριτήρια αυτά με την έκδοση του Κανονισμού, τον οποίο η ΕΕΤΤ επέλεξε να εφαρμόσει μέσω μαθηματικού τύπου (φόρμουλας) βάσει του οποίου θα υπολογίζεται η αμοιβή των εκδοτών. Επίσης, το σχέδιο Κανονισμού στον πρόλογό του επιβεβαιώνει ρητά ότι «Με την παρούσα δημόσια διαβούλευση, η ΕΕΤΤ... παρουσιάζει την προτεινόμενη μεθοδολογία υπολογισμού της αμοιβής των εκδοτών, εξειδικεύοντας περαιτέρω τα κριτήρια του Νόμου...» (σελ. 2).

Ωστόσο, από την πρώτη ανάγνωση του σχεδίου Κανονισμού φαίνεται ότι η ΕΕΤΤ **δεν** διευκρινίζει τα κριτήρια που πρέπει να χρησιμοποιηθούν για τον υπολογισμό της αμοιβής, αφήνοντας άπλετο περιθώριο στην ίδια να προβαίνει σε αυθαίρετους υπολογισμούς κατά την έκδοση της εμπιστευτικής της γνωμοδότησης που βασίζονται σε υποθέσεις και όχι σε πραγματικά δεδομένα. Οι παράμετροι της αυθαρεσίας και μη προβλεψιμότητας καθιστούν εξαιρετικά δύσκολη για τους παίκτες της αγοράς τεχνολογίας την επιχειρησιακή τους σαφήνεια και θέτουν σε κίνδυνο τον προγραμματισμό των μελλοντικών τους επενδύσεων, λόγω του απρόβλεπτου οικονομικού κινδύνου που θα πρέπει να αντιμετωπίσουν τόσο βραχυπρόθεσμα όσο και μακροπρόθεσμα.

**1.2** Συγκεκριμένα, η χρήση των «**συνολικών διαφημιστικών εσόδων**» του παρόχου που περιγράφονται στο άρθρο 3 παρ. 3 του σχεδίου Κανονισμού ως βάση για τον υπολογισμό της αμοιβής όλων των δυνητικά δικαιούχων εκδοτών- κατά τη γνώμη μας και με βάση την εμπειρία μας στις άλλες χώρες της ΕΕ- θα είναι μη εφαρμόσιμη τόσο για τους παρόχους υπηρεσιών της ΚτΠ όσο και για το έργο του υπολογισμού της αμοιβής των εκδοτών από την ΕΕΤΤ. Πράγματι, **το συνολικό διαφημιστικό έσοδο δεν αποτελεί ακριβή βάση υπολογισμού** για τους λόγους που θα αναλύσουμε πλήρως στις επόμενες παραγράφους, πόσο μάλλον όταν τα έσοδα αυτά κατηγοριοποιούνται σε οικονομικά οφέλη από διαφημίσεις που «*σχετίζονται άμεσα με τα αντικείμενα προστασίας των εκδοτών*» συν τα οικονομικά οφέλη από διαφημίσεις που «*δεν σχετίζονται άμεσα με το περιεχόμενο προστασίας των εκδοτών*», συμπεριλαμβανομένων των υποτιθέμενων οικονομικών οφελών σε διάφορα προϊόντα και υπηρεσίες που φέρονται να εκμεταλλεύονται τα «*συλλεγόμενα δεδομένα προτιμήσεων των χρηστών*». Ωστόσο, στο σχέδιο Κανονισμού δεν ορίζονται τα κριτήρια που πρέπει να χρησιμοποιηθούν για τον προσδιορισμό των εν λόγω εσόδων, καθιστώντας το άρθρο 3 παρ. 3 του εν λόγω σχεδίου εντελώς ανεφάρμοστο στην πράξη.

**Η χρήση των «συνολικών διαφημιστικών εσόδων» του παρόχου** που προβλέπεται στο άρθρο 3 παρ. 3 του σχεδίου Κανονισμού ως βάση για τον υπολογισμό της αμοιβής των δικαιούχων εκδοτών, δεν αποτελεί ακριβή βάση υπολογισμού, διότι τα συνολικά έσοδα του παρόχου δεν μπορούν να αποδοθούν όλα - άμεσα ή μη - στην επιγραμματική παρουσία του περιεχομένου προστασίας των εκδοτών.

Για την ακρίβεια, το περιεχόμενο προστασίας των εκδοτών αντιπροσωπεύει μόνο ένα πολύ μικρό μέρος του περιεχομένου που «χρησιμοποιείται» μέσω των υπηρεσιών των παρόχων της ΚτΠ και ένα ακόμη μικρότερο μέρος αυτού του περιεχομένου είναι εμπορικής σημασίας (δηλαδή περιεχόμενο που παράγει έσοδα)<sup>1</sup>. Επιπροσθέτως, πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι η χρήση των «συνολικών διαφημιστικών εσόδων» του παρόχου, που προβλέπεται στο άρθρο 3 παρ. 3 του σχεδίου Κανονισμού, ως βάση για τον υπολογισμό της αμοιβής των δικαιούχων εκδοτών, συγκαλύπτει το γεγονός ότι οι ποικίλες υπηρεσίες των παρόχων της ΚτΠ, καθώς και τα έσοδα που παράγουν, σε συντριπτικό βαθμό δεν αφορούν την παρουσίαση προϊόντων τύπου.

**Ενόψει των ανωτέρω, η αναφορά στα «συνολικά διαφημιστικά έσοδα του παρόχου» στο άρθρο 3 παρ. 3 του σχεδίου Κανονισμού ως βάση για τον υπολογισμό της αμοιβής των εκδοτών είναι εντελώς δυσανάλογη, εσφαλμένη και αποδεικνύεται ότι βασίζεται σε όλως εσφαλμένη αντίληψη όσον αφορά το επιχειρηματικό μοντέλο των παρόχων της ΚτΠ.**

**1.3** Επίσης, εάν ο στόχος είναι να χρησιμοποιηθούν, όλως εσφαλμένα, τα συνολικά διαφημιστικά έσοδα ως βάση για τον υπολογισμό της αμοιβής, δεν έχει κανένα νόημα να προσδιοριστούν τα δύο τμήματα από τα οποία υποτίθεται ότι αποτελούνται αυτά - δηλαδή τα έσοδα που σχετίζονται «άμεσα» και «έμμεσα» με το περιεχόμενο των εκδοτών του τύπου.

**1.4.** Ανεξάρτητα από τα ανωτέρω, η χρήση των έμμεσων εσόδων στη βάση υπολογισμού θα οδηγήσει από μόνη της σε δυσανάλογη και εσφαλμένη βάση, ακόμη και αν ο προσδιορισμός αυτός, ότι δηλαδή η βάση πρέπει να είναι το **άθροισμα των άμεσων και έμμεσων εσόδων**, αποσκοπεί στον εντοπισμό χαμηλότερου ποσού από τα συνολικά διαφημιστικά έσοδα.

Ούτε στην αγορά ούτε στη νομοθεσία υπάρχει ορισμός της έννοιας των έμμεσων εσόδων ή των εσόδων που δεν σχετίζονται άμεσα με τις εκδόσεις τύπου. Η Δημόσια Διαβούλευση και η ανακοίνωση της ΕΕΤΤ με ημερομηνία 1 Αυγούστου 2024 (εφεξής η «Ανακοίνωση»), που προβλέπει ότι «Αναφορικά με το κριτήριο 'Οικονομικά οφέλη', που αναφέρεται στο Άρθρο 3 και στην παρ. 3ii αυτού, επισημαίνεται ότι: Τα εν λόγω οφέλη αφορούν στο σύνολο των ετήσιων εσόδων από διαφημίσεις που εμφανίζονται σε διαδικτυακές υπηρεσίες και εφαρμογές ιδιοκτησίας του παρόχου ΚτΠ, ανεξαρτήτως τεχνολογίας, στις οποίες διαδικτυακές υπηρεσίες και εφαρμογές δύναται να γίνει η αναπαραγωγή/προβολή του προστατευόμενου περιεχομένου των εκδοτών, κατά το οριζόμενο ετήσιο χρονικό διάστημα, ενδεικτικά σε μορφή αποτελεσμάτων αναζήτησης ή σε μορφή αναπαραγωγής σύντομου αποσπάσματος (snippet), κ.τ.λ.» δεν παρέχουν ακριβή ορισμό των εν λόγω εσόδων.

Πρέπει, στο σημείο αυτό, να σημειωθεί ότι στην ανωτέρω Ανακοίνωση αναφέρεται ότι τα εν λόγω έσοδα ενδέχεται να περιλαμβάνουν έσοδα από snippets, το οποίο όμως είναι εσφαλμένο καθώς τα snippets εξαιρούνται ρητά τόσο από το άρθρο 15 παρ. 1 της Οδηγίας (ΕΕ) 2019/790 (EUCD) (εφεξής, η «Οδηγία») όσο και στο άρθρο 18 παρ. 2 του Ν.4996/2022 και η εν λόγω αναφορά πρέπει να διαγραφεί.

<sup>1</sup> Δείτε «Πώς η Google υποστηρίζει τη δημοσιογραφία και τον κλάδο των ειδήσεων» στη διεύθυνση <https://blog.google/supportingnews/#overview>.

Περαιτέρω, το σχέδιο Κανονισμού δεν προβλέπει— όπως ούτε άλλες συναφείς νομοθετικές ή κανονιστικές πράξεις, ούτε σχετικές διευκρινίσεις που έχουν εκδοθεί μέχρι σήμερα— τι θα πρέπει να σημαίνουν τα έσοδα που δεν σχετίζονται άμεσα με περιεχόμενο προστασίας. Ενώ τα λεγόμενα «άμεσα» έσοδα (δηλαδή τα έσοδα από διαφημίσεις που τοποθετούνται κοντά σε περιεχόμενο προστασίας) θα μπορούσαν να εντοπιστούν - έστω και αν μπορεί να υπάρχουν διαφορετικές αντιλήψεις για το τι σημαίνει «άμεσα»-, από τον παραπάνω «ορισμό» που παρέχει η ΕΕΤΤ προκύπτει πόσο αδύνατο είναι να εντοπιστούν τα λεγόμενα «έμμεσα» έσοδα, τα οποία στη συντριπτική πλειοψηφία των περιπτώσεων θα αποδειχθεί ότι δεν υφίστανται καθόλου. Ας ληφθεί υπόψη το ακόλουθο απλό παράδειγμα: Χρήστης αναζητά πληροφορίες για την Ελλάδα. Ανάμεσα στις δεκάδες ιστοσελίδες που επισκέπτεται υπάρχει και ένα άρθρο σε μια εφημερίδα που μιλάει για τα δημοφιλέστερα ελληνικά νησιά. Το άθροισμα όλων των ιστοσελίδων που επισκέπτεται - σε συνδυασμό με άλλα στοιχεία (ηλικία, τοποθεσία κ.λπ.) - θα μπορούσε να οδηγήσει τον χρήστη να δει και να κλικάρει μια διαφήμιση για ένα ξενοδοχείο στο νησί της Νάξου. Για να προσδιοριστεί το έσοδο από αυτή τη διαφήμιση που σχετίζεται με την ανάγνωση του άρθρου της εφημερίδας, θα ήταν απαραίτητο να γνωρίζουμε: Ι) όλες τις ιστοσελίδες που επισκέφθηκε ο χρήστης, και ΙΙ) πόσο η επίσκεψη κάθε ιστοσελίδας επηρέασε την εμφάνιση μιας συγκεκριμένης διαφήμισης σε μια συγκεκριμένη στιγμή για έναν συγκεκριμένο χρήστη. Η δημιουργία προφίλ χρηστών για διαφημιστικούς σκοπούς βασίζεται στην πραγματικότητα σε εκατοντάδες μεταβλητές-συμπεριλαμβανομένων των ρυθμίσεων απορρήτου που αποφασίζει ο ίδιος ο χρήστης. Ενώ η διαφήμιση που εμφανίζεται σε συνδυασμό με μια σελίδα αποτελεσμάτων αναζήτησης που περιλαμβάνει το άρθρο της εφημερίδας, θα σήμαινε ότι υποθετικά το έσοδο «σχετίζεται» με το περιεχόμενο προστασίας, ωστόσο, στην πραγματικότητα, το έσοδο δεν σχετίζεται με το εν λόγω περιεχόμενο αλλά με το ερώτημα αναζήτησης και συνεπώς είναι αδύνατο το έσοδο αυτό να αποδοθεί στο γεγονός ότι το άρθρο ευρετηριάζεται από τη μηχανή αναζήτησης.

Το παραπάνω παράδειγμα δείχνει μόνο μερικούς από τους τρόπους με τους οποίους ο υπολογισμός αυτής της «έμμεσης» αξίας που ενδεχομένως αποδίδεται στους εκδότες είναι γεμάτος ασάφειες, πολυπλοκότητες και στην πραγματικότητα αποδεικνύει ότι τα έσοδα αυτά δεν σχετίζονται *tout court* (ούτε άμεσα ούτε έμμεσα) με το περιεχόμενο προστασίας. Οι υπολογισμοί που είναι συνυφασμένοι με την αξιολόγηση του μεγάλου αριθμού παραμέτρων σε μεγάλη κλίμακα, όπως το πόσο η ανάγνωση ενός συγκεκριμένου άρθρου επηρεάζει τις ατομικές επιλογές του χρήστη ή το πόσο η ανάγνωση του συγκεκριμένου άρθρου οδήγησε τον χρήστη να κάνει κλικ σε μια διαφήμιση, καθιστούν αδύνατη τη σύνδεση αυτού του εσόδου με το συγκεκριμένο περιεχόμενο.

Επιπλέον, η συσχέτιση μεταξύ των συλλεγόμενων δεδομένων και της χρήσης δυνητικού περιεχομένου προστασίας είναι αβέβαιη. Η Google δεν προσαρμόζει τις πρακτικές συλλογής δεδομένων ανάλογα με το εάν εμφανίζεται ή όχι δυνητικό περιεχόμενο προστασίας στα αποτελέσματα αναζήτησης. Η εμφάνιση φερόμενου περιεχομένου προστασίας δεν προκαλεί από μόνη της τη συλλογή οποιωνδήποτε δεδομένων. Οι διαφημίσεις στις μηχανές αναζήτησης εξαρτώνται συντριπτικά από την ίδια την αναζήτηση (το ερώτημα της αναζήτησης), δεδομένου ότι οι διαφημιζόμενοι υποβάλλουν προσφορές για διαφημιστικό χώρο έναντι συγκεκριμένων λέξεων-κλειδιών που εισήγαγε ο χρήστης- όχι με το

**περιεχόμενο που εμφανίζεται στα οργανικά αποτελέσματα αναζήτησης κατόπιν της αναζήτησης αυτής.**

Τα έσοδα που δεν σχετίζονται άμεσα με τις εκδόσεις τύπου, μέσω της χρήσης του αντικειμένου προστασίας, είναι ουσιαστικά ασήμαντα και, σε κάθε περίπτωση, θα ήταν εξαιρετικά δύσκολο να εντοπισθούν σε οποιαδήποτε βάση βεβαιότητας ή αξιοπιστίας. Λαμβάνοντας υπόψη τον αδύναμο ή ακόμη και μη υπάρχοντα σύνδεσμο μεταξύ της αμοιβής των εκδοτών και των μη άμεσων εσόδων, η ρητή ένταξη αυτών των εσόδων στη βάση υπολογισμού θα ήταν σαν να ζητούσαμε από τους δικαιούχους δικαιωμάτων μιας ταινίας να έχουν δικαίωμα σε μέρος των εσόδων των μπαρ κοντά στο κινηματογράφο, απλώς επειδή ορισμένοι πελάτες βρίσκονται στην περιοχή για να παρακολουθήσουν την ταινία.

Από την άλλη πλευρά, η λεγόμενη «άμεση» διαφήμιση και τα συνδεδεμένα έσοδα **ενσωματώνουν ήδη de facto το έμμεσο έσοδο- εάν υπάρχει- έτσι ώστε η ρητή συμπερίληψη των «έμμεσων εσόδων» θα οδηγούσε στην πραγματικότητα σε διπλή καταμέτρηση.**

Στην πραγματικότητα, τα άμεσα έσοδα (δηλαδή τα έσοδα που προέρχονται από κλικ σε διαφημίσεις που τοποθετούνται σε συνδυασμό με μια σελίδα αποτελεσμάτων αναζήτησης που περιλαμβάνει μεταξύ των αποτελεσμάτων αυτών και ειδησεογραφικό περιεχόμενο) δεν σχετίζονται ούτε «άμεσα» με το περιεχόμενο προστασίας, δεδομένου ότι, όπως προαναφέρθηκε, η παρουσία των διαφημίσεων προκαλείται και συνδέεται με το ερώτημα της αναζήτησης και όχι με τα αποτελέσματα.

Ενόψει όλων των ανωτέρω, η έννοια των έμμεσων εσόδων, δεδομένης της ασάφειας και του μη μετρήσιμου χαρακτήρα τους (επειδή στην πραγματικότητα τέτοια έσοδα δεν υφίστανται), θα άνοιγε την πόρτα σε πολυάριθμες διαφωνίες και, αναπόφευκτα, σε ένα σημαντικό χάσμα μεταξύ των συμβατικών προσδοκιών των παρόχων υπηρεσιών και εκείνων των εκδοτών, υπονομεύοντας ολόκληρη τη δομή του Κανονισμού- ο οποίος στοχεύει να ευνοήσει τη σύναψη συμφωνιών μεταξύ των μερών, καθιστώντας τις προσδοκίες εκάστου αυτών διαφανείς και προβλέψιμες.

Προτείνεται, επομένως, να παραμείνουμε πιστοί στην Οδηγία και το νόμο, καθώς και στις γενικές αρχές των νομοθεσιών περί πνευματικής ιδιοκτησίας, και να εξαιρέσουμε τα έμμεσα έσοδα από τη βάση υπολογισμού, θεωρώντας τα ως μη μετρήσιμο στοιχείο, **λαμβάνοντας υπόψη ως βάση υπολογισμού μόνο τα άμεσα έσοδα, τα οποία είναι πράγματι τα μόνα έσοδα που θα μπορούσαν δυνητικά να σχετίζονται με το περιεχόμενο προστασίας.**

**1.5. Η συμπερίληψη εσόδων που δεν συνδέονται άμεσα με τις εκδόσεις τύπου στον τύπο υπολογισμού δεν είναι επίσης παραδεκτή από νομικής άποψης.** Σύμφωνα με τις αρχές που εφαρμόζονται σε περίπτωση μη εξουσιοδοτημένης χρήσης προστατευόμενου υλικού (άρθρο 65 παρ.3 του Ν. 2121/93), το κέρδος μπορεί να λαμβάνεται υπόψη μόνο στο μέρος που αποδίδεται άμεσα στη χρήση του προστατευόμενου υλικού, εξαιρουμένου δηλαδή του κέρδους που προκύπτει αιτιωδώς από εξωγενείς παράγοντες ή επιχειρηματικούς παράγοντες που αποδίδονται στον παραβάτη. Αξιοσημείωτο είναι ότι οι σχετικές νομοθετικές διατάξεις απαιτούν να λαμβάνεται υπόψη μόνο η αποζημίωση που αποτελεί άμεση συνέπεια της παραβίασης. Εν προκειμένω, είναι σαφές ότι οι εκδότες δεν μπορούν να ζητήσουν για την



άδεια χρήσης των εκδόσεων τύπου να χρησιμοποιηθεί διαφορετική μεθοδολογία από αυτήν που θα μπορούσαν να διεκδικήσουν σε περίπτωση δικαστικής διαμάχης για μη εξουσιοδοτημένη χρήση των εκδόσεων αυτών.

Πράγματι, η εύλογη αμοιβή που δικαιούνται να λάβουν οι εκδότες είναι ένα συμβατικό αντάλλαγμα, το οποίο σύμφωνα με τη λογική του είναι η αποζημίωση που αποτελεί άμεση συνέπεια της χρήσης της υπηρεσίας. Υπό το πρίσμα των ανωτέρω, εάν ο Κανονισμός περιλάμβανε αναφορά στα έμμεσα διαφημιστικά έσοδα, ο Κανονισμός θα ήταν ασυνεπής, εκτός από το άρθρο 15 της Οδηγίας, και με τις γενικές αρχές του δικαίου που συνοψίστηκαν παραπάνω.

Επιπλέον, τα έσοδα που δεν συνδέονται άμεσα με τις εκδόσεις τύπου ως βάση για την αμοιβή απορρίπτονται επίσης σε επίπεδο ΕΕ, όταν υπάρχουν πιο ακριβή μοντέλα (όπως αυτά που βασίζονται στα άμεσα έσοδα). Στην υπόθεση *Kanal 5*, όπου το Δικαστήριο της ΕΕ έπρεπε να αναλύσει το μοντέλο αμοιβής ενός οργανισμού συλλογικής διαχείρισης, το Δικαστήριο δήλωσε ξεκάθαρα την θέση του υπέρ μεθόδων που εντοπίζουν και ποσοτικοποιούν τη χρήση συγκεκριμένων έργων και το κοινό αυτών των έργων (σε βάρος πιο γενικών μοντέλων). Κατά την άποψη του Δικαστηρίου, τα πιο γενικά μοντέλα αμοιβής (όπως π.χ. αυτά που βασίζονται σε έσοδα που δεν σχετίζονται άμεσα με τις εκδόσεις τύπου) θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη μόνο όταν δεν υπάρχουν πιο ακριβή μοντέλα (δηλαδή, αυτά που βασίζονται σε άμεσα έσοδα). Σε μεταγενέστερη υπόθεση (*Football Association Premier League*), το Δικαστήριο υπογράμμισε ότι, προκειμένου η αμοιβή να είναι κατάλληλη, πρέπει να είναι εύλογη σε σχέση με τον αριθμό των ατόμων που απολαμβάνουν ή επιθυμούν να απολαύσουν την υπηρεσία, κάνοντας σαφή σύνδεση μεταξύ της χρήσης της υπηρεσίας και της αμοιβής και απορρίπτοντας έτσι άλλους παράγοντες που δεν σχετίζονται με τη χρήση της υπηρεσίας για τον προσδιορισμό της αμοιβής.

**1.6** Μια τελευταία σημαντική επισήμανση σχετικά με την έννοια των εσόδων είναι ότι στο βαθμό που αυτά τα «έμμεσα» έσοδα - εάν υφίσταντο - περιληφθούν στη βάση υπολογισμού της αμοιβής παρά τις παρατηρήσεις μας που εκθέσαμε ανωτέρω, η ίδια έννοια θα πρέπει να εφαρμοστεί στα **οικονομικά οφέλη που απολαμβάνει ο εκδότης** χάρη στην ορατότητα που αποκτά μέσω των υπηρεσιών του παρόχου, η οποία είναι απτή, συγκεκριμένη και μετρήσιμη. Ένας τέτοιος υπολογισμός εσόδων θα μπορούσε να εξετάσει παράγοντες όπως η οικονομική αξιοποίηση των δεδομένων των χρηστών και οι πωλήσεις συνδρομών με βάση τις αυξημένες προβολές των σελίδων που λαμβάνει ο εκδότης ως αποτέλεσμα της ανακατευθυνόμενης επισκεψιμότητας<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Για παράδειγμα, το Reader Revenue Manager βοηθά τους εκδότες να προσελκύσουν νέους συνδρομητές και να ενισχύουν την αφοσίωση των υπαρχόντων συνδρομητών στο διαδίκτυο. Από την κυκλοφορία της το 2018, η τεχνολογία αυτή έχει δημιουργήσει περισσότερους από 650.000 νέους συνδρομητές για τους συνεργάτες ειδήσεων. Οι εκδότες ελέγχουν πώς χρησιμοποιούν το Reader Revenue Manager στις δικές τους ιστοσελίδες και διατηρούν το 85% έως 95% των εσόδων, ενώ παράλληλα κατέχουν απευθείας τη σχέση με τους χρήστες. Επιπλέον, κάθε μήνα το Google Search και το Google News συνδέουν τους ανθρώπους με τις ιστοσελίδες των εκδοτών περισσότερες από 24 δισεκατομμύρια φορές. Η επισκεψιμότητα που στέλνει η Google στις ιστοσελίδες ειδήσεων βοηθά τους εκδότες να αυξήσουν το αναγνωστικό κοινό τους, να χτίσουν εμπιστοσύνη με τους αναγνώστες και να κερδίσουν χρήματα. Η διαφημιστική τεχνολογία της Google βοηθά τους ειδησεογραφικούς

Εάν το σχέδιο Κανονισμού περιλαμβάνει την έννοια των «εσόδων που δεν σχετίζονται άμεσα με τις εκδόσεις τύπου», η ένταξη αυτή πρέπει να εφαρμοστεί με δίκαιο τρόπο, δηλαδή τόσο όσον αφορά τους εκδότες όσο και όσον αφορά τις πλατφόρμες. Μόνο με την ισότιμη εξέταση των εκατέρωθεν οικονομικών οφελών αντικατοπτρίζεται σωστά η διαφορά στην αξία. Αυτό θα πρέπει να ισχύει επίσης σε σχέση με το «άμεσο» οικονομικό όφελος (το οποίο για τους εκδότες θα σήμαινε την ανακατεύθυνση επισκεψιμότητας στις ιστοσελίδες τους που προέρχεται από τις υπηρεσίες των παρόχων της ΚτΠ), καθώς η ίδια έννοια θα πρέπει να εφαρμόζεται στα οικονομικά οφέλη που απολαμβάνει ο εκδότης χάρη στην ορατότητα που αποκτά μέσω των υπηρεσιών των παρόχων της ΚτΠ.

**1.7.** Περαιτέρω, ο τύπος (φόρμουλα) προβλέπει ότι για τον προσδιορισμό «της κοινής βάσης υπολογισμού των αμοιβών όλων των εκδοτών της Ελληνικής αγοράς από έναν πάροχο υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας για ένα συγκεκριμένο ημερολογιακό έτος» που σύμφωνα με το σχέδιο του Κανονισμού ισούται είτε τα συνολικά διαφημιστικά έσοδα είτε με το άθροισμα ακαθόριστων εσόδων, άμεσων συν έμμεσων-, **«εφαρμόζονται: α) ο συντελεστής (A/B), βάση της διαδικτυακής επισκεψιμότητας όλου του περιεχομένου προστασίας των εκδοτών τύπου της Ελλάδος, μέσω της πλατφόρμας του παρόχου στην Ελληνική αγορά (A), σε σχέση με τη συνολική διαδικτυακή επισκεψιμότητα του περιεχομένου μέσω της πλατφόρμας του παρόχου στην Ελληνική αγορά (B)»...**» (άρθρο 3 παρ. 4 του σχεδίου Κανονισμού).

Με την Ανακοίνωση, διευκρινίστηκαν τα εξής: «Με τον όρο 'διαδικτυακή επισκεψιμότητα' του περιεχομένου, εννοείται ο αριθμός των προβολών του προστατευόμενου περιεχομένου των εκδοτών στις διαδικτυακές υπηρεσίες και εφαρμογές του παρόχου ΚτΠ, οι οποίες όμως στη συνέχεια ενεργοποιήθηκαν από το χρήστη, ο οποίος και ακολούθησε τον προβαλλόμενο σύνδεσμο ανακατεύθυνσης προς την ιστοσελίδα του εκδότη, κατά το οριζόμενο ετήσιο χρονικό διάστημα (συντελεστής A). Συνεπώς, ο εν λόγω ορισμός δεν αφορά στο σύνολο όλων των προβολών (impressions), αλλά μόνο στο σύνολο εκείνων των προβολών που τελικώς ενεργοποιήθηκαν. Αντίστοιχος είναι και ο ορισμός για το σύνολο της διαδικτυακής επισκεψιμότητας περιεχομένου μέσω της πλατφόρμας του παρόχου ΚτΠ (συντελεστής B), που αντιστοιχεί στον αριθμό όλων των προβολών αποτελεσμάτων αναζήτησης στην Ελληνική αγορά, τα οποία στη συνέχεια ενεργοποιήθηκαν από τον εκάστοτε χρήστη, κατά το οριζόμενο ετήσιο χρονικό διάστημα υπολογισμού.».

Ενώ παραμένει ασαφές τι είναι ο «συνολικός αριθμός των προβολών που ενεργοποιήθηκαν τελικά», υποθέτουμε ότι η αναφορά γίνεται σε «κλικ» αντί για προβολές- κάτι που θα είχε περισσότερο νόημα καθώς συνήθως (και σίγουρα σύμφωνα με το επιχειρηματικό μοντέλο της Google) μόνο τα κλικ θα μπορούσαν να δημιουργήσουν έσοδα και, συνεπώς, οικονομική αξία, ενώ οι προβολές μόνο (δηλαδή περιεχόμενο που μόνο εμφανίζεται στον χρήστη, χωρίς καμία ενέργεια στο περιεχόμενο εκ μέρους του) δεν το κάνουν.

---

οργανισμούς να κερδίσουν χρήματα εμφανίζοντας διαφημίσεις στις ιστοσελίδες, τις εφαρμογές και τα βίντεό τους και κάθε χρόνο καταβάλλει δισεκατομμύρια δολάρια απευθείας στους εκδοτικούς συνεργάτες του διαφημιστικού της δικτύου.

Σε κάθε περίπτωση, ωστόσο – είτε η διαδικτυακή επισκεψιμότητα αναφέρεται σε κλικ είτε σε προβολές- η παραδοχή ότι ο συντελεστής A/B, μπορεί να παρέχει το ύψος του οικονομικού οφέλους που δημιουργήθηκε με βάση την διαδικτυακή παρουσία του προστατευόμενου περιεχομένου [όπου το A αντιπροσωπεύει τη διαδικτυακή επισκεψιμότητα που σχετίζεται με το προστατευόμενο περιεχόμενο των εκδοτών και το B τη συνολική διαδικτυακή επισκεψιμότητα] είναι λανθασμένη και δυσανάλογη.

Πράγματι, όπως έχει ήδη καταδειχθεί παραπάνω, η προβολή δυνητικά προστατευόμενου περιεχομένου δεν προκαλεί από μόνη της έσοδα ή «οικονομικό όφελος» και οι διαφημίσεις στις μηχανές αναζήτησης καθοδηγούνται σε συντριπτικό βαθμό από το ίδιο το ερώτημα της αναζήτησης, ενώ το ειδησεογραφικό προστατευόμενο περιεχόμενο προβάλλεται κατά συντριπτική πλειοψηφία χωρίς διαφήμιση και, ως εκ τούτου, χωρίς έσοδα.

Εν ολίγοις, ενώ θα μπορούσαν να υπάρχουν πολλοί χρήστες που τους προβάλλεται ή ακόμα και κάνουν κλικ σε προστατευόμενο περιεχόμενο ειδήσεων κατά τη χρήση της μηχανής αναζήτησης της Google, υφίσταται πολύ λίγη διαφήμιση που σχετίζεται με αυτό το περιεχόμενο και σε ακόμη πιο λίγες διαφημίσεις κάνουν κλικ οι χρήστες ώστε να δημιουργούνται έσοδα. Αυτό σημαίνει ότι λαμβάνοντας υπόψη την διαδικτυακή επισκεψιμότητα ως τεκμήριο της αξίας που αποφέρει το προστατευόμενο περιεχόμενο ειδήσεων στον πάροχο, στην πραγματικότητα μεγαλοποιείται και υπερτιμάται υπερβολικά η τυχόν αξία.

**1.8.** Τέλος, κρίσιμος ρόλος στον υπολογισμό της αμοιβής αποδίδεται σε ένα αρχικό ποσοστό (Π<sub>0</sub>) (βλ. άρθρο 3 παρ. 4.β του σχεδίου Κανονισμού), το οποίο - ωστόσο - δεν ορίζεται εκ των προτέρων, είναι αβέβαιο και πουθενά στο κείμενο του σχεδίου Κανονισμού δεν αναφέρεται βάσει ποιων χαρακτηριστικών, ποσοτικών ή ποιοτικών, θα υπολογίζεται. Η μόνη βάση που φαίνεται να προβλέπεται για τον καθορισμό του αρχικού ποσοστού (Π<sub>0</sub>) είναι το «υποβληθέν αίτημα περί έκδοσης εμπιστευτικής γνωμοδότησης» και «τα επιμέρους χαρακτηριστικά τόσο του αιτούντος μέρους, όσο και του σχετικού υποβληθέντος αιτήματος» (βλ. την Ανακοίνωση, επίσης βλ. Δημόσια Διαβούλευση, σελ. 8, Βήμα 3 όπου ορίζεται ότι «Το ποσοστό αυτό θα καθορίζεται ανά περίπτωση στο πλαίσιο του υποβληθέντος αιτήματος περί έκδοσης εμπιστευτικής γνωμοδότησης, ενώπιον της ΕΕΤΤ, σύμφωνα με την παρ. 6 του άρθρου 18 του Ν.4996/22, λαμβάνοντας υπόψη τα επιμέρους χαρακτηριστικά τόσο του αιτούντος μέρους, όσο και του σχετικού υποβληθέντος αιτήματος»), προβλέποντας στην πραγματικότητα άγνωστα σύνολα πληροφοριών που θα κοινοποιούνται μονόπλευρα από το αιτούν μέρος στην ΕΕΤΤ και θα οδηγούν σε αυθαίρετο προσδιορισμό του εν λόγω ποσοστού από την ΕΕΤΤ.

Ακόμα, όσον αφορά το «αρχικό» ποσοστό Π<sub>0</sub> του σχεδίου Κανονισμού, το οποίο θεωρείται ότι συμβάλλει στον προσδιορισμό της **«από κοινού αξίας μεταξύ του παρόχου και των εκδοτών για το περιεχόμενο προστασίας αυτών, το οποίο θα αποτελέσει τη κοινή βάση υπολογισμού των αμοιβών όλων των εκδοτών..»** (Δημόσια Διαβούλευση, σελίδα 8, βήμα 3) και περιλαμβάνεται στον υπολογισμό για τον προσδιορισμό των ετήσιων οικονομικών οφελών ως βάση της συνολικής αμοιβής των εκδοτών σύμφωνα με το άρθρο 3 παρ. 1 του σχεδίου Κανονισμού (**«Στο Στάδιο 1, καθορίζεται η κοινή, για όλους τους εκδότες τύπου της**



***Ελλάδος, βάση υπολογισμού της ετήσιας αμοιβής τους από έναν πάροχο υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, για ένα συγκεκριμένο ημερολογιακό έτος», βλ. άρθρο 3 παρ. 1 του σχεδίου Κανονισμού), είναι δύσκολο να κατανοηθεί γιατί θα πρέπει να προκύπτει από τα χαρακτηριστικά μιας και μόνο μεμονωμένης περίπτωσης, ενώ εφαρμόζεται για τον υπολογισμό της συνολικής βάσης της αμοιβής «όλων» των εκδοτών.***

Από την παραπάνω προφανή αντίφαση προκύπτει ότι το αρχικό ποσοστό ( $\Pi_0$ ) συνδέεται αποκλειστικά με τον συγκεκριμένο εκδότη που ζητά την έκδοση γνωμοδότησης για την αμοιβή και όχι με την «κοινή βάση υπολογισμού των αμοιβών ΟΛΩΝ των εκδοτών για το περιεχόμενο προστασίας τους» σε αντίθεση με τη διατύπωση του σχεδίου Κανονισμού (άρθρο 3 παρ. 1 του σχεδίου Κανονισμού) και σε αντίθεση με τη συνολική λογική του τύπου που στο Στάδιο 1 χρησιμοποιείται για τον υπολογισμό της συνολικής βάσης της αμοιβής και όχι της αμοιβής για έναν μεμονωμένο εκδότη. Το γεγονός ότι το «αρχικό» ποσοστό  $\Pi_0$  θα προσδιορίζεται κατά περίπτωση με βάση τα ατομικά χαρακτηριστικά του αιτούντος εκδότη και της υπόθεσής του, αλλά θα χρησιμοποιείται για τον υπολογισμό της κοινής βάσης υπολογισμού της αμοιβής όλων των εκδοτών δημιουργεί σαφές ελάττωμα στο σχέδιο Κανονισμού και θα πρέπει να θεραπευτεί κατά τρόπο που να αντικατοπτρίζει σαφή και αντικειμενικά κριτήρια που θα χρησιμοποιούνται για τον προσδιορισμό του αναλογούντος ποσοστού για όλους τους εκδότες.

Εάν το αρχικό ποσοστό ( $\Pi_0$ ) δεν οριστεί σαφώς στο κείμενο του σχεδίου Κανονισμού και παραμείνει όπως είναι στο τρέχον σχέδιο του Κανονισμού, θα "πειράξει" αναπόφευκτα την αντικειμενικότητα των κριτηρίων για την επίτευξη της εύλογης αμοιβής καθώς προσθέτει στον τύπο έναν παράγοντα που είναι εντελώς αυθαίρετος και απρόβλεπτος. Αυτό καθιστά αυθαίρετο το αποτέλεσμα του τύπου, οδηγώντας σε αυξημένο αριθμό αποτυχημένων διαπραγματεύσεων μεταξύ των μερών καθώς οι εκδότες σε μια διαπραγμάτευση θα θέσουν αυθαίρετα και ενδεχομένως ακραία αιτήματα στους παρόχους της ΚτΠ και, τελικά, επιτρέπει στην ΕΕΤΤ να αποφασίσει την εύλογη αμοιβή βάσει της απόλυτης αυθαίρετης διακριτικής της ευχέρειας. Αυτό θα επηρεάσει την ελεύθερη διαπραγμάτευση μεταξύ των μερών και θα δημιουργήσει φυσικά ένα ανεξέλεγκτο ντόμινο διαιτησιών ενώπιον της ΕΕΤΤ, καθιστώντας ολόκληρη τη διαδικασία των διαπραγματεύσεων και των ακροάσεων ενώπιον της ΕΕΤΤ απρόβλεπτη, δαπανηρή και μη αξιόπιστη για όλα τα εμπλεκόμενα μέρη.

**1.9.** Για να περιπλέξει περαιτέρω τη βάση υπολογισμού του Σταδίου 1, όπως περιγράφεται στο άρθρο 3 του σχεδίου Κανονισμού στις παραγράφους 5, 6 και 7, το ίδιο άρθρο 3 προσθέτει προσαυξήσεις σε αυτό το απροσδιόριστο ποσοστό ( $\Pi_0$ ) που αφορούν τα χαρακτηριστικά του παρόχου υπηρεσιών ΚτΠ (έτη δραστηριοποίησης/λειτουργίας του παρόχου υπηρεσιών ΚτΠ, μερίδιο του παρόχου υπηρεσιών ΚτΠ), όταν το βασικό ποσοστό ( $\Pi_0$ ) αφορά - στο παρόν σχέδιο του Κανονισμού - το συγκεκριμένο αίτημα και την εκάστοτε περίπτωση, όπως υποβάλλεται από τον αιτούντα. Η χρήση των χαρακτηριστικών των μεμονωμένων εκδοτών σε αυτό το Στάδιο του υπολογισμού (Στάδιο 1) είναι αντίθετη με τη γενική λογική του τύπου, ο οποίος στο Στάδιο 1 χρησιμοποιείται για τον υπολογισμό της συνολικής βάσης της αμοιβής και όχι της αμοιβής για κάθε εκδότη. Επιπλέον, το γεγονός ότι δεν περιγράφεται ο τρόπος στάθμισης των στοιχείων αυτών και ο τρόπος με τον οποίο τελικά θα προσδιοριστεί το  $\Pi_0$ , αφήνοντας το στοιχείο αυτό στην απόλυτη διακριτική ευχέρεια της

ΕΕΤΤ, είναι σαφώς αντίθετο με την ανάγκη θέσπισης αντικειμενικών κριτηρίων για τον προσδιορισμό μιας εύλογης αμοιβής.

**1.10.** Επίσης, στο Στάδιο 2, σύμφωνα με το άρθρο 3 παρ. 9 έως 13 του σχεδίου Κανονισμού, η βάση για τον υπολογισμό της αμοιβής κάθε εκδότη προσδιορίζεται με τη διαίρεση της κοινής βάσης υπολογισμού όλων των εκδοτών- όπως υπολογίζεται εσφαλμένα στο Στάδιο 1- με το μερίδιο αγοράς κάθε εκδότη. Επιπλέον, εφαρμόζονται πρόσθετες προσαυξήσεις που αφορούν ειδικά τον εκδότη με βάση τον αριθμό των απασχολούμενων δημοσιογράφων και τα έτη δραστηριοποίησης των εκδοτών στην διαδικτυακή αγορά.

Όσον αφορά την ανωτέρω μεθοδολογία, κατ' αρχάς, πρέπει να σημειωθεί ότι, όπως επισημαίνεται στην παράγραφο 3.5 της «Προτεινόμενης μεθοδολογίας» του εγγράφου Δημόσιας Διαβούλευσης (σελ.13), «*το μερίδιο αγοράς προκύπτει από τη γενική διαδικτυακή επισκεψιμότητα (...) όλου του περιεχομένου προστασίας των εκδοτών*» και διευκρινίζεται ότι το εν λόγω κριτήριο («μερίδιο στην αγορά») διαφέρει από την διαδικτυακή επισκεψιμότητα του περιεχομένου προστασίας μέσω της πλατφόρμας του παρόχου. Ωστόσο, σε όλα τα στάδια της μεθοδολογίας δεν λαμβάνεται υπόψη η «διαδικτυακή επισκεψιμότητα» του εκδότη, παρόλο που ο νόμος προβλέπει ρητά ότι πρέπει να λαμβάνεται υπόψη κατά τον υπολογισμό της αμοιβής του εκδότη (όχι εναλλακτικά αλλά) ως αυτοτελές κριτήριο για τον καθορισμό της αμοιβής των εκδοτών. Πράγματι, σύμφωνα με την παρ. 5 του άρθρου 51B του Ν. 2121/1993, «*Η αμοιβή των εκδοτών από τους παρόχους υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας προσδιορίζεται, λαμβάνοντας υπόψη τη διαδικτυακή επισκεψιμότητα των αντικειμένων προστασίας*, [σημείωση του συντάκτη: το οποίο φαίνεται να ανταποκρίνεται στον ορισμό της διαδικτυακής διακίνησης του προστατευόμενου περιεχομένου μέσω της πλατφόρμας του παρόχου], *τα έτη δραστηριοποίησης και το μερίδιο στην αγορά των παρόχων υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας και των εκδοτών, τον αριθμό των δημοσιογράφων που απασχολούνται σε κάθε εκδότη, τα οικονομικά οφέλη, καθώς και οποιοδήποτε άλλο κριτήριο θεωρηθεί πρόσφορο για τον υπολογισμό της.*». Περαιτέρω, το σχέδιο Κανονισμού (άρθρο 3 παρ. 9), προβλέπει ότι «*η διαδικτυακή επισκεψιμότητα του περιεχομένου προστασίας στην ιστοσελίδα του εκδότη τύπου, μέσω της πλατφόρμας του παρόχου υπηρεσιών της ΚτΠ*» θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη, ωστόσο, πάλι εσφαλμένα, προσδιορίζεται ως διαζευκτικό κριτήριο του μεριδίου αγοράς.

Ωστόσο, η εν λόγω διαδικτυακή επισκεψιμότητα (καθώς και τα οικονομικά οφέλη των εκδοτών) δεν λαμβάνεται προφανώς υπόψη στη μεθοδολογία και αυτή η παράλειψη των κριτηρίων της «διαδικτυακής επισκεψιμότητας» και των «οικονομικών οφελών» [του εκδότη] κατά την εφαρμογή της μεθοδολογίας έρχεται σε σαφή αντίθεση με το κείμενο του νόμου. Επιπλέον, το κείμενο του σχεδίου Κανονισμού, στην ενότητα 2 «Νομικό πλαίσιο» του εγγράφου δημόσιας διαβούλευσης (σελ.4), το οποίο προβλέπει ότι «*Το προς διαβούλευση σχέδιο Κανονισμού της ΕΕΤΤ δεν περιλαμβάνει διατάξεις συμψηφισμού του οικονομικού οφέλους μεταξύ των παρόχων υπηρεσιών ΚτΠ και των εκδοτών. Και τούτο διότι η σαφής προμνημονευθείσα εξουσιοδοτική διάταξη του άρθρου 18 παρ. 5 του ν.4996/2022, που θεσπίζει τα κριτήρια για τον προσδιορισμό της αμοιβής των εκδοτών, όπως τελικώς ψηφίστηκε, δεν περιέχει σχετική ρύθμιση περί συμψηφισμού, ούτε εξουσιοδοτεί την ΕΕΤΤ να ρυθμίσει το θέμα αυτό.*» είναι εντελώς αντίθετο με την απαίτηση του νόμου να

χρησιμοποιούνται τα κριτήρια της «διαδικτυακής επισκεψιμότητας» και των «οικονομικών οφελών» κατά τον υπολογισμό της αμοιβής. Στην πραγματικότητα, πιστεύουμε ότι όχι μόνο επιτρέπεται ο συμψηφισμός κατά τον υπολογισμό της αμοιβής του εκδότη, αλλά **ο εν λόγω συμψηφισμός απαιτείται από το νόμο.**

**1.11.** Αλλά ακόμη χειρότερα, οι πρόσθετες προσαυξήσεις που σχετίζονται με τον αριθμό των δημοσιογράφων που απασχολούνται και τα έτη δραστηριοποίησης του εκδότη, διογκώνουν τεχνητά το ποσοστό αγοράς του μεμονωμένου εκδότη και θα καταλήξουν να επηρεάσουν την «κοινή βάση υπολογισμού των αμοιβών ΟΛΩΝ των εκδοτών για το περιεχόμενο προστασίας τους» του Σταδίου 1, υπό την έννοια ότι, αν αθροιστούν ως προς την αμοιβή όλων των δικαιούχων εκδοτών, θα προκύψει συνολικό ποσό που υπερβαίνει τη συνολική αμοιβή που δικαιούνται όλοι οι δικαιούχοι εκδότες μαζί. Με άλλα λόγια, εάν όλοι οι εκδότες δικαιούνται συνολικά 100 που θα διανεμηθούν με βάση το μερίδιο αγοράς κάθε εκδότη, η προσθήκη ποσοστιαίων μονάδων σε αυτό το μερίδιο θα κατανείμει σε κάθε εκδότη υψηλότερα ατομικά μερίδια τα οποία, όταν αθροιστούν όλα μαζί, θα καταλήγουν σε συνολικό άθροισμα υψηλότερο του 100, δηλαδή σε αριθμό που στην πραγματικότητα υπερβαίνει το σύνολο της βάσης υπολογισμού όλων των εκδοτών που υπολογίζεται στο Στάδιο 1.

**1.12.** Επιπλέον, το μέγεθος αυτή της προσαύξησης δεν θα ήταν καν προβλέψιμο, δεδομένου ότι η εφαρμογή της προσαύξησης που σχετίζεται με τον «αριθμό των δημοσιογράφων», λόγω του συχνά μεταβαλλόμενου αριθμού των δημοσιογράφων που απασχολούνται από τους εκδότες, θα οδηγούσε επίσης σε τεράστιες διακυμάνσεις. Ενώ σημειώνουμε ότι η παρ. 5 του άρθρου 51B του Ν. 2121/1993 προβλέπει ρητά το κριτήριο του αριθμού των δημοσιογράφων που λαμβάνεται υπόψη για τον υπολογισμό της δίκαιης αμοιβής, ο Κανονισμός θα ήταν μια μεγάλη ευκαιρία να αποσαφηνιστεί περαιτέρω η εφαρμογή αυτού του στοιχείου, ώστε να αποφευχθεί ένα ιδιαίτερα διογκωμένο και κυμαινόμενο ποσοστό που θα έχει ως αποτέλεσμα απρόβλεπτα αποτελέσματα τόσο για τους εκδότες τύπου όσο και για τους χρήστες.

**1.13.** Πέραν των ανωτέρω, σημειώνουμε ότι το σχέδιο Κανονισμού προβλέπει έναν συγκεκριμένο ορισμό των «**παρόχων υπηρεσιών της Κοινωνίας της Πληροφορίας (ΚτΠ)**» για τους σκοπούς της ενσωμάτωσης του άρθρου 15 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/790. Πιο συγκεκριμένα, κατά την ανάγνωση του άρθρου 2 παρ. 1.α του σχεδίου Κανονισμού (Ορισμός των «Ενδιαφερόμενων Μερών») ο ορισμός των «παρόχων υπηρεσιών της Κοινωνίας της Πληροφορίας (ΚτΠ)» περιλαμβάνει αναφορά τόσο στο άρθρο 18 του Ν. 4996/2022 όσο και στο άρθρο 20 του ίδιου νόμου. Ωστόσο, το άρθρο 20 του Ν. 4996/2022 ενσωματώνει το άρθρο 17 της Οδηγίας (ΕΕ) 2019/790 και το άρθρο 2 παρ. 6 της Οδηγίας αυτής, που αναφέρεται στους «παρόχους επιγραμμικών υπηρεσιών διαμοιρασμού περιεχομένου» (OCSSP) και δεν σχετίζεται με το άρθρο 15 της εν λόγω Οδηγίας, το οποίο είναι το επίμαχο στην παρούσα υπόθεση και συνδέεται αποκλειστικά με τον ορισμό που παρέχεται στο άρθρο 2 παρ. 5 της Οδηγίας (βλ. άρθρο 18 του Ν.4996/2022 σε συνδυασμό με τα άρθρα 2 παρ. 5 και 15 της Οδηγίας). Η ύπαρξη και των δύο αναφορών είναι διφορούμενη και αυξάνει την αβεβαιότητα της πρακτικής εφαρμογής του Κανονισμού, καθώς και εγείρει πρόσθετα ερωτήματα τα οποία δεν πρέπει να αφήνονται στη διακριτική ευχέρεια της ΕΕΤΤ, ιδίως όχι κατά περίπτωση.

**1.14.** Οι παραπάνω παρατηρήσεις, όπως αναλύονται περαιτέρω στις απαντήσεις μας στις ερωτήσεις της Δημόσιας Διαβούλευσης που ακολουθούν, δείχνουν ότι ο Κανονισμός, εάν επιβεβαιωθεί στην παρούσα μορφή του, θα δημιουργήσει πολύ υψηλό επίπεδο αβεβαιότητας στην αγορά και, κατά συνέπεια, μεγάλες λειτουργικές προκλήσεις για όλους τους παίκτες. Στην Google προσεγγίζουμε την αξιολόγηση των σχεδίων νόμων και κανονισμών, βάσει αρχών, εξετάζοντας αν σέβονται το ανοιχτό διαδίκτυο και την ελεύθερη έκφραση που αυτό επιτρέπει, εάν οι νομοθεσίες αυτές επηρεάζουν την ικανότητά μας να παρέχουμε στους ανθρώπους που χρησιμοποιούν τα προϊόντα μας πηγές πληροφοριών που είναι σχετικές, έγκυρες και ποικιλόμορφες, καθώς επίσης κι εάν μας επιτρέπουν να λειτουργούμε με τη σαφήνεια που επιδιώκει οποιαδήποτε επιχείρηση. Όπως έχουμε γνωστοποιήσει όταν άλλα κράτη έχουν εξετάσει παρόμοιες προτάσεις που είναι ασύμβατες με το επιχειρηματικό μας μοντέλο, ο Κανονισμός εφόσον τεθεί σε ισχύ στην παρούσα μορφή του, θα δημιουργήσει τέτοια αβεβαιότητα που καμία εταιρεία δεν θα το αποδεχόταν, και μπορεί να αναγκαστούμε να διακόψουμε περαιτέρω επενδύσεις στο ειδησεογραφικό οικοσύστημα της χώρας, συμπεριλαμβανομένων των συνεργασιών προϊόντων και των προγραμματισμένων επεκτάσεων του Google News Initiative, έως ότου μπορέσουμε να λειτουργήσουμε με επιχειρηματική σαφήνεια. Η συμμόρφωση με την εκάστοτε νομοθεσία είναι το αρχικό και απαραίτητο βήμα για να μπορέσει η Google να λειτουργήσει στην αγορά και προς όφελος του συνολικού οικοσυστήματος, καθώς έτσι θα μπορέσουμε να παρουσιάσουμε εμπορικά προγράμματα και συμφωνίες.

#### Εν κατακλείδι:

- 1.** Από μια πρώτη ανάγνωση του σχεδίου Κανονισμού φαίνεται ότι η ΕΕΤΤ δεν διευκρινίζει τα κριτήρια που πρέπει να χρησιμοποιηθούν για τον υπολογισμό, σφάλει στον προσδιορισμό της κοινής βάσης υπολογισμού και αφήνει άπλετο περιθώριο στην ΕΕΤΤ να εκδίδει αυθαίρετους υπολογισμούς κατά την έκδοση εμπιστευτικών γνωμοδοτήσεων σχετικά με την εύλογη αμοιβή των εκδοτών.
- 2.** Η χρήση των «συνολικών διαφημιστικών εσόδων» του παρόχου που προβλέπεται στο άρθρο 3 παρ. 3 του σχεδίου Κανονισμού ως βάση για τον υπολογισμό της αμοιβής των δικαιούχων εκδοτών, δεν αποτελεί ακριβή βάση υπολογισμού, διότι τα συνολικά έσοδα του παρόχου δεν μπορούν να αποδοθούν όλα- άμεσα ή μη- στην επιγραμματική παρουσία του προστατευόμενου περιεχομένου των εκδοτών. Ενόψει των ανωτέρω, η αναφορά στα «συνολικά διαφημιστικά έσοδα του παρόχου» στο άρθρο 3 παρ. 3 του σχεδίου Κανονισμού ως βάση υπολογισμού είναι δυσανάλογη, εσφαλμένη και αποδεικνύει ότι βασίζεται σε εσφαλμένες αντιλήψεις και αυθαίρετες παραδοχές για το επιχειρηματικό μοντέλο των παρόχων ΚτΠ.
- 3.** Ομοίως, τα έσοδα που δεν σχετίζονται άμεσα με το προστατευόμενο περιεχόμενο των εκδοτών τύπου δεν θα πρέπει να αποτελούν μέρος της βάσης υπολογισμού, καθώς δεν υπάρχει ορισμός που να δίνεται από την αγορά ούτε από την ισχύουσα νομοθεσία, και κυρίως δεν είναι παραδεκτά από νομικής άποψης, καθώς σύμφωνα με τις αρχές των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας, θα πρέπει να υπάρχει άμεση σύνδεση μεταξύ της αμοιβής και της πραγματικής χρήσης του υλικού που προστατεύεται από την πνευματική

ιδιοκτησία. Τέλος, δεδομένου ότι τα άμεσα έσοδα σχετίζονται ήδη «έμμεσα» με το προστατευόμενο περιεχόμενο (για όλους τους λόγους που εξηγήθηκαν παραπάνω), η συμπερίληψη των «έμμεσων εσόδων» θα οδηγούσε στην πραγματικότητα σε διπλή καταμέτρηση.

4. Επιπλέον, η χρήση του λόγου (ratio) μεταξύ της διαδικτυακής επισκεψιμότητας που σχετίζεται με το προστατευόμενο περιεχόμενο και της συνολικής διαδικτυακής επισκεψιμότητας ως προσδιοριστικού της αξίας που αποφέρει το προστατευόμενο περιεχόμενο ειδήσεων στον πάροχο υπερτιμά και μεγαλοποιεί υπερβολικά αυτή την αξία, καθώς η προβολή δυνητικά προστατευόμενου περιεχομένου δεν προκαλεί από μόνη της έσοδα ή «οικονομικό όφελος» και οι διαφημίσεις στις μηχανές αναζήτησης εξαρτώνται συντριπτικά από το ίδιο το ερώτημα των αναζητήσεων, ενώ το προστατευόμενο περιεχόμενο ειδήσεων συνδέεται πολύ σπάνια με τις διαφημίσεις και, συνεπώς, με τα έσοδα.

5. Τέλος, κρίσιμος ρόλος στον υπολογισμό των αμοιβών αποδίδεται σε ένα αρχικό ποσοστό ( $\Pi_0$ ) (βλ. άρθρο 3 παρ. 4.β του σχεδίου Κανονισμού), το οποίο- ωστόσο- δεν ορίζεται, είναι αβέβαιο και πουθενά στο κείμενο του σχεδίου Κανονισμού δεν αναφέρεται βάσει ποιων χαρακτηριστικών, ποσοτικών ή ποιοτικών, θα υπολογίζεται, αφήνοντάς το στην απόλυτη διακριτική ευχέρεια της ΕΕΤΤ σε πλήρη αντίθεση με το σκεπτικό του ίδιου του Κανονισμού.

6. Όσον αφορά τον υπολογισμό για κάθε εκδότη τύπου, που καθορίζεται στο πλαίσιο του Σταδίου 2, δεν λαμβάνει υπόψη την «διαδικτυακή επισκεψιμότητα» και τα «οικονομικά οφέλη» του εκδότη - σε αντίθεση με το κείμενο του νόμου - και περιλαμβάνει προσαυξήσεις του ποσοστού με βάση τον αριθμό των δημοσιογράφων και τα έτη δραστηριοποίησης, οι οποίες, αν αθροιστούν ως προς την αμοιβή όλων των δικαιούχων εκδοτών, θα οδηγήσουν σε συνολικό ποσό που υπερβαίνει τη συνολική αμοιβή που ενδέχεται να δικαιούνται όλοι οι δικαιούχοι εκδότες.

7. Πέραν των ανωτέρω, σημειώνουμε ότι το σχέδιο Κανονισμού προβλέπει έναν συγκεχυμένο ορισμό των «παρόχων υπηρεσιών της Κοινωνίας της Πληροφορίας (ΚτΠ)» για τους σκοπούς της ενσωμάτωσης του άρθρου 15 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/790, ο οποίος θα πρέπει να διορθωθεί.

Παραθέτουμε κατωτέρω τις σύντομες απαντήσεις της Google στα ερωτήματα που τέθηκαν στη Δημόσια Διαβούλευση σχετικά με τα δύο στάδια υπολογισμού της αμοιβής των εκδοτών κατά το σχέδιο του Κανονισμού.

## **2. Απαντήσεις στις Ερωτήσεις**

### **Ερωτήσεις επί του Σταδίου 1**

2.1. Συμφωνείτε με την προσέγγιση της ΕΕΤΤ αναφορικά με τον καθορισμό: (α) των ετήσιων συνολικών διαφημιστικών εσόδων του παρόχου (ΣΔΕΠ), και (β) την από κοινού παραγόμενη αξία (Νπαρ) παρόχου και εκδοτών για το περιεχόμενο προστασίας αυτών, ως ένα ποσοστό επί των ετήσιων συνολικών διαφημιστικών εσόδων του παρόχου στην Ελληνική



αγορά, με τη χρήση ενός συντελεστή μερισμού (A/B); Αν όχι, παρακαλούμε να προτείνετε εναλλακτικές προσεγγίσεις, αιτιολογώντας την πρότασή σας. (Ερώτηση 1.1 επί του κειμένου Δημόσιας Διαβούλευσης)

Απάντηση: Όχι. Παραπέμπουμε στις εισαγωγικές παρατηρήσεις μας για λεπτομερή εξήγηση. Ειδικότερα όσον αφορά τη χρήση των «συνολικών διαφημιστικών εσόδων» του παρόχου, η οποία προβλέπεται στο άρθρο 3 παρ. 3 του σχεδίου Κανονισμού ως βάση για τον υπολογισμό της αμοιβής των δικαιούχων εκδοτών, δεν αποτελεί ακριβή βάση υπολογισμού, διότι τα συνολικά έσοδα του παρόχου δεν μπορούν να αποδοθούν όλα- άμεσα ή μη- στην επιγραμμική παρουσία του προστατευόμενου περιεχομένου των εκδοτών. Επίσης, εάν ο στόχος είναι να χρησιμοποιηθούν τα συνολικά διαφημιστικά έσοδα ως βάση για τον υπολογισμό της αμοιβής, δεν θα είχε νόημα να προσδιοριστούν τα δύο μέρη από τα οποία υποτίθεται ότι αποτελούνται - δηλαδή αυτά που σχετίζονται «άμεσα» και «έμμεσα» με το περιεχόμενο των εκδοτών τύπου. Στην αγορά ή στη νομοθεσία δεν υποστηρίζεται ο ορισμός της έννοιας των έμμεσων εσόδων ή των εσόδων που δεν σχετίζονται άμεσα με τις εκδόσεις τύπου. Επίσης, μπορεί να επιβεβαιωθεί ότι στο συγκεκριμένο σενάριο τέτοια έσοδα δεν υφίστανται καθόλου.

Στην εφαρμογή των αρχών της πνευματικής ιδιοκτησίας, το κέρδος μπορεί να λαμβάνεται υπόψη μόνο στο μέρος που αποδίδεται άμεσα στη χρήση του προστατευόμενου υλικού, εξαιρουμένου του κέρδους που προκύπτει αιτιωδώς από εξωγενείς παράγοντες ή επιχειρηματικούς παράγοντες που αποδίδονται στον παραβάτη. Συνεπώς, μόνο τα άμεσα έσοδα, δηλαδή τα έσοδα που προέρχονται από τα κλικ των χρηστών στις διαφημίσεις που εμφανίζονται στις σελίδες αποτελεσμάτων αναζήτησης που περιλαμβάνουν προστατευόμενο περιεχόμενο τύπου, θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη ως βάση για τον υπολογισμό, καθώς μόνο εντός αυτών των εσόδων μπορεί να βρίσκεται η αξία που θα πρέπει να αναδιανεμηθεί στους εκδότες.

Όσον αφορά την παραδοχή ότι ο συντελεστής μερισμού (A/B) θα μπορούσε να παρέχει τον όγκο του οικονομικού οφέλους που δημιουργείται από τη διαδικτυακή παρουσία του περιεχομένου προστασίας [όπου: A: η διαδικτυακή επισκεψιμότητα όλου του περιεχομένου προστασίας των εκδοτών τύπου, και B: η συνολική διαδικτυακή επισκεψιμότητα] αυτή είναι εσφαλμένη και δυσανάλογη.

Ως εκ τούτου, προτείνεται να παραμείνουμε πιστοί στην Οδηγία και την ελληνική νομοθεσία, καθώς και στις γενικές αρχές της νομοθεσίας περί πνευματικών δικαιωμάτων, και να εξαιρέσουμε τα έμμεσα έσοδα από τη βάση υπολογισμού, αντιμετωπίζοντάς τα ως μη μετρήσιμο στοιχείο, **λαμβάνοντας υπόψη μόνο τα άμεσα έσοδα, τα οποία είναι πράγματι τα μόνα έσοδα που σχετίζονται με το περιεχόμενο προστασίας.**

Για τους παραπάνω λόγους, η μεθοδολογία αδειών ENP (Extended News Previews) της Google χρησιμοποιεί την προσέγγιση bottom-up για να διασφαλίσει τον ακριβή και δίκαιο υπολογισμό των άμεσων εσόδων που σχετίζονται με το προστατευόμενο περιεχόμενο. Αναλυτικότερα, η μεθοδολογία μας ξεκινά από τη σελίδα αποτελεσμάτων αναζήτησης που εμφανίζει προστατευόμενο περιεχόμενο, λαμβάνοντας υπόψη πόσο συχνά εμφανίζεται ένα

ENP και πόσα διαφημιστικά έσοδα παράγει η Google σε σχέση με την εμφάνιση previews ειδησεογραφικού περιεχομένου.

**2.2** Συμφωνείτε με την προσέγγιση καθορισμού του προτεινόμενου «αρχικού» ποσοστού  $P_0$  της από κοινού αξίας μεταξύ του παρόχου και των εκδοτών για το περιεχόμενο προστασίας αυτών; Αν όχι, παρακαλούμε να προτείνετε εναλλακτικές προσεγγίσεις, αιτιολογώντας την πρότασή σας. (Ερώτηση 1.2 επί του κειμένου Δημόσιας Διαβούλευσης)

Απάντηση: **Όχι**, το αρχικό ποσοστό ( $P_0$ ) στερείται ορισμού και βεβαιότητας. Για περισσότερες λεπτομέρειες παραπέμπουμε στις εισαγωγικές παρατηρήσεις μας ανωτέρω.

Το γεγονός ότι το «αρχικό» ποσοστό  $P_0$  θα καθορίζεται κατά περίπτωση με βάση τα ατομικά χαρακτηριστικά, αλλά θα χρησιμοποιείται για τον υπολογισμό της κοινής βάσης υπολογισμού της αμοιβής όλων των εκδοτών δημιουργεί σαφή αντίφαση στο κείμενο του σχεδίου Κανονισμού. Επιπλέον, το αρχικό ποσοστό ( $P_0$ ) αφήνεται στην απόλυτη διακριτική ευχέρεια της ΕΕΤΤ, γεγονός που αντιβαίνει στην ανάγκη ύπαρξης αντικειμενικών κριτηρίων για τον καθορισμό εύλογης αμοιβής. Επιπλέον, αυτό θα επηρεάσει την ελεύθερη διαπραγμάτευση μεταξύ των μερών και φυσικά θα δημιουργήσει ντόμινο διαιτησιών.

Αντιθέτως, απαιτείται ένα καθορισμένο ποσοστό για να παραμείνει αντικειμενικό και να καθιερωθεί ένα προβλέψιμο αποτέλεσμα τόσο για τους δικαιούχους όσο και για τους χρήστες.

Ειδικότερα, πρέπει να σημειωθεί ότι οι νόμοι περί πνευματικών δικαιωμάτων δεν παρέχουν στους δικαιούχους το δικαίωμα να απαιτούν την υψηλότερη δυνατή αμοιβή, αλλά μόνο την κατάλληλη αμοιβή, όπως προβλέπεται ρητά στην αιτιολογική σκέψη 10 της οδηγίας 2001/29/ΕΕ. Η αμοιβή αυτή θα πρέπει να είναι εύλογη σε σχέση με την εμπορική αξία των δικαιωμάτων και να λαμβάνει υπόψη τη φύση και την έκταση της χρήσης του περιεχομένου που προστατεύεται από δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας. Η «αξία των δικαιωμάτων στο εμπόριο» σημαίνει ότι τα σημεία αναφοράς είναι ιδιαίτερα σημαντικά: συμφωνίες για παρόμοια χρήση/ ομοειδή προϊόντα ή για την ίδια χρήση σε άλλες επικράτειες.

Βάσει της έρευνάς μας, λαμβάνοντας υπόψη το μέσο ποσό των πληρωμών που πραγματοποιούνται εντός συμφωνιών που συνάπτονται σε συγκρίσιμες αγορές, το εύρος του ποσοστού που επιτρέπει τον σωστό προσδιορισμό του μέρους του «οικονομικού οφέλους» που πρέπει να αναδιανεμηθεί στους εκδότες είναι μεταξύ 2% και 3%. Το ποσοστό αυτό θα εφαρμοστεί σε βάση υπολογισμού που περιλαμβάνει, όπως αναφέρθηκε στις προηγούμενες απαντήσεις, μόνο τα συνολικά άμεσα έσοδα.

**2.3** Συμφωνείτε με την εφαρμογή των προτεινόμενων προσαυξήσεων αναφορικά με τα «έτη δραστηριοποίησης του παρόχου υπηρεσιών» (ππε%) και το «μερίδιο του παρόχου υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας» (ππμ%) στο Στάδιο 1; Αν όχι, παρακαλούμε να προτείνετε εναλλακτικές προσεγγίσεις, αιτιολογώντας την πρότασή σας. (Ερώτηση 1.3 επί του κειμένου Δημόσιας Διαβούλευσης)

Απάντηση: **Όχι**. Οι προσαυξήσεις του απροσδιόριστου ποσοστού ( $P_0$ ) αφορούν τα χαρακτηριστικά του παρόχου υπηρεσιών ΚτΠ, ενώ το βασικό ποσοστό ( $P_0$ ) αφορά το

συγκεκριμένο αίτημα και την εκάστοτε περίπτωση, όπως υποβάλλεται από τον εκδότη. Ως εκ τούτου, οι προσαυξήσεις αυτές είναι αντιφατικές με το ποσοστό ( $\Pi_0$ ) επί του οποίου εφαρμόζονται και θα πρέπει, κατά τη γνώμη μας, να παραλειφθούν.

Αντιθέτως, πιστεύουμε ότι για να παραμείνουμε πιστοί στο νόμο, τα κριτήρια που προσδιορίζονται από το νόμο θα πρέπει να χρησιμοποιούνται για τον καθορισμό του συντελεστή (και όχι για την αύξησή του). Πράγματι, το μερίδιο αγοράς και τα έτη δραστηριοποίησης, που παρέχουν στοιχεία για την ποσοτικοποίηση του μεγέθους του παρόχου, θα πρέπει να συμβάλλουν στον προσδιορισμό του βασικού ποσοστού που θα πρέπει να αντικαταστήσει το  $\Pi_0$ , το οποίο, σύμφωνα με το παρόν σχέδιο Κανονισμού, θα παρέμενε κατά τα άλλα διακριτική επιλογή της ΕΕΤΤ, σε αντίθεση με το νόμο και τη λογική ενός Κανονισμού.

**2.4** Συμφωνείτε με τον ανωτέρω ορισμό της «Ελληνικής Αγοράς» για τους σκοπούς του υπολογισμού των σχετικών εσόδων εκδοτών; Εάν όχι, παρακαλούμε να αιτολογείστε την άποψή σας και να προτείνετε εναλλακτικό τρόπο ορισμού αυτής. (Ερώτηση 1.4 επί του κειμένου Δημόσιας Διαβούλευσης)

Απάντηση: Ο ορισμός της ελληνικής αγοράς που περιλαμβάνεται στο σχέδιο Κανονισμού συνδέεται με την προτεινόμενη μεθοδολογία που θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τα συνολικά διαφημιστικά έσοδα του παρόχου υπηρεσιών της ΚτΠ ως βάση για τον υπολογισμό. Όπως έχουμε διεξοδικά καταδείξει παραπάνω, η χρήση των συνολικών διαφημιστικών εσόδων ως βάση για τον υπολογισμό είναι δυσανάλογη, ανακριβής και, τελικά, εσφαλμένη.

Αντίθετα, προτείνουμε να χρησιμοποιηθούν μόνο τα άμεσα έσοδα ως βάση για τον υπολογισμό, προσδιορίζοντας αυτά που συνδέονται άμεσα με τις εκδόσεις τύπου που προορίζονται για το ελληνικό κοινό. Αυτή είναι η εφαρμογή του λεγόμενου κριτηρίου στόχευσης, το οποίο εφαρμόζεται συνήθως στα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και άλλα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας σύμφωνα με τους ευρωπαϊκούς και εθνικούς νόμους (δηλαδή, η δραστηριοποίηση του εκδότη τύπου θα πρέπει να στοχεύει στην ελληνική επικράτεια).

Η εφαρμογή αυτής της αρχής είναι σημαντική ώστε να αποφευχθεί ο κίνδυνος επικάλυψης των εθνικών νομοθεσιών των κρατών μελών και διπλού υπολογισμού των πληρωμών που οφείλονται για την επιγραμμική χρήση εκδόσεων τύπου που είναι προσβάσιμες σε πολλά κράτη μέλη. Εν προκειμένω, σύμφωνα με την πάγια νομολογία, η αποκλειστική προσβασιμότητα ενός domain εφημερίδας από την ελληνική επικράτεια δεν θα πρέπει να αρκεί για να ενεργοποιηθεί η εφαρμογή του άρθρου 51B του Ν. 2121/1993. Είναι σημαντικό ο Κανονισμός να εξειδικεύει την αρχή αυτή.

**2.5** Συμφωνείτε με την προσέγγιση της ΕΕΤΤ για την καταγραφή του συνόλου των εκδοτών ηλεκτρονικού τύπου; Εάν όχι, παρακαλούμε να προτείνετε εναλλακτική προσέγγιση, αιτιολογώντας την άποψή σας και να προτείνετε τα δικαιολογητικά που θεωρείτε αναγκαία να προσκομίζονται, προκειμένου να αποδεικνύεται με διαφάνεια και αξιοπιστία η ιδιότητα του «εκδότη ηλεκτρονικού τύπου»; (Ερώτηση 1.5 επί του κειμένου Δημόσιας Διαβούλευσης)

Απάντηση: Συμφωνούμε ότι η εγγραφή του εκδότη ηλεκτρονικού τύπου θα πρέπει να είναι ένα απαραίτητο αλλά όχι επαρκές στοιχείο για τον προσδιορισμό της επιλεξιμότητας βάσει του άρθρου 51B του ελληνικού νόμου περί πνευματικής ιδιοκτησίας Ν. 2121/1993 που ενσωματώνει το άρθρο 15 της Οδηγίας. Ωστόσο, η εγγραφή των εκδοτών ηλεκτρονικού τύπου δεν θα μπορούσε και δεν θα έπρεπε να αποτελεί έγκυρη και επαρκή απόδειξη ότι ο αιτών πληροί τις ειδικές προϋποθέσεις που θέτει το άρθρο 51B του Ν. 2121/1993, το οποίο ενσωματώνει το άρθρο 15 της Οδηγίας. Ως εκ τούτου, προτείνουμε, πέραν της βεβαίωσης ότι ο αιτών είναι εγγεγραμμένος στο εν λόγω μητρώο, να προσκομίζονται από τον αιτούντα στην ΕΕΤΤ πρόσθετα αποδεικτικά στοιχεία, προ της έναρξης της διαδικασίας για τον υπολογισμό της δίκαιης αμοιβής σύμφωνα με το άρθρο 18 παρ. 6 του Ν. 4996/2022, ώστε να αποδεικνύεται η ιδιότητα του αιτούντος ως εκδότη σύμφωνα με την Οδηγία. Συγκεκριμένα, ο αιτών θα πρέπει να παρέχει τουλάχιστον τις ακόλουθες πληροφορίες:

- τον τίτλο των εκδόσεων τύπου και το σχετικό όνομα domain,
- στοιχεία έκδοσης colophon (εάν υπάρχει),
- επωνυμία, νόμιμη διεύθυνση, αριθμός μητρώου εταιρείας και επιχειρηματικός σκοπός του εκδότη,
- αριθμός των δημοσιογράφων που απασχολούνται από τον εκδότη και αριθμός αυτών των οποίων τα άρθρα δημοσιεύονται αποκλειστικά ή, και συγχρόνως, στις ηλεκτρονικές εκδόσεις τύπου του εκδότη,
- όνομα του αρχισυντάκτη και/ή των μελών της συντακτικής επιτροπής κάθε έκδοσης τύπου,
- συχνότητα δημοσίευσης ή ενημέρωσης (ημερήσια, μηνιαία κ.λπ.) κάθε έκδοσης τύπου.

## **Ερωτήσεις επί του Σταδίου 2**

**2.6.** Συμφωνείτε με τον επιμερισμό της συνολικής αμοιβής όλων των εκδοτών σε επίπεδο εκδότη τύπου με κλείδα μερισμού το μερίδιο αγοράς ανά εκδότη τύπου ME(i) και την επιλογή της προσέγγισης που ορίζει ότι το μερίδιο αγοράς προκύπτει από τη γενική διαδικτυακή επισκεψιμότητα (όχι μόνο μέσω της πλατφόρμας του παρόχου) όλου του περιεχομένου προστασίας των εκδοτών; Αν όχι, παρακαλούμε προτείνετε εναλλακτικές προσεγγίσεις, αιτιολογώντας την πρότασή σας. (Ερώτηση 2.1 επί του κειμένου Δημόσιας Διαβούλευσης)

Απάντηση: Σε εφαρμογή των παγκόσμιων αρχών του δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας και σύμφωνα με το σκεπτικό του άρθρου 15 της Οδηγίας, και όπως έχει ήδη καταδειχθεί στις εισαγωγικές παρατηρήσεις της παρούσας εισήγησης, η «εύλογη αμοιβή» θα μπορούσε να είναι «δίκαιη» μόνο εάν βασίζεται στη χρήση.

Από την άποψη αυτή, η εμπειρία μας στην ΕΕ απέδειξε τελικά ότι οι προβολές που σχετίζονται με τη χρήση ειδησεογραφικού περιεχομένου στις υπηρεσίες ενός συγκεκριμένου παρόχου

παρέχουν ακριβέστερη εικόνα της αξίας στην οποία θα πρέπει να βασίζεται η δίκαιη αμοιβή και αντικατοπτρίζουν καλύτερα αυτό για το οποίο θα πλήρωνε ένας πάροχος.

Πράγματι, αυτό θα ανταποκρινόταν σε μια βασική προϋπόθεση των νόμων περί πνευματικών δικαιωμάτων- η οποία προβλέπει ότι ο χρήστης πληρώνει για τη χρήση και όχι με βάση το μερίδιο που κατέχει στην αγορά γενικά ο δικαιούχος.

**2.7.** Συμφωνείτε με την εφαρμογή των προτεινόμενων προσαυξήσεων αναφορικά με τα «έτη δραστηριοποίησης» (πεε%) και τον «αριθμό δημοσιογράφων» (πεδ%) του εκδότη τύπου στο Στάδιο 2; Αν όχι, παρακαλούμε προτείνετε εναλλακτικές προσεγγίσεις, αιτιολογώντας την πρότασή σας. (Ερώτηση 2.2 επί του κειμένου Δημόσιας Διαβούλευσης)

Απάντηση: Όχι. Όπως καταδεικνύεται στις εισαγωγικές παρατηρήσεις μας ανωτέρω, οι πρόσθετες προσαυξήσεις που σχετίζονται με τον αριθμό των δημοσιογράφων που απασχολούνται και τα έτη δραστηριοποίησης του εκδότη, θα διογκώσουν τεχνητά το ποσοστό αγοράς του μεμονωμένου εκδότη και θα καταλήξουν να επηρεάσουν την «κοινή βάση υπολογισμού των αμοιβών ΟΛΩΝ των εκδοτών για το περιεχόμενο προστασίας τους», υπό την έννοια ότι, εάν αθροιστούν ως προς την αμοιβή όλων των δικαιούχων εκδοτών, θα οδηγήσουν σε άθροισμα που υπερβαίνει τη συνολική αμοιβή που δικαιούνται όλοι μαζί οι δικαιούχοι εκδότες.

Επίσης, αν και το άρθρο 3 παρ. 9 του σχεδίου Κανονισμού, ορθώς προσδιορίζει ως κριτήριο «Τα έτη δραστηριοποίησης του εκδότη τύπου στην **επιγραμμική αγορά**», το κριτήριο αυτό θα πρέπει να παρακολουθείται ώστε να αποφευχθεί το ενδεχόμενο να προκύψουν ευνοϊκότερες συνθήκες για τους παραδοσιακούς εκδότες με μεγάλο αριθμό περιεχομένου μη ανηρτημένου διαδικτυακώς και μικρή διαδικτυακή χρήση σε βάρος των περισσότερο ψηφιακών εκδοτών, με λιγότερα έτη δραστηριοποίησης και λιγότερους δημοσιογράφους αλλά μεγαλύτερο όγκο περιεχομένου που «κυκλοφορεί» διαδικτυακώς, παραβιάζοντας έτσι το σκεπτικό του νόμου. Ως εκ τούτου, θα προτείνουμε να προσδιοριστούν τα έτη δραστηριοποίησης του εκδότη στην επιγραμμική αγορά (σύμφωνα με το άρθρο 3.9 του σχεδίου Κανονισμού) από το έτος κατά το οποίο η δικαιούχος έκδοση τύπου άρχισε να είναι διαθέσιμη στο διαδίκτυο, π.χ. όταν το σχετικό όνομα domain καταχωρήθηκε και, πράγματι, λειτούργησε κ.λπ. Επιπλέον, όσον αφορά το κριτήριο «Ο αριθμός των δημοσιογράφων που απασχολούνται από τον εκδότη τύπου» (σύμφωνα με το άρθρο 3.9 του σχεδίου Κανονισμού), θα πρέπει να προστεθεί ότι το κριτήριο αυτό εξαρτάται από τη διαδικτυακή δραστηριότητα των εν λόγω δημοσιογράφων, δηλαδή υπό την προϋπόθεση ότι οι δημοσιογράφοι δημοσιεύουν περιεχόμενο στο διαδίκτυο. Επαναλαμβάνουμε, επίσης, τα όσα παρουσιάζονται στην παρ. 1.12 ανωτέρω, σε σχέση με το γεγονός ότι η εφαρμογή της προσαύξησης που αφορά τον «αριθμό των δημοσιογράφων», λόγω του συχνά μεταβαλλόμενου αριθμού των δημοσιογράφων που απασχολούνται από τους εκδότες, θα οδηγούσε επίσης σε τεράστιες διακυμάνσεις, με επακόλουθο το απρόβλεπτο της προσαύξησης.

Τα κριτήρια αυτά θα πρέπει, προτιμότερα, να χρησιμοποιούνται για τον προσδιορισμό του μεγέθους του εκδότη στην επιγραμμική αγορά τύπου και του σχετικού μεριδίου.



**2.8.** Συμφωνείτε να λαμβάνονται υπόψη, για το κριτήριο «αριθμός δημοσιογράφων», οι δημοσιογράφοι, οι οποίοι έχουν σχέση εργασίας πλήρους απασχόλησης με τον εκάστοτε εκδότη τύπου, κατά την χρονική στιγμή που ο τελευταίος υποβάλλει το αίτημά του περί έκδοσης εμπιστευτικής γνωμοδότησης ενώπιον της ΕΕΤΤ; Αν όχι, παρακαλούμε προτείνετε εναλλακτικές προσεγγίσεις, αιτιολογώντας την πρότασή σας. (Ερώτηση 2.3 επί του κειμένου Δημόσιας Διαβούλευσης)

Απάντηση: Συμφωνούμε, κατ' αρχήν, υπό την προϋπόθεση ότι οι δημοσιογράφοι δημοσιεύουν επίσης περιεχόμενο στο διαδίκτυο. Επομένως, η πλήρης απασχόληση θα πρέπει να αποτελεί αναγκαία αλλά όχι ικανή προϋπόθεση για να υπολογίζεται ένας δημοσιογράφος στο κριτήριο «αριθμός δημοσιογράφων» που συμβάλλει στον καθορισμό του μεριδίου που αναλογεί στον εκάστοτε εκδότη.

**2.9.** Συμφωνείτε με την προσέγγιση της ΕΕΤΤ να καθορίζει τα «έτη δραστηριοποίησης» του εκάστοτε εκδότη τύπου, βάσει του έτους απόδοσης ΑΦΜ της επιχείρησής του και να λαμβάνονται υπόψη τα προηγούμενα έτη δραστηριοποίησής του, μέχρι και το έτος για το οποίο υποβάλλεται το αίτημά του περί έκδοσης εμπιστευτικής γνωμοδότησης ενώπιον της ΕΕΤΤ; Αν όχι, παρακαλούμε προτείνετε εναλλακτικές προσεγγίσεις, αιτιολογώντας την πρότασή σας. (Ερώτηση 2.4 επί του κειμένου Δημόσιας Διαβούλευσης)

Απάντηση: **Όχι.** Η δίκαιη αμοιβή που επιδιώκει να καθορίσει ο Κανονισμός σχετίζεται με την «επιγραμμική χρήση» του περιεχομένου προστασίας, επομένως θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη μόνο τα έτη δραστηριοποίησης στην επιγραμμική αγορά. Το έτος έκδοσης του αριθμού φορολογικού μητρώου του εκδότη, αντιθέτως, αναφέρεται στη σύσταση της εταιρείας του εκδότη, η οποία μπορεί να λειτουργούσε μη διαδικτυακώς ή ακόμη και σε άλλους τομείς για πολλά χρόνια πριν εισέλθει στην επιγραμμική αγορά.

**Ως εκ τούτου, θα προτείνουμε να προσδιορίσετε τα έτη δραστηριοποίησης του εκδότη από το έτος κατά το οποίο η δικαιούχος έκδοση τύπου άρχισε να διατίθεται στο διαδίκτυο, π.χ. όταν το σχετικό όνομα domain καταχωρήθηκε και, πράγματι, λειτούργησε.**

Παραμένουμε στη διάθεσή σας, εάν χρειαστείτε περαιτέρω διευκρινίσεις.

Με εκτίμηση,

Για την Google LLC



Χαρά Δαούτη