

Επίσημη Εφημερίδα C 424 της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Έκδοση
στην ελληνική γλώσσα

Ανακοινώσεις και Πληροφορίες

63ο έτος
8 Δεκεμβρίου 2020

Περιεχόμενα

II Ανακοινώσεις

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΘΕΣΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΛΟΙΠΩΝ ΟΡΓΑΝΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ

Ευρωπαϊκή Επιτροπή

2020/C 424/01	Ανακοίνωση της Επιτροπής, Κατευθυντήριες γραμμές για τη διαφάνεια της κατάταξης δυνάμει του κανονισμού (ΕΕ) 2019/1150 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου	1
2020/C 424/02	Μη διατύπωση αντιρρήσεων σε κοινοποιηθείσα συγκέντρωση, (Υπόθεση M.10007 — Telefónica/Banco Bilbao Vizcaya Argentaria/Movistar Money Colombia JV) (*)	27

IV Πληροφορίες

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΠΡΟΕΡΧΟΜΕΝΕΣ ΑΠΟ ΤΑ ΘΕΣΜΙΚΑ ΚΑΙ ΛΟΙΠΑ ΟΡΓΑΝΑ ΚΑΙ ΤΟΥΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ

Ευρωπαϊκή Επιτροπή

2020/C 424/03	Ισοτιμίες του ευρώ — 7 Δεκεμβρίου 2020	28
2020/C 424/04	Ενημερωτική ανακοίνωση για την περάτωση των από 21ης Απριλίου 2016 διαβημάτων προς τρίτη χώρα σχετικά με το ενδεχόμενο να χαρακτηριστεί ως μη συνεργαζόμενη τρίτη χώρα δυνάμει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1005/2008 του Συμβουλίου περί δημιουργίας κοινοτικού συστήματος πρόληψης, αποτροπής και εξάλειψης της παράνομης, λαθραίας και άναρχης αλιείας	29
2020/C 424/05	Ανακοίνωση της Επιτροπής για την τροποποίηση των κατευθυντήριων γραμμών της Ευρωπαϊκής Ένωσης σχετικά με τις κρατικές ενισχύσεις στον γεωργικό και τον δασοκομικό τομέα και στις αγροτικές περιοχές για την περίοδο 2014-2020 ως προς την περίοδο εφαρμογής τους και για την προσωρινή προσαρμογή των κατευθυντήριων γραμμών ώστε να ληφθεί υπόψη ο αντίκτυπος της πανδημίας COVID-19 (*)	30

EL

(*) Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ

V Γνωστοποιήσεις

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΚΟΙΝΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Ευρωπαϊκή Επιτροπή

2020/C 424/06	Ανακοίνωση για τη λήξη ορισμένων μέτρων αντιντάμπινγκ.....	32
---------------	--	----

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Ευρωπαϊκή Επιτροπή

2020/C 424/07	Προηγούμενη κοινοποίηση συγκέντρωσης, (Υπόθεση M.10089 — Phillips 66/Fortress Investment Group/Pester Marketing), Υπόθεση υποψήφια για απλοποιημένη διαδικασία ⁽¹⁾	33
2020/C 424/08	Προηγούμενη κοινοποίηση συγκέντρωσης, (Υπόθεση M.9982 — Ford/GFT), Υπόθεση υποψήφια για απλοποιημένη διαδικασία ⁽¹⁾	35
2020/C 424/09	Προηγούμενη κοινοποίηση συγκέντρωσης, (Υπόθεση M.10083 — China Baowu/Taiyuan Iron & Steel Group), Υπόθεση υποψήφια για απλοποιημένη διαδικασία ⁽¹⁾	36
2020/C 424/10	Προηγούμενη κοινοποίηση συγκέντρωσης, (Υπόθεση M.9983 — Magna/GFT Bordeaux), Υπόθεση υποψήφια για απλοποιημένη διαδικασία ⁽¹⁾	37
2020/C 424/11	Προηγούμενη κοινοποίηση συγκέντρωσης, (Υπόθεση M.10055 — MIRA/Romanian assets of CEZ), Υπόθεση υποψήφια για απλοποιημένη διαδικασία ⁽¹⁾	38

ΛΟΙΠΕΣ ΠΡΑΞΕΙΣ

Ευρωπαϊκή Επιτροπή

2020/C 424/12	Δημοσίευση αίτησης για έγκριση τροποποίησης προδιαγραφών προϊόντος, η οποία δεν είναι ήσσονος σημασίας, σύμφωνα με το άρθρο 50 παράγραφος 2 στοιχείο β) του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1151/2012 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τα συστήματα ποιότητας των γεωργικών προϊόντων και τροφίμων.....	39
2020/C 424/13	Δημοσίευση αίτησης για έγκριση τροποποίησης των προδιαγραφών προϊόντος, η οποία δεν είναι ήσσονος σημασίας, σύμφωνα με το άρθρο 50 παράγραφος 2 στοιχείο α) του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1151/2012 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τα συστήματα ποιότητας των γεωργικών προϊόντων και τροφίμων.....	43

⁽¹⁾ Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ

II

(Ανακοινώσεις)

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΘΕΣΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΛΟΙΠΩΝ ΟΡΓΑΝΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ
ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

Κατευθυντήριες γραμμές για τη διαφάνεια της κατάταξης δυνάμει του κανονισμού (ΕΕ) 2019/1150 του
Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου

(2020/C 424/01)

Πίνακας περιεχομένων

	Σελίδα
1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	3
1.1. Σκοπός των κατευθυντήριων γραμμών	3
1.2. Διαφάνεια της κατάταξης - πλαίσιο	4
1.3. Στόχοι και γενικές εκτιμήσεις	4
1.3.1. Προσέγγιση προσανατολισμένη στον χρήστη	4
1.3.2. Ατομική εκτίμηση και τεχνολογικά ουδέτερη προσέγγιση	5
1.3.3. Κατάλληλο επίπεδο λεπτομέρειας	5
2. ΦΎΣΗ ΚΑΙ ΠΕΔΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΆΡΘΡΟΥ ?	6
2.1. Ενοποιημένες υπηρεσίες	6
2.1.1. Κατάταξη έναντι αμοιβής	6
2.1.2. Περιγραφή της κατάταξης	7
2.1.2.1. Γενική προσέγγιση	7
3. Ποιες είναι οι κύριες παράμετροι και πώς πραγματοποιείται η επιλογή τους;	8
3.1. Παραδείγματα παραμέτρων κατάταξης	8
3.2. Επιλογή των κύριων παραμέτρων	8
3.3. Συγκεκριμένοι παράγοντες που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά τον καθορισμό των κύριων παραμέτρων	9
3.3.1. Εξατομίκευση	9
3.3.2. Καταναλωτική συμπεριφορά αναζήτησης και σκοπός αναζήτησης	10
3.3.3. Ιστορικό χρήστη	10
3.3.4. Προεπιλεγμένες ρυθμίσεις, ταξινόμηση και μηχανισμοί φιλτραρίσματος	10
3.3.5. Διαπλατορμική παρουσία	11
3.3.6. Άλλοι εξωτερικοί παράγοντες	11
3.3.7. Κοινοποιήσεις τρίτων	11

3.3.8.	Τυχαιοποίηση	11
3.3.9.	Τακτοποίηση	12
3.3.10.	Σχέση με τις παρεπόμενες υπηρεσίες	12
3.3.11.	Χρήση των τεχνικών εργαλείων των παρόχων	12
3.3.12.	Επίδραση της μηχανικής μάθησης	12
3.3.13.	Αξιολόγηση ισότοπων	13
3.3.14.	Μέτρα που λαμβάνονται για την αποφυγή της κακόπιστης χειραγώγησης των αποτελεσμάτων κατάταξης από τρίτους	13
3.3.15.	Κριτικές χρηστών	13
3.3.16.	Μέτρα των παρόχων κατά του παράνομου περιεχομένου	13
4.	Πώς να επιλέγονται οι κύριες παράμετροι κατά τρόπο που να αποτρέπεται η κακόπιστη χειραγώγηση της κατάταξης	13
5.	Απαιτούμενες συγκεκριμένες περιγραφές – Άμεση & έμμεση αμοιβή	14
5.1.	Γενική προσέγγιση	14
5.2.	Άμεση αμοιβή	15
5.3.	Έμμεση αμοιβή	15
6.	Με ποιον τρόπο θα πρέπει να περιγράφονται οι κύριες παράμετροι;	15
6.1.	Γενική προσέγγιση	16
6.2.	Επίπεδο λεπτομέρειας	16
6.3.	Επίπεδο λεπτομέρειας για την άμεση και έμμεση αμοιβή	16
6.4.	Απαιτήση περιγραφής με απλή και κατανοητή διατύπωση	17
6.5.	Εργαλεία παρουσίασης	17
7.	Πού θα πρέπει να περιγράφονται οι κύριες παράμετροι	17
7.1.	Επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης	17
7.2.	Μηχανές αναζήτησης	18
8.	Πότε θα πρέπει να τροποποιείται η περιγραφή των κύριων παραμέτρων;	18
8.1.	Επικαιροποίηση των περιγραφών	18
8.2.	Προσωρινές αλλαγές	19
8.3.	Πειράματα	19
9.	Μέτρα που πρέπει να ληφθούν κατά την επικαιροποίηση της περιγραφής των κύριων παραμέτρων	20
9.1.	Απαιτήση κοινοποίησης των προτεινόμενων αλλαγών εκ μέρους των επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης	20
9.2.	Απαιτήση επικαιροποίησης της περιγραφής εκ μέρους των επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης	20
10.	Ειδικές υποχρεώσεις των μηχανών αναζήτησης προκειμένου να μπορούν οι χρήστες εταιρικών ιστότοπων να ξετάζουν τα περιεχόμενα των κοινοποιήσεων τρίτων	20

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1. Σκοπός των κατευθυντήριων γραμμών

1. Οι παρούσες κατευθυντήριες γραμμές έχουν ως στόχο τη διευκόλυνση της συμμόρφωσης των παρόχων επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης ⁽¹⁾ και των παρόχων επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης ⁽²⁾ με τις απαιτήσεις που προβλέπονται στο άρθρο 5 του κανονισμού (ΕΕ) 2019/1150 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20ής Ιουνίου 2019, για την προώθηση της δίκαιης μεταχείρισης και της διαφάνειας για τους επιχειρηματικούς χρήστες επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης ⁽³⁾ (στο εξής: ο κανονισμός). Σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφος 7 και την αιτιολογική σκέψη 28 του κανονισμού, οι παρούσες κατευθυντήριες γραμμές έχουν επίσης ως στόχο να βοηθούν τους παρόχους να τηρούν τις απαιτήσεις και να συμβάλουν στη βελτιστοποίηση του τρόπου με τον οποίο προσδιορίζονται και παρουσιάζονται στους επιχειρηματικούς χρήστες και στους χρήστες εταιρικών ιστότοπων οι κύριες παράμετροι που καθορίζουν την κατάταξη ⁽⁴⁾.
2. Το άρθρο 5 παράγραφοι 1 και 2 απαιτεί ουσιαστικά από τους παρόχους να καθορίζουν τις κύριες παραμέτρους που καθορίζουν την κατάταξη και τους λόγους της σχετικής σημασίας των εν λόγω κύριων παραμέτρων σε αντίθεση με άλλες παραμέτρους.
3. Στο άρθρο 2 σημείο 8) η «κατάταξη» ορίζεται ως «η σχετική προβολή που δίδεται σε προϊόντα ή υπηρεσίες που προσφέρονται μέσω επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης, ή ο βαθμός συνάφειας που απονέμεται από τις επιγραμμικές μηχανές αναζήτησης στα αποτελέσματα αναζήτησης, όπως παρουσιάζονται, οργανώνονται ή κοινοποιούνται από παρόχους επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης ή από παρόχους επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης, αντίστοιχα, ανεξαρτήτως των τεχνολογικών μέσων που χρησιμοποιούνται για την παρουσίαση, την οργάνωση ή την κοινοποίηση».
4. Σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφος 5, κάθε πάροχος πρέπει να παρέχει περιγραφή που δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να κατανοούν επαρκώς κατά πόσον και σε ποιον βαθμό ο μηχανισμός κατάταξης λαμβάνει υπόψη τα ακόλουθα: α) τα χαρακτηριστικά των προϊόντων ή των υπηρεσιών που προσφέρονται μέσω των υπηρεσιών του παρόχου· β) τη σημασία των εν λόγω χαρακτηριστικών για τους καταναλωτές που χρησιμοποιούν αυτές τις υπηρεσίες· και γ) αποκλειστικά όσον αφορά τις επιγραμμικές μηχανές αναζήτησης, τα χαρακτηριστικά σχεδιασμού του ιστότοπου που χρησιμοποιούν οι χρήστες εταιρικών ιστότοπων.
5. Όπως εξηγείται στις αιτιολογικές σκέψεις 24 και 26, η περιγραφή που πρέπει να παρέχουν οι πάροχοι έχει ως στόχο να βελτιώσει την προβλεψιμότητα και να βοηθά τους επιχειρηματικούς χρήστες να βελτιώνουν την παρουσίαση των προϊόντων ή υπηρεσιών τους ή ένα χαρακτηριστικό των εν λόγω προϊόντων ή υπηρεσιών.
6. Παράλληλα, σκοπός του κανονισμού είναι η επίτευξη αυτού του στόχου χωρίς να υποχρεούνται οι πάροχοι να αποκαλύπτουν αλγορίθμους ή οποιαδήποτε άλλη πληροφορία που με εύλογη βεβαιότητα θα είχε ως αποτέλεσμα την παραπλάνηση ή τη βλάβη των καταναλωτών μέσα από τη χειραγώγηση των αποτελεσμάτων της αναζήτησης (άρθρο 5 παράγραφος 6). Ως εκ τούτου, οι πάροχοι δεν υποχρεούνται να αποκαλύπτουν τη λεπτομερή λειτουργία των μηχανισμών κατάταξης τους, συμπεριλαμβανομένων των αλγορίθμων, και η ικανότητά τους να αντιδρούν στην κακόπιστη χειραγώγηση της κατάταξης δεν θα πρέπει να επηρεαστεί αρνητικά (αιτιολογική σκέψη 27).
7. Λαμβανομένων υπόψη των εν μέρει αποκλινουσών νομικών απαιτήσεων για τους παρόχους επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης, αφενός, και των παρόχων επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης, αφετέρου, οι οποίες καθορίζονται στις διατάξεις του άρθρου 5, και δεδομένης της διαφορετικής φύσης των σχετικών υπηρεσιών, το περιεχόμενο της απαιτούμενης περιγραφής των κύριων παραμέτρων κατάταξης θα διαφέρει αναγκαστικά μεταξύ των δύο τύπων υπηρεσιών. Επιπλέον, όπως αναγνωρίζεται στην αιτιολογική σκέψη 25, το περιεχόμενο της περιγραφής, μεταξύ άλλων ο αριθμός και το είδος των κύριων παραμέτρων, μπορεί συνεπώς να ποικίλλει ευρέως μεταξύ των ίδιων των παρόχων επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης.

⁽¹⁾ Ως «πάροχος επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης» νοείται, σύμφωνα με το άρθρο 2 σημείο 3) του κανονισμού, «κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που παρέχει ή προσφέρεται να παρέχει επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης σε επιχειρηματικούς χρήστες». Ως «επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης» νοούνται, σύμφωνα με το άρθρο 2 σημείο 2), οι «υπηρεσίες που πληρούν όλες τις ακόλουθες προϋποθέσεις: α) αποτελούν υπηρεσίες της κοινωνίας των πληροφοριών κατά την έννοια του άρθρου 1 παράγραφος 1 στοιχείο β) της οδηγίας (ΕΕ) 2015/1535 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου· β) επιτρέπουν στους επαγγελματικούς χρήστες να προσφέρουν προϊόντα ή υπηρεσίες σε καταναλωτές προκειμένου να διευκολύνουν την έναρξη άμεσων συναλλαγών μεταξύ των εν λόγω επιχειρηματικών χρηστών και των καταναλωτών, ανεξαρτήτως του τόπου όπου διενεργούνται τελικά οι εν λόγω συναλλαγές· γ) παρέχονται σε επιχειρηματικούς χρήστες βάσει συμβατικής σχέσης μεταξύ του παρόχου των εν λόγω υπηρεσιών και των επιχειρηματικών χρηστών οι οποίοι προσφέρουν προϊόντα ή υπηρεσίες σε καταναλωτές».

⁽²⁾ Ως «πάροχος επιγραμμικής μηχανής αναζήτησης» νοείται, σύμφωνα με το άρθρο 2 σημείο 6) του κανονισμού «κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που παρέχει ή προσφέρεται να παρέχει υπηρεσίες επιγραμμικής μηχανής αναζήτησης σε καταναλωτές». Ως «επιγραμμική μηχανή αναζήτησης» νοείται, σύμφωνα με το άρθρο 2 σημείο 5), η «ψηφιακή υπηρεσία που επιτρέπει στους χρήστες να υποβάλλουν ερωτήματα για να πραγματοποιούν αναζητήσεις κατ' αρχήν σε όλους τους ιστότοπους ή σε όλους τους ιστότοπους συγκεκριμένης γλώσσας βάσει ερωτήματος για οποιοδήποτε θέμα, με τη μορφή λέξης-κλειδιού, φωνητικής εντολής, φράσης ή άλλων εισερχόμενων δεδομένων, και επιστρέφει υπό οιαδήποτε μορφή αποτελέσματα όπου μπορούν να ανευρεθούν πληροφορίες σχετικές με το περιεχόμενο που έχει ζητηθεί».

⁽³⁾ ΕΕ L 186 της 11.7.2019, σ. 57.

⁽⁴⁾ Για λόγους συντομίας, ο όρος «πάροχοι» στις παρούσες κατευθυντήριες γραμμές αναφέρεται τόσο στους παρόχους επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης όσο και στους παρόχους επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης, εκτός εάν ορίζεται διαφορετικά. Ομοίως, ο όρος «χρήστες» αναφέρεται τόσο στους επιχειρηματικούς χρήστες όσο και στους χρήστες εταιρικών ιστότοπων, όπως ορίζονται στο άρθρο 2 σημεία 1) και 7) αντίστοιχα του κανονισμού, επίσης εκτός εάν ορίζεται διαφορετικά. Εκτός εάν ορίζεται διαφορετικά, τα άρθρα και οι αιτιολογικές σκέψεις στα οποία αναφέρονται οι παρούσες κατευθυντήριες γραμμές είναι τα άρθρα και οι αιτιολογικές σκέψεις του κανονισμού.

8. Η καθοδήγηση που παρέχουν οι παρούσες κατευθυντήριες γραμμές δεν θα πρέπει να εφαρμόζεται μηχανικά, αλλά να λαμβάνονται δεόντως υπόψη τα σχετικά γεγονότα και οι σχετικές περιστάσεις σε κάθε μεμονωμένη περίπτωση. Τα παραδείγματα που παρέχονται έχουν επεξηγηματικό χαρακτήρα για τη διευκόλυνση της κατανόησης. Όταν περιγράψουν συγκεκριμένες καταστάσεις, δεν θα πρέπει να ερμηνεύονται υπό την έννοια ότι περιορίζουν το πεδίο εφαρμογής της οικείας υποχρέωσης στην ιδιαίτερη κατάσταση που περιγράφεται. Επιπροσθέτως, ενδέχεται να δίνονται παραδείγματα για έναν συγκεκριμένο τομέα, αλλά οι έννοιες μπορεί να είναι μεταβιβάσιμες και να μπορούν να εφαρμοστούν σε παρόμοιες μεθόδους/καταστάσεις που χρησιμοποιούνται σε άλλους τομείς.
9. Οι παρούσες κατευθυντήριες γραμμές δεν είναι νομικά δεσμευτικές. Δεν θίγουν τις υποχρεώσεις των παρόχων να διασφαλίζουν τη συμμόρφωση με τις απαιτήσεις του άρθρου 5 ούτε τις εξουσίες και τις αρμοδιότητες των αρμόδιων αρχών και δικαστηρίων των κρατών μελών όσον αφορά την επιβολή των εν λόγω απαιτήσεων σύμφωνα με τις διατάξεις του κανονισμού και άλλες διατάξεις του δικαίου της ΕΕ. Είναι τελικά αποκλειστική αρμοδιότητα του Δικαστηρίου της ΕΕ να ερμηνεύει τις απαιτήσεις.
10. Η Επιτροπή θα συνεχίσει να παρακολουθεί τον τρόπο εφαρμογής των απαιτήσεων του άρθρου 5, όπως αποσαφηνίζονται από τις παρούσες κατευθυντήριες γραμμές, και δύναται να αποφασίζει να αναθεωρεί τις παρούσες κατευθυντήριες γραμμές, όταν κρίνεται απαραίτητο, υπό το φως των μελλοντικών εξελίξεων και των εξελισσόμενων γνώσεων.

1.2. Διαφάνεια της κατάταξης - πλαίσιο

11. Η κατάταξη ορίζεται στο άρθρο 2 σημείο 8), όπως αναφέρεται ανωτέρω, και μπορεί ουσιαστικά να θεωρηθεί ως μια μορφή βασισμένης σε δεδομένα, αλγοριθμικής λήψης αποφάσεων. Όταν οι πάροχοι παρουσιάζουν, οργανώνουν ή κοινοποιούν πληροφορίες για προϊόντα ή υπηρεσίες σε καταναλωτές ή αποτελέσματα αναζήτησης, «κατατάσσουν» τα αποτελέσματα βάσει ορισμένων παραμέτρων.
12. Όπως εξηγείται στις αιτιολογικές σκέψεις 24 και 26, η κατάταξη των προϊόντων και των υπηρεσιών από τους παρόχους έχει σημαντικό αντίκτυπο στην επιλογή των καταναλωτών και, κατά συνέπεια, στην εμπορική επιτυχία των χρηστών που προσφέρουν τα εν λόγω προϊόντα και τις εν λόγω υπηρεσίες στους καταναλωτές. Καθώς η οικονομία στο διαδίκτυο συνεχίζει να αναπτύσσεται, η κατάταξη ως προς την αναζήτηση και τις επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης κατέχει όλο και πιο κεντρικό ρόλο στην επιχειρηματικότητα και η εμπορική επιτυχία των επιχειρήσεων της ΕΕ θα εξαρτάται όλο και περισσότερο από τη διαδικτυακή προβολή και εύρεσή τους.
13. Οι πάροχοι σχεδιάζουν τις οικείες μεθόδους κατάταξης, συμπεριλαμβανομένων ιδιοκτησιακών αλγορίθμων, με διάφορους τρόπους. Αυτές οι προσεγγίσεις κατάταξης συχνά προσαρμόζονται και γενικά δεν αποκαλύπτονται. Από πλευράς καταναλωτή, οι υπηρεσίες μπορεί να διαφοροποιούνται ανάλογα με την ποιότητα των αποτελεσμάτων αναζήτησης και, ως εκ τούτου, η λεπτομερής λειτουργία των μεθόδων κατάταξης ενδέχεται να αποτελεί το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ή το εμπορικό μυστικό ενός παρόχου. Κατά συνέπεια, οι επιχειρήσεις που συναλλάσσονται μέσω διαδικτύου δεν γνωρίζουν πάντα τους λόγους των επιδόσεών τους στο πλαίσιο της κατάταξης ή αν και με ποιον τρόπο θα μπορούσαν να επιτύχουν καλύτερες επιδόσεις, πιθανώς μέσω κατάταξης έναντι αμοιβής, παρά το γεγονός ότι η ικανότητά τους να προσεγγίζουν τους πελάτες εξαρτάται καθοριστικά από αυτές τις γνώσεις.
14. Ως εκ τούτου, παρότι ο κανονισμός δεν περιορίζει την επιλογή των παραμέτρων κατάταξης που ενδέχεται να θέλουν να χρησιμοποιήσουν οι πάροχοι, το άρθρο 5 αποσκοπεί στη βελτίωση της προβλεψιμότητας για τους χρήστες.

1.3. Στόχοι και γενικές εκτιμήσεις

15. Όπως εξηγείται στις αιτιολογικές σκέψεις 24 και 26, η περιγραφή που πρέπει να παρέχουν οι πάροχοι σύμφωνα με το άρθρο 5 έχει ως στόχο να **βελτιωθεί η προβλεψιμότητα** και να μπορέσουν οι επιχειρηματικοί χρήστες να **βελτιώσουν την παρουσίαση** των προϊόντων ή υπηρεσιών τους ή ένα χαρακτηριστικό των εν λόγω προϊόντων ή υπηρεσιών. Όπως εξηγείται στην αιτιολογική σκέψη 24, η προβλεψιμότητα συνεπάγεται ότι οι πάροχοι καθορίζουν την κατάταξη κατά τρόπο μη αυθαίρετο.
16. Από το εν λόγω πρότυπο προβλεψιμότητας μπορούν να συναχθούν «γενικές εκτιμήσεις», οι οποίες μπορούν να βοηθήσουν τους παρόχους να εφαρμόζουν τις απαιτήσεις του άρθρου 5 και διευκολύνουν την επιβολή των εν λόγω απαιτήσεων.

1.3.1. Προσέγγιση προσανατολισμένη στον χρήστη

17. Δεδομένων του προαναφερθέντος στόχου βελτίωσης της προβλεψιμότητας και προστασίας των νόμιμων συμφερόντων των χρηστών, καθώς και της απαίτησης παροχής στους χρήστες επαρκούς κατανόησης (αιτιολογική σκέψη 27), οι πάροχοι θα πρέπει να εξηγούν τους οικείους μηχανισμούς κατάταξης με ουσιαστικό τρόπο και, ιδίως, τις κύριες παραμέτρους που χρησιμοποιούν. Για να έχουν οι εξηγήσεις αυτές ουσιαστική σημασία για τους χρήστες, θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τη φύση, την τεχνική ικανότητα και τις ανάγκες των «μέσων» χρηστών μιας δεδομένης υπηρεσίας, παράγοντες που ενδέχεται να ποικίλλουν σημαντικά μεταξύ των διαφόρων τύπων υπηρεσιών.

18. Για τους παρόχους επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης, σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφος 1, οι απαιτούμενες πληροφορίες πρέπει να αποτελούν μέρος των οικείων όρων και προϋποθέσεων. Σύμφωνα με το άρθρο 3 παράγραφος 1 στοιχείο α), οι όροι και οι προϋποθέσεις συντάσσονται με απλή και κατανοητή διατύπωση.
19. Όσον αφορά τους παρόχους επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης, το άρθρο 5 παράγραφος 2 επίσης απαιτεί οι πληροφορίες σχετικά με τις κύριες παραμέτρους να παρέχονται με απλή και κατανοητή διατύπωση.
- 1.3.2. *Ατομική εκτίμηση και τεχνολογικά ουδέτερη προσέγγιση*
20. Οι πάροχοι θα πρέπει να καθορίζουν σε ατομική βάση ποια μέτρα χρειάζεται να λαμβάνουν για να συμμορφώνονται με τις απαιτήσεις του άρθρου 5. Όταν παρέχουν πολλαπλές υπηρεσίες, θα πρέπει καταρχήν να καθορίζουν τα εν λόγω μέτρα χωριστά για κάθε υπηρεσία που καλύπτεται από τον κανονισμό. Ομοίως, οι χρήστες, οι αρμόδιες αρχές και τα δικαστήρια θα πρέπει να βασίζονται σε ατομική, κατά περίπτωση εκτίμηση του αν οι εν λόγω απαιτήσεις τηρούνται ή όχι. Αυτή η ατομική προσέγγιση είναι ιδιαίτερα σημαντική, δεδομένου ότι ορισμένοι πάροχοι παρέχουν πολλές υπηρεσίες (επιγραμμικής διαμεσολάβησης και/ή επιγραμμικής αναζήτησης) στο πλαίσιο ενιαίας εταιρικής δομής ή ακόμη και διεπαφής μεμονωμένου χρήστη, παρότι η περιγραφή που είναι απαραίτητη για να κατανοήσουν επαρκώς οι χρήστες τους μηχανισμούς κατάταξης μπορεί να ποικίλλει ανάλογα με τη σχετική υπηρεσία.
21. Επιπλέον, στο άρθρο 2 σημείο 8), το οποίο ορίζει τον όρο «κατάταξη», επισημαίνεται ότι τα τεχνολογικά μέσα που χρησιμοποιούν οι πάροχοι για να παρουσιάσουν, να οργανώσουν ή να κοινοποιήσουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παρέχονται από τους χρήστες μέσω των σχετικών υπηρεσιών είναι άνευ σημασίας στην προκειμένη περίπτωση. Ως εκ τούτου, η ατομική εκτίμηση θα πρέπει να διενεργείται με τεχνολογικά ουδέτερο τρόπο, υπό την έννοια ότι η συγκεκριμένη τεχνολογία που χρησιμοποιείται στο πλαίσιο της διαδικασίας κατάταξης δεν διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο.
- 1.3.3. *Κατάλληλο επίπεδο λεπτομέρειας*
22. Οι περιγραφές που παρέχουν οι πάροχοι σύμφωνα με το άρθρο 5 θα πρέπει να αποφέρουν πραγματική προστιθέμενη αξία στους ενδιαφερόμενους χρήστες. Σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφοι 1 και 2, οι πάροχοι δεν πρέπει να παρέχουν πληροφορίες μόνο για τις κύριες παραμέτρους, αλλά επίσης για τους λόγους της σχετικής σημασίας των εν λόγω κύριων παραμέτρων σε αντίθεση με άλλες παραμέτρους. Επιπλέον, σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφος 5, οι χρήστες θα πρέπει να μπορούν να «κατανοούν επαρκώς» κατά πόσον και σε ποιον βαθμό λαμβάνονται υπόψη τρεις συγκεκριμένοι παράγοντες⁽⁵⁾. Συνεπώς, η παρεχόμενη περιγραφή δεν πρέπει να περιορίζεται στην απλή απαρίθμηση των κύριων παραμέτρων, αλλά να παρέχει τουλάχιστον ένα «δεύτερο στρώμα» επεξηγηματικών πληροφοριών⁽⁶⁾. Για παράδειγμα, οι πάροχοι θα μπορούσαν να εξετάσουν το ενδεχόμενο περιγραφής της εσωτερικής «διαδικασίας σκέψης» της εταιρείας που χρησιμοποιήθηκε για τον καθορισμό των «κύριων παραμέτρων», ως μέσου παράλληλης εξήγησης των «λόγων της σχετικής σημασίας τους».
23. Στην αιτιολογική σκέψη 27 καθίσταται σαφές ότι η απαιτούμενη περιγραφή μπορεί να είναι γενική, αλλά θα πρέπει να παρέχει στους χρήστες επαρκή κατανόηση και, επιπλέον, θα πρέπει να βασίζεται τουλάχιστον σε «πραγματικά δεδομένα σχετικά με τη συνάφεια των χρησιμοποιούμενων παραμέτρων κατάταξης». Στην εν λόγω αιτιολογική σκέψη καθίσταται επίσης σαφές ότι, παρότι δεν απαιτείται η αποκάλυψη της λεπτομερούς λειτουργίας των μηχανισμών κατάταξης, συμπεριλαμβανομένων των αλγορίθμων, η διαφύλαξη των εμπορικών συμφερόντων των παρόχων δεν μπορεί να δικαιολογήσει τυχόν άρνηση αποκάλυψης των κύριων παραμέτρων που καθορίζουν την κατάταξη σύμφωνα με το άρθρο 5.
24. Σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφοι 1 και 2, η περιγραφή που πρέπει να παρέχουν οι πάροχοι πρέπει να αφορά όλες τις κύριες παραμέτρους που καθορίζουν την κατάταξη και που είναι αντίστοιχα πιο σημαντικές για τη διαμόρφωση της κατάταξης. Ως εκ τούτου, η εν λόγω υποχρέωση ισχύει επίσης σε σχέση με παράγοντες όπως οι προσωρινές αλλαγές, ο τυχαίος χαρακτήρας ή η εξατομίκευση, στον βαθμό που οι παράγοντες αυτοί συνιστούν κύριες παραμέτρους.
25. Ωστόσο, ο υπερβολικός όγκος πληροφοριών μπορεί να συνεπάγεται, στην πραγματικότητα, ότι δεν παρέχεται καμία ουσιαστική πληροφορία στους χρήστες. Συνεπώς, οι πάροχοι θα πρέπει, αφενός, να προσδιορίζουν και να εξηγούν επαρκώς τις κύριες παραμέτρους κατάταξης και, αφετέρου, να μην κατακλύζουν τους χρήστες με υπερβολικά μακροσκελείς ή περίπλοκες περιγραφές, ή περιγραφές άλλων παραμέτρων πέραν των κυρίων. Η μη παροχή υπερβολικών λεπτομερειών εκτιμάται ότι θα συμβάλει επίσης στο να αποφευχθεί ο κίνδυνος παραπλάνησης ή βλάβης των καταναλωτών, όπως αναφέρεται στο άρθρο 5 παράγραφος 6.

(5) Στην αιτιολογική σκέψη 25 αποτυπώνονται τα αποτελέσματα που θα επιτευχθούν από το κριτήριο της «επαρκούς κατανόησης»: «Το περιεχόμενο της περιγραφής, μεταξύ άλλων ο αριθμός και το είδος των κύριων παραμέτρων, μπορεί συνεπώς να ποικίλλει ευρέως ανάλογα με τις συγκεκριμένες επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης, αλλά θα πρέπει να παρέχει στους επιχειρηματικούς χρήστες επαρκή κατανόηση του τρόπου με τον οποίο ο μηχανισμός κατάταξης λαμβάνει υπόψη τα χαρακτηριστικά των πραγματικών προϊόντων ή υπηρεσιών που προσφέρονται από τον επιχειρηματικό χρήστη και τη συνάφειά τους για τους καταναλωτές των συγκεκριμένων επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης».

(6) Στο πλαίσιο αυτό, στην αιτιολογική σκέψη 25 παρατίθενται διάφορα παραδείγματα των στοιχείων σχεδιασμού ενός μηχανισμού κατάταξης τα οποία εκτιμάται ότι θα βοηθούν τους επιχειρηματικούς χρήστες να διαμορφώσουν την απαιτούμενη επαρκή κατανόηση, όπως, μεταξύ άλλων: οι «δείκτες που χρησιμοποιούνται για τη μέτρηση της ποιότητας των προϊόντων ή υπηρεσιών των επιχειρηματικών χρηστών», η «χρήση επιμελητών και η ικανότητά τους να επηρεάζουν την κατάταξη των εν λόγω προϊόντων ή υπηρεσιών», ο «αντίκτυπος που έχουν στην κατάταξη η αμοιβή» και «στοιχεία που καθόλου ή ελάχιστα μόνο αφορούν το ίδιο το προϊόν ή την υπηρεσία –π.χ. στοιχεία από την επιγραμμική παρουσίαση της προσφοράς».

2. ΦΥΣΗ ΚΑΙ ΠΕΔΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 5**2.1. Ενοποιημένες υπηρεσίες**

26. Οι απαιτήσεις του άρθρου 5 εφαρμόζονται στους παρόχους επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης και επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης. Εάν οι πάροχοι επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης είναι (κάθετα ή οριζόντια) ενοποιημένοι, μέρος των όσων προσφέρουν μπορεί να είναι επίσης επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης. Ομοίως, οι όμιλοι παρόχων επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης ενδέχεται να ενσωματώνουν διάφορες επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης σε μία ενιαία εταιρική δομή. Όπως εξηγείται ανωτέρω, στις περιπτώσεις αυτές, οι υποχρεώσεις του άρθρου 5 θα εφαρμόζονται καταρχήν χωριστά για κάθε επιγραμμική μηχανή αναζήτησης, καθώς και για κάθε παρεχόμενη επιγραμμική υπηρεσία διαμεσολάβησης, δεδομένου ότι σε διαφορετική περίπτωση δεν θα είναι κατά κανόνα δυνατό να παρασχεθούν ουσιαστικές εξηγήσεις στους ενδιαφερόμενους χρήστες. Στο πλαίσιο αυτό, θα μπορούσαν να προκύψουν τα ακόλουθα ζητήματα.
27. *Υπηρεσίες παρεχόμενες μέσω διαφορετικών συσκευών.* Εάν οι πάροχοι προσφέρουν υπηρεσίες μέσω διαφορετικών συσκευών, θα πρέπει να αξιολογούν αν απαιτούνται χωριστές εξηγήσεις για κάθε συσκευή. Εάν η υπηρεσία λειτουργεί με τον ίδιο τρόπο σε όλες τις συσκευές και εφαρμόζονται οι ίδιες κύριες παράμετροι σε έναν ενιαίο μηχανισμό κατάταξης, κατά κανόνα δεν φαίνεται να απαιτείται χωριστή εξήγηση βάσει του άρθρου 5. Ωστόσο, εάν η υπηρεσία λειτουργεί ανεξάρτητα και με διαφορετικό τρόπο στις διάφορες συσκευές, κατά τρόπο ώστε να χρησιμοποιούνται διαφορετικές παράμετροι, τότε φαίνεται να απαιτείται καταρχήν χωριστή εξήγηση.
28. *Υπηρεσίες που λειτουργούν διασυννοριακά και μέσω αδιάλειπτων διεπαφών καταναλωτή.* Ενδέχεται να υπάρχουν καταστάσεις όπου ένας πάροχος λειτουργεί μια ηλεκτρονική βιτρίνα η οποία είναι ενσωματωμένη σε μια υπηρεσία Marketplace (τύπος επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης) και όπου οι επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης ή οι επιγραμμικές μηχανές αναζήτησης λειτουργούν σε διαφορετικές περιφέρειες και χρησιμοποιούν διαφορετικά ή ακόμη πολλαπλά ονόματα χώρου. Εάν οι πάροχοι ενσωματώσουν μια τέτοια ηλεκτρονική βιτρίνα στην οικεία υπηρεσία Marketplace, θα πρέπει να αξιολογήσουν αν αποτελεί μέρος αυτής της υπηρεσίας Marketplace ή αποτελεί διακριτή δραστηριότητα. Η αξιολόγηση αυτή είναι σημαντική προκειμένου να καθοριστεί αν και με ποιον τρόπο η λειτουργία της ηλεκτρονικής βιτρίνας πρέπει να συμπεριληφθεί στην περιγραφή σύμφωνα με το άρθρο 5. Ανάλογα με την κατάσταση, ενδέχεται να απαιτείται μία ή περισσότερες περιγραφές αυτού του είδους και η παρουσία αυτών των ηλεκτρονικών βιτρινών ενδέχεται να πρέπει να περιγραφεί με διάφορους τρόπους. Το ίδιο ισχύει για τη χρήση διαφορετικών ή πολλαπλών ονομάτων χώρου.
29. *Σύνδεση ή υποσύνδεση αποτελεσμάτων αναζήτησης* Μια άλλη κατάσταση που θα μπορούσε να προκύψει είναι όταν ένας πάροχος επιγραμμικής μηχανής αναζήτησης χρησιμοποιεί σύνδεση ή υποσύνδεση των αποτελεσμάτων αναζήτησης, συμπεριλαμβανομένης της «εξωτερικής ανάθεσης» των σχετικών δραστηριοτήτων σε επιγραμμικές μηχανές αναζήτησης τρίτων (⁷). Εάν τα αποτελέσματα αναζήτησης παρέχονται πραγματικά από τρίτους παρόχους επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης, οι ενδιαφερόμενοι πάροχοι επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης δεν θα πρέπει να απαλλάσσονται από την υποχρέωση συμμόρφωσης του άρθρου 5, στον βαθμό που η σχετική δραστηριότητα υπάγεται στο πεδίο της εν λόγω διάταξης.
30. *Ενσωμάτωση των προσφορών των επιχειρηματικών χρηστών στις επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης τρίτων.* Μια άλλη κατάσταση που θα μπορούσε να προκύψει στην πράξη είναι όταν ένας πάροχος επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης ενσωματώνει τις προσφορές των επιχειρηματικών χρηστών στις επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης τρίτων, για παράδειγμα οι «μηχανές μετα-αναζήτησης» οι οποίες ενσωματώνουν τους συνδέσμους προς τις προσφορές επιχειρηματικών χρηστών στα «διαδικτυακά ταξιδιωτικά πρακτορεία». Κατά περίπτωση, οι πάροχοι θα πρέπει να αξιολογούν αν και με ποιον τρόπο η παρουσία αυτών των προσφορών πρέπει να συμπεριληφθεί στην περιγραφή σύμφωνα με το άρθρο 5. Ανάλογα με την κατάσταση, ενδέχεται να απαιτείται μία ή περισσότερες περιγραφές αυτού του είδους και η παρουσία αυτών των προσφορών ενδέχεται να πρέπει να περιγραφεί με διάφορους τρόπους.
31. *Η χρήση «κουμπιών αγορών» στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.* Τα λεγόμενα «κουμπιά αγορών» που χρησιμοποιούνται από επαγγελματίες μπορούν να ενσωματωθούν σε επιγραμμικές υπηρεσίες μέσω κοινωνικής δικτύωσης. Στην περίπτωση αυτή, οι πάροχοι θα πρέπει να αξιολογούν κατά πόσον τα εν λόγω «κουμπιά αγορών» αποτελούν μέρος ευρύτερων επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης ή διακριτή δραστηριότητα που ενδέχεται να συνιστούν επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης. Η αξιολόγηση αυτή είναι σημαντική προκειμένου να καθοριστεί αν και με ποιον τρόπο η λειτουργία των κουμπιών αγορών πρέπει να συμπεριληφθεί στην περιγραφή σύμφωνα με το άρθρο 5. Ανάλογα με την κατάσταση, μπορεί να απαιτούνται μία ή περισσότερες περιγραφές αυτού του είδους και η παρουσία αυτών των κουμπιών αγορών ενδέχεται να πρέπει να περιγραφεί με διάφορους τρόπους.
- 2.1.1. *Κατάταξη έναντι αμοιβής*
32. Όσον αφορά την έμμεση ή άμεση αμοιβή που είναι πιθανώς μία από τις κύριες παραμέτρους που καθορίζουν την κατάταξη («κατάταξη έναντι αμοιβής»), το άρθρο 5 παράγραφος 3 προβλέπει ρητή υποχρέωση περιγραφής οποιονδήποτε τέτοιων δυνατοτήτων κατάταξης έναντι αμοιβής και των επιπτώσεων των εν λόγω αμοιβών στην κατάταξη — όταν οι εν λόγω δυνατότητες περιλαμβάνονται στις κύριες παραμέτρους που καθορίζουν την κατάταξη.

(⁷) Για περισσότερες λεπτομέρειες, βλ. για παράδειγμα: https://en.wikipedia.org/wiki/Search_syndication.

33. Σύμφωνα με το άρθρο 2 σημείο 8), η κατάταξη έγκειται στην «σχετική προβολή που δίδεται σε προϊόντα ή υπηρεσίες που προσφέρονται μέσω επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης». ⁽⁸⁾ Η τοποθέτηση διαφημιστικών πλαισίων ή η διαφήμιση προβολής μπορεί σε ορισμένες περιπτώσεις να επηρεάσει ενεργά τη «σχετική προβολή» των προϊόντων ή των υπηρεσιών που προσφέρονται από τους χρήστες. Στην περίπτωση αυτή και όταν πληρούνται επίσης οι άλλες απαιτήσεις του άρθρου 2 παράγραφος 8, και επιπλέον όταν η συνάφεια αυτής της παραμέτρου είναι τέτοια που να θεωρείται «κύρια παράμετρος», εφαρμόζεται το άρθρο 5 παράγραφος 3. Στις άλλες περιπτώσεις δεν εφαρμόζεται στην εν λόγω διαφήμιση το άρθρο 5 παράγραφος 3. Το γεγονός ότι τα ίδια επιγραμμικά εργαλεία διανομής διαφημίσεων ή επιγραμμικά δίκτυα ανταλλαγής διαφημίσεων, τα οποία εξαιρούνται από το πεδίο εφαρμογής του κανονισμού ⁽⁹⁾, μπορεί να χρησιμοποιηθούν για να διευκολύνουν τη διαφήμιση «εντός πλατφόρμας» και «εκτός πλατφόρμας» δεν θα πρέπει γενικά να θεωρείται αποφασιστικός παράγοντας στο πλαίσιο αυτό.

Επεξηγηματικό παράδειγμα

Ένας πάροχος εφαρμογής για κινητές συσκευές καταβάλλει αμοιβή στον ίδιο πάροχο επιγραμμικών υπηρεσιών διαφήμισης (διαφημιστικά δίκτυα, εργαλεία διανομής διαφημίσεων και ανταλλαγές διαφημίσεων) για να βελτιώσει τη σχετική προβολή της εφαρμογής του σε κατάσταση εφαρμογών για κινητές συσκευές μέσω «κατάταξης έναντι αμοιβής» και να προωθήσει ταυτόχρονα την εν λόγω εφαρμογή μέσω τοποθέτησης διαφημιστικών πλαισίων σε ορισμένους ιστότοπους τρίτων που αποτελούν μέρος του διαφημιστικού δικτύου του ίδιου παρόχου διαφημιστικών υπηρεσιών. Απλώς και μόνο το γεγονός ότι η ίδια τεχνολογία διαφήμισης που χρησιμοποιείται για να εξυπηρετήσει τη συγκεκριμένη διαφήμιση μέσω πλαισίων στους ιστότοπους τρίτων μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να προωθήσει απευθείας την εφαρμογή στο πλαίσιο των σχετικών επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης ή επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης δεν εξαιρεί τη «διαφήμιση» της εν λόγω εφαρμογής που πραγματοποιείται στο πλαίσιο των τελευταίων υπηρεσιών από το πεδίο εφαρμογής του άρθρου 5. Η προώθηση της εφαρμογής που πραγματοποιείται στο πλαίσιο των επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης ή επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης του σχετικού παρόχου θα μπορούσε καταρχήν να συνιστά «κατάταξη έναντι αμοιβής».

34. Λαμβανομένου υπόψη ότι το άρθρο 5 παράγραφος 3 εφαρμόζεται σε όλους τους σχετικούς παρόχους της προκειμένης περίπτωσης, το ίδιο ισχύει στην περίπτωση των παρόχων επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης, στο πλαίσιο των οποίων η «κατάταξη έναντι αμοιβής» μπορεί να καλύπτει διαφημιστικές ευκαιρίες που περιλαμβάνουν την προβολή έναντι αμοιβής των ιστότοπων ή των ψηφιακών εφαρμογών των χρηστών εταιρικών ιστότοπων στη σχετική μηχανή αναζήτησης.

2.1.2. Περιγραφή της κατάταξης

2.1.2.1. Γενική προσέγγιση

35. Όπως προκύπτει από το άρθρο 2 σημείο 8), η έννοια της «σχετικής προβολής» αφορά τον τρόπο με τον οποίο προσφέρονται τα προϊόντα και οι υπηρεσίες μέσω των επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης σε πολλές διαφορετικές περιστάσεις ⁽¹⁰⁾. Αυτό επιβεβαιώνεται στην αιτιολογική σκέψη 24, στην οποία αναφέρεται ότι «[η] κατάταξη αναφέρεται στη σχετική προβολή που δίδεται στις προσφορές των επιχειρηματικών χρηστών ή στη συνάφεια που αποδίδεται σε αποτελέσματα αναζήτησης όπως παρουσιάζονται, οργανώνονται ή κοινοποιούνται από παρόχους επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης [...] και προκύπτουν από τη χρήση αλγοριθμικών αλληλουχιών, μηχανισμών αξιολόγησης ή γνωμοδότησης, οπτικών επισημάνσεων ή άλλων μέσων προεκβολής ή συνδυασμών τους».
36. Ως εκ τούτου, η αλγοριθμική αλληλουχία των αποτελεσμάτων ως απάντηση σε ένα ερώτημα αναζήτησης αποτελεί ένα μόνο παράδειγμα του τρόπου με τον οποίο μπορούν να παρουσιάζονται, να οργανώνονται ή να κοινοποιούνται τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες στο πλαίσιο του μηχανισμού κατάταξης που καλύπτεται από το άρθρο 5. Πράγματι, στο πλαίσιο αυτό, τα αγαθά και οι υπηρεσίες μπορούν να παρουσιάζονται, να οργανώνονται ή να κοινοποιούνται στους καταναλωτές με πολλούς τρόπους. Οι τρόποι αυτοί είναι, μεταξύ άλλων, η «προκαθορισμένη» παραγγελία προϊόντων και υπηρεσιών στα οποία οι καταναλωτές μπορούν να πλοηγηθούν χωρίς να χρησιμοποιήσουν ερωτήματα αναζήτησης, μέσω της αδιάλειπτης χρήσης διαφορετικών επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης με «κουμπιά αγορών» (βλ. ανωτέρω), η οπτική έκθεση (μεταξύ άλλων σε επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης που λαμβάνουν τη μορφή χαρτών ή καταλόγων), η επισήμανση, η ανάπτυξη πελατολογίου, οι συντακτικές επεμβάσεις κ.λπ.
37. Ανάλογα με το τι βλέπουν οι καταναλωτές όταν αναζητούν προϊόντα και υπηρεσίες σε μια δεδομένη υπηρεσία που καλύπτεται από τον κανονισμό, οι πληροφορίες που παρουσιάζονται, οργανώνονται ή κοινοποιούνται ενδέχεται να είναι στοιχειώδεις ή περίπλοκες. Για παράδειγμα, στο πιο στοιχειώδες επίπεδο, μπορεί να είναι ένας κατάλογος προϊόντων χωρίς άλλες δυνατότητες. Για άλλες υπηρεσίες, μπορεί να υπάρχει μεγαλύτερη πολυμορφία, οπότε οι καταναλωτές μπορεί να βλέπουν μια γκάμα προϊόντων ή υπηρεσιών που εκτίθενται και ομαδοποιούνται με πολλούς διαφορετικούς

⁽⁸⁾ Η υπογράμμιση έχει προστεθεί.

⁽⁹⁾ Άρθρο 1 παράγραφος 3 του κανονισμού.

⁽¹⁰⁾ Στο πλαίσιο της υποχρέωσης διαφάνειας της κατάταξης, οι πάροχοι υποχρεούνται επίσης να περιγράφουν τη «σχετική σημασία» των κύριων παραμέτρων· το θέμα αυτό εξετάζεται στην ενότητα 6.2.

τρόπους όταν κοιτούν μια δεδομένη σελίδα στην υπηρεσία ή όταν εφαρμόζουν διαφορετικά «φίλτρα». Οι πάροχοι επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης ενδέχεται, για παράδειγμα, να συνδυάζουν ταξινομημένες λίστες αποτελεσμάτων αναζήτησης με αποτελέσματα κατάταξης έναντι αμοιβής και κύρια άρθρα όπως συστάσεις σε μια ενιαία αδιάλειπτη διεπαφή. Ή μπορεί να διαφοροποιούν αυτές τις ταξινομημένες λίστες χρησιμοποιώντας, για παράδειγμα, διαφορετικές επισημάνσεις, σχόλια ή επικεφαλίδες σε διαφορετικές θέσεις της σελίδας (δηλαδή ανεξάρτητα από τη «θέση» των σχετικών προϊόντων ή υπηρεσιών στη λίστα).

38. Δεδομένων των διαφορετικών βαθμών περιπλοκότητας της κατάταξης και δεδομένου του δυνητικά ευρέος πεδίου της τεχνολογικά ουδέτερης έννοιας της «σχετικής προβολής», οι πάροχοι θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη όλα τα σχετικά χαρακτηριστικά της κατάταξης όταν καθορίζουν ποιες είναι οι «κύριες παράμετροι» για τη συγκεκριμένη υπηρεσία που παρέχουν.

3. ΠΟΙΕΣ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΚΥΡΙΕΣ ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΙ ΚΑΙ ΠΩΣ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΕΙΤΑΙ Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥΣ;

3.1. Παραδείγματα παραμέτρων κατάταξης

39. Αφού οι πάροχοι αξιολογήσουν κατά περίπτωση ποιες είναι οι παράμετροι που διαμορφώνουν την «κατάταξη» όπως ορίζεται στο άρθρο 2 σημείο 8), θα πρέπει να καθορίσουν ποιες είναι οι κύριες παράμετροι, όπως αναφέρεται στο άρθρο 5 παράγραφος 1 και 2. Παραδείγματα ειδών παραμέτρων κατάταξης παρατίθενται στο παράρτημα Α.

3.2. Επιλογή των κύριων παραμέτρων

40. Για ορισμένες υπηρεσίες, ενδέχεται να υπάρχει μεγάλος αριθμός παραμέτρων κατάταξης. Για άλλες, ο αριθμός μπορεί να είναι πιο περιορισμένος. Ειδικά όταν υπάρχει μεγάλη δέσμη παραμέτρων, ο πάροχος θα πρέπει να επιλέξει τις πλέον συναφείς (πρβλ. αιτιολογική σκέψη 24). Ειδικότερα, σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφος 1, όσον αφορά τις επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης, οι ενδιαφερόμενοι πάροχοι πρέπει να καθορίζουν τις «κύριες παραμέτρους που καθορίζουν την κατάταξη», καθώς και «τους λόγους της σχετικής σημασίας των εν λόγω κύριων παραμέτρων». Σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφος 2, όσον αφορά τις επιγραμμικές μηχανές αναζήτησης, οι ενδιαφερόμενοι πάροχοι πρέπει να καθορίζουν τις «κύριες παραμέτρους που μεμονωμένα ή συλλογικά είναι πιο σημαντικές στη διαμόρφωση της κατάταξης», καθώς και τη «σχετική σημασία των εν λόγω κύριων παραμέτρων».
41. Προκειμένου να καθοριστεί η δέσμη παραμέτρων που «καθορίζουν» (άρθρο 5 παράγραφος 1) ή «είναι πιο σημαντικές στη διαμόρφωση» (άρθρο 5 παράγραφος 2) της κατάταξης και που πρέπει να θεωρηθούν «κύριες», οι πάροχοι θα μπορούσαν να εξετάσουν τι καθόρισε καταρχάς τον σχεδιασμό του αλγορίθμου. Για παράδειγμα, ο σχεδιασμός μπορεί να βασίστηκε στην επιθυμία να διασφαλιστεί ότι οι καταναλωτές θα βρουν προϊόντα ή υπηρεσίες που είναι τοπικά, φθηνά, υψηλής ποιότητας κ.π. Η προσέγγιση αυτή αντανάκλα έναν από τους στόχους του άρθρου 5, ο οποίος εξηγείται στην αιτιολογική σκέψη 24: «βοηθάει τους επιχειρηματικούς χρήστες να βελτιώνουν την παρουσίαση των προϊόντων ή υπηρεσιών τους ή ορισμένα εγγενή χαρακτηριστικά των εν λόγω προϊόντων ή υπηρεσιών». Ως βέλτιστη πρακτική, σε συνδυασμό με το εσωτερικό σκεπτικό της επιχείρησης θα μπορούσε να εξεταστεί τι θεωρεί ο πάροχος ως κορυφαίο τύπο αποτελέσματος στην υπηρεσία του. Ομοίως, ο πάροχος θα μπορούσε να εξετάσει τι θα ικανοποιούσε περισσότερο τους καταναλωτές της υπηρεσίας, ενδεχομένως ποιες ενέργειες του παρόχου εξυπηρετούν τα συμφέροντα των καταναλωτών στην υπηρεσία του, για παράδειγμα γιατί επέλεξε τα φίλτρα που προσφέρονται στους καταναλωτές για την ταξινόμηση των αποτελεσμάτων στις υπηρεσίες του ή άλλες παρόμοιες τεχνικές.
42. Όταν ένας πάροχος προσδιορίζει μεγάλο αριθμό παραμέτρων κατάταξης, θα μπορούσε να εξετάσει το ενδεχόμενο διαχωρισμού τους σε πολλές ευρείες κατηγορίες και στη συνέχεια να εξετάσει ποιες είναι οι υποκατηγορίες ή διακρίσεις που υπάγονται σε αυτές. Εάν οι κατηγορίες παραμέτρων είναι πολλές και διαφορετικές, οι πάροχοι θα μπορούσαν να εξετάσουν το ενδεχόμενο να ξεκινήσουν αντίστροφα για να απαλείψουν τις παραμέτρους που διαδραματίζουν περιφερειακό μόνο ρόλο στη διαμόρφωση της κατάταξης. Έτσι θα παραμείνουν μόνον οι κύριες παράμετροι, οι οποίες στη συνέχεια πρέπει να χωριστούν σε κατηγορίες ή υποκατηγορίες ανάλογα με τις ανάγκες. Με τον τρόπο αυτόν θα μπορούσε να δοθεί στον πάροχο η δυνατότητα να καθορίσει και να εξηγήσει ποια είναι η «σχετική σημασία» των «κύριων παραμέτρων» που καθορίστηκαν.
43. Μια ορθή πρακτική που μπορεί να βοηθήσει τους χρήστες να κατανοήσουν πώς λειτουργεί η κατάταξη είναι να εξετάσουν ποια είναι τα πιο απρόβλεπτα στοιχεία που διαμορφώνουν την κατάταξη. Αυτοί θα μπορούσαν επίσης να είναι παράγοντες που ένας χρήστης ενδέχεται να θεωρήσει άνευ σημασίας επειδή δεν συνδέονται με την ποιότητα του προϊόντος ή της υπηρεσίας που προσφέρουν μέσω της υπηρεσίας.
44. Μια βέλτιστη πρακτική είναι να διασφαλιστεί η κατανόηση από πλευράς των χρηστών με τη συμπερίληψη υψηλού επιπέδου περιγραφής της εσωτερικής διαδικασίας της επιχείρησης την οποία ακολούθησε ο πάροχος και η οποία τον οδήγησε να καθορίσει ποιες είναι οι «κύριες» παράμετροι. Η πρακτική αυτή θα μπορούσε να βοηθήσει επίσης τους παρόχους να εκπληρώσουν την απαίτηση του άρθρου 5 παράγραφος 5, η οποία συνίσταται στο να μπορούν οι χρήστες να «κατανοούν επαρκώς» ορισμένους συγκεκριμένους παράγοντες που αφορούν την κατάταξη (βλ. ενότητα 6.2 κατωτέρω).
45. Κατά τον ίδιο τρόπο, όταν αποφασίζουν ποιες είναι οι κύριες παράμετροι, οι πάροχοι θα μπορούσαν να εξετάσουν τι θα ήταν πιο χρήσιμο να γνωρίζουν οι ενδιαφερόμενοι χρήστες. Για τους επιχειρηματικούς χρήστες, η διαφάνεια όσον αφορά την κατάταξη έχει ως στόχο να βελτιωθεί η προβλεψιμότητα και να τους βοηθήσει να βελτιώσουν την παρουσίαση των προϊόντων και των υπηρεσιών τους ή ορισμένα εγγενή χαρακτηριστικά των εν λόγω προϊόντων ή υπηρεσιών. Για τους χρήστες εταιρικών ιστοτόπων, στόχος είναι να κατανοήσουν επαρκώς κατά πόσον, με ποιον τρόπο και σε ποιο βαθμό συνυπολογίζονται ορισμένα χαρακτηριστικά σχεδιασμού του ιστοτόπου που χρησιμοποιούν, όπως η βελτιστοποίηση της απεικόνισης σε κινητές συσκευές τηλεπικοινωνιών.

46. Είναι σημαντικό να επισημανθεί ότι για λόγους «σχετικής σημασίας» δεν απαιτείται η αποκάλυψη της ακριβούς στάθμισης των κύριων παραμέτρων ή ακόμη και των αλγορίθμων των παρόχων, (βλ. άρθρο 5 παράγραφος 6 και την αιτιολογική σκέψη 27). Ωστόσο, οι πάροχοι θα πρέπει να αποδίδουν σε κάποιο βαθμό τον εγγενώς δυναμικό χαρακτήρα της (κατά κανόνα βασισμένης σε αλγόριθμο) κατάταξης σε μια πιο στατική περιγραφή. Προσωρινές αλλαγές που ενδέχεται να είναι προβλέψιμες και συμβαίνουν ανά τακτά διαστήματα, όπως προωθήσεις πωλήσεων ή καιρικές συνθήκες, θα μπορούσαν, συνεπώς, να περιγραφούν καταρχήν με γενικό τρόπο, χωρίς απαραίτητα να ενεργοποιηθεί η ανάγκη προσαρμογής της περιγραφής της κατάταξης κάθε φορά που επέρχεται η προσωρινή αλλαγή. Μείζονες μεταβολές των μηχανισμών κατάταξης που οδηγούν σε αλλαγή των «κύριων παραμέτρων», συμπεριλαμβανομένων «εξελικτικών» αλλαγών που συμβαίνουν με την πάροδο του χρόνου ως αποτέλεσμα ενός βαθμού βαθιάς μάθησης, θα πυροδοτούσαν την ανάγκη προσαρμογής της παρεχόμενης περιγραφής ⁽¹¹⁾.
47. Γενικότερα, οι κύριες παράμετροι που καθορίζονται θα πρέπει να αντανakλούν πραγματικά τι διαμορφώνει την κατάταξη στο πλαίσιο του εν λόγω μηχανισμού. Οι παράμετροι που περιγράφονται ως κύριες θα πρέπει να αντιστοιχούν σε ό,τι είναι πραγματικά σημαντικότερο για τη διαμόρφωση της κατάταξης. Ως εκ τούτου, είναι άνευ σημασίας το αν οι παράμετροι είναι παράγοντες που μπορούν να επηρεαστούν από τους χρήστες. Ομοίως, οι πάροχοι δεν μπορούν απλώς να επικαλούνται το γεγονός ότι η κατάταξη καθορίζεται από αλγορίθμους που χρησιμοποιούν τεχνητή νοημοσύνη. Για να γίνει περαιτέρω κατανοητή η σχέση μεταξύ της μηχανικής μάθησης και της υποχρέωσης αποκάλυψης των κύριων παραμέτρων, βλ. 3.3.12 below.
- 3.3. Συγκεκριμένοι παράγοντες που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά τον καθορισμό των κύριων παραμέτρων**
48. Κατά τη διενέργεια της απαραίτητης αξιολόγησης προκειμένου να προσδιοριστούν οι κύριες παράμετροι κατάταξης, σύμφωνα με τις γενικές αρχές που περιγράφονται ανωτέρω, οι πάροχοι και άλλα μέρη θα μπορούσαν συγκεκριμένα να λάβουν υπόψη τους ακόλουθους παράγοντες.
- 3.3.1. Εξατομίκευση**
49. Η εξατομικευμένη κατάταξη προσφορών αποτελεί μια δυνατότητα που χρησιμοποιείται ευρέως. Παρότι τα αποτελέσματα της κατάταξης μπορεί υποθετικά να διαφέρουν για κάθε μεμονωμένο καταναλωτή, οι παράμετροι που χρησιμοποιούνται για την εξατομίκευση των αποτελεσμάτων (τα οποία μπορεί να είναι πολλά) εφαρμόζονται κατά κανόνα με τον ίδιο τρόπο σε όλες τις προσφορές προϊόντων ή υπηρεσιών από τους χρήστες των σχετικών υπηρεσιών. Με άλλα λόγια, οι παράμετροι που εξατομικεύουν τα αποτελέσματα καθορίζονται αντικειμενικά εκ των προτέρων, ακόμη κι αν ως αποτέλεσμα της εφαρμογής τους ένας καταναλωτής βλέπει διαφορετική κατάταξη σε σχέση με άλλον καταναλωτή που χρησιμοποιεί τις ίδιες επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης ή επιγραμμικές μηχανές αναζήτησης.
50. Όπως εξηγείται στην αιτιολογική σκέψη 24, η προβλεψιμότητα συνεπάγεται ότι οι πάροχοι καθορίζουν την κατάταξη κατά τρόπο μη αυθαίρετο. Όταν πρόκειται για κύρια παράμετρο, η εξήγηση της χρήσης της εξατομίκευσης, των βασικών χαρακτηριστικών της, καθώς και της επίδρασής της στην κατάταξη, συμπεριλαμβανομένης της μεταβλητότητας (δηλαδή του βαθμού διαφοράς ως προς την κατάταξη για τους διαφόρους καταναλωτές) ⁽¹²⁾, θα μπορούσε να συμβάλει στη βελτίωση της προβλεψιμότητας και στην αποφυγή του κινδύνου αυθαίρετου καθορισμού της κατάταξης. Ως εκ τούτου, οι πάροχοι ενδέχεται να πρέπει να εξετάσουν με ποιον τρόπο και σε ποιον βαθμό η εξατομίκευση επηρεάζει την κατάταξη στην περίπτωση των οικείων συγκεκριμένων επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης ή επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης.
51. Για να το πράξουν αυτό, ενδέχεται να πρέπει οι πάροχοι να αναλύσουν τον δυνητικά μακρύ κατάλογο παραγόντων που χρησιμοποιούνται για την εν λόγω εξατομίκευση, όπως προσωπικά προφίλ, ενδιαφέροντα, συμπεριφορά αναζήτησης, γεωγραφική θέση των καταναλωτών, η χρονική στιγμή της ημέρας κατά την οποία πραγματοποιείται η αναζήτηση, η εκ μέρους τους χρήση μέσων αποκλεισμού cookies ή άλλων τεχνικών εργαλείων και γενικότερα ο πλούτος των δεδομένων που τηρούνται για τον συγκεκριμένο καταναλωτή, καθώς και η εκ μέρους τους χρήση προεπιλεγμένων ρυθμίσεων [δηλαδή η ικανότητά τους να αναιρούν την προεπιλεγμένη ρύθμιση ή να εφαρμόζουν μηχανισμούς φίλτρων (βλ. 3.3.4 κατωτέρω)].
52. Δεδομένου ότι ορισμένοι πάροχοι ενδέχεται να προσπαθήσουν να προσελκύσουν ξεχωριστά ακροατήρια για ξεχωριστούς σκοπούς προκειμένου να διαφοροποιήσουν τα αντίστοιχα επιχειρηματικά μοντέλα τους ⁽¹³⁾, θα μπορούσαν επίσης να λάβουν υπόψη, κατά την εξέταση της επίδρασης της εξατομίκευσης στην κατάταξη, τη σύνθεση των καταναλωτών που χρησιμοποιούν τις συγκεκριμένες υπηρεσίες.

⁽¹¹⁾ Όπως επισημαίνεται ανωτέρω, για τους παρόχους επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης, οι οποίοι πρέπει να συμπεριλαμβάνουν τις κύριες παραμέτρους και τους σχετικούς λόγους στους οικείους όρους και τις προϋποθέσεις, οι απαιτήσεις του άρθρου 3 ισχύουν επίσης για τυχόν αλλαγές αυτού του είδους στους όρους και τις προϋποθέσεις.

⁽¹²⁾ Η διαφορά μπορεί να ποικίλλει, για παράδειγμα, από την οριακή μόνο αλλαγή της σχετικής προβολής πολλών προϊόντων ή υπηρεσιών σε περιορισμένο μόνο αριθμό περιπτώσεων έως την επιλογή εντελώς διαφορετικών προϊόντων ή υπηρεσιών για διαφορετικούς καταναλωτές σε τακτική βάση.

⁽¹³⁾ Βλ. επίσης ΕΓΓΡΑΦΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ - ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ που συνοδεύει το έγγραφο Πρότασης κανονισμού του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την προώθηση της δίκαιης μεταχείρισης και της διαφάνειας για τους επιχειρηματικούς χρήστες επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης, SWD/2018/138 final, τμήματα 1.6, 2.2 και 7.1.

53. Οι πάροχοι θα πρέπει να εξετάζουν κατά πόσον και, εάν ναι, με ποιον τρόπο οι καταναλωτές μπορούν και κάνουν χρήση ρυθμίσεων προστασίας της ιδιωτικής ζωής στις υπηρεσίες τους, δεδομένου ότι η χρήση των ρυθμίσεων αυτών μπορεί να επηρεάσει τη δυνατότητα εξατομίκευσης της κατάταξης.

Επεξηγηματικό παράδειγμα

Μια επιγραμμική αγορά «εξατομικεύει» την κατάταξη με την αντιστοίχιση έως και 10 000 προκαθορισμένων «δυνατοτήτων» σε μεμονωμένους καταναλωτές. Ο πάροχος διαπιστώνει ότι η πρακτική αυτή μπορεί να είναι εξαιρετικά αποτελεσματική στην ταξινόμηση των προσφορών των επιχειρηματικών χρηστών του (δηλαδή στην κατάταξη), παρότι η αποτελεσματικότητα του οικείου μηχανισμού εξατομίκευσης επηρεάζεται σημαντικά από τις ρυθμίσεις απορρήτου που χρησιμοποιούν οι καταναλωτές του. Ανάλογα με τον αριθμό, την ετερογένεια και τις προτιμήσεις προστασίας προσωπικών δεδομένων των καταναλωτών που είναι ενεργοί στη σχετική υπηρεσία, τα αποτελέσματα κατάταξης μπορεί συνεπώς να ποικίλλουν σημαντικά. Επιπλέον, ο πάροχος μπορεί να έχει σχεδιάσει τον οικείο μηχανισμό κατάταξης κατά τρόπο ώστε να αποδίδει μεγαλύτερη βαρύτητα σε άλλους παράγοντες, όπως η κατάταξη έναντι μεγαλύτερης αμοιβής, σε περιπτώσεις ή περιόδους που η εξατομίκευση είναι λιγότερο αποτελεσματική. Στην περίπτωση αυτή, ο πάροχος μπορεί να πρέπει να συμπεριλάβει αυτές τις πραγματικές πληροφορίες στην περιγραφή των οικείων κύριων παραμέτρων που καθορίζουν την κατάταξη και τους λόγους της σχετικής τους σημασίας, έτσι ώστε να δώσει τη δυνατότητα στους επιχειρηματικούς χρήστες να κατανοήσουν σωστά τον μηχανισμό κατάταξης, χωρίς ωστόσο να επιβαρύνει υπερβολικά ή να δημιουργήσει σύγχυση στους επιχειρηματικούς χρήστες με την παράθεση χιλιάδων μεμονωμένων χαρακτηριστικών του χρησιμοποιούμενου μηχανισμού.

3.3.2. *Καταναλωτική συμπεριφορά αναζήτησης και σκοπός αναζήτησης*

54. Κατά περίπτωση για την τήρηση των απαιτήσεων του άρθρου 5, ιδίως σε σχέση με την απαιτούμενη περιγραφή των κύριων παραμέτρων, οι πάροχοι θα μπορούσαν να εξετάσουν με ποιον τρόπο και σε ποιον βαθμό η καταναλωτική συμπεριφορά αναζήτησης επηρεάζει την κατάταξη, ενδεχομένως ως στοιχείο της εξατομικευμένης κατάταξης (βλ. 3.3.1 ανωτέρω).

3.3.3. *Ιστορικό χρήστη*

55. Κατά περίπτωση για την τήρηση των απαιτήσεων του άρθρου 5, ιδίως σε σχέση με την απαιτούμενη περιγραφή των κύριων παραμέτρων, οι πάροχοι θα μπορούσαν να εξετάσουν με ποιον τρόπο και σε ποιον βαθμό ορισμένοι παράγοντες που δεν αφορούν άμεσα τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που προσφέρει ένας χρήστης μέσω των εν λόγω υπηρεσιών, όπως το ιστορικό χρήστη ή οι προηγούμενες επιδόσεις, επηρεάζουν την κατάταξη.

Επεξηγηματικό παράδειγμα

Στα καταστήματα κινητών εφαρμογών, η αξιολόγηση των προγραμματιστών ή των εκδοτών ενδέχεται να πραγματοποιείται χωριστά από τις εφαρμογές τους, με αποτέλεσμα, για παράδειγμα, η εφαρμογή ενός έμπειρου προγραμματιστή η οποία κυκλοφόρησε πρόσφατα με υφιστάμενη προσφορά στο συγκεκριμένο κατάστημα εφαρμογών να έχει ενδεχομένως καλύτερες επιδόσεις στην κατάταξη σε σχέση με την εφαρμογή ενός νέου προγραμματιστή. Στην προκειμένη περίπτωση, στον βαθμό που αυτοί οι παράγοντες συνιστούν κύριες παραμέτρους που καθορίζουν την κατάταξη, ο ενδιαφερόμενος πάροχος θα πρέπει να διασφαλίζει ότι οι επιχειρηματικοί χρήστες κατανοούν το γεγονός αυτό. Ο πάροχος μπορεί, κατά περίπτωση, να ενημερώνει επίσης τους επιχειρηματικούς χρήστες για πιθανούς «διορθωτικούς» μηχανισμούς, όπως προσωρινή προώθηση των εφαρμογών νέων προγραμματιστών.

3.3.4. *Προεπιλεγμένες ρυθμίσεις, ταξινόμηση και μηχανισμοί φιλτραρίσματος*

56. Ως τύπος εξατομίκευσης, οι προεπιλεγμένες ρυθμίσεις οι οποίες μπορούν να αναδιαταχθούν, να ανακλιθούν ή να «παρακαμφθούν» από τους καταναλωτές με τη χρήση εργαλείων ταξινόμησης ή φιλτραρίσματος μπορούν να έχουν σημαντική επίδραση στην κατάταξη των προσφορών προϊόντων και υπηρεσιών των επιχειρηματικών χρηστών. Οι εν λόγω μηχανισμοί θα μπορούσαν να είναι καθαυτοί «κύριες παράμετροι», για παράδειγμα όταν η χρήση τους από τους καταναλωτές είναι πολύ συχνή και έχουν ιδιαίτερη συνάφεια για την κατάταξη. Στην περίπτωση αυτή, μπορεί να είναι σημαντικό για τους επιχειρηματικούς χρήστες να κατανοήσουν, για παράδειγμα, αν η κατάταξη μετά την εφαρμογή του φίλτρου βασίζεται στο σύνολο των προσφορών ή αν η κατάταξη εξαρτάται εν προκειμένω από το αν η προσφορά προϊόντων ή υπηρεσιών πληροί ορισμένα κριτήρια συμπερίληψης, όπως ελάχιστος αριθμός κριτικών, ώστε τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που αναφέρονται στο πλαίσιο των προεπιλεγμένων ρυθμίσεων να επιλέγονται μέσω φίλτρου «ποιότητας». Το ίδιο ισχύει για το μέγεθος της πιθανής επίδρασης των διαφόρων φίλτρων στην κατάταξη.

57. Επιπροσθέτως, δεδομένης της ευλόγως αυξημένης σημασίας της παραμέτρου που χρησιμοποιείται (δηλαδή του φίλτρου) σε συγκεκριμένους μηχανισμούς φιλτραρίσματος (π.χ. βαθμολογία όσον αφορά την τιμή ή βαθμολογία κριτικών), άλλες παράμετροι που εφαρμόζονται πέραν του φίλτρου ενδέχεται να γίνουν σημαντικότερες ως προς τη βαρύτητα που δίνεται σε αυτές σε σχέση με την περίπτωση που δεν εφαρμόζεται φίλτρο. Αυτή η μεγαλύτερη βαρύτητα μπορεί δηλαδή να είναι αναγκαία για να συνεχίζει να είναι δυνατή η αποτελεσματική κατάταξη μεγάλου αριθμού προσφορών που ενδέχεται να μην διαφέρουν σημαντικά από πλευράς στοιχείων όπως η βαθμολογία όσον αφορά την τιμή ή η βαθμολογία κριτικών (δηλαδή το φίλτρο). Αυτές οι άλλες παράμετροι ενδέχεται τότε, ανάλογα με την περίπτωση, να συνιστούν «κύριες παραμέτρους» σύμφωνα με το άρθρο 5. Εκτός από τις περιπτώσεις αυτές, μπορεί να είναι σημαντικό για τους επιχειρηματικούς χρήστες να κατανοούν τις πιθανές επιπτώσεις της χρήσης φίλτρων για το σχετικό βάρος άλλων παραμέτρων πέραν του εφαρμοζόμενου φίλτρου.

3.3.5. Διαπλατφορμική παρουσία

58. Οι επιχειρηματικοί χρήστες συχνά τείνουν να προσφέρουν ταυτόχρονα τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους σε διάφορες επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης προκειμένου να μεγιστοποιήσουν τις πωλήσεις («multi-homing»). Επιπροσθέτως, υπάρχουν ανεξάρτητοι τρίτοι πάροχοι οι οποίοι συλλέγουν κριτικές επιχειρήσεων από χρήστες. Στην πράξη, ορισμένοι πάροχοι ενδέχεται να θεωρούν τις δραστηριότητες ή την παρουσία των επιχειρηματικών χρηστών σε υπηρεσίες τρίτων ως δείκτη ποιότητας ή συνάφειας των επιχειρηματικών χρηστών στις εν λόγω επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης. Στην περίπτωση αυτή και όταν η συνάφεια αυτού του παράγοντα για την κατάταξη είναι τέτοια ώστε να θεωρείται «κύρια παράμετρος», οι πάροχοι αυτοί θα πρέπει να ενημερώνουν τους χρήστες σχετικά με τη συνεκτίμηση, και τον τρόπο συνεκτίμησης, αυτού του παράγοντα στην κατάταξη.

3.3.6. Άλλοι εξωτερικοί παράγοντες

59. Οι χρήστες και τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που προσφέρουν μπορούν επίσης να αξιολογηθούν με τη χρήση άλλων παραγόντων εξωτερικών προς τις δεδομένες επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης ή επιγραμμικές υπηρεσίες αναζήτησης. Παράγοντες όπως η αξιολόγηση ξενοδοχείων με αστέρια, η ελκυστικότητα της μάρκας η οποία μετράται μέσω ερευνών που διεξάγονται από επαγγελματίες της μόδας, σήματα εμπιστοσύνης τρίτων που απονέμονται σε ένα διαδικτυακό κατάστημα λιανικού εμπορίου επιχειρηματικών χρηστών (π.χ. κατάσταση εμπιστοσύνης) ή επιχειρηματικά βραβεία (π.χ. «καλύτερο καφέ στο x») ή προβολή σε μέσα ενημέρωσης τρίτων (π.χ. άρθρα εφημερίδων ή αφιερώματα σε περιοδικά) θα μπορούσαν να έχουν συνάφεια για την κατάταξη ως «κύριες παράμετροι». Στην περίπτωση αυτή, οι εν λόγω παράγοντες πρέπει επίσης να περιγράφονται.

60. Αντιθέτως, δεν μπορεί να αποκλειστεί το ενδεχόμενο, σε ορισμένες περιπτώσεις, να «εκπλήσσονται» κάποιοι επιχειρηματικοί χρήστες ή χρήστες εταιρικών ιστότοπων για το γεγονός ότι ορισμένοι εξωτερικοί παράγοντες, οι οποίοι φαίνεται να έχουν μεγάλη σημασία με γνώμονα τη φύση της υπηρεσίας, δεν λαμβάνονται υπόψη στον καθορισμό της κατάταξης. Για παράδειγμα, το να μην λαμβάνεται υπόψη μια αξιολόγηση της προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα ιστότοπων σε μια επιγραμμική μηχανή αναζήτησης που εστιάζει σε θέματα προστασίας της ιδιωτικής ζωής ή το να μην λαμβάνονται υπόψη οι ετικέτες τροφίμων σε μια αγορά τροφίμων που εστιάζει στην υγεία θα μπορούσε να αποτελεί έκπληξη για τους χρήστες. Η περιγραφή των λόγων για τη σχετική σημασία των κύριων παραμέτρων ή των κύριων παραμέτρων που είναι συλλογικά οι σημαντικότερες όσον αφορά τον καθορισμό της κατάταξης και της σχετικής σημασίας αυτών των κύριων παραμέτρων, θα πρέπει να είναι επαρκώς σαφής ώστε οι χρήστες να μπορούν να κατανοήσουν ότι οι εν λόγω άλλοι παράγοντες δεν λαμβάνονται υπόψη κατά την κατάταξη.

61. Οι πάροχοι επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης και επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης θα πρέπει επίσης να εξετάζουν, ως βέλτιστη πρακτική, αν η περιγραφή πρέπει να παραπέμπει στους τομεακούς κανόνες, οι οποίοι μπορεί να έχουν άμεσο ή έμμεσο αντίκτυπο στον καθορισμό των παραμέτρων κατάταξης. Σε αυτούς περιλαμβάνονται οι κανόνες του δικαίου της ΕΕ και του εθνικού δικαίου που αντικατοπτρίζουν διάφορους στόχους δημόσιου συμφέροντος σε διάφορους τομείς.

3.3.7. Κοινοποιήσεις τρίτων

62. Όταν οι κοινοποιήσεις τρίτων σχετικά με προσφορές προϊόντων και υπηρεσιών έχουν σχέση με την κατάταξη ως «κύριες παράμετροι», οι περιγραφές που παρέχουν οι ενδιαφερόμενοι πάροχοι πρέπει επίσης να λαμβάνουν υπόψη αυτόν τον παράγοντα. Η συνάφεια αυτή θα μπορούσε να περιγραφεί από πλευράς δυνητικής σημασίας σε μεμονωμένες περιπτώσεις, καθώς και από πλευράς τυχόν συνεχών επιδράσεων που ενδέχεται να προκύψουν, για παράδειγμα, από σημαντικό όγκο κοινοποιήσεων ή από τις πολιτικές των παρόχων που εφαρμόζονται σε σχέση με τους τύπους παράνομου περιεχομένου το οποίο μπορεί να αφορούν οι κοινοποιήσεις τρίτων. Όσον αφορά τη διακριτή υποχρέωση των επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης να επιτρέπουν την εξέταση του περιεχομένου των κοινοποιήσεων βάσει του άρθρου 5 παράγραφος 4, βλ. ενότητα 10.

3.3.8. Τυχαιοποίηση

63. Στην πράξη, ορισμένοι πάροχοι ενδέχεται να χρησιμοποιούν τεχνικές αναδιοργάνωσης της σχετικής προβολής που δίδεται σε προσφορές προϊόντων και υπηρεσιών (εν μέρει) με τυχαίο τρόπο, για παράδειγμα, προκειμένου να ανανεώσουν την εμφάνιση μιας σελίδας προορισμού. Επίσης, η τυχαιοποίηση μπορεί, για παράδειγμα, να εφαρμοστεί για να καταστεί η κατάταξη πιο δυναμική και να διαφοροποιηθούν οι σχετικές επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης ή η επιγραμμική μηχανή αναζήτησης από άλλες. Όταν αυτοί οι παράγοντες συνιστούν «κύριες παραμέτρους», οι ενδιαφερόμενοι πάροχοι

πρέπει να λαμβάνουν αυτό υπόψη στις περιγραφές τους. Θα μπορούσαν, για παράδειγμα, να εξηγήσουν με ποιον τρόπο εφαρμόζονται αυτές οι τεχνικές (σε σχέση με το πότε και για πόσο χρονικό διάστημα χρησιμοποιούνται, πόσο σημαντική είναι η χρήση κ.λπ.), καθώς και την επίδρασή τους. Οι εξηγήσεις αυτές θα μπορούσαν να παράσχουν μια βασισμένη σε αντικειμενικά γεγονότα ένδειξη του «εύρους», δηλαδή του μεγέθους της δυνητικής επίδρασης της τυχαίοποίησης στην κατάταξη, η οποία θα βοηθούσε επίσης τους χρήστες να κατανοήσουν τη σημασία της εφαρμογής τεχνικών βελτιστοποίησης της κατάταξης για διαφορετικές επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης ή επιγραμμικές μηχανές αναζήτησης στις οποίες ενδέχεται να εμφανίζονται.

3.3.9. Τακτοποίηση

64. Ορισμένοι πάροχοι ενδέχεται να επεξεργάζονται ή να «τακτοποιούν» τις προσφορές προϊόντων και υπηρεσιών των χρηστών όπως παρουσιάζονται, οργανώνονται ή κοινοποιούνται στις υπηρεσίες τους. Για παράδειγμα, μπορεί να «χειρίζονται» ή να χαρακτηρίζουν προσφορές προϊόντων που εμφανίζονται στις οικείες επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης ηλεκτρονικού εμπορίου χωρίς να έχει πραγματοποιηθεί σχετική αγορά για μεγάλο χρονικό διάστημα ως «παλιές» και, συνεπώς, να τις προβάλλουν σε χαμηλότερη θέση για τους σκοπούς της κατάταξης. Όταν αυτοί οι παράγοντες ισοδυναμούν με «κύριες παραμέτρους», θα πρέπει να παρέχεται περιγραφή των σχετικών πρακτικών. Αυτό θα μπορούσε να είναι σημαντικό για τους σκοπούς της προβλεψιμότητας, ιδίως δεδομένης της δυνητικά σημαντικής επίδρασης των πρακτικών στην κατάταξη και, κατ' επέκταση, στην εμπορική επιτυχία των χρηστών.

3.3.10. Σχέση με τις παρεπόμενες υπηρεσίες

65. Σε ορισμένες περιπτώσεις, οι πάροχοι σχεδιάζουν τον οικείο μηχανισμό κατάταξης κατά τρόπο ώστε η χρήση από τους χρήστες των παρεπόμενων υπηρεσιών του ίδιου παρόχου (οι οποίες παρέχονται παράλληλα με τις σχετικές επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης ή τις επιγραμμικές μηχανές αναζήτησης ή παρέχονται χωριστά) να μπορεί να επηρεάσει την κατάταξη των χρηστών αυτών. Η κατάσταση αυτή μπορεί να αποτελεί παράδειγμα έμμεσης αμοιβής, για την οποία απαιτείται πρόσθετη περιγραφή σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφος 3. Ωστόσο, ανεξαρτήτως αυτού, η χρήση των παρεπόμενων υπηρεσιών μπορεί να είναι επίσης μία από τις κύριες παραμέτρους που χρησιμοποιούνται για να καθορίζουν την κατάταξη όπως αναφέρεται στο άρθρο 5 παράγραφος 1 και 2. Στην περίπτωση αυτή, οι πάροχοι πρέπει να εξηγούν, με τον κατάλληλο βαθμό λεπτομέρειας, ότι αυτό συμβαίνει, έτσι ώστε να μπορούν να αποφασίσουν οι χρήστες αν θα χρησιμοποιήσουν αυτές τις παρεπόμενες υπηρεσίες, γνωρίζοντας ότι οι εν λόγω παρεπόμενες υπηρεσίες δεν προσφέρουν μόνο, για παράδειγμα, ευκολία (δηλαδή να είναι διαθέσιμες από τον ίδιο πάροχο σε ένα «ενιαίο σημείο»), αλλά ότι ενδέχεται η χρήση τους να είναι σημαντική για τη βελτιστοποίηση των πωλήσεων. Για παράδειγμα, αυτό μπορεί να συμβαίνει όταν οι υπηρεσίες διεκπεραίωσης που προσφέρονται από τον σχετικό πάροχο σημειώνουν καλύτερες επιδόσεις από τις συνήθεις υπηρεσίες παράδοσης ή τις ταχυδρομικές υπηρεσίες από πλευράς ταχύτητας, με την ταχύτητα παράδοσης να αποτελεί «κύρια παράμετρο» που διαμορφώνει την κατάταξη. Η κατανόηση της σημασίας της χρήσης και της επίδρασης των παρεπόμενων υπηρεσιών ως «κύριων παραμέτρων» μπορεί, συνεπώς, να είναι σημαντική για τη βελτίωση της προβλεψιμότητας για τους χρήστες.

3.3.11. Χρήση των τεχνικών εργαλείων των παρόχων

66. Όπως και στην περίπτωση των παρεπόμενων υπηρεσιών, ορισμένοι πάροχοι ενδέχεται να προσφέρουν στους χρήστες τεχνικά εργαλεία, πιδανώς έναντι αμοιβής, και συνεπώς να καλύπτονται από το άρθρο 5 παράγραφος 3. Η χρήση ή η επίδραση αυτών των εργαλείων μπορεί επίσης να έχει αντίκτυπο στην κατάταξη και —αν η συνάφεια είναι τέτοια που ο εν λόγω παράγοντας αποτελεί «κύρια παράμετρο» κατά την έννοια του άρθρου 5 παράγραφος 1 και 2— να απαιτείται, συνεπώς, η ίδια προσέγγιση που περιγράφεται στην προηγούμενη ενότητα.
67. Για παράδειγμα, σε ορισμένες περιπτώσεις η χρήση εργαλείου ανάλυσης δεδομένων το οποίο είναι διαθέσιμο σε μια επιγραμμική υπηρεσία διαμεσολάβησης ή επιγραμμική μηχανή αναζήτησης μπορεί να δώσει τη δυνατότητα στους χρήστες να βελτιώσουν σημαντικά την κατάταξή τους. Στην περίπτωση αυτή, στον βαθμό που ο εν λόγω παράγοντας αποτελεί «κύρια παράμετρο», θα είναι σημαντικό να εξηγήσουν οι πάροχοι αν η επίδραση στην κατάταξη οφείλεται απλώς στις πληροφορίες που αποκτήθηκαν και οι οποίες στη συνέχεια εφαρμόστηκαν από τους χρήστες ή αν λαμβάνεται επίσης υπόψη το απλό γεγονός ότι χρησιμοποιούν το εργαλείο ανάλυσης δεδομένων. Στη δεύτερη περίπτωση, η χρήση του εργαλείου ανάλυσης θα μπορούσε να είναι μια μορφή έμμεσης αμοιβής, οπότε εφαρμόζονται επίσης οι ειδικές απαιτήσεις του άρθρου 5 παράγραφος 3. Η σημασία αυτού του εργαλείου ανάλυσης ενδέχεται, για παράδειγμα, να οφείλεται στο ότι οι πληροφορίες που προσφέρονται είναι μοναδικές και δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες να βελτιώσουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους πέραν των ενεργειών στις οποίες θα μπορούσαν να προβούν οι χρήστες αυτοί με βάση τη δική τους έρευνα ή άλλες λύσεις της αγοράς, ή επειδή το εργαλείο θα μπορούσε να συμβάλει στη βελτιστοποίηση της επιγραμμικής παρουσίας τους, εντός ή εκτός πλατφόρμας.

3.3.12. Επίδραση της μηχανικής μάθησης

68. Οι πάροχοι θα πρέπει να καθορίσουν αν η μηχανική μάθηση αποτελεί «κύρια παράμετρο». Εάν ναι, ακόμη και αν είναι δυναμική, θα μπορούσε να αποτυπωθεί με μια πιο «στατική» περιγραφή. Σύμφωνα με τις κατευθυντήριες αρχές για την υιοθέτηση προσέγγισης προσανατολισμένης στον χρήστη, η οποία παρέχει το κατάλληλο επίπεδο λεπτομέρειας, οι πάροχοι θα μπορούσαν να εστιάσουν στην εξήγηση του αναμενόμενου «εύρους», δηλαδή του μεγέθους της επίδρασης της μηχανικής μάθησης στην κατάταξη. Στην εν λόγω εξήγηση μπορεί να περιλαμβάνεται το αν επηρεάζει όλες τις κύριες παραμέτρους εξίσου και, για παράδειγμα, να παρέχεται ένδειξη του χρόνου και της συχνότητας με την οποία η μηχανική μάθηση μπορεί να οδηγήσει στην αλλαγή των «κύριων παραμέτρων». Αν μεταβληθούν αυτές οι κύριες παράμετροι ως αποτέλεσμα της μηχανικής μάθησης, οι πάροχοι πρέπει να προσαρμόσουν την περιγραφή που απαιτείται βάσει του άρθρου 5.

3.3.13. Αξιολόγηση ιστότοπων

69. Ένας πάροχος επιγραμμικής μηχανής αναζήτησης μπορεί να λαμβάνει υπόψη ορισμένα χαρακτηριστικά ιστότοπων προκειμένου να τα αξιολογήσει από τη σκοπιά της εμπιστοσύνης της οποίας απολαύουν εκ μέρους των χρηστών, ή της ασφάλειας, της αυθεντικότητας, της δημοτικότητας ή των τεχνολογικών χαρακτηριστικών τους. Εάν ένας πάροχος λαμβάνει αυτούς τους παράγοντες υπόψη, θα πρέπει να εξετάζει και να εξηγεί σε ποιον βαθμό η οικεία αξιολόγηση των χαρακτηριστικών ενός ιστοτόπου επηρεάζει την κατάταξη, στον βαθμό που οι παράγοντες αυτοί αποτελούν «κύριες παραμέτρους».
70. Κατά συνέπεια, οι πάροχοι πρέπει να αξιολογούν σε μεμονωμένη βάση σε τι ενέργειες προβαίνουν για να αξιολογήσουν τους ιστοτόπους και πώς επηρεάζεται η κατάταξη. Για παράδειγμα, η αξιολόγηση αυτή ενδέχεται να περιλαμβάνει τον τρόπο με τον οποίο οι πάροχοι αναπτύσσουν συγκεκριμένες βαθμολογίες των ιστότοπων οι οποίες υπολογίζονται βάσει διαφόρων μεταβλητών, όπως το αν οι χρήστες εμπιστεύονται τον ιστότοπο και αν ο ιστότοπος έχει ιστορικό κοινής χρήσης συνδέσεων ή παραπληροφόρησης. Ως εκ τούτου, η ποιότητα του περιεχομένου ή το πόσο αξιόπιστος είναι ο ιστότοπος ενδέχεται να είναι σημαντικά στοιχεία για τις επιδόσεις του στην κατάταξη. Εναλλακτικά, ενδέχεται να δίνεται έμφαση στη δημοτικότητα του ιστοτόπου η οποία μετράται μέσω, για παράδειγμα, του αριθμού μοναδικών επισκεπτών και προβολών σελίδας σε μια δεδομένη περίοδο. Ομοίως, ενδέχεται να λαμβάνονται υπόψη ορισμένες τεχνικές πτυχές, για παράδειγμα, η ταχύτητα φόρτωσης, η φιλικότητα στις κινητές συσκευές, η ηλικία τομέα ή η ασφάλεια και η προσβασιμότητα του ιστότοπου.
71. Εάν ορισμένα χαρακτηριστικά ιστότοπων είναι σημαντικότερα από άλλα και η αξιολόγηση αυτών των πτυχών αντανακλάται στην κατάταξη σε τέτοιον βαθμό που να θεωρείται «κύρια παράμετρος», είναι σημαντικό να το κατανοούν αυτοί οι χρήστες. Θα πρέπει επίσης να αντανακλάται στο επίπεδο λεπτομέρειας που παρέχεται στην περιγραφή προκειμένου να εξασφαλίζεται επαρκής σαφήνεια για τους χρήστες.

3.3.14. Μέτρα που λαμβάνονται για την αποφυγή της κακόπιστης χειραγώγησης των αποτελεσμάτων κατάταξης από τρίτους

72. Οι πάροχοι τείνουν να χρησιμοποιούν περίπλοκους μηχανισμούς πρόληψης της απάτης, οι οποίοι ενδέχεται να αποτελούν «κύριες παραμέτρους» σύμφωνα με το άρθρο 5.
73. Ως εκ τούτου, οι πάροχοι θα πρέπει να αξιολογούν προσεκτικά κατά πόσο πρέπει να περιγράψουν τα συστατικά στοιχεία των οικείων μηχανισμών καταπολέμησης της απάτης. Παρότι αυτοί οι μηχανισμοί εξ ορισμού δεν μπορούν να αποκαλύπτονται λεπτομερώς χωρίς να υπονομευθούν δυνητικά ο σκοπός και η αποτελεσματικότητά τους, οι πάροχοι θα πρέπει τουλάχιστον να γνωστοποιούν την ύπαρξή τους και να παρέχουν πληροφορίες υψηλού επιπέδου σχετικά με τον τρόπο που μπορούν να επηρεάσουν την κατάταξη — όταν οι μηχανισμοί αυτοί ισοδυναμούν με «κύριες παραμέτρους».

3.3.15. Κριτικές χρηστών

74. Εάν οι κριτικές καταναλωτών αποτελούν «κύρια παράμετρο» για δεδομένο μηχανισμό κατάταξης, οι ενδιαφερόμενοι πάροχοι θα πρέπει να συμπεριλαμβάνουν αυτόν τον παράγοντα στις οικείες περιγραφές που απαιτούνται από το άρθρο 5 με επαρκές επίπεδο λεπτομέρειας και σαφήνειας. Για παράδειγμα, θα μπορούσαν να εξηγήσουν ότι οι κριτικές δημιουργούνται στη σχετική επιγραμμική υπηρεσία διαμεσολάβησης ή επιγραμμική μηχανή αναζήτησης ή μπορεί να πρόκειται για κριτικές που φιλοξενούνται εκτός αυτών των υπηρεσιών. Στις περιπτώσεις αυτές, μπορεί να είναι επίσης σημαντικό να γνωρίζουν οι χρήστες τι μέτρα λαμβάνονται ενδεχομένως για να επαληθευτεί η ακρίβεια αυτών των κριτικών.

3.3.16. Μέτρα των παρόχων κατά του παράνομου περιεχομένου

75. Όταν οι πάροχοι λαμβάνουν μέτρα για να καταπολεμήσουν το παράνομο περιεχόμενο στο διαδίκτυο, πρέπει να λαμβάνουν υπόψη την επίδραση που ενδέχεται να έχουν αυτά τα μέτρα στην κατάταξη και τι ενδέχεται να χρειαστεί να συμπεριλάβουν στην περιγραφή των «κύριων παραμέτρων» που απαιτείται από το άρθρο 5. Η επίδραση στην κατάταξη μπορεί να ποικίλλει μεταξύ των παρόχων, αλλά γενικά τόσο η παρουσία όσο και η προσωρινή παρουσία παράνομου περιεχομένου, καθώς και η αφαίρεση του παράνομου περιεχομένου, μπορούν να έχουν άμεση επίδραση στην προβολή των νόμιμων προσφορών των επιχειρηματικών χρηστών. Στην περίπτωση που αυτά τα μέτρα ισοδυναμούν με «κύριες παραμέτρους», όταν αποφασίζουν τι να περιγράψουν, οι πάροχοι θα πρέπει να εξετάζουν ποιες πληροφορίες και ποιος βαθμός διαφάνειας, για παράδειγμα, σχετικά με τους τύπους και την επικράτηση του παράνομου περιεχομένου στην επίμαχη υπηρεσία θα μπορούσαν να βοηθήσουν τους επιχειρηματικούς χρήστες να κατανοήσουν καλύτερα τη λειτουργία των σχετικών μηχανισμών κατάταξης.

4. ΠΩΣ ΝΑ ΕΠΙΛΕΓΟΝΤΑΙ ΟΙ ΚΥΡΙΕΣ ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΙ ΚΑΤΑ ΤΡΟΠΟ ΠΟΥ ΝΑ ΑΠΟΤΡΕΠΕΤΑΙ Η ΚΑΚΟΠΙΣΤΗ ΧΕΙΡΑΓΩΓΗΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ

76. Στο άρθρο 5 παράγραφος 6 αναγνωρίζεται ότι οι πάροχοι «δεν υποχρεούνται [...] να αποκαλύπτουν αλγόριθμους ή οποιαδήποτε άλλη πληροφορία που με εύλογη βεβαιότητα θα είχε ως αποτέλεσμα τη δυνατότητα να παραπλανηθούν ή να υποστούν βλάβη οι καταναλωτές μέσα από τη χειραγώγηση των αποτελεσμάτων της αναζήτησης».

77. Η διάταξη αυτή θα πρέπει να ερμηνεύεται σε συνδυασμό με την αιτιολογική σκέψη 27 όπου αναγνωρίζεται ότι «[γ]ια να επιτευχθεί ο στόχος του παρόντος κανονισμού, συνεπώς, η συνεκτίμηση των εμπορικών συμφερόντων των παρόχων επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης ή επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης δεν θα πρέπει ποτέ να οδηγεί σε άρνηση αποκάλυψης των κύριων παραμέτρων που καθορίζουν την κατάταξη» ⁽¹⁴⁾.
78. Συνεπώς, υπάρχουν ορισμένα όρια στις απαιτήσεις αποκάλυψης σε σχέση με την κατάταξη που ορίζεται στο άρθρο 5. Ωστόσο, τα όρια αυτά δεν σχετίζονται με αυτά καθ'αυτά τα εμπορικά συμφέροντα των παρόχων αλλά μάλλον με τις δυνητικές αρνητικές επιπτώσεις στους καταναλωτές. Εντούτοις, οι πάροχοι έχουν αρκετές διασφαλίσεις για τα «εμπορικά συμφέροντά» τους.
79. Πρώτον, σύμφωνα με το άρθρο 5 απαιτείται να παρέχεται περιγραφή μόνο των κύριων παραμέτρων (καθώς και των λόγων της σχετικής σημασίας τους), χωρίς να πρέπει οι πάροχοι να αποκαλύπτουν τη λεπτομερή λειτουργία των οικείων μηχανισμών κατάταξης (αιτιολογική σκέψη 27).
80. Δεύτερον, όπως ορίζεται στο άρθρο 1 παράγραφος 5 και στο άρθρο 5 παράγραφος 6, ο κανονισμός εν γένει και ειδικότερα το άρθρο 5 δεν θίγουν την οδηγία (ΕΕ) 2016/943 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου ⁽¹⁵⁾ («οδηγία για το εμπορικό απόρρητο»).
81. Για να εξηγηθεί το δεύτερο σημείο, είναι σημαντικό να επισημανθεί ότι στο άρθρο 2 σημείο 1) της οδηγίας για το εμπορικό απόρρητο το «εμπορικό απόρρητο» ορίζεται ως πληροφορίες που πληρούν όλες τις ακόλουθες απαιτήσεις: α) είναι απόρρητες, υπό την έννοια ότι, είτε ως σύνολο είτε από την άποψη του ακριβούς περιεχομένου και της διάταξης των συνιστωσών τους, δεν είναι ευρέως γνωστές σε πρόσωπα ανήκοντα στους κύκλους που ασχολούνται συνήθως με αυτό το είδος πληροφοριών ούτε άμεσα προσβάσιμες στα πρόσωπα αυτά· β) έχουν εμπορική αξία απορρέουσα από τον απόρρητο χαρακτήρα τους· γ) το πρόσωπο που έχει αποκτήσει νομίμως τον έλεγχο επί των εν λόγω πληροφοριών έχει καταβάλει εύλογες προσπάθειες, λαμβανομένων υπόψη των περιστάσεων, για την προστασία του απόρρητου χαρακτήρα τους.
82. Ως εκ τούτου, οι πάροχοι δεν μπορούν να αρνούνται να αποκαλύψουν, για παράδειγμα, τις κύριες παραμέτρους προβάλλοντας απλώς το επιχείρημα ότι δεν αποκάλυψαν ποτέ στο παρελθόν καμία από τις παραμέτρους τους ή ότι οι εν λόγω πληροφορίες είναι εμπορικά ευαίσθητες.
83. Τρίτον, οι πάροχοι μπορούν να λάβουν μέτρα για την αντιμετώπιση της κακόπιστης χειραγώγησης της κατάταξης από τρίτους, συμπεριλαμβανομένου του κινδύνου παραπλάνησης των καταναλωτών (βλ. αιτιολογική σκέψη 27).
84. Στο πλαίσιο αυτό, θα πρέπει να επισημανθεί ότι αυτή η δυνατότητα αφορά την κακόπιστη χειραγώγηση, ακριβώς όπως το άρθρο 5 παράγραφος 6 αναφέρεται στο ότι οι πάροχοι δεν υποχρεούνται να αποκαλύπτουν οποιαδήποτε πληροφορία που «με εύλογη βεβαιότητα» θα είχε ως αποτέλεσμα τη δυνατότητα να παραπλανηθούν ή να υποστούν βλάβη οι καταναλωτές. Ως εκ τούτου, πρέπει να επιτευχθεί ισορροπία μεταξύ της καταπολέμησης της επιζήμιας συμπεριφοράς χειραγώγησης αφενός, και της διαφάνειας που απαιτείται από το άρθρο 5 αφετέρου.

5. ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΕΣ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΕΣ ΠΕΡΙΓΡΑΦΕΣ — ΑΜΕΣΗ & ΕΜΜΕΣΗ ΑΜΟΙΒΗ

85. Το άρθρο 5 παράγραφος 3, το οποίο επεξηγείται στην αιτιολογική σκέψη 25, απαιτεί ειδικά από τους παρόχους να περιγράφουν τη δυνατότητα των χρηστών να επηρεάζουν την κατάταξη έναντι οποιασδήποτε άμεσης ή έμμεσης αμοιβής, όταν αυτή η δυνατότητα συνιστά «κύρια παράμετρο».
86. Όπως διευκρινίζεται στο άρθρο 5 παράγραφος 3, στις περιπτώσεις αυτές, οι πάροχοι πρέπει να περιλαμβάνουν στην περιγραφή τους, σύμφωνα με τις απαιτήσεις του άρθρου 5 παράγραφοι 1 ή 2 που εφαρμόζονται στον εκάστοτε πάροχο:
- επεξήγηση κάθε δυνατότητας των επιχειρηματικών χρηστών να επηρεάζουν ενεργά την κατάταξη έναντι αμοιβής· καθώς και
 - επεξήγηση των σχετικών επιπτώσεων της αμοιβής αυτής στην κατάταξη.

5.1. Γενική προσέγγιση

87. Στην εκτίμηση επιπτώσεων που διενήργησε η Επιτροπή για τους σκοπούς της οικείας πρότασης κανονισμού, διαπιστώθηκε έλλειψη ουσιαστικής λογοδοσίας και προβλεψιμότητας για τους επιχειρηματικούς χρήστες και τους χρήστες εταιρικών ιστότοπων σε σχέση με τους μηχανισμούς κατάταξης που χρησιμοποιούν οι πάροχοι. Στην περίπτωση της κατάταξης έναντι αμοιβής, αναγνωρίστηκε ότι η κατανόηση από τις επιχειρήσεις, και ιδίως τις μικρές επιχειρήσεις,

⁽¹⁴⁾ Η υπογράμμιση έχει προστεθεί.

⁽¹⁵⁾ Οδηγία (ΕΕ) 2016/943 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 8ης Ιουνίου 2016, περί προστασίας της τεχνολογίας και των επιχειρηματικών πληροφοριών που δεν έχουν αποκαλυφθεί (εμπορικό απόρρητο) από την παράνομη απόκτηση, χρήση και αποκάλυψή τους (ΕΕ L 157 της 15.6.2016, σ. 1).

του τρόπου λειτουργίας αυτών των ευκαιριών θα μπορούσε να είναι προς όφελός τους. Θα μπορούσε να τους δώσει τη δυνατότητα είτε να επιλέξουν να μην συμμετάσχουν όταν δεν είναι πιθανό η επακόλουθη κατάταξη να είναι ικανοποιητική, απαλλάσσοντάς τους από το κόστος συμμετοχής, είτε να επιλέξουν να συμμετάσχουν και να κερδίσουν αυξημένη έκθεση ⁽¹⁶⁾.

88. Στο πλαίσιο αυτό, ο όρος «αμοιβή» πρέπει να ερμηνεύεται με την ευρεία έννοια. Στην αιτιολογική σκέψη 25 περιγράφεται ότι πρόκειται για «πληρωμές με κύριο ή αποκλειστικό σκοπό τη βελτίωση της κατάταξης, καθώς και έμμεση αμοιβή υπό τη μορφή αποδοχής από έναν επιχειρηματικό χρήστη κάθε είδους πρόσθετων υποχρεώσεων με το ίδιο πρακτικό αποτέλεσμα, όπως η χρήση παρεπόμενων υπηρεσιών ή υπηρεσιών κορυφαίων χαρακτηριστικών». Επιπροσθέτως, στην αιτιολογική σκέψη 25 παρέχεται ένα παράδειγμα των όσων θα μπορούσε να καλύπτει η επεξήγηση των σχετικών επιπτώσεων της αμοιβής, συγκεκριμένα «ο αντίκτυπος που έχει] στην κατάταξη η αμοιβή».
89. Βέλτιστη πρακτική κατά την παροχή των πληροφοριών που απαιτούνται βάσει του άρθρου 5 παράγραφος 3 θα μπορούσε να είναι η συνδυασμένη χρήση γραπτής επεξήγησης με τεχνολογικά εργαλεία όπως, για παράδειγμα, ένας δυναμικός προσομοιωτής των προβλεπόμενων επιπτώσεων της αμοιβής στην κατάταξη.

5.2. Άμεση αμοιβή

90. Η άμεση αμοιβή περιγράφεται ως «πληρωμές με κύριο ή αποκλειστικό σκοπό τη βελτίωση της κατάταξης» ⁽¹⁷⁾. Οι πάροχοι θα πρέπει συνεπώς να εξετάζουν τι ευκαιρίες προσφέρονται στους χρήστες για να πληρώσουν για τη βελτίωση της κατάταξής τους και πώς λειτουργούν αυτές οι ευκαιρίες. Παραδείγματα πιθανών τύπων άμεσης αμοιβής παρατίθενται στο παράρτημα Β.

5.3. Έμμεση αμοιβή

91. Η έμμεση αμοιβή περιγράφεται ως «αμοιβή υπό τη μορφή αποδοχής από έναν επιχειρηματικό χρήστη κάθε είδους πρόσθετων υποχρεώσεων με το ίδιο πρακτικό αποτέλεσμα [βελτίωση της κατάταξης]» ⁽¹⁸⁾. Οι πάροχοι θα πρέπει συνεπώς να εξετάζουν τι ευκαιρίες προσφέρονται στους χρήστες οι οποίες θα μπορούσαν, σε ανταπόδοση, να έχουν ως πρακτικό αποτέλεσμα τη βελτίωση της κατάταξης και πώς λειτουργούν αυτές οι ευκαιρίες.
92. Η χρήση παρεπόμενων υπηρεσιών όπως πληρωμή, μεσεγγύηση, διεκπεραίωση κ.λπ. από τους χρήστες θα μπορούσε να επηρεάσει την κατάταξη των προϊόντων ή των υπηρεσιών τους, για διάφορους λόγους. Η περιγραφή που απαιτείται σύμφωνα με το άρθρο 5 θα πρέπει να περιλαμβάνει αυτές τις πιθανές χρήσεις παρεπόμενων υπηρεσιών όταν συνεπάγονται έμμεση αμοιβή κατά την έννοια του άρθρου 5 παράγραφος 3 και αποτελούν «κύριες παραμέτρους». Ειδικότερα, όταν μία ή όλες αυτές οι επιπτώσεις στην κατάταξη οφείλονται απλώς και μόνο στη συμμετοχή του επιχειρηματικού χρήστη σε συγκεκριμένη παρεπόμενη υπηρεσία —ανεξάρτητα από κάθε έμμεση επίπτωση που ενδέχεται να έχει η παρεπόμενη υπηρεσία στις επιδόσεις του χρήστη μετρούμενες με άλλες παραμέτρους— μπορεί να εφαρμόζονται οι πρόσθετες υποχρεώσεις του άρθρου 5 παράγραφος 3. Άλλα παραδείγματα πιθανών τύπων έμμεσης αμοιβής παρατίθενται στο παράρτημα Β.

6. ΜΕ ΠΟΙΟΝ ΤΡΟΠΟ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΠΕΡΙΓΡΑΦΟΝΤΑΙ ΟΙ ΚΥΡΙΕΣ ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΙ;

93. Σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφος 5, οι περιγραφές των «κύριων παραμέτρων» που αναφέρονται στο άρθρο 5 παράγραφοι 1, 2 και 3 πρέπει να «επαρκούν ώστε οι επιχειρηματικοί χρήστες ή οι χρήστες εταιρικών ιστότοπων να μπορούν να κατανοούν επαρκώς κατά πόσον και σε ποιον βαθμό ο μηχανισμός κατάταξης λαμβάνει υπόψη τα ακόλουθα:
- α. τα χαρακτηριστικά των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρονται στους καταναλωτές μέσω των επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης ή της επιγραμμικής μηχανής αναζήτησης·
 - β. τη σημασία των εν λόγω χαρακτηριστικών για αυτούς τους καταναλωτές·
 - γ. όσον αφορά τις επιγραμμικές μηχανές αναζήτησης, τα χαρακτηριστικά σχεδιασμού του ιστότοπου που χρησιμοποιούν οι χρήστες εταιρικών ιστότοπων.» ⁽¹⁹⁾

⁽¹⁶⁾ Ό.π. 5.

⁽¹⁷⁾ Αιτιολογική σκέψη 25 του κανονισμού.

⁽¹⁸⁾ Αιτιολογική σκέψη 25 του κανονισμού, η προσθήκη για λόγους σαφήνειας.

⁽¹⁹⁾ Η υπογράμμιση έχει προστεθεί.

94. Ως γενική παρατήρηση, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι, κατανοώντας επαρκώς πώς λειτουργεί η κατάταξη, οι χρήστες θα μπορούν να ανταγωνίζονται με πιο ισότιμους όρους όταν αποφασίζουν τις στρατηγικές πωλήσεων που θα εφαρμόσουν. Οι στρατηγικές αυτές περιλαμβάνουν δυνητικά τόσο τη βελτιστοποίηση προϊόντων και υπηρεσιών όσο και τις επενδύσεις στη διαδικτυακή προβολή, συμπεριλαμβανομένων της βελτιστοποίησης της μηχανής αναζήτησης και της κατάταξης έναντι αμοιβής. Οι χρήστες θα πρέπει λογικά να μπορούν να αποφασίσουν αν θα επενδύσουν περισσότερο σε συγκεκριμένα στοιχεία των προϊόντων και υπηρεσιών τους και να καθορίσουν καλύτερα αν και με ποιον τρόπο θα επενδύσουν σε «στρατηγικές κατάταξης».

6.1. Γενική προσέγγιση

95. Σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφος 1, οι πάροχοι επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης πρέπει να καθορίζουν τους «λόγους της σχετικής σημασίας των εν λόγω κύριων παραμέτρων, σε αντίθεση με άλλες παραμέτρους». Ομοίως, σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφος 2, οι πάροχοι επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης πρέπει να καθορίζουν τη «σχετική σημασία των εν λόγω κύριων παραμέτρων»⁽²⁰⁾.

96. Συνεπώς, οι πάροχοι πρέπει να εξηγούν για ποιον λόγο επιλέχθηκαν οι συγκεκριμένες παράμετροι ως κύριες παράμετροι (βλ. ενότητα 3.2 above). Ως βέλτιστη πρακτική, θα μπορούσαν οι πάροχοι να επεξηγήσουν με ποιον τρόπο και βάσει ποιων στοιχείων, στο πλαίσιο της ατομικής τους εκτίμησης, αποφάσισαν τον τρόπο καθορισμού της «σχετικής σημασίας» στις υπηρεσίες τους και ποιες είναι οι «κύριες παράμετροι».

6.2. Επίπεδο λεπτομέρειας

97. Οι πάροχοι θα πρέπει να καθορίζουν το κατάλληλο επίπεδο λεπτομέρειας, λαμβάνοντας υπόψη τον στόχο της υποχρέωσης του άρθρου 5, και να περιλαμβάνουν όσες λεπτομέρειες είναι αναγκαίες και ενδείκνυται για τη δική τους ειδική βάση επαγγελματιών χρηστών, χωρίς να τους επιβαρύνουν υπερβολικά ούτε να τους δημιουργούν σύγχυση. Το επίπεδο λεπτομέρειας που παρέχεται δεν θα πρέπει να περιορίζεται στην απλή απαρίθμηση των κύριων παραμέτρων, αλλά να παρέχει τουλάχιστον ένα «δεύτερο στρώμα» επεξηγηματικών πληροφοριών.

98. Οι πάροχοι δεν θα πρέπει να δίνουν υπερβολικά σύντομες περιγραφές ή περιγραφές που θα μπορούσαν να είναι παραπλανητικές. Για παράδειγμα, εάν ένας πάροχος αποφασίσει ότι η «ποιότητα» είναι κύρια παράμετρος και γνωρίζει ότι η «ποιότητα» συνίσταται σε μια περίπλοκη ανάλυση πολλαπλών παραγόντων, η περιγραφή που παρέχει θα πρέπει να αντανακλά αυτό το γεγονός και, παράλληλα, θα πρέπει να χρησιμοποιεί απλή και κατανοητή διατύπωση. Ομοίως, η απλή περιγραφή του πιθανού επηρεασμού της κύριας παραμέτρου από το «ιστορικό αναζήτησης» θα μπορούσε επίσης να θεωρηθεί ότι δεν είναι επαρκώς ακριβής, ιδίως όταν ο πάροχος γνωρίζει ότι λαμβάνονται υπόψη μόνο ορισμένα συγκεκριμένα στοιχεία του ιστορικού αναζήτησης.

99. Κατά τη σύνταξη της περιγραφής των κύριων παραμέτρων, συμπεριλαμβανομένων των βασικών λόγων της σχετικής σημασίας τους, είναι σημαντικό οι πάροχοι να είναι σαφείς και να αποφεύγουν τη δημιουργία σύγχυσης. Για παράδειγμα, εάν μία από τις κύριες παραμέτρους είναι η «ποιότητα», οι πάροχοι θα πρέπει να εξετάζουν το ενδεχόμενο να περιγράψουν ακριβώς τι συνιστά την «ποιότητα» για τους σκοπούς των μηχανισμών κατάταξής τους, καθώς είναι πιθανό να ερμηνεύεται και να μετράται διαφορετικά από υπηρεσία σε υπηρεσία. Άλλο παράδειγμα θα μπορούσε να είναι όταν μια παράμετρος βασίζεται σε βαθμολογία που έχει δοθεί, οπότε και οι πάροχοι θα πρέπει να εξετάζουν το ενδεχόμενο περιγραφής των παραγόντων που λαμβάνονται υπόψη κατά τη χορήγηση της βαθμολογίας. Οι περιγραφές αυτές θα πρέπει να αναφέρονται, κατά το δυνατόν, σε αντικειμενικούς παράγοντες, για παράδειγμα, κατηγορίες προϊόντων ή μονάδες/ζώνες τιμών. Ομοίως, όταν γίνεται αναφορά σε αξιολογήσεις, το βάρος των διαφόρων ειδών αξιολόγησης στη συνολική βαθμολογία και στην κατάταξη του χρήστη μπορεί να είναι διαφορετικό ανάλογα, για παράδειγμα, με το συγκεκριμένο προϊόν ή την υπηρεσία που αναζητεί ο καταναλωτής. Ένα παράδειγμα θα μπορούσε να είναι τα εστιατόρια που προσφέρουν τόσο υπηρεσίες σερβιρίσματος όσο και φαγητά σε πακέτα, υπηρεσίες για τις οποίες διάφοροι παράγοντες μπορεί να είναι περισσότερο ή λιγότερο σημαντικοί. Κατά περίπτωση, αυτό θα πρέπει να εξηγείται πέρα από το αυτονόητο. Το ίδιο ισχύει και για το σενάριο στο οποίο δίνεται μεγαλύτερη βαρύτητα στις πιο πρόσφατες κριτικές σε σχέση με τις παλιότερες.

100. Όπου αρμόζει για την τήρηση των απαιτήσεων του άρθρου 5, οι πάροχοι θα μπορούσαν επίσης να περιλαμβάνουν επεξηγήσεις με βάση τον τρόπο με τον οποίο η εσωτερική στρατηγική της εταιρείας ενδέχεται να επηρεάζει το τι βλέπουν οι καταναλωτές στην υπηρεσία, για παράδειγμα, όταν οι κύριες παράμετροι ενδέχεται να επηρεάζονται από την προώθηση των προσφορών ορισμένων προϊόντων με βάση την εκτίμηση των ιδίων των παρόχων για το ποια θα είναι η επόμενη σημαντική καταναλωτική τάση. Η παρεχόμενη περιγραφή θα πρέπει να περιέχει επαρκές επίπεδο λεπτομέρειας σχετικά με το τι λαμβάνεται υπόψη κατά τη λήψη αυτών των αποφάσεων, έτσι ώστε να παρέχονται στους χρήστες ουσιαστικές επεξηγήσεις των κύριων παραμέτρων.

6.3. Επίπεδο λεπτομέρειας για την άμεση και έμμεση αμοιβή

101. Όταν οι κύριες παράμετροι που χρησιμοποιούνται περιλαμβάνουν τη δυνατότητα επηρεασμού της κατάταξης έναντι αμοιβής, οι ενδιαφερόμενοι πάροχοι θα πρέπει να εξετάζουν με ποιον τρόπο σχεδίασαν αυτές τις επιλογές. Στις περιπτώσεις αυτές, ως βέλτιστη πρακτική, η περιγραφή των επιλογών «κατάταξης έναντι αμοιβής» και του εύρους του αντικτύπου τους θα μπορούσε να συνοδεύεται από επεξήγηση του σκεπτικού της επιχείρησης στο οποίο βασίστηκε η εκάστοτε επιλογή, καθώς και του δυνητικού αντίκτυπού της.

⁽²⁰⁾ Η υπογράμμιση έχει προστεθεί.

102. Κατά περίπτωση, η περιγραφή των επιλογών κατάταξης έναντι αμοιβής θα μπορούσε να περιλαμβάνει, ως βέλτιστη πρακτική, παραπομπή στις περιγραφές που παρέχονται σύμφωνα με το άρθρο 7 παράγραφος 3 στοιχεία γ) και δ) για τη διακριτική μεταχείριση. Η διακριτική μεταχείριση μπορεί ενδεχομένως να αποτελεί «κύρια παράμετρο» σύμφωνα με το άρθρο 5. Πέραν της σχετικής περιγραφής βάσει της εν λόγω διάταξης, με την παραπομπή θα επισημαίνονται στους χρήστες οι «βασικοί οικονομικοί, εμπορικοί ή νομικοί λόγοι» της διακριτικής μεταχείρισης που επιφυλάσσεται στις υπηρεσίες ή τα προϊόντα των παρόχων, τους οποίους πρέπει να καθορίζουν οι πάροχοι σύμφωνα με το άρθρο 7 παράγραφος 1.

6.4. Απαίτηση περιγραφής με απλή και κατανοητή διατύπωση

103. Όπως επισημάνθηκε ανωτέρω, σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφοι 1 και 2, το οποίο πρέπει να ερμηνεύεται σε συνδυασμό με το άρθρο 3 παράγραφος 1, οι περιγραφές των κύριων παραμέτρων κατάταξης πρέπει να είναι διατυπωμένες σε απλή και κατανοητή γλώσσα.

104. Κάθε πάροχος θα πρέπει να εκτιμά αν η περιγραφή του πληροί αυτή την απαίτηση. Η απόδοση ιδιαίτερης προσοχής στον τρόπο παρουσίασης της περιγραφής θα συμβάλει επίσης εν γένει στη σαφήνεια και την αναγνωσιμότητα της περιγραφής.

105. Οι πάροχοι θα πρέπει επίσης να εξετάζουν, κατά τη σύνταξη της περιγραφής, ποιο είναι το κοινό τους. Σε ορισμένες περιπτώσεις, ενδέχεται να ενδείκνυνται και να απαιτούνται πιο τεχνικές περιγραφές, λαμβανομένου υπόψη ότι οι περιγραφές προορίζονται για επαγγελματίες χρήστες. Με την επιφύλαξη της απαίτησης χρήσης απλής και κατανοητής διατύπωσης, μπορεί καταρχήν να θεωρηθεί ότι απαιτούνται πιο λεπτομερείς και τεχνικές πληροφορίες για επαγγελματίες σε σχέση τις πληροφορίες που προορίζονται για τους καταναλωτές και ότι οι επαγγελματίες θα μπορούν να κατανοήσουν αυτές τις πληροφορίες.

6.5. Εργαλεία παρουσίασης

106. Κάθε πάροχος πρέπει να αποφασίζει ο ίδιος με ποιον τρόπο θα προσαρμόσει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο την περιγραφή των κύριων παραμέτρων κατάταξης στις υπηρεσίες του. Για τον σκοπό αυτόν, ενδέχεται να πρέπει να εξετάσει τεχνικές που δεν περιορίζονται στην γραπτή περιγραφή, αλλά περιλαμβάνουν συμπληρωματικές ενέργειες που μπορούν να βοηθήσουν τους χρήστες να κατανοήσουν επαρκώς με ποιον τρόπο λειτουργεί ο εκάστοτε μηχανισμός κατάταξης. Αυτές οι συμπληρωματικές ενέργειες μπορούν να προσαρμοστούν στις διαφορετικές ανάγκες των διαφόρων χρηστών.

107. Προκειμένου να επεξηγηθεί ο αντίκτυπος της «άμεσης και έμμεσης αμοιβής» στην κατάταξη σε περιπτώσεις στις οποίες αποτελεί «κύρια παράμετρο», η γραπτή επεξήγηση θα μπορούσε, για παράδειγμα, να συνδυαστεί με τεχνολογικά εργαλεία, όπως ο δυναμικός προσομοιωτής των προβλεπόμενων επιπτώσεων της αμοιβής στην κατάταξη, καθώς και της έκτασης των επιπτώσεών της. Στην παρεχόμενη επεξήγηση θα πρέπει καταρχήν να επεξηγηθούν σαφώς οι επιπτώσεις της χρήσης της διαφορετικής τεχνικής μεμονωμένα ή σε συνδυασμό με άλλες / τον συνήθη μηχανισμό κατάταξης, εάν αυτός είναι ο τρόπος με τον οποίο λειτουργούν οι επιλογές στη συγκεκριμένη υπηρεσία. Μπορεί να είναι χρήσιμο να εξετάσουν οι πάροχοι εάν αυτό μπορεί να γίνει μέσω αναφοράς σε μια γραμμή βάσης.

108. Η χρήση βασικών τεχνικών μπορεί να βοηθήσει τους χρήστες να πλοηγηθούν στις παρεχόμενες πληροφορίες. Οι τεχνικές αυτές μπορεί να είναι τόσο απλές όσο η χρήση σαφούς δομής, με επικεφαλίδες και δευτερεύουσες επικεφαλίδες, η οποία παρέχει συνδέσμους προς τις συμπληρωματικές ενέργειες που περιγράφονται ανωτέρω.

109. Οι πάροχοι μπορούν να εξετάσουν το ενδεχόμενο χρήσης των διαθέσιμων εργαλείων ή δοκιμής μιας πιθανής προσέγγισης με μια ομάδα χρηστών, προκειμένου να εξασφαλίσουν ότι η περιγραφή γίνεται αντιληπτή με τον τρόπο που προβλέπεται, ή το ενδεχόμενο ενσωμάτωσης ενός μέσου για να λάβουν αναπληροφόρηση από τους χρήστες σχετικά με το αν η περιγραφή είναι χρήσιμη και περιέχει το κατάλληλο επίπεδο λεπτομέρειας. Ένας άλλος τρόπος να λάβουν αναπληροφόρηση μπορεί να είναι η δοκιμή της περιγραφής με αντιπροσωπευτική ομάδα χρηστών. Παρότι δεν αποτελούν ειδική απαίτηση, αυτά τα μέτρα μπορούν να συμβάλουν στη διασφάλιση της συμμόρφωσης των παρόχων με τις απαιτήσεις του άρθρου 5.

7. ΠΟΥ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΠΕΡΙΓΡΑΦΟΝΤΑΙ ΟΙ ΚΥΡΙΕΣ ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΙ

7.1. Επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης

110. Το άρθρο 5 παράγραφος 1 επιβάλλει στους παρόχους επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης την υποχρέωση περιγραφής των κύριων παραμέτρων, συμπεριλαμβανομένων των λόγων της σχετικής σημασίας των εν λόγω κύριων παραμέτρων, στους όρους και τις προϋποθέσεις τους.

111. Θα πρέπει να επισημανθεί ότι ο όρος «όροι και προϋποθέσεις» είναι ευρύς όρος. Σύμφωνα με τον ορισμό του άρθρου 2 σημείο 10 καλύπτονται: «όλοι οι όροι και οι προϋποθέσεις ή προδιαγραφές, ανεξάρτητα από την ονομασία ή τη μορφή τους, που διέπουν τη συμβατική σχέση» μεταξύ του παρόχου των εν λόγω υπηρεσιών και των χρηστών και καθορίζονται μονομερώς από τον εν λόγω πάροχο. Με άλλα λόγια, η περιγραφή μπορεί να λάβει διάφορες μορφές και παρ' όλα αυτά να εξακολουθεί να θεωρείται ότι παρέχεται στους όρους και τις προϋποθέσεις του παρόχου, σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφος 1.

112. Παρότι η περιγραφή των κύριων παραμέτρων κατάταξης πρέπει να αποτελεί μέρος των όρων και προϋποθέσεων, οι πάροχοι επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης μπορούν να επιλέξουν βέλτιστους τρόπους ενημέρωσης των επιχειρηματικών χρηστών τους και προβολής της απαιτούμενης περιγραφής. Θα μπορούσαν, για παράδειγμα, να κατευθύνουν τους επιχειρηματικούς χρήστες στην ακριβή θέση της περιγραφής και/ή να την συμπεριλάβουν σε ενότητες ερωταπαντήσεων, προγράμματα εκμάθησης, οδηγίες χρήσης, αναδυόμενα παράθυρα, βιντεομηνύματα ή σε άλλες μορφές. Ωστόσο, οι πληροφορίες δεν θα πρέπει να είναι αντιφατικές ούτε να είναι διασκορπισμένες σε διάφορα εργαλεία ή μέσα, εάν το αποτέλεσμα είναι οι πληροφορίες να μην είναι πλέον εύκολα προσβάσιμες ή απλές και κατανοητές.
113. Με την επιφύλαξη των κατά περίπτωση λύσεων που ενδέχεται να χρησιμοποιήσουν, οι πάροχοι θα μπορούσαν να εξετάσουν το ενδεχόμενο δημιουργίας ενιαίου σημείου επαφής (για παράδειγμα στον «πίνακα εργαλείων» του χρήστη), το οποίο θα μπορούσε να παραπέμπει ή να περιλαμβάνει σε ευρετήριο όλα τα διαθέσιμα σχετικά πληροφοριακά εργαλεία για την επεξήγηση της διαφάνειας όσον αφορά την κατάταξη. Εναλλακτικά, οι πληροφορίες θα μπορούσαν να αναπαραχθούν σε διάφορα πληροφοριακά εργαλεία —με την προϋπόθεση ότι τηρούνται οι νομικές απαιτήσεις των άρθρων 3 και 5.
114. Σύμφωνα με το άρθρο 3 παράγραφος 1 στοιχείο β), οι όροι και οι προϋποθέσεις των παρόχων επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης πρέπει να είναι εύκολα διαθέσιμες στους επιχειρηματικούς χρήστες σε όλα τα στάδια της εμπορικής τους σχέσης, συμπεριλαμβανομένου του σταδίου πριν από τη σύναψη σύμβασης με τους εν λόγω παρόχους. Ως εκ τούτου, όλες αυτές οι πληροφορίες θα πρέπει να είναι επίσης διαθέσιμες σε μελλοντικούς επιχειρηματικούς χρήστες.

7.2. Μηχανές αναζήτησης

115. Σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφος 2, οι πάροχοι επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης υποχρεούνται να παρέχουν «εύκολα προσβάσιμη και δημοσίως διαθέσιμη περιγραφή [...] στις επιγραμμικές μηχανές αναζήτησης των εν λόγω παρόχων».
116. Για τον σκοπό αυτόν, η περιγραφή τοποθετείται σε εύκολα προσβάσιμη θέση στην ιστοσελίδα της επιγραμμικής μηχανής αναζήτησης. Η θέση αυτή μπορεί να είναι μια περιοχή όπου οι χρήστες δεν είναι υποχρεωμένοι να συνδεθούν ή να εγγραφούν για να μπορούν να διαβάσουν την περιγραφή.
117. Εντός των ορίων που θέτει το άρθρο 5 παράγραφος 2, εναπόκειται στον πάροχο επιγραμμικής μηχανής αναζήτησης να αξιολογήσει και να αποφασίζει πού θα παρέχει την απαιτούμενη περιγραφή της κατάταξης. Κατά τη λήψη αυτής της απόφασης, ο πάροχος θα μπορούσε να εξετάσει με ποιον τρόπο συμπεριφέρονται οι χρήστες της υπηρεσίας του για να καταλήξει σε λύση που να ανταποκρίνεται στη συμπεριφορά αυτή. Για παράδειγμα, εάν οι χρήστες χρησιμοποιούν την υπηρεσία διότι δίνει αποτέλεσμα με ένα κλικ, η ίδια αρχή θα μπορούσε να εφαρμοστεί στην περιγραφή. Αυτό θα μπορούσε να σημαίνει ότι, εάν η πρόσβαση στην περιγραφή γίνεται μέσω συνδέσμου, ο σύνδεσμος θα πρέπει να οδηγεί απευθείας στην περιγραφή και να μην απαιτείται περαιτέρω πλοήγηση για την πρόσβαση σε αυτήν.
118. Ομοίως, ο πάροχος επιγραμμικής μηχανής αναζήτησης θα μπορούσε επίσης να εξετάσει τις μεθόδους που χρησιμοποιούνται επιτυχώς στην υπηρεσία του για την προσέλκυση της προσοχής των χρηστών σε ιδιαίτερες δυνατότητες που υπάρχουν ήδη. Τέτοιες μέθοδοι ενδέχεται να είναι, για παράδειγμα, η χρήση εικονιδίων, καρτελών ή διαφημιστικών πλασιών. Η χρήση μιας τέτοιας μεθόδου θα μπορούσε, συνεπώς, να διασφαλίσει ότι η περιγραφή είναι εύκολα προσβάσιμη και τοποθετημένη κατά τρόπο αναμενόμενο για τους χρήστες της υπηρεσίας ή κατά τρόπο με τον οποίο είναι εξοικειωμένοι.
119. Οι πάροχοι επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης θα μπορούσαν επίσης να εξετάσουν τον τρόπο πρόσβασης των χρηστών στις υπηρεσίες τους. Εάν η πρόσβαση πραγματοποιείται, για παράδειγμα, μέσω φωνητικών βοηθών, οι πάροχοι θα μπορούσαν να εξετάσουν με ποιον τρόπο οι χρήστες της υπηρεσίας τους βρίσκουν λύση όσον αφορά την πρόσβαση σε άλλες πληροφορίες σχετικά με την υπηρεσία. Εάν ο τρόπος αυτός είναι αποτελεσματικός, οι πάροχοι μπορούν να τον αναπαραγάγουν για να δώσουν τη δυνατότητα στους χρήστες εταιρικών ιστότοπων να βρουν την περιγραφή με τον ίδιο τρόπο.

8. ΠΟΤΕ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΤΡΟΠΟΠΟΙΕΙΤΑΙ Η ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΚΥΡΙΩΝ ΠΑΡΑΜΕΤΡΩΝ;

8.1. Επικαιροποίηση των περιγραφών

120. Παρότι μόνο το άρθρο 5 παράγραφος 2 περιέχει ρητή απαίτηση επικαιροποίησης της περιγραφής των κύριων παραμέτρων, παρόμοια απαίτηση υπονοείται στο άρθρο 5 παράγραφος 1. Η τελευταία διάταξη επιβάλλει άλλωστε την περιγραφή των κύριων παραμέτρων που καθορίζουν την κατάταξη —όχι των κύριων παραμέτρων που καθόρισαν την κατάταξη. Επιπλέον, στην περίπτωση αυτή η περιγραφή πρέπει να περιλαμβάνεται στους όρους υπηρεσίας, τους οποίους ο πάροχος θα επικαιροποιεί. Σε διαφορετική περίπτωση, ο στόχος της βελτίωσης της προβλεψιμότητας δεν θα μπορούσε να επιτευχθεί και η περιγραφή δεν θα βασιζόταν σε πραγματικά δεδομένα, αντίθετα με τον σκοπό που αναφέρεται στην αιτιολογική σκέψη 27.

121. Συνεπώς, οι πάροχοι πρέπει να τηρούν τις απαιτούμενες περιγραφές επικαιροποιημένες. Για τον σκοπό αυτόν, ενδέχεται να πρέπει να εξετάζουν ανά τακτά διαστήματα αν εξακολουθούν να πληρούν αυτή τη νομική απαίτηση ή αν οι περιγραφές πρέπει να επικαιροποιηθούν. Οι πάροχοι είναι ελεύθεροι να σχεδιάζουν δικά τους συστήματα για να αποφασίζουν αν, τότε και με ποιον τρόπο θα προβούν σε επικαιροποίηση, λαμβάνοντας υπόψη στοιχεία όπως η συχνότητα με την οποία πραγματοποιούνται αλλαγές, οι επιπτώσεις τέτοιων αλλαγών και τότε τα πειράματα (π.χ. η πραγματοποίηση δοκιμής A/B) και άλλες τεχνικές (π.χ. μηχανική μάθηση) που χρησιμοποιούνται στις υπηρεσίες τους μπορεί να πυροδοτήσουν αλλαγές στις «κύριες παραμέτρους» που καθορίζουν την κατάταξη.
122. Εάν από την ατομική αξιολόγηση προκύψει ότι απαιτείται επικαιροποίηση της περιγραφής των κύριων παραμέτρων κατάταξης, τότε οι πάροχοι των επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης πρέπει να κοινοποιούν εκ των προτέρων στους επιχειρηματικούς χρήστες αυτές τις αλλαγές σύμφωνα με το άρθρο 3 (βλ. 9.1 below). Η απαίτηση αυτή δεν εφαρμόζεται στους παρόχους επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης, καθώς αυτοί πρέπει να εξασφαλίζουν τη δημόσια διαθεσιμότητα των περιγραφών τους (άρθρο 5 παράγραφος 2).

8.2. Προσωρινές αλλαγές

123. Οι πάροχοι θα πρέπει να εκτιμούν κατά περίπτωση αν οι τροποποιήσεις των μηχανισμών κατάταξής τους, συμπεριλαμβανομένων των τροποποιήσεων προσωρινής φύσης, επιφέρουν αλλαγή στις «κύριες παραμέτρους», με αποτέλεσμα να απαιτείται αλλαγή των περιγραφών τους προκειμένου να διασφαλιστεί η συμμόρφωση με το άρθρο 5.
124. Οι πάροχοι δεν θα πρέπει να θεωρούν δεδομένο ότι η προσωρινή φύση των αλλαγών των παραμέτρων, της στάθμησης ή άλλων χαρακτηριστικών της κατάταξης συνεπάγεται κατ' ανάγκη ότι δεν απαιτείται αλλαγή της περιγραφής των κύριων παραμέτρων. Για παράδειγμα, μεμονωμένες εκδηλώσεις όπως αθλητικές εκδηλώσεις ενδέχεται να συνεπάγονται σημαντικά αυξημένη καταναλωτική ζήτηση, γεγονός το οποίο ενδέχεται να οδηγήσει σε προσωρινές αλλαγές των κύριων παραμέτρων που καθορίζουν την κατάταξη. Το ίδιο ισχύει για εκδηλώσεις προώθησης όπως η «Black Friday», για τις περιόδους διακοπών ή τις εποχιακές περιόδους εκπτώσεων όπως πριν από τα Χριστούγεννα. Όταν οι πάροχοι τροποποιούν στις περιπτώσεις αυτές τις «συνήθεις» μεθόδους κατάταξής τους δίνοντας, για παράδειγμα, μεγαλύτερη βαρύτητα σε ορισμένες παραμέτρους (π.χ. «ταχύτητα παράδοσης», «τιμή» ή άλλες έννοιες όπως «ελκυστικότητα της μάρκας» ή «ποιότητα», που συνδυάζουν πιθανώς πολλούς παράγοντες), προσθέτοντας νέες ή καταργώντας άλλες, και αυτές οι τροποποιήσεις επηρεάζουν τις κύριες παραμέτρους, οι πάροχοι θα πρέπει να προσαρμόζουν αναλόγως την περιγραφή τους.
125. Ενδέχεται να είναι επίσης ορθή πρακτική να προσπαθούν οι πάροχοι να αποτυπώνουν στην οικεία περιγραφή των κύριων παραμέτρων κατάταξης οποιαδήποτε «συνήθη» δυναμικά χαρακτηριστικά των μηχανισμών κατάταξής τους. Το γεγονός ότι τα χαρακτηριστικά αυτά είναι «συνήθη» μπορεί να σημαίνει ότι αποτελούν «κύρια παράμετρο» ή λόγο της σχετικής σημασίας των κύριων παραμέτρων. Για παράδειγμα, ένας πάροχος επιγραμμικής αγοράς ηλεκτρονικού εμπορίου μπορεί να θέλει να αυξήσει διαρθρωτικά τη βαρύτητα της παραμέτρου της «τιμής» στη διάρκεια συγκεκριμένων επαναλαμβανόμενων εκπτώσεων.

8.3. Πειράματα

126. Εάν οι πάροχοι χρησιμοποιούν πειράματα, συμπεριλαμβανομένης της δοκιμής A/B των αλλαγών ή της ανάπτυξης μηχανισμών καταπολέμησης της απάτης, πρέπει να εξετάζουν κατά περίπτωση αν και με ποιον τρόπο επηρεάζεται η κατάταξη στις υπηρεσίες τους και, ειδικότερα, αν απαιτείται αλλαγή της περιγραφής των κύριων παραμέτρων κατάταξης όπως απαιτείται βάσει του άρθρου 5. Κατά γενικό κανόνα, οι πάροχοι θα μπορούσαν, στο πλαίσιο αυτό, να εξετάσουν στοιχεία όπως η συχνότητα και ο αντίκτυπος των πειραμάτων, καθώς και το μέγεθος του δοκιμαστικού κοινού ή της γεωγραφικής περιοχής που επηρεάζεται από τη δοκιμή.
127. Στις περιπτώσεις που τα πειράματα είναι «ζωντανά» (με την έννοια ότι το «κοινό της δοκιμής» δεν μπορεί κατ' ανάγκη να διακριθεί από την «υπόλοιπη» βάση χρηστών), είναι πιθανό τα πειράματα να μπορούν να επηρεάσουν τη σχετική προβολή των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται από όλους τους χρήστες. Συνεπώς, ως πρώτο βήμα, οι πάροχοι μπορεί να πρέπει να σκεφτούν αν οι πειραματισμοί τους διεξάγονται σε πραγματικά απομονωμένο περιβάλλον δοκιμών. Εάν τα επιμέρους πειράματα δεν είναι απομονωμένα, οι πάροχοι ενδέχεται να πρέπει να εξετάσουν ειδικότερα α) αν το ίδιο το πείραμα έχει αντίκτυπο στην κατάταξη και, εάν ναι, αν η υπό δοκιμή παράμετρος είναι «κύρια παράμετρος» που πρέπει να περιγραφεί και β) αν και τότε η πλήρης ανάπτυξη του πειράματος θα συνεπάγεται ότι η υπό δοκιμή παράμετρος θα αλλάξει τον οικείο μηχανισμό κατάταξης και θα αποτελεί «κύρια παράμετρο» που πρέπει να περιγραφεί.

9. ΜΕΤΡΑ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΛΗΦΘΟΥΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΕΠΙΚΑΙΡΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗΣ ΤΩΝ ΚΥΡΙΩΝ ΠΑΡΑΜΕΤΡΩΝ

9.1. Απαίτηση κοινοποίησης των προτεινόμενων αλλαγών εκ μέρους των επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης

128. Η περιγραφή των κύριων παραμέτρων που καθορίζουν την κατάταξη πρέπει να περιλαμβάνεται στους όρους και τις προϋποθέσεις των παρόχων επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης (άρθρο 5 παράγραφος 1). Σύμφωνα με το άρθρο 3 παράγραφος 2, όταν οι πάροχοι αυτοί προτίθενται να τροποποιήσουν τους όρους και τις προϋποθέσεις τους, πρέπει να κοινοποιούν στους επιχειρηματικούς χρήστες τις προτεινόμενες αλλαγές τουλάχιστον 15 ημέρες πριν από την εφαρμογή τους. Η μόνη εξαίρεση στην εφαρμογή της προθεσμίας προειδοποίησης είναι όταν ο πάροχος επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης: α) υπέχει νομική ή κανονιστική υποχρέωση βάσει της οποίας υποχρεούται να τροποποιεί τους όρους και τις προϋποθέσεις του κατά τρόπο που δεν του επιτρέπει να τηρήσει την προθεσμία προειδοποίησης, ή οφείλει κατ' εξαίρεση να τροποποιήσει τους όρους και τις προϋποθέσεις του για να αντιμετωπίσει έναν απρόβλεπτο και επικείμενο κίνδυνο και να προστατεύσει τις επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης, τους καταναλωτές του ή επιχειρηματικούς χρήστες από απάτες, κακόβουλα λογισμικά, ανεπιθύμητα μηνύματα, παραβιάσεις δεδομένων ή άλλους κινδύνους για την κυβερνοασφάλεια. Επιπλέον, η προθεσμία προειδοποίησης δεν ισχύει για αλλαγές συντακτικής μόνο φύσης (δηλαδή αλλαγές που δεν μεταβάλλουν το περιεχόμενο ή την έννοια των όρων και προϋποθέσεων). Από την έννοια των «συντακτικών αλλαγών» εξαιρούνται υποχρεωτικά οι αλλαγές των «κύριων παραμέτρων», δεδομένου ότι θα μεταβάλλουν το περιεχόμενο ή την έννοια των όρων και προϋποθέσεων.
129. Αυτό σημαίνει ότι, εάν η περιγραφή των κύριων παραμέτρων μεταβληθεί, πρέπει καταρχήν να δοθεί προειδοποίηση στους επιχειρηματικούς χρήστες τουλάχιστον 15 ημέρες πριν αρχίσουν να ισχύουν οι αλλαγές. Είναι σημαντικό να επισημανθεί ότι η προθεσμία προειδοποίησης 15 ημερών αποτελεί την ελάχιστη νομική απαίτηση. Σύμφωνα με το άρθρο 3 παράγραφος 2, απαιτούνται μεγαλύτερες προθεσμίες προειδοποίησης όποτε τούτο είναι αναγκαίο προκειμένου να μπορέσουν οι επιχειρηματικοί χρήστες να προβούν σε τεχνικές ή εμπορικές προσαρμογές για να συμμορφωθούν με τις αλλαγές.
130. Επιπλέον, σύμφωνα με το άρθρο 3 παράγραφος 2, οι πάροχοι επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης πρέπει να κοινοποιούν στους επιχειρηματικούς χρήστες κάθε σχετική προτεινόμενη αλλαγή σε σταθερό μέσο. Το «σταθερό μέσο» ορίζεται στον κανονισμό ως εξής: «κάθε μέσο που επιτρέπει στον επιχειρηματικό χρήστη να αποθηκεύει πληροφορίες που απευθύνονται προσωπικά σε αυτόν, κατά τρόπο προσπελάσιμο για μελλοντική πρόσβαση επί χρονικό διάστημα επαρκές για τους σκοπούς που εξυπηρετούν οι πληροφορίες και το οποίο επιτρέπει την ακριβή αναπαραγωγή των αποθηκευμένων πληροφοριών» ⁽²¹⁾.
131. Προκειμένου να βελτιώσουν τη σαφήνεια, οι πάροχοι επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης μπορεί να θέλουν να διασφαλίσουν την εύκολη αναγνώριση των αλλαγών της περιγραφής των κύριων παραμέτρων. Στις βέλτιστες εν προκειμένω πρακτικές θα μπορούσαν να περιλαμβάνονται η διατήρηση ειδικής σελίδας που παρέχει πρόσβαση σε προηγούμενες εκδόσεις των περιγραφών ή η τήρηση αρχείου των αλλαγών που πραγματοποιούνται με την πάροδο του χρόνου. Σε μεμονωμένη βάση, μια βέλτιστη πρακτική που μπορεί να βοηθήσει τους επιχειρηματικούς χρήστες να διαμορφώσουν επαρκή κατανόηση είναι η επεξήγηση των πρακτικών επιπτώσεων των αλλαγών.

9.2. Απαίτηση επικαιροποίησης της περιγραφής εκ μέρους των επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης

132. Σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφος 2, οι πάροχοι επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης πρέπει να διασφαλίζουν την επικαιροποίηση των κύριων παραμέτρων κατάταξης.
133. Όσον αφορά τις εν λόγω επικαιροποιήσεις των περιγραφών, γίνεται αναφορά στις βέλτιστες πρακτικές που αναφέρονται στην ενότητα 9.1 above.

10. ΕΙΔΙΚΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΜΗΧΑΝΩΝ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ ΠΡΟΚΕΙΜΕΝΟΥ ΝΑ ΜΠΟΡΟΥΝ ΟΙ ΧΡΗΣΤΕΣ ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΙΣΤΟΤΟΠΩΝ ΝΑ ΕΞΕΤΑΖΟΥΝ ΤΑ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΤΩΝ ΚΟΙΝΟΠΟΙΗΣΕΩΝ ΤΡΙΤΩΝ

134. Σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφος 4, οι πάροχοι επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης πρέπει να προσφέρουν στους χρήστες εταιρικών ιστότοπων τη δυνατότητα να εξετάζουν τις κοινοποιήσεις τρίτων όταν αυτές είχαν ως αποτέλεσμα να αλλάξει ο πάροχος τη σειρά κατάταξης ή να διαγράψει τον σχετικό ιστότοπο.
135. Στην αιτιολογική σκέψη 26 επεξηγείται ότι η εν λόγω υποχρέωση θα συμβάλει στον περιορισμό των πιθανών καταχρηστικών κοινοποιήσεων που λαμβάνουν τη μορφή αντι-ανταγωνιστικών κοινοποιήσεων και ότι αντανάκλα τη δυνητική δυσκολία που ενδέχεται να αντιμετωπίσουν οι πάροχοι επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης σε σχέση με την κοινοποίηση σε όλους τους σχετικούς χρήστες εταιρικών ιστότοπων εν απουσία συμβατικών σχέσεων.

⁽²¹⁾ Άρθρο 2 σημείο 13) του κανονισμού.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

Επεξηγηματικά παραδείγματα παραμέτρων κατάταξης

Ποιότητα χάρτη τοποθεσίας

Ταχύτητα φόρτωσης σελίδας

Ασφάλεια [π.χ. HTTPS (πρωτόκολλο υπερκειμενικής μεταφοράς)]

Εικόνες (π.χ. τύπος, αριθμός, ποιότητα)

Κριτικές καταναλωτών (π.χ. αριθμός, αξιολόγηση, πρόσφατες)

Αλληλεπίδραση εμπόρου-καταναλωτή (π.χ. απαντήσεις σε ερωτήματα, ανταπόκριση)

Ιστορικό επίλυσης διαφορών (π.χ. αριθμός καταγγελιών καταναλωτών, λύσεις που βρέθηκαν)

Πωλήσεις που ολοκληρώθηκαν (π.χ. αριθμός, πρόσφατες)

Τιμή

Κυκλοφορία Internet, επιδόσεις αναζήτησης

Δείκτες ποιότητας υπηρεσίας εκτός σύνδεσης (π.χ. αξιολόγηση ξενοδοχείων με αστέρια, επιδόσεις παράδοσης, βαθμός στον οποίον είναι οικείες ή επαρκώς γνωστές οι τοποθεσίες, οι εμπορικές επωνυμίες κ.λπ. στην κοινωνία)

Μέτρα εμπιστοσύνης (π.χ. συμμετοχή σε υπηρεσίες μεσεγγύησης πλατφορμών, καταχωρισμένη ταυτότητα, βιομηχανικά συστήματα πιστοποίησης/εικονίδια, σφραγίδες προστασίας δεδομένων / πιστοποιήσεις)

«Βαθμολογία» προστασίας δεδομένων, π.χ. με βάση την επανεξέταση των πολιτικών προστασίας της ιδιωτικής ζωής των εφαρμογών από κατάστημα εφαρμογών

Προσβασιμότητα στον παγκόσμιο ιστό

Προσαρμοστικότητα (πολλαπλών) συσκευών

Ποιότητα περιεχομένου (π.χ. με βάση τη σύνδεση, τη σχετικότητα, τη γλωσσική ποιότητα, τον αριθμό γλωσσών του ιστότοπου κ.λπ.)

Επισημάνση λέξης-κλειδιού με ετικέτα (θετική — αριθμός, επίπεδο λεπτομέρειας, και αρνητική — παρεμβολή)

Ακρίβεια και συνάφεια τίτλου (π.χ. εμπορική επωνυμία, τεχνικές προδιαγραφές κ.λπ.)

Ημερομηνία εισόδου στην αγορά

Σύντομες απαντήσεις, για παράδειγμα όσον αφορά τα προσφερόμενα προϊόντα ή υπηρεσίες ή σε απάντηση σε ερωταπαντήσεις

Κατάταξη έναντι αμοιβής (μεταξύ άλλων από επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης ή επιγραμμικές μηχανές αναζήτησης)

— προσφορά

— ποιότητα διαφήμισης, περιβάλλον

— αξιοπιστία διαφημιστή

Μέγεθος προσφοράς (π.χ. εύρος προσφοράς προϊόντων ή υπηρεσιών ή αγορές εντός εφαρμογών που προβάλλονται χωριστά στην κατάταξη των καταστημάτων εφαρμογών)

Συντακτικές διαδικασίες και ειδικά κριτήρια επιλογής (π.χ. κριτικές εφαρμογών από πλατφόρμες ή καλλιτεχνικά έργα)

Αλγόριθμοι προσαρμογής (που αφορούν, για παράδειγμα, την ανεπιθύμητη αλληλογραφία, την ενημέρωση, την ποιότητα)

Ποσοστά κατάργησης εγκατάστασης εφαρμογών για κινητές συσκευές

Ποσοστά εγκατάλειψης

Δοκιμή A/B (ο αντίκτυπος μπορεί να επηρεαστεί από ορισμένα στοιχεία όπως ο χρονισμός — ζήτηση αιχμής, διάρκεια και μέγεθος δείγματος)

Τυχαιοποίηση

Εξατομίκευση

— βαθμός εξατομίκευσης (αριθμός και τύποι χαρακτηριστικών που ενεργοποιούνται), αν και με ποιον τρόπο μπορεί να εξαρτάται από τις ρυθμίσεις απορρήτου των χρηστών κ.λπ.

— γεωγραφική θέση, χρονισμός αναζήτησης

-
- ιστορικό αναζήτησης χρηστών, ιστορικό απόκτησης
 - αναίρεση προεπιλεγμένων ρυθμίσεων
 - αντίκτυπος φίλτρων (και υπόλοιπων παραμέτρων)
-

Πολυπλατυριστική παρουσία (π.χ. αρνητικός αντίκτυπος της χαμηλότερης τιμολόγησης στην ανταγωνιστική πλατφόρμα στην κατάταξη, «βαθμολόγηση» μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ρυθμός αναφοράς/σύνδεσης του ιστότοπου, συχνότητα αναφοράς, φήμη ιστοτόπων ή ιστολογίων αναφοράς)

«Ελκυστικότητα της μάρκας» νέων επιχειρηματικών χρηστών μετρούμενη με τη χρήση παραγόντων εξωτερικών προς τις σχετικές επιγραμματικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης (π.χ. έρευνες σε εξειδικευμένη κοινότητα)

Ισχύς της προσφοράς, π.χ.:

- συγκρίσιμη ανταγωνιστικότητα (π.χ. αξιολογήσεις, κριτικές καταναλωτών)
 - συνάφεια
 - διαθεσιμότητα
 - μετρητής απορρίψεων
 - ακυρώσεις
 - διπλές κρατήσεις (ανά τομέα)
-

Συντελεστές μετατροπής

Γεωγραφική εγγύτητα

Επίπεδο καταβληθείσας προμήθειας

Μη συμμετοχή σε ορισμένο πρόγραμμα (που προκαλεί υποχώρηση στην κατάταξη) ή συμμετοχή σε ορισμένο πρόγραμμα/αγορά πρόσθετων υπηρεσιών (που οδηγεί σε βελτιωμένη θέση στην κατάταξη)

Βάθος αποθέματος επιχειρηματικών χρηστών

Εποχικότητα και προσωρινές αποκλίσεις (π.χ. μονοήμερες εκπτώσεις)

Εθνική προσέγγιση (διασυνοριακές πολιτισμικές διαφορές)

Ειδική μεθοδολογία στάθμισης κριτικών χρηστών (π.χ. χρήση αξιόπιστων κριτών)

Πειραματισμός (π.χ. πλατφόρμες που προωθούν προδραστικά νεοεισερχόμενους επιχειρηματικούς χρήστες)

«Φιλικότητα» ιστότοπου στις κινητές συσκευές

Συντακτικές επεμβάσεις (κορυφαία επιλογή του επιμελητή, «προσφορές ημέρας», διορθώσεις στα αποτελέσματα αναζήτησης που αφορούν ειδικά έναν μεμονωμένο επιχειρηματικό χρήστη ή χρήστη εταιρικού ιστότοπου, ανεξάρτητα από το αν είναι «μη αυτόματες/ανθρώπινες ή «αλγοριθμικές» κ.λπ.)

Πρακτικές τακτοποίησης (π.χ. διαγραφή παλιών εφαρμογών)

Αναλογία κλικ μετάβασης

Κανόνες πρόσβασης

Μηχανισμοί πρόληψης της απάτης

Δέσμες υπηρεσιών επιχειρηματικών χρηστών ή χρηστών εταιρικών ιστότοπων (π.χ. δωρεάν αποστολή, πολιτική εύκολων επιστροφών κ.λπ.)

Ποιότητα της περιγραφής της προσφοράς (γραπτή περιγραφή, χρήση εικόνων κ.λπ.)

Χρήση επιλογών για ενίσχυση της προβολής υψηλής ποιότητας/προσωρινής προβολής (π.χ. χρήση αυτού του μηχανισμού για τη δημιουργία πρόσθετων εσόδων και/ή τη διευκόλυνση της διάθεσης ή της εισόδου στην αγορά προϊόντων/υπηρεσιών) πιθανώς σε συνδυασμό, ή υπό τη μορφή, μηχανισμών ή ενεργειών που μειώνουν τη σημασία της σχετικής προβολής των «κατά τα άλλα εφαρμοστέων» παραμέτρων

Σημασία φήμης/αξιοπιστίας με βάση π.χ. κριτικές ή αξιολογήσεις χρηστών

Ποιότητα περιεχομένου, συμπεριλαμβανομένης της τακτικής επικαιροποίησης περιεχομένου

Χρήση σαφών και σύντομων τίτλων

Ταχύτητα και φιλικότητα όλων των συσκευών προς τον χρήστη

Αριθμός καταχωρίσεων που αντιστοιχούν στο ερώτημα του αγοραστή

Ηλικία τομέα

Μοναδικότητα περιεχομένου

Εισαγωγή στοιχείων από τον χρήστη (λέξεις που πληκτρολογήθηκαν ή εκφωνήθηκαν, φύλο, ηλικία, κουλτούρα, γλώσσα, διεύθυνση, προηγούμενες αλληλεπιδράσεις κ.λπ.)

«Αντικειμενικά» δεδομένα εξωτερικά προς την πλατφόρμα (ημερομηνία, ώρα, καιρός κ.λπ.)

Δεδομένα προσωπικής φύσης που αφορούν άλλους χρήστες (επισημάνσεις «μου αρέσει», λέξεις που αναζητούνται συχνότερα, προϊόντα με τις περισσότερες πωλήσεις κ.λπ.)

Αριθμός «κοινοποιήσεων» / αριθμός προβολών / αριθμός «αποθηκεύσεων», «αγαπημένα»

Τεχνολογικά μέσα/μέσο (δηλαδή με ποιον τρόπο αποκτά ο καταναλωτής πρόσβαση στην κατάταξη)

Πολλαπλές συνδέσεις

Αμοιβή

Επιχειρηματική σχέση με τον επιχειρηματικό χρήστη (διάρκεια ιστορικής σχέσης, προνομιακή επιχειρηματική σχέση, οποιαδήποτε επένδυση που σχετίζεται με την πλατφόρμα κ.λπ.)

Ποιότητα εξυπηρέτησης πελατών

Αναλογία ακυρώσεων

Συνδεόμενα με την αγορά χαρακτηριστικά (γενική ζήτηση, ανταγωνιστικές τιμές, ανταγωνιστική διαθεσιμότητα κ.λπ.)

Αρνητικά κριτήρια όπως βαθμολογήσεις περιστατικών που αφορούν καταγγελίες καταναλωτών ή υποθέσεις ότι ορισμένα χαρακτηριστικά δεν αρέσουν στους καταναλωτές

Βαθμολογίες για επιλύσεις θεμάτων καταναλωτών

Ισοτιμία (π.χ. σύγκριση ενδιάμεσων τιμών με τις τιμές σε άλλα κανάλια διανομής)

Ποσοστό μετατροπής καταστήματος

Η εφαρμογή δεν ανταποκρίνεται (ANR)

Διατήρηση

Εγκαταστάσεις και ανάστροφες συνδέσεις με εξωτερικούς ιστότοπους

Διαθεσιμότητα αποθεμάτων

Ποιότητα και χαρακτηριστικά του προϊόντος

Συνάφεια του προϊόντος με τη συλλογή

Φίλτρα που εφαρμόζονται από τους καταναλωτές για να περιορίσουν την αναζήτηση

Στοιχεία εισόδου που σχετίζονται με την αναζήτηση (περιεχόμενο καταχώρισης, χαρακτηριστικά καταχώρισης, λέξεις-κλειδιά/ετικέτες)

Συνάφεια με βάση την αντιστοίχιση του τελικού χρήστη και τα στοιχεία εισόδου των επιχειρηματικών χρηστών

Δημοτικότητα προσφορών

Επίδειξη προτίμησης σειράς κατάταξης από τον τελικό χρήστη (πιο πρόσφατο, πιο συναφές, με τις καλύτερες κριτικές κ.λπ.)

Νομικές απαιτήσεις (συμπεριλαμβανομένων θεμάτων απάτης/καταπολέμησης της παραποίησης)

Πρόσφατη καταχώριση

Προτίμηση σε επιχειρηματικούς χρήστες που επιλέγουν τη δυνατότητα χρήσης ρητρών του μάλλον ευνοούμενου κράτους, π.χ. εάν οι ρήτρες αυτές δεν επιβάλλονται γενικά

Προσφορές που λήγουν σύντομα

Πλησιέστερο πρώτο

Δημοπρασία έναντι «αγοράστε τώρα»

Εμπορική επωνυμία

Κατάσταση είδους (νέο έναντι μεταχειρισμένου)

Παράδειγμα ειδικών παραμέτρων που ενδέχεται να χρησιμοποιούνται στον τομέα των καταλυμάτων:

Ελάχιστη διαθεσιμότητα που δηλώνεται από το κατάλυμα

Όγκος που πραγματοποιήθηκε από το κατάλυμα

Υπηρεσίες και πρόσθετες δωρεάν παροχές (π.χ. δείπνο, στάθμευση, εγκαταστάσεις γυμναστικής, υποδοχή και υπηρεσίες θυρωρείου, WiFi και επιχειρηματικά κέντρα, εγγύτητα με μέσα μεταφοράς και τοπικά αξιοθέατα)

Αριθμός κρατήσεων που συνδέεται με τον αριθμό επισκέψεων στη σχετική σελίδα του καταλύματος στην πλατφόρμα (συντελεστές μετατροπής)

Ποιότητα του ξενοδοχείου σε σύγκριση με τη διαφημιζόμενη ποιότητα

Επιβεβαίωση της κράτησης στο ξενοδοχείο ή το εστιατόριο

Απόσταση του εστιατορίου από τα πρότυπα του πελάτη ή του προηγούμενου χρήστη

Πολιτικές (όσον αφορά π.χ. την πρόωρη άφιξη, την καθυστερημένη αναχώρηση και τα δικαιώματα ακύρωσης)

Σε σχέση με το ακίνητο (αριθμός και ποιότητα των κριτικών των καταναλωτών, επίπεδο προμήθειας, ακρίβεια εξόφλησης τιμολογίων, προωθητικές ενέργειες, συμμετοχή σε προτιμώμενα προγράμματα κ.λπ.)

Σκοπός του ταξιδιού (επαγγελματικός/αναψυχή)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ II

Επεξηγηματικά παραδείγματα άμεσης και έμμεσης αμοιβής

Καταβολή υψηλότερου ποσού προμήθειας από επιχειρηματικό χρήστη για αυξημένη σχετική προβολή, για παράδειγμα σε δημοπρασίες που πραγματοποιούνται στο πλαίσιο προγραμμάτων προνομίων/συνεταιριστικών προγραμμάτων

Περιοδικές δεσμεύσεις επιχειρηματικών χρηστών ή χρηστών εταιρικών ιστότοπων για κατάταξη έναντι αμοιβής ή κοινές δραστηριότητες προώθησης εντός ή επί των σχετικών επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης ή των επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης

Άμεση πληρωμή για υποστήριξη ή προτιμώμενη τοποθέτηση από τον σχετικό πάροχο επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης ή επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης

Άμεση πληρωμή για «ενίσχυση» της προβολής επιχειρηματικών σελίδων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, σε επιγραμμικές υπηρεσίες καταλόγου ή άλλες επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης

(Εφάπαξ) άμεση πληρωμή για αυξημένη προβολή κατά τη διάρκεια συγκεκριμένων περιόδων

(Τακτική) άμεση πληρωμή που οδηγεί σε προϊόν που έχει περιοπτη θέση στην κατάταξη

Προγράμματα επιβράβευσης πιστών πελατών ή προγράμματα προνομίων

Οι επιχειρηματικοί χρήστες μπορούν να πληρώνουν για ορισμένα κορυφαία χαρακτηριστικά μέσω προγραμμάτων επιβράβευσης πιστών πελατών ή προγραμμάτων προνομίων που προσφέρονται από τις πλατφόρμες. Η απλή συμμετοχή σε τέτοια προγράμματα, και όχι οι πιθανές αντικειμενικές επιπτώσεις της εν λόγω συμμετοχής σε επιδόσεις που μετρώνται βάσει διαφορετικών κύριων παραμέτρων (π.χ. ταχύτητα παράδοσης στο ηλεκτρονικό εμπόριο), μπορούν έμμεσα να βελτιώσουν την κατάταξη των επιχειρηματικών χρηστών λόγω της διάρθρωσης των μηχανισμών κατάταξης που μπορούν να ευνοήσουν τις επιχειρήσεις που είναι μέλη.

Αγορές εντός εφαρμογών

Οι αγορές εντός εφαρμογών είναι επιπλέον περιεχόμενο ή συνδρομές εντός εφαρμογών σε κινητές συσκευές ή υπολογιστές γραφείου που είναι διαθέσιμες μετά την αρχική λήψη. Δεν προσφέρουν όλες οι εφαρμογές αγορές εντός εφαρμογών, αλλά ορισμένα ή όλα τα χαρακτηριστικά μιας εφαρμογής μπορεί να απαιτούν από τους χρήστες να προβούν σε εφάπαξ αγορά εντός εφαρμογής ή να γίνουν συνδρομητές (επί πληρωμή). Παραδείγματα αποτελούν οι επιπλέον λειτουργίες εφαρμογών, οι προνομιακές και χωρίς διαφημίσεις εκδόσεις εφαρμογών κ.λπ.

Οι επιχειρηματικοί χρήστες που προσφέρουν εφαρμογές με αγορές εντός εφαρμογών πληρώνουν συνήθως προμήθεια στην πλατφόρμα επί των αγορών αυτών. Με τον τρόπο αυτόν μπορεί να αυξηθεί η προβολή των εφαρμογών τους στα αποτελέσματα αναζήτησης. Σε ορισμένες περιπτώσεις, οι κάτοχοι των καταστημάτων εφαρμογών μπορούν να δημιουργήσουν αναφορές στις αγορές εντός εφαρμογών στην κατάταξη, χωριστά και επιπλέον της βασικής εφαρμογής, κάτι που επίσης ενισχύει τη «σχετική προβολή» της συγκεκριμένης εφαρμογής.

Παρεπόμενες υπηρεσίες

Όπως και στην περίπτωση των προγραμμάτων επιβράβευσης πιστών πελατών ή των προγραμμάτων προνομίων, απλώς και μόνο το γεγονός της χρήσης των παρεπόμενων υπηρεσιών του σχετικού παρόχου επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης, όπως εκ των προτέρων πληρωμή, μεσεγγύηση, διεκπεραίωση, υπηρεσίες υπολογιστικού νέφους, εκπτώσεις, εφοδιαστική, ασφάλιση κ.λπ., θα μπορούσε να έχει αντίκτυπο στην κατάταξη.

Δομές επιβράβευσης/παροχής κινήτρων

Προγράμματα επιβράβευσης τα οποία χορηγούν πιστωτικές μονάδες για δωρεάν διαφήμιση επί της πλατφόρμας —η οποία επηρεάζει τη σχετική προβολή— με αντάλλαγμα, για παράδειγμα, την επέκταση από τους επιχειρηματικούς χρήστες των οικείων προσφορών προϊόντων ή υπηρεσιών στις σχετικές επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης, από πλευράς εύρους και/ή κλίμακας, ή με αντάλλαγμα τη δέσμευση για εκπτώσεις κατά τη διάρκεια συγκεκριμένης περιόδου όταν η επακόλουθη αυξημένη σχετική προβολή δεν προέρχεται απλώς από τις σχετικές διαφορές τιμής — όταν η τιμή αποτελεί κύρια παράμετρο

Σήματα εμπιστοσύνης

Τέλη άδειας για σήματα εμπιστοσύνης, όταν ο σχετικός πάροχος επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης ή επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης συμμετέχει με κάποιον τρόπο στο συγκεκριμένο σήμα εμπιστοσύνης

Αποκλειστικότητα

Συμφωνίες αποκλειστικότητας αν μπορούν να οδηγήσουν σε καλύτερη κατάταξη. Μια τέτοια περίπτωση θα μπορούσε να είναι όταν αυτές οι συμφωνίες είναι εθελοντικές —σε αντίθεση με συμφωνίες που επιβάλλονται μονομερώς στους επιχειρηματικούς χρήστες των επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης— και συνάπτονται μόνο από ένα υποσύνολο επιχειρηματικών χρηστών.

Συμμετοχή στα κέρδη

Έμμεση αμοιβή μπορεί να υφίσταται σε μια κατάσταση συμμετοχής στα κέρδη, όταν καταβάλλεται, για παράδειγμα, αποζημίωση ως ποσοστό των συνδέσμων που επιλέχθηκαν στην αναφερόμενη επιγραμμική μηχανή αναζήτησης. Για παράδειγμα, μια επιχείρηση ενδέχεται να κατέχει υψηλότερη θέση κατάταξης στη λίστα των αποτελεσμάτων αναζήτησης, εάν συμφωνήσει να επιτρέψει στον πάροχο της επιγραμμικής μηχανής αναζήτησης να προβάλει το περιεχόμενο της επιχείρησης σε υπηρεσία ανάγνωσης ειδήσεων ή σε υπηρεσία podcasting που προσφέρει ο ίδιος πάροχος.

Πρόσβαση και χρήση δεδομένων

Οι επιχειρηματικοί χρήστες μπορούν να συμφωνήσουν να χορηγήσουν βελτιωμένη πρόσβαση ή άλλα συμβατικά/νόμιμα δικαιώματα όσον αφορά τα δεδομένα που παράγουν με τη χρήση των επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης, στους παρόχους αυτών των υπηρεσιών. Αυτή η συμβατική δέσμευση όσον αφορά τα δεδομένα, εάν έχει αναληφθεί μόνο από ένα υποσύνολο επιχειρηματικών χρηστών, θα μπορούσε να επηρεάσει την κατάταξη με διάφορους τρόπους, μεταξύ άλλων λόγω συμβουλών/πληροφοριών βελτιστοποίησης της θέσης στην κατάταξη οι οποίες παρέχονται από τον πάροχο ως αντάλλαγμα. Τα εν λόγω δεδομένα αποτελούν πολύτιμες πληροφορίες που μπορούν επίσης να δώσουν στις επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης ισχυρό εμπορικό ή ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, μεταξύ άλλων όταν οι ίδιες πωλούν ενεργά στις ίδιες επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης.

Δεσμοποιημένες προσφορές / εμπορικές σχέσεις

Η αμοιβή αποτελεί μέρος ευρύτερων εμπορικών συμφωνιών με παρόχους επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης. Στην περίπτωση αυτή, η άμεση πληρωμή για μια ενιαία υπηρεσία, η οποία ενδέχεται μάλιστα να μην έχει καμία σχέση με τις σχετικές επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης ή τις επιγραμμικές μηχανές αναζήτησης, θα μπορούσε να επηρεάσει την κατάσταση — και ενδεχομένως την κατάταξη— της σχετικής επιχείρησης σε περισσότερες ή σε όλες τις υπηρεσίες που ανταλλάσσονται μεταξύ των δύο οντοτήτων.

Μη διατύπωση αντιρρήσεων σε κοινοποιηθείσα συγκέντρωση
(Υπόθεση M.10007 — Telefónica/Banco Bilbao Vizcaya Argentaria/Movistar Money Colombia JV)

(Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ)

(2020/C 424/02)

Στις 2 Δεκεμβρίου 2020, η Επιτροπή αποφάσισε να μη διατυπώσει αντιρρήσεις σχετικά με την ανωτέρω κοινοποιηθείσα συγκέντρωση και να την χαρακτηρίσει συμβιβάσιμη με την εσωτερική αγορά. Η απόφαση αυτή βασίζεται στο άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο β) του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004 ⁽¹⁾ του Συμβουλίου. Το πλήρες κείμενο της απόφασης διατίθεται μόνον στα ισπανικά και θα δημοσιοποιηθεί χωρίς τα επιχειρηματικά απόρρητα στοιχεία τα οποία ενδέχεται να περιέχει. Θα διατίθεται:

- από τη σχετική με τις συγκεντρώσεις ενότητα του δικτυακού τόπου για τον ανταγωνισμό της Επιτροπής (<http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/>). Ο δικτυακός αυτός τόπος παρέχει διάφορα μέσα που βοηθούν στον εντοπισμό μεμονωμένων αποφάσεων για συγκεντρώσεις όπως ευρετήρια επιχειρήσεων, αριθμών υποθέσεων, και ημερομηνιών και τομεακά ευρετήρια,
- σε ηλεκτρονική μορφή στον δικτυακό τόπο EUR-Lex (<http://eur-lex.europa.eu/homepage.html?locale=el>) με αριθμό εγγράφου 32020M10007. Ο δικτυακός τόπος EUR-Lex αποτελεί την επιγραμμική πρόσβαση στην ευρωπαϊκή νομοθεσία.

⁽¹⁾ ΕΕ L 24 της 29.1.2004, σ. 1.

IV

(Πληροφορίες)

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΠΡΟΕΡΧΟΜΕΝΕΣ ΑΠΟ ΤΑ ΘΕΣΜΙΚΑ ΚΑΙ ΛΟΙΠΑ ΟΡΓΑΝΑ ΚΑΙ
ΤΟΥΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

Ισοτιμίες του ευρώ ⁽¹⁾

7 Δεκεμβρίου 2020

(2020/C 424/03)

1 ευρώ =

Νομισματική μονάδα		Ισοτιμία	Νομισματική μονάδα		Ισοτιμία
USD	δολάριο ΗΠΑ	1,2128	CAD	δολάριο Καναδά	1,5537
JPY	ιαπωνικό γιεν	126,30	HKD	δολάριο Χονγκ Κονγκ	9,3999
DKK	δανική κορόνα	7,4433	NZD	δολάριο Νέας Ζηλανδίας	1,7252
GBP	λίρα στερλίνα	0,91215	SGD	δολάριο Σιγκαπούρης	1,6212
SEK	σουηδική κορόνα	10,2018	KRW	ουόν Νότιας Κορέας	1 316,88
CHF	ελβετικό φράγκο	1,0802	ZAR	νοτιοαφρικανικό ραντ	18,4244
ISK	ισλανδική κορόνα	152,70	CNY	κινεζικό ρενμινπί γιουάν	7,9310
NOK	νορβηγική κορόνα	10,6328	HRK	κροατική κούνα	7,5400
BGN	βουλγαρικό λεβ	1,9558	IDR	ρουπία Ινδονησίας	17 214,85
CZK	τσεχική κορόνα	26,482	MYR	μαλαισιανό ρινγκίτ	4,9385
HUF	ουγγρικό φιορίνι	359,49	PHP	πέσο Φιλιππινών	58,421
PLN	πολωνικό ζλότι	4,4670	RUB	ρωσικό ρούβλι	89,7900
RON	ρουμανικό λέου	4,8735	THB	ταιλανδικό μπατ	36,669
TRY	τουρκική λίρα	9,5053	BRL	ρεάλ Βραζιλίας	6,2124
AUD	δολάριο Αυστραλίας	1,6374	MXN	πέσο Μεξικού	24,0901
			INR	ινδική ρουπία	89,6285

⁽¹⁾ Πηγή: Ισοτιμίες αναφοράς που δημοσιεύονται από την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα.

Ενημερωτική ανακοίνωση για την περάτωση των από 21ης Απριλίου 2016 διαβημάτων προς τρίτη χώρα σχετικά με το ενδεχόμενο να χαρακτηριστεί ως μη συνεργαζόμενη τρίτη χώρα δυνάμει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1005/2008 του Συμβουλίου περί δημιουργίας κοινοτικού συστήματος πρόληψης, αποτροπής και εξάλειψης της παράνομης, λαθραίας και άναρχης αλιείας

(2020/C 424/04)

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (η Επιτροπή) ολοκλήρωσε τα διαβήματα προς το Κιριμπάτι όσον αφορά την καταπολέμηση της ΠΛΑ αλιείας, τα οποία κινήθηκαν στις 21 Απριλίου 2016 με την απόφαση C/2016/2254 της Επιτροπής⁽¹⁾, για την κοινοποίηση στο Κιριμπάτι ότι η Επιτροπή θεωρεί πιθανό να χαρακτηριστεί το Κιριμπάτι ως μη συνεργαζόμενη τρίτη χώρα δυνάμει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1005/2008 του Συμβουλίου περί δημιουργίας κοινοτικού συστήματος πρόληψης, αποτροπής και εξάλειψης της παράνομης, λαθραίας και άναρχης αλιείας (κανονισμός ΠΛΑ).

1. Νομικό πλαίσιο

Σύμφωνα με το άρθρο 32 του κανονισμού ΠΛΑ, η Επιτροπή οφείλει να ενημερώνει τις τρίτες χώρες για το ενδεχόμενο να χαρακτηριστούν ως μη συνεργαζόμενες χώρες. Η ενημέρωση αυτή έχει προκαταρκτικό χαρακτήρα. Η κοινοποίηση σε τρίτες χώρες όσον αφορά το ενδεχόμενο να χαρακτηριστούν ως μη συνεργαζόμενες χώρες βασίζεται στα κριτήρια που προβλέπονται στο άρθρο 31 του κανονισμού ΠΛΑ.

Η Επιτροπή πρέπει να προβεί σε όλα τα διαβήματα που αναφέρονται στο άρθρο 32 σχετικά με αυτές τις χώρες. Ειδικότερα, η Επιτροπή πρέπει να συμπεριλάβει στη σχετική κοινοποίηση πληροφορίες σχετικά με τα ουσιαστικά γεγονότα και τις εκτιμήσεις που αποτελούν τη βάση για τον χαρακτηρισμό αυτό, τη δυνατότητα των χωρών να απαντήσουν και να υποβάλουν στοιχεία με βάση τα οποία δεν αποδέχονται τον χαρακτηρισμό ή, κατά περίπτωση, σχέδιο δράσης για βελτίωση και τα μέτρα που έχουν ληφθεί για να διορθωθεί η κατάσταση.

Η Επιτροπή οφείλει να παράσχει στις οικείες τρίτες χώρες τον απαιτούμενο χρόνο για να απαντήσουν στην κοινοποίηση και εύλογη προθεσμία για τη διόρθωση της κατάστασης.

2. Διαδικασία

Στις 21 Απριλίου 2016, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενημέρωσε το Κιριμπάτι σχετικά με το ενδεχόμενο να χαρακτηριστεί ως μη συνεργαζόμενη τρίτη χώρα στην καταπολέμηση της παράνομης, λαθραίας και άναρχης (ΠΛΑ) αλιείας.

Η Επιτροπή τόνισε ότι προκειμένου να αποφευχθεί το ενδεχόμενο να χαρακτηριστεί ως μη συνεργαζόμενη χώρα, το Κιριμπάτι κλήθηκε να συνεργαστεί με την Επιτροπή βάσει πρότασης σχεδίου δράσης για τη διόρθωση των ελλείψεων που εντοπίστηκαν.

Η Επιτροπή άρχισε διαδικασία διαλόγου με το Κιριμπάτι. Η εν λόγω χώρα υπέβαλε προφορικές και γραπτές παρατηρήσεις, οι οποίες εξετάστηκαν και ελήφθησαν υπόψη από την Επιτροπή. Η Επιτροπή εξακολούθησε να συγκεντρώνει και να ελέγχει όλα τα πληροφοριακά στοιχεία που έκρινε απαραίτητα.

Το Κιριμπάτι έχει λάβει τα αναγκαία μέτρα για την πρόληψη των επίμαχων δραστηριοτήτων ΠΛΑ αλιείας και για την πρόληψη κάθε τέτοιας δραστηριότητας στο μέλλον, επανορθώνοντας κάθε πράξη ή παράλειψη που οδηγεί στην κοινοποίηση της πιθανότητας να χαρακτηριστεί ως μη συνεργαζόμενη χώρα στην καταπολέμηση της ΠΛΑ αλιείας.

3. Συμπέρασμα

Υπό τις συγκεκριμένες περιστάσεις και μετά από εξέταση των ανωτέρω, η Επιτροπή καταλήγει στο συμπέρασμα ότι περατώνονται τα διαβήματα έναντι του Κιριμπάτι, σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 32 του κανονισμού ΠΛΑ, όσον αφορά την εκπλήρωση των υποχρεώσεων που υπέχει δυνάμει του διεθνούς δικαίου ως κράτος σημαίας, κράτος λιμένος, παράκτιο κράτος ή κράτος αγοράς και τα μέτρα που λαμβάνει για την πρόληψη, αποτροπή και εξάλειψη της ΠΛΑ αλιείας. Οι σχετικές αρμόδιες αρχές έχουν ενημερωθεί επίσης από την Επιτροπή.

Η εν λόγω περάτωση των διαβημάτων δεν αποκλείει τη λήψη μεταγενέστερων μέτρων από την Επιτροπή ή το Συμβούλιο στο μέλλον, αν από πραγματικά στοιχεία προκύψει ότι η χώρα δεν εκπληρώνει τις υποχρεώσεις που υπέχει δυνάμει του διεθνούς δικαίου ως κράτος σημαίας, κράτος λιμένος, παράκτιο κράτος ή κράτος αγοράς, όσον αφορά τη λήψη μέτρων για την πρόληψη, αποτροπή και εξάλειψη της ΠΛΑ αλιείας.

(¹) [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016D0423\(01\)&from=EL](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016D0423(01)&from=EL)

Ανακοίνωση της Επιτροπής για την τροποποίηση των κατευθυντήριων γραμμών της Ευρωπαϊκής Ένωσης σχετικά με τις κρατικές ενισχύσεις στον γεωργικό και τον δασοκομικό τομέα και στις αγροτικές περιοχές για την περίοδο 2014-2020 ως προς την περίοδο εφαρμογής τους και για την προσωρινή προσαρμογή των κατευθυντήριων γραμμών ώστε να ληφθεί υπόψη ο αντίκτυπος της πανδημίας COVID-19

(Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ)

(2020/C 424/05)

Ιστορικό

1. Οι κατευθυντήριες γραμμές της Ευρωπαϊκής Ένωσης σχετικά με τις κρατικές ενισχύσεις στον γεωργικό και τον δασοκομικό τομέα και στις αγροτικές περιοχές για την περίοδο 2014-2020 ⁽¹⁾ (στο εξής: κατευθυντήριες γραμμές) εφαρμόζονται έως τις 31 Δεκεμβρίου 2020.
2. Στις 8 Σεπτεμβρίου 2018, η Επιτροπή δρομολόγησε αναθεώρηση των κατευθυντήριων γραμμών με σκοπό να τις αντικαταστήσει με νέες κατευθυντήριες γραμμές για την περίοδο 2021-2027. Ο σχεδιασμός αυτών των νέων κατευθυντήριων γραμμών θα εξαρτηθεί σε μεγάλο βαθμό από τους κανόνες που θα ισχύουν για τη στήριξη της αγροτικής ανάπτυξης δυνάμει της πρότασης κανονισμού σχετικά με τη στήριξη των στρατηγικών σχεδίων που καταρτίζονται από τα κράτη μέλη στο πλαίσιο της Κοινής Γεωργικής Πολιτικής (στο εξής: ΚΓΠ) ⁽²⁾. Ωστόσο, η νομοθετική διαδικασία για την έγκριση της ως άνω πρότασης εξακολουθεί να εκκρεμεί και ο καθαυτό κανονισμός, καθώς και οι παρεπόμενοι κατ' εξουσιοδότηση και εκτελεστικοί κανόνες, δεν πρόκειται να εγκριθούν για κάποιο χρονικό διάστημα. Για να μπορέσει η Επιτροπή να συνεχίσει την αξιολόγηση των κρατικών ενισχύσεων με βάση τις ισχύουσες κατευθυντήριες γραμμές και προκειμένου να ολοκληρωθεί η αναθεώρηση των κατευθυντήριων γραμμών μετά την έγκριση της μεταρρύθμισης της ΚΓΠ, είναι σκόπιμο να παραταθεί η περίοδος εφαρμογής τους έως τις 31 Δεκεμβρίου 2022.
3. Λαμβανομένων υπόψη των οικονομικών και δημοσιονομικών επιπτώσεων της έξαρσης της νόσου COVID-19 για τις επιχειρήσεις, είναι αναγκαία η προσωρινή προσαρμογή των κατευθυντήριων γραμμών όσον αφορά την επιλεξιμότητα των επιχειρήσεων για μέτρα ενίσχυσης βάσει των κατευθυντήριων γραμμών. Κατά συνέπεια, οι επιχειρήσεις που δεν ήταν προβληματικές στις 31 Δεκεμβρίου 2019, αλλά κατέστησαν προβληματικές την περίοδο από την 1η Ιανουαρίου 2020 έως τις 30 Ιουνίου 2021, παραμένουν επιλέξιμες για μέτρα ενίσχυσης βάσει των κατευθυντήριων γραμμών.
4. Ως εκ τούτου, οι κατευθυντήριες γραμμές τροποποιούνται ως εξής:
5. Το σημείο 26 αντικαθίσταται από το ακόλουθο κείμενο:

«(26) Οι προβληματικές επιχειρήσεις εξαιρούνται από το πεδίο εφαρμογής των παρουσών κατευθυντήριων γραμμών, με την επιφύλαξη των εξαιρέσεων που προβλέπονται στο παρόν σημείο. Η Επιτροπή θεωρεί πως όταν μια επιχείρηση αντιμετωπίζει χρηματοοικονομικές δυσκολίες, δεδομένου ότι απειλείται η ίδια η ύπαρξή της, δεν μπορεί να θεωρηθεί κατάλληλο όχημα για την πρόωθηση άλλων στόχων δημόσιας πολιτικής έως ότου διασφαλιστεί η βιωσιμότητά της. Συνεπώς, στις περιπτώσεις στις οποίες ο δικαιούχος της ενίσχυσης ευρίσκεται σε χρηματοοικονομική δυσχέρεια κατά την έννοια του σημείου (35)15, η ενίσχυση θα αξιολογείται σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές της Κοινότητας όσον αφορά τις κρατικές ενισχύσεις για τη διάσωση και την αναδιάρθρωση προβληματικών επιχειρήσεων, όπως τροποποιούνται ή αντικαθίστανται. Η εν λόγω αρχή δεν ισχύει για τις αντισταθμιστικές ενισχύσεις για ζημιές που προκαλούνται από θεομηνίες ή έκτακτα γεγονότα και αναφέρονται στο μέρος II τμήματα 1.2.1.1 και 2.1.3 του παρόντος εγγράφου, οι οποίες συμβιβάζονται με την εσωτερική αγορά βάσει του άρθρου 107 παράγραφος 2 στοιχείο β) της Συνθήκης. Εάν οι χρηματοοικονομικές δυσκολίες που αντιμετωπίζει μια επιχείρηση που δραστηριοποιείται στον γεωργικό και τον δασοκομικό τομέα οφείλονται σε ζημιόγONO γεγονός που αναφέρεται στο μέρος II τμήματα 1.2.1.2, 1.2.1.3, 1.2.1.5, 2.1.3, 2.8.1 ή 2.8.5 του παρόντος εγγράφου, μπορούν να χορηγηθούν ενισχύσεις σύμφωνα με τις παρούσες κατευθυντήριες γραμμές, οι οποίες μπορεί να θεωρηθούν ότι συμβιβάζονται με την εσωτερική αγορά βάσει του άρθρου 107 παράγραφος 3 στοιχείο γ) της Συνθήκης, για την αντιστάθμιση απωλειών ή την αποκατάσταση ζημιών που προκλήθηκαν από τέτοιου είδους ζημιόγONO γεγονότα και για την κάλυψη των δαπανών για την εξάλειψη ζημιόγONON για τα φυτά οργανισμών. Επιπλέον, για λόγους προστασίας της δημόσιας υγείας και λαμβανομένης υπόψη της κατάστασης έκτακτης ανάγκης, δεν θα πρέπει να γίνεται διάκριση, υπό ορισμένους όρους, όσον αφορά την οικονομική κατάσταση επιχείρησης όταν πρόκειται για τη χορήγηση ενισχύσεων για την απομάκρυνση και καταστροφή νεκρών ζώων, οι οποίες εξετάζονται στο τμήμα 1.2.1.4, και για τη χορήγηση ενισχύσεων για τον έλεγχο και την εξάλειψη ασθένειών των ζώων, οι οποίες εξετάζονται στο μέρος II τμήμα 1.2.1.3 σημείο (375) του παρόντος εγγράφου. Επιπλέον, οι επιχειρήσεις που δεν ήταν προβληματικές στις 31 Δεκεμβρίου 2019, αλλά κατέστησαν προβληματικές την περίοδο από την 1η Ιανουαρίου 2020 έως τις 30 Ιουνίου 2021, παραμένουν επιλέξιμες για μέτρα ενίσχυσης βάσει των παρουσών κατευθυντήριων γραμμών.»

⁽¹⁾ ΕΕ C 204 της 1.7.2014, σ. 1.

⁽²⁾ Πρόταση κανονισμού του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με τη θέσπιση κανόνων για τη στήριξη των στρατηγικών σχεδίων που πρέπει να καταρτίζονται από τα κράτη μέλη στο πλαίσιο της Κοινής Γεωργικής Πολιτικής (στρατηγικά σχέδια της ΚΓΠ) και να χρηματοδοτούνται από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Εγγυήσεων (ΕΓΤΕ) και το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΓΤΑΑ), και την κατάργηση του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1305/2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1307/2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου [COM(2018) 392 final].

6. Το σημείο 737 αντικαθίσταται από το ακόλουθο κείμενο:

«(737) Οι παρούσες κατευθυντήριες γραμμές εφαρμόζονται μέχρι τις 31 Δεκεμβρίου 2022. Η Επιτροπή μπορεί να αποφασίσει να επανεξετάσει ή να τροποποιήσει τις παρούσες κατευθυντήριες γραμμές, ανά πάσα στιγμή, εφόσον αυτό κριθεί απαραίτητο για λόγους που συνδέονται με την πολιτική ανταγωνισμού ή για να ληφθούν υπόψη άλλες ενωσιακές πολιτικές, όπως είναι τα ζητήματα που άπτονται της πολιτικής για τη γεωργία και την αγροτική ανάπτυξη ή την υγεία των ανθρώπων και των ζώων, την προστασία των φυτών και το περιβάλλον, καθώς και οι διεθνείς δεσμεύσεις, ή για οποιονδήποτε άλλο βάσιμο λόγο.»

V

(Γνωστοποιήσεις)

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΚΟΙΝΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ
ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

Ανακοίνωση για τη λήξη ορισμένων μέτρων αντιντάμπινγκ

(2020/C 424/06)

Έπειτα από τη δημοσίευση ανακοίνωσης για την επικείμενη λήξη ισχύος ⁽¹⁾, μετά την οποία δεν υποβλήθηκε καμία δεόντως τεκμηριωμένη αίτηση προς επανεξέταση, η Επιτροπή ανακοινώνει ότι θα λήξει η ισχύς του παρακάτω αναφερόμενου μέτρου αντιντάμπινγκ.

Η παρούσα ανακοίνωση δημοσιεύεται σύμφωνα με το άρθρο 11 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/1036 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 8ης Ιουνίου 2016, για την άμυνα κατά των εισαγωγών που αποτελούν αντικείμενο ντάμπινγκ εκ μέρους χωρών μη μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης ⁽²⁾.

Προϊόν	Χώρα/-ες καταγωγής ή εξαγωγής	Μέτρα	Αριθμός αναφοράς	Ημερομηνία λήξης ισχύος ⁽¹⁾
Σωλήνες κάθε είδους χωρίς συγκόλληση από σίδηρο ή χάλυβα	Λαϊκή Δημοκρατία της Κίνας	Δασμός αντιντάμπινγκ	Εκτελεστικός κανονισμός (ΕΕ) 2015/2272 της Επιτροπής, της 7ης Δεκεμβρίου 2015, για την επιβολή οριστικού δασμού αντιντάμπινγκ στις εισαγωγές ορισμένων σωλήνων κάθε είδους χωρίς συγκόλληση από σίδηρο ή χάλυβα, καταγωγής Λαϊκής Δημοκρατίας της Κίνας, κατόπιν επανεξέτασης ενόψει της λήξης ισχύος των μέτρων σύμφωνα με το άρθρο 11 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1225/2009 του Συμβουλίου (ΕΕ L 322 της 8.12.2015, σ. 21)	9.12.2020

⁽¹⁾ Το μέτρο λήγει τα μεσάνυχτα της ημέρας που αναφέρεται στην παρούσα στήλη.

⁽¹⁾ ΕΕ C 82 της 12.3.2020, σ. 5.

⁽²⁾ ΕΕ L 176 της 30.6.2016, σ. 21.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

Προηγούμενη κοινοποίηση συγκέντρωσης

(Υπόθεση M.10089 — Phillips 66/Fortress Investment Group/Pester Marketing)

Υπόθεση υποψήφια για απλοποιημένη διαδικασία

(Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ)

(2020/C 424/07)

1. Την 1η Δεκεμβρίου 2020, η Επιτροπή έλαβε κοινοποίηση προτεινόμενης συγκέντρωσης, σύμφωνα με το άρθρο 4 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004 του Συμβουλίου ⁽¹⁾.

Η κοινοποίηση αφορά τις ακόλουθες επιχειρήσεις:

- Phillips 66 Company («Phillips 66», ΗΠΑ),
- Fortress Investment Group LLC («Fortress», ΗΠΑ), η οποία τελεί υπό τον έλεγχο της SoftBank Group Corp. («SoftBank», Ιαπωνία),
- Pester Marketing gas station and convenience store business («Pester Marketing», Ιαπωνία).

Η Phillips 66 και η Fortress αποκτούν έμμεσα, κατά την έννοια του άρθρου 3 παράγραφος 1 στοιχείο β) του κανονισμού συγκεντρώσεων, τον κοινό έλεγχο της Pester Marketing.

Η συγκέντρωση πραγματοποιείται με αγορά στοιχείων ενεργητικού.

2. Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες των εν λόγω επιχειρήσεων είναι οι εξής:

- Phillips 66: επεξεργασία, μεταφορά, αποθήκευση και εμπορία καυσίμων και προϊόντων σε παγκόσμιο επίπεδο μέσω χαρτοφυλακίου καθετοποιημένων ενδιάμεσων επιχειρήσεων, επιχειρήσεων χημικών, διύλισης και εμπορίας,
- Fortress: διαχείριση επενδύσεων και περιουσιακών στοιχείων σε παγκόσμιο επίπεδο,
- Pester Marketing: ιδιοκτησία και εκμετάλλευση σταθμών εξυπηρέτησης που πωλούν καύσιμα και καταναλωτικά αγαθά καθημερινής χρήσης στα Βραχώδη Όρη, καθώς και στις νοτιοδυτικές και τις μεσοδυτικές πολιτείες των ΗΠΑ.

3. Κατόπιν προκαταρκτικής εξέτασης, η Επιτροπή διαπιστώνει ότι η κοινοποιηθείσα πράξη θα μπορούσε να εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του κανονισμού συγκεντρώσεων. Εντούτοις, επιφυλάσσεται να λάβει τελική απόφαση ως προς το σημείο αυτό.

Σύμφωνα με την ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με απλοποιημένη διαδικασία για την εξέταση ορισμένων συγκεντρώσεων βάσει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004 του Συμβουλίου ⁽²⁾, σημειώνεται ότι η παρούσα υπόθεση είναι υποψήφια να εξεταστεί βάσει της διαδικασίας που προβλέπεται στην ανακοίνωση.

4. Η Επιτροπή καλεί τους ενδιαφερόμενους τρίτους να της υποβάλουν τυχόν παρατηρήσεις για την προτεινόμενη συγκέντρωση.

Οι παρατηρήσεις πρέπει να περιέλθουν στην Επιτροπή το αργότερο εντός 10 ημερών από την ημερομηνία της παρούσας δημοσίευσης. Θα πρέπει πάντοτε να σημειώνονται τα ακόλουθα στοιχεία αναφοράς:

M.10089 — Phillips 66/Fortress Investment Group/Pester Marketing

⁽¹⁾ ΕΕ L 24 της 29.1.2004, σ. 1 («κανονισμός συγκεντρώσεων»).

⁽²⁾ ΕΕ C 366 της 14.12.2013, σ. 5.

Οι παρατηρήσεις μπορούν να σταλούν στην Επιτροπή με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, με φαξ ή ταχυδρομικώς. Στοιχεία επικοινωνίας:

Email: COMP-MERGER-REGISTRY@ec.europa.eu

Φαξ +32 22964301

Ταχυδρομική διεύθυνση:

European Commission
Directorate-General for Competition
Merger Registry
1049 Bruxelles/Brussel
BELGIQUE/BELGIË

Προηγούμενη κοινοποίηση συγκέντρωσης
(Υπόθεση M.9982 — Ford/GFT)
Υπόθεση υποψήφια για απλοποιημένη διαδικασία

(Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ)

(2020/C 424/08)

1. Στις 30 Νοεμβρίου 2020, η Επιτροπή έλαβε κοινοποίηση προτεινόμενης συγκέντρωσης, σύμφωνα με το άρθρο 4 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004 του Συμβουλίου ⁽¹⁾.

Η κοινοποίηση αφορά τις ακόλουθες επιχειρήσεις:

- Ford-Werke GmbH («FWG», Γερμανία), που ελέγχεται από την Ford Motor Company («FMC», ΗΠΑ), που ανήκει στον όμιλο Ford (ΗΠΑ),
- GETRAG FORD Transmissions GmbH («GFT», Γερμανία), που ελέγχεται από κοινού από την FMC και την Magna International Inc. («MAGNA»).

Η FWG αποκτά, κατά την έννοια του άρθρου 3 παράγραφος 1 στοιχείο β) του κανονισμού συγκεντρώσεων, τον αποκλειστικό έλεγχο του συνόλου της GFT.

Η συγκέντρωση πραγματοποιείται με αγορά μετοχών.

2. Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες των εν λόγω επιχειρήσεων είναι οι εξής:

- FMC (όμιλος Ford): σχεδιασμός, κατασκευή, εμπορική προώθηση και συντήρηση μιας ολοκληρωμένης σειράς αυτοκινήτων Ford, φορτηγών, οχημάτων τύπου SUV, ηλεκτρικών οχημάτων και πολυτελών οχημάτων Lincoln, παροχή χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών μέσω της Ford Motor Credit Company, καθώς και ανάπτυξη ηλεκτροκίνησης, αυτόνομων οχημάτων και λύσεων κινητικότητας,
- GFT: ανάπτυξη, κατασκευή και πώληση συστημάτων μετάδοσης για ελαφρά οχήματα, συμπεριλαμβανομένων δύο μονάδων παραγωγής στη Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο.

3. Κατόπιν προκαταρκτικής εξέτασης, η Επιτροπή διαπιστώνει ότι η κοινοποιηθείσα πράξη θα μπορούσε να εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του κανονισμού συγκεντρώσεων. Εντούτοις, επιφυλάσσεται να λάβει τελική απόφαση ως προς το σημείο αυτό.

Σύμφωνα με την ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με απλοποιημένη διαδικασία για την εξέταση ορισμένων συγκεντρώσεων βάσει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004 του Συμβουλίου ⁽²⁾, σημειώνεται ότι η παρούσα υπόθεση είναι υποψήφια να εξεταστεί βάσει της διαδικασίας που προβλέπεται στην ανακοίνωση.

4. Η Επιτροπή καλεί τους ενδιαφερόμενους τρίτους να της υποβάλουν τυχόν παρατηρήσεις για την προτεινόμενη συγκέντρωση.

Οι παρατηρήσεις πρέπει να περιέλθουν στην Επιτροπή το αργότερο εντός 10 ημερών από την ημερομηνία της παρούσας δημοσίευσης. Θα πρέπει πάντοτε να σημειώνονται τα ακόλουθα στοιχεία αναφοράς:

M.9982 — Ford/GFT

Οι παρατηρήσεις μπορούν να σταλούν στην Επιτροπή με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, με φαξ ή ταχυδρομικώς. Στοιχεία επικοινωνίας:

Email: COMP-MERGER-REGISTRY@ec.europa.eu

Φαξ +32 22964301

Ταχυδρομική διεύθυνση:

European Commission
Directorate-General for Competition
Merger Registry
1049 Bruxelles/Brussel
BELGIQUE/BELGIË

⁽¹⁾ ΕΕ L 24 της 29.1.2004, σ. 1 («κανονισμός συγκεντρώσεων»).

⁽²⁾ ΕΕ C 366 της 14.12.2013, σ. 5.

Προηγούμενη κοινοποίηση συγκέντρωσης
(Υπόθεση M.10083 — China Baowu/Taiyuan Iron & Steel Group)

Υπόθεση υποψήφια για απλοποιημένη διαδικασία

(Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ)

(2020/C 424/09)

1. Στις 30 Νοεμβρίου 2020, η Επιτροπή έλαβε κοινοποίηση προτεινόμενης συγκέντρωσης, σύμφωνα με το άρθρο 4 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004 του Συμβουλίου ⁽¹⁾.

Η κοινοποίηση αφορά τις ακόλουθες επιχειρήσεις:

- China Baowu Steel Group Corporation Limited («China Baowu», Κίνα),
- Taiyuan Iron and Steel (Group) Company Ltd. («TISCO», Κίνα).

Η China Baowu αποκτά, κατά την έννοια του άρθρου 3 παράγραφος 1 στοιχείο β) του κανονισμού συγκεντρώσεων, τον αποκλειστικό έλεγχο του συνόλου της TISCO.

Η συγκέντρωση πραγματοποιείται με αγορά μετοχών.

2. Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες των εν λόγω επιχειρήσεων είναι οι εξής:

- China Baowu: δραστηριοποιείται κυρίως στον τομέα παραγωγής και πώλησης προϊόντων χάλυβα
- TISCO: δραστηριοποιείται κυρίως στον τομέα παραγωγής και πώλησης προϊόντων χάλυβα.

3. Κατόπιν προκαταρκτικής εξέτασης, η Επιτροπή διαπιστώνει ότι η κοινοποιηθείσα πράξη θα μπορούσε να εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του κανονισμού συγκεντρώσεων. Εντούτοις, επιφυλάσσεται να λάβει τελική απόφαση ως προς το σημείο αυτό.

Σύμφωνα με την ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με απλοποιημένη διαδικασία για την εξέταση ορισμένων συγκεντρώσεων βάσει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004 του Συμβουλίου ⁽²⁾, σημειώνεται ότι η παρούσα υπόθεση είναι υποψήφια να εξεταστεί βάσει της διαδικασίας που προβλέπεται στην ανακοίνωση.

4. Η Επιτροπή καλεί τους ενδιαφερόμενους τρίτους να της υποβάλουν τυχόν παρατηρήσεις για την προτεινόμενη συγκέντρωση.

Οι παρατηρήσεις πρέπει να περιέλθουν στην Επιτροπή το αργότερο εντός 10 ημερών από την ημερομηνία της παρούσας δημοσίευσης. Θα πρέπει πάντοτε να σημειώνονται τα ακόλουθα στοιχεία αναφοράς:

M.10083 — China Baowu/Taiyuan Iron & Steel Group

Οι παρατηρήσεις μπορούν να σταλούν στην Επιτροπή με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, με φαξ ή ταχυδρομικώς. Στοιχεία επικοινωνίας:

Email: COMP-MERGER-REGISTRY@ec.europa.eu

Φαξ +32 22964301

Ταχυδρομική διεύθυνση:

European Commission
Directorate-General for Competition
Merger Registry
1049 Bruxelles/Brussel
BELGIQUE/BELGIË

⁽¹⁾ EE L 24 της 29.1.2004, σ. 1 («κανονισμός συγκεντρώσεων»).

⁽²⁾ EE C 366 της 14.12.2013, σ. 5.

Προηγούμενη κοινοποίηση συγκέντρωσης
(Υπόθεση M.9983 — Magna/GFT Bordeaux)
Υπόθεση υποψήφια για απλοποιημένη διαδικασία

(Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ)

(2020/C 424/10)

1. Στις 30 Νοεμβρίου 2020, η Επιτροπή έλαβε κοινοποίηση προτεινόμενης συγκέντρωσης, σύμφωνα με το άρθρο 4 και έπειτα από παραπομπή σύμφωνα με το άρθρο 4 παράγραφος 5 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004 του Συμβουλίου ⁽¹⁾.

Η κοινοποίηση αφορά τις ακόλουθες επιχειρήσεις:

- Magna International Inc. («MAGNA», Καναδάς),
- Τη μονάδα παραγωγής στο Μπορντό («επιχείρηση-στόχος», Γαλλία), που ανήκει στην GETRAG FORD Transmissions GmbH («GFT», Γερμανία).

Η MAGNA αποκτά, κατά την έννοια του άρθρου 3 παράγραφος 1 στοιχείο β) του κανονισμού συγκεντρώσεων, τον έλεγχο του συνόλου της επιχείρησης-στόχου.

Η συγκέντρωση πραγματοποιείται με αγορά στοιχείων ενεργητικού.

2. Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες των εν λόγω επιχειρήσεων είναι οι εξής:

- Η MAGNA είναι παγκόσμιος προμηθευτής της αυτοκινητοβιομηχανίας που σχεδιάζει, αναπτύσσει, κατασκευάζει και προμηθεύει συστήματα, διατάξεις, στοιχεία και εξαρτήματα αυτοκινήτων κυρίως για κατασκευαστές πρωτότυπου εξοπλισμού επιβατικών αυτοκινήτων και ελαφρών επαγγελματικών οχημάτων,
- Η επιχείρηση-στόχος είναι μονάδα κατασκευής χειροκίνητων συστημάτων μετάδοσης με έδρα το Μπορντό της Γαλλίας, την οποία εκμεταλλεύεται επί του παρόντος η GFT.

3. Κατόπιν προκαταρκτικής εξέτασης, η Επιτροπή διαπιστώνει ότι η κοινοποιηθείσα πράξη θα μπορούσε να εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του κανονισμού συγκεντρώσεων. Εντούτοις, επιφυλάσσεται να λάβει τελική απόφαση ως προς το σημείο αυτό.

Σύμφωνα με την ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με απλοποιημένη διαδικασία για την εξέταση ορισμένων συγκεντρώσεων βάσει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004 του Συμβουλίου ⁽²⁾, σημειώνεται ότι η παρούσα υπόθεση είναι υποψήφια να εξεταστεί βάσει της διαδικασίας που προβλέπεται στην ανακοίνωση.

4. Η Επιτροπή καλεί τους ενδιαφερόμενους τρίτους να της υποβάλουν τυχόν παρατηρήσεις για την προτεινόμενη συγκέντρωση.

Οι παρατηρήσεις πρέπει να περιέλθουν στην Επιτροπή το αργότερο εντός 10 ημερών από την ημερομηνία της παρούσας δημοσίευσης. Θα πρέπει πάντοτε να σημειώνονται τα ακόλουθα στοιχεία αναφοράς:

M.9983 — Magna/GFT Bordeaux

Οι παρατηρήσεις μπορούν να σταλούν στην Επιτροπή με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, με φαξ ή ταχυδρομικώς. Στοιχεία επικοινωνίας:

Email: COMP-MERGER-REGISTRY@ec.europa.eu

Φαξ +32 22964301

Ταχυδρομική διεύθυνση:

European Commission
Directorate-General for Competition
Merger Registry
1049 Bruxelles/Brussel
BELGIQUE/BELGIË

⁽¹⁾ EE L 24 της 29.1.2004, σ. 1 («κανονισμός συγκεντρώσεων»).

⁽²⁾ EE C 366 της 14.12.2013, σ. 5.

**Προηγούμενη κοινοποίηση συγκέντρωσης
(Υπόθεση M.10055 — MIRA/Romanian assets of CEZ)**

Υπόθεση υποψήφια για απλοποιημένη διαδικασία

(Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ)

(2020/C 424/11)

1. Την 1η Δεκεμβρίου 2020, η Επιτροπή έλαβε κοινοποίηση προτεινόμενης συγκέντρωσης, σύμφωνα με το άρθρο 4 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004 του Συμβουλίου ⁽¹⁾.

Η κοινοποίηση αφορά τις ακόλουθες επιχειρήσεις:

- Macquarie Infrastructure and Real Assets (Europe) Limited («MIRA», Ηνωμένο Βασίλειο), που ανήκει στον όμιλο Macquarie Group Limited («Macquarie», Αυστραλία),
- Ρουμανικά περιουσιακά στοιχεία στους τομείς της παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας, της διανομής ηλεκτρικού ρεύματος και της λιανικής προμήθειας ηλεκτρικής ενέργειας και φυσικού αερίου («Ρουμανικά περιουσιακά στοιχεία της CEZ», Ρουμανία), επί του παρόντος υπό την κατοχή της CEZ a.s. («CEZ», Τσεχία).

Η MIRA αποκτά, κατά την έννοια του άρθρου 3 παράγραφος 1 στοιχείο β) του κανονισμού συγκεντρώσεων, τον αποκλειστικό έλεγχο του συνόλου των ρουμανικών περιουσιακών στοιχείων της CEZ.

Η συγκέντρωση πραγματοποιείται με αγορά μετοχών.

2. Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες των εν λόγω επιχειρήσεων είναι οι εξής:

- όσον αφορά την MIRA: διαχείριση υποδομών και άλλων πραγματικών περιουσιακών στοιχείων, όπως, μεταξύ άλλων, ακίνητα περιουσιακά στοιχεία και περιουσιακά στοιχεία στους τομείς της ενέργειας και της γεωργίας. Η MIRA αποτελεί μέρος του τμήματος Macquarie Infrastructure and Real Assets της Macquarie, ο οποίος παρέχει επενδυτικές, τραπεζικές και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες παγκοσμίως,
- όσον αφορά τα ρουμανικά περιουσιακά στοιχεία της CEZ: επτά εταιρείες που διαχειρίζονται από κοινού δίκτυο διανομής ηλεκτρικής ενέργειας, χαρτοφυλάκιο περιουσιακών στοιχείων στον τομέα των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και επιχείρηση λιανικής προμήθειας ηλεκτρικής ενέργειας και φυσικού αερίου, οι οποίες εδρεύουν στο σύνολό τους στη Ρουμανία.

3. Κατόπιν προκαταρκτικής εξέτασης, η Επιτροπή διαπιστώνει ότι η κοινοποιηθείσα πράξη θα μπορούσε να εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του κανονισμού συγκεντρώσεων. Εντούτοις, επιφυλάσσεται να λάβει τελική απόφαση ως προς το σημείο αυτό.

Σύμφωνα με την ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με απλοποιημένη διαδικασία για την εξέταση ορισμένων συγκεντρώσεων βάσει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004 του Συμβουλίου ⁽²⁾, σημειώνεται ότι η παρούσα υπόθεση είναι υποψήφια να εξεταστεί βάσει της διαδικασίας που προβλέπεται στην ανακοίνωση.

4. Η Επιτροπή καλεί τους ενδιαφερόμενους τρίτους να της υποβάλουν τυχόν παρατηρήσεις για την προτεινόμενη συγκέντρωση.

Οι παρατηρήσεις πρέπει να περιέλθουν στην Επιτροπή το αργότερο εντός 10 ημερών από την ημερομηνία της παρούσας δημοσίευσης. Θα πρέπει πάντοτε να σημειώνονται τα ακόλουθα στοιχεία αναφοράς:

M.10055 — MIRA/Romanian assets of CEZ

Οι παρατηρήσεις μπορούν να σταλούν στην Επιτροπή με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, με φαξ ή ταχυδρομικώς. Στοιχεία επικοινωνίας:

Email: COMP-MERGER-REGISTRY@ec.europa.eu

Φαξ +32 22964301

Ταχυδρομική διεύθυνση:

European Commission
Directorate-General for Competition
Merger Registry
1049 Bruxelles/Brussel
BELGIQUE/BELGIË

⁽¹⁾ ΕΕ L 24 της 29.1.2004, σ. 1 (στο εξής: κανονισμός συγκεντρώσεων).

⁽²⁾ ΕΕ C 366 της 14.12.2013, σ. 5.

ΛΟΙΠΕΣ ΠΡΑΞΕΙΣ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

Δημοσίευση αίτησης για έγκριση τροποποίησης προδιαγραφών προϊόντος, η οποία δεν είναι ήσσονος σημασίας, σύμφωνα με το άρθρο 50 παράγραφος 2 στοιχείο β) του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1151/2012 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τα συστήματα ποιότητας των γεωργικών προϊόντων και τροφίμων

(2020/C 424/12)

Η παρούσα δημοσίευση παρέχει το δικαίωμα ένστασης κατά της αίτησης τροποποίησης, σύμφωνα με το άρθρο 51 του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1151/2012 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου ⁽¹⁾, εντός τριών μηνών από την ημερομηνία της παρούσας δημοσίευσης.

ΑΙΤΗΣΗ ΓΙΑ ΕΓΚΡΙΣΗ ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΓΙΑ ΕΙΓΥΗΜΕΝΟ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟ ΙΔΙΟΥΤΥΠΟ ΠΡΟΪΟΝ Η ΟΠΟΙΑ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΗΣΣΟΝΟΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ

Αίτηση για έγκριση τροποποίησης σύμφωνα με το άρθρο 53 παράγραφος 2 πρώτο εδάφιο του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1151/2012

«Mozzarella»

Αριθ. ΕΕ: TSG-IT-0001-AM01 — 11.9.2019

1. Αιτούσα ομάδα και έννομο συμφέρον

Όνομασία της ομάδας: Latterie Soligo, Fattorie Marchigiane, Alival s.p.a

Διεύθυνση: Montemaggiore al Metauro (PU) 61030

Τηλέφωνο: + 39 0721 57961

Διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου: fama@trevalli.cooperlat.it

Οι παραγωγοί δικαιούνται να υποβάλουν την αίτηση τροποποίησης σύμφωνα με τις διατάξεις της υπουργικής απόφασης αριθ. 12511 της 14ης Οκτωβρίου 2013 και εκπροσωπούν όλους τους παραγωγούς του ΕΠΙΠ «Mozzarella».

2. Κράτος μέλος ή τρίτη χώρα

Ιταλία

3. Κεφάλαια των προδιαγραφών προϊόντος που αφορά/-ούν η/οι τροποποίηση/-σεις

Ονομασία του προϊόντος

Περιγραφή του προϊόντος

Μέθοδος παραγωγής

Λοιπά: τροποποίηση του καθεστώτος προστασίας, το οποίο μετατρέπεται από «καταχώριση χωρίς δέσμευση της ονομασίας» σε «καταχώριση με δέσμευση της ονομασίας».

4. Τύπος της τροποποίησης

Τροποποίηση των προδιαγραφών προϊόντος καταχωρισμένου ΕΠΙΠ, η οποία δεν μπορεί να θεωρηθεί ήσσονος σημασίας σύμφωνα με το άρθρο 53 παράγραφος 2 τέταρτο εδάφιο του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1151/2012.

⁽¹⁾ ΕΕ L 343 της 14.12.2012, σ. 1.

5. Τροποποίηση/-εις

Ονομασία

Η τροποποίηση αφορά την ονομασία του προϊόντος και συνίσταται στην προσθήκη του επιθέτου «tradizionale» (παραδοσιακή) στην ονομασία «Mozzarella» (μοτσαρέλα), έτσι ώστε η προτεινόμενη ονομασία να έχει ως εξής: «Mozzarella Tradizionale».

Η ονομασία «Mozzarella Tradizionale» επιτρέπει την άμεση αναγνώριση του προϊόντος και αποτυπώνει τις πληροφορίες που περιλαμβάνονται ήδη στις προδιαγραφές προϊόντος σχετικά με τον παραδοσιακό χαρακτήρα του προϊόντος και τη μέθοδο παραγωγής.

Όπως αναφέρεται σαφώς στην ενότητα που περιγράφει τα βασικά στοιχεία, στόχος των προδιαγραφών προϊόντος είναι η τυποποίηση του τυριού μοτσαρέλα στην πιο παραδοσιακή μορφή του. Έτσι, η ονομασία θα αντιστοιχεί στον όρο που χρησιμοποιούν συνήθως οι καταναλωτές αναφερόμενοι στο προϊόν.

Λοιπά

Καθεστώς προστασίας: τροποποίηση —από «καταχώριση χωρίς δέσμευση της ονομασίας» μετατρέπεται σε «καταχώριση με δέσμευση της ονομασίας».

Επιπλέον, η τροποποίηση προτείνεται για να προστατευτεί η καταχώριση του υπό εξέταση προϊόντος, δεδομένου ότι δεν είναι πλέον δυνατή η καταχώριση ονομασιών γεωργικών προϊόντων και τροφίμων ως εγγυημένων παραδοσιακών ιδιότυπων προϊόντων χωρίς δέσμευση της ονομασίας και, σύμφωνα με το άρθρο 25 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1151/2012 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, οι ονομασίες που έχουν καταχωριστεί σύμφωνα με τις απαιτήσεις του άρθρου 13 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 509/2006, συμπεριλαμβανομένων αυτών που έχουν καταχωριστεί βάσει των αιτήσεων που αναφέρονται στο άρθρο 58 παράγραφος 1 δεύτερο εδάφιο του εν λόγω κανονισμού, μπορούν να εξακολουθήσουν να χρησιμοποιούνται υπό τις προϋποθέσεις του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 509/2006 μόνο έως τις 4 Ιανουαρίου 2023.

Ως εκ τούτου, προτείνεται η τροποποίηση του καθεστώτος προστασίας του εγγυημένου παραδοσιακού ιδιότυπου προϊόντος, ώστε αυτό να ευθυγραμμιστεί με το καθεστώς προστασίας των ΕΠΙΠ που έχουν καταχωριστεί σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1151/2012. Για το ΕΠΙΠ «Mozzarella Tradizionale» θα μπορεί να ισχύει δέσμευση της ονομασίας. Η δέσμευση της ονομασίας ζητείται μόνο για την ονομασία στο σύνολό της («Mozzarella Tradizionale») και όχι για τα συστατικά της στοιχεία.

ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΓΙΑ ΕΓΓΥΗΜΕΝΟ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟ ΙΔΙΟΤΥΠΟ ΠΡΟΪΟΝ

«Mozzarella Tradizionale»

Αριθ. ΕΕ: TSG-IT-0001-AM01 — 11.9.2019

«Ιταλία»

1. Ονομασία/-ες προς καταχώριση

«Mozzarella Tradizionale»

2. Τύπος προϊόντος [που περιλαμβάνεται στο παράρτημα XI]

1.3 Τυριά

3. Αιτιολόγηση της καταχώρισης

3.1. Πρόκειται για προϊόν το οποίο

- παρασκευάζεται με τρόπο παραγωγής, μεταποίησης ή σύνθεσης που αντιστοιχεί στην παραδοσιακή πρακτική για το εν λόγω προϊόν ή τρόφιμο·
- παράγεται από πρώτες ύλες ή συστατικά που είναι τα χρησιμοποιούμενα παραδοσιακά.

3.2. Πρόκειται για ονομασία η οποία

- χρησιμοποιείται κατά παράδοση για την περιγραφή του ιδιότυπου προϊόντος·
- προσδιορίζει τον παραδοσιακό χαρακτήρα ή τον ιδιότυπο χαρακτήρα του προϊόντος.

4. Περιγραφή

- 4.1. Περιγραφή του προϊόντος το οποίο φέρει την ονομασία του σημείου 1, συμπεριλαμβανομένων των κύριων φυσικών, χημικών, μικροβιολογικών ή οργανοληπτικών χαρακτηριστικών, από την οποία προκύπτει ο ιδιότυπος χαρακτήρας του προϊόντος (άρθρο 7 παράγραφος 2 του παρόντος κανονισμού)

Η «Mozzarella Tradizionale» είναι νωπό τυρί από νηματοποιημένη τυρομάζα (pasta filata), μαλακό (σύμφωνα με τον ορισμό του Codex Alimentarius), το οποίο έχει υποστεί γαλακτική ζύμωση. Μπορεί να έχει σχήμα είτε σφαιροειδές (βάρους από 20 έως 250 g), ενδεχομένως με προεξοχή, είτε πλεξίδας (βάρους από 125 έως 250 g).

Το προϊόν «Mozzarella Tradizionale» συσκευάζεται σε προστατευτικό περίβλημα και διατίθεται στην αγορά εντός υγρού συντήρησης, αποτελούμενου από νερό, ενδεχομένως με προσθήκη άλατος· το υγρό αυτό βρίσκεται σε άμεση επαφή με το προϊόν εάν το περίβλημα είναι ερμητικά κλειστό και σε επαφή μέσω διάχυσης, εάν το περίβλημα είναι διάτρητο ή διαπερατό.

Οργανοληπτικά χαρακτηριστικά:

Μορφή:

- απουσία κρούστας, μαλακή επιδερμίδα·
- επιφάνεια λεία και γυαλιστερή, ομοιογενής, χρώματος γαλακτώδους λευκού·
- ζύμη με χαρακτηριστικά ινώδη υφή, εντονότερη στην αρχή, αποτελούμενη από αλληλεπικαλυπτόμενα στρώματα τα οποία, εάν κοπούν ή τους ασκηθεί ελαφρά πίεση, αναδίδουν γαλακτώδες υγρό. Η ζύμη μπορεί τότε να εμφανίσει θύλακες στους οποίους συγκεντρώνεται το υγρό αυτό·
- απουσία οφθαλμών·
- χρώμα: γαλακτώδες λευκό, ομοιογενές, χωρίς κηλίδες και προσμείξεις ξένων ουσιών·
- υφή: μαλακή και ελαφρώς ελαστική·
- γεύση: χαρακτηριστική, γεμάτη, νωπή, ελαφρώς όξινη·
- οσμή: χαρακτηριστική, αρωματική, ελαφριά οσμή ελαφρώς ξινισμένου γάλακτος.

Χημικά χαρακτηριστικά:

- λιπαρή ύλη επί ξηράς ουσίας: τουλάχιστον 44 % (m/m)·
- υγρασία: όταν έχει σφαιροειδές σχήμα: 58-66 % (m/m)· όταν έχει σχήμα πλεξίδας: 56-62 % (m/m)·
- υγρασία επί της μη λιπαρής ουσίας: 69-80 % (m/m)·
- φωσφατούχος δράση η οποία δεν υπερβαίνει τα 12 μg φαινόλης ανά γραμμάριο τυριού·
- pH της ζύμης: 5,1 - 5,6·
- L-(+)-γαλακτικό οξύ: πάνω από 0,2 % σε σύνολο δειγμάτων, τα οποία αναλύθηκαν εντός 3 ημερών από την ημερομηνία παραγωγής·
- χλωριούχο νάτριο (NaCl) σε δείγμα το οποίο δεν υπερβαίνει το 1 % (m/m)·
- φουροζίνη: έως 10 mg ανά 100 g πρωτεϊνικής ουσίας.

Μικροβιολογικές ιδιότητες:

Χαρακτηριστική μικροπανίδα, ανθεκτική σε συνθήκες νηματοποίησης, σε ποσότητα τουλάχιστον 10^7 ufc/g επί δειγμάτων που αναλύθηκαν εντός 3 ημερών από την ημερομηνία παραγωγής τους.

Διατήρηση:

Το προϊόν πρέπει να διατηρείται σε θερμοκρασία από 0° C έως + 4 °C. Στην ετικέτα πρέπει να αναγράφονται η ανώτατη θερμοκρασία διατήρησης, καθώς και η ημερομηνία λήξης του προϊόντος, εκφραζόμενη με την ένδειξη «Ανάλωση μέχρι [...]» που συμπληρώνεται με την ημέρα και τον μήνα.

4.2. Περιγραφή της μεθόδου παραγωγής του προϊόντος που φέρει την ονομασία του σημείου 1, την οποία οφείλουν να ακολουθούν οι παραγωγοί, συμπεριλαμβανομένων, κατά περίπτωση, του είδους και των χαρακτηριστικών των χρησιμοποιούμενων πρώτων υλών ή συστατικών, και της μεθόδου παρασκευής του προϊόντος (άρθρο 7 παράγραφος 2 του κανονισμού)

Η μέθοδος παραγωγής περιλαμβάνει αποκλειστικά τα ακόλουθα στάδια, τα οποία εκτελούνται σε συνεχή κύκλο στην ίδια εγκατάσταση:

- ενδεχόμενη προωρίμαση του γάλακτος αποκλειστικά με χρήση φυσικής οξυγαλακτικής καλλιέργειας· (1)
- παστερίωση του γάλακτος (ελάχιστη θερμοκρασία 71,7 °C για 15 δευτερόλεπτα ή άλλη επεξεργασία ισοδύναμου αποτελέσματος)·
- ενοφθαλμισμός του γάλακτος με φυσική οξυγαλακτική καλλιέργεια·
- προσθήκη υγρής μοσχαρίσιας πυτιάς (δράση πεψίνης από 20 % έως 30 %)
- πήξη της πυτιάς σε θερμοκρασία 35-39 °C·

- τεμαχισμός, θραύση και αποστράγγιση του τυροπήγματος·
- γαλακτική ώριμαση του τυροπήγματος έως ότου επιτευχθεί pH 5,0 - 5,4· τεμαχισμός της ώριμης τυρομάζας σε κομμάτια·
- νηματοποίηση (θερμομηχανική διεργασία θέρμανσης της τυρομάζας με ζεστό νερό στο οποίο προστίθεται ενδεχομένως αλάτι, με τελική θερμοκρασία της τυρομάζας μεταξύ 58 και 65 °C)·
- μορφοποίηση της τυρομάζας εν θερμώ·
- σκλήρυνση της τυρομάζας σε κρύο νερό στο οποίο ενδεχομένως έχει προστεθεί αλάτι·
- συσκευασία.

(1) Προετοιμασία της φυσικής οξυγαλακτικής καλλιέργειας:

Πρώτη οξυγαλακτική καλλιέργεια

- θερμική επεξεργασία του μη ψυχθέντος νωπού γάλακτος σε θερμοκρασία τουλάχιστον +63 °C επί τουλάχιστον 15 λεπτά (ή διάφοροι συνδυασμοί χρόνου/θερμοκρασίας ισοδύναμου ελάχιστου αποτελέσματος)·
- ψύξη σε θερμοκρασία επώασης (t=42-50 °C)·
- επώαση έως ότου επιτευχθεί οξύτητα ίση με 14-24 °SH επί 100 ml·
- ψύξη σε θερμοκρασία χαμηλότερη των +8 °C·
- διατήρηση σε ψύξη, σε θερμοκρασία έως +4 °C.

Επόμενες οξυγαλακτικές καλλιέργειες

- ενοφθαλμισμός του γάλακτος, το οποίο μπορεί και να έχει ψυχθεί, με τουλάχιστον το 4 % της προηγούμενης οξυγαλακτικής καλλιέργειας·
- θερμική επεξεργασία όπως και για την πρώτη οξυγαλακτική καλλιέργεια·
- ψύξη σε θερμοκρασία επώασης (t=42-50 °C)·
- επώαση έως ότου επιτευχθεί οξύτητα ίση με 14-24 °SH επί 100 ml·
- ψύξη σε θερμοκρασία χαμηλότερη των +8 °C·
- διατήρηση σε ψύξη, σε θερμοκρασία έως +4 °C.

Έτοιμη προς χρήση οξυγαλακτική καλλιέργεια

Η έτοιμη προς χρήση οξυγαλακτική καλλιέργεια πρέπει:

- να έχει οξύτητα από 16 έως 30 °SH στα 100 ml·
- να έχει ελάχιστη περιεκτικότητα σε θερμόφιλους στρεπτόκοκκους 10⁸ ufc (*)/ml·
- να έχει αρνητική φωσφατούχα δράση·
- να έχει χρησιμοποιηθεί στην τυροκόμηση εντός τριών ημερών από την παρασκευή της.

4.3. Περιγραφή των κύριων στοιχείων που αποδεικνύουν τον παραδοσιακό χαρακτήρα του προϊόντος (άρθρο 7 παράγραφος 2 του σχετικού κανονισμού)

Η «Mozzarella Tradizionale» είναι τυρί που παρασκευάζεται με την παραδοσιακή τεχνική τυροκόμησης της νωπής νηματοποιημένης τυρομάζας (pasta filata), το οποίο αποτελεί ιστορική κληρονομιά της ιταλικής τυροκομίας.

Στον παραδοσιακότερο τύπο του, ο οποίος αποτελεί αντικείμενο των παρουσών προδιαγραφών, το προϊόν πρέπει να παρασκευάζεται από πλήρες γάλα που φτάνει νωπό στο τυροκομείο και του οποίου μόνο η περιεκτικότητα σε λιπαρές ουσίες μπορεί να τροποποιηθεί: καθοριστικό στοιχείο είναι η φυσική οξυγαλακτική καλλιέργεια που παρασκευάζεται με γάλα προερχόμενο από τη λεκάνη συλλογής του τυροκομείου και χρησιμοποιείται επί τόπου. Πρόκειται για καλλιέργεια γαλακτικών βακτηρίων, τα οποία χαρακτηρίζονται από την θερμοανθεκτικότητα και την ταχύτητα ανάπτυξης και όξυνσής τους, η οποία επιτυγχάνεται μέσω επιλεκτικού εμπλουτισμού της γαλακτικής μικροπανίδας που υπάρχει φυσικά στο νωπό γάλα, της οξυγαλακτικής καλλιέργειας, η οποία διαθέτει τις αρχικές μικροβιολογικές ιδιότητες.

Η ορθώς παρασκευαζόμενη φυσική οξυγαλακτική καλλιέργεια αποτελείται συνήθως από ένα μη καθορισμένο μείγμα στελεχών θερμοφίλου στρεπτόκοκκου τα οποία μπορεί να συνοδεύονται από εντερόκοκκους και θερμοανθεκτικά γαλακτικά βακτήρια. Το σύνολο αυτής της γαλακτικής πανίδας προσδίδει στο προϊόν τα τελικά χαρακτηριστικά του.

Δημοσίευση αίτησης για έγκριση τροποποίησης των προδιαγραφών προϊόντος, η οποία δεν είναι ήσσονος σημασίας, σύμφωνα με το άρθρο 50 παράγραφος 2 στοιχείο α) του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1151/2012 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τα συστήματα ποιότητας των γεωργικών προϊόντων και τροφίμων

(2020/C 424/13)

Η παρούσα δημοσίευση παρέχει το δικαίωμα ένστασης κατά της αίτησης τροποποίησης σύμφωνα με το άρθρο 51 του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1151/2012 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου ⁽¹⁾ εντός τριών μηνών από την ημερομηνία της παρούσας δημοσίευσης.

ΑΙΤΗΣΗ ΓΙΑ ΕΓΚΡΙΣΗ ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΜΕΝΗΣ ΟΝΟΜΑΣΙΑΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ/
ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΜΕΝΗΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗΣ ΕΝΔΕΙΞΗΣ Η ΟΠΟΙΑ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΗΣΣΟΝΟΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ

Αίτηση για έγκριση τροποποίησης σύμφωνα με το άρθρο 53 παράγραφος 2 πρώτο εδάφιο του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1151/2012

«Rheinisches Zuckerrübenkraut»/«Rheinischer Zuckerrübensirup»/«Rheinisches Rübenkraut»

Αριθ. ΕΕ: PGI-DE-0717-AM01 — 31.3.2020

ΠΟΠ () ΠΓΕ (X)

1. Αιτούσα ομάδα και έννομο συμφέρον

Όνομασία ένωσης:	Schutzgemeinschaft Rheinischer Zuckerrübensirup / Rheinisches Apfelkraut [Ένωση για την προστασία του Rheinischer Zuckerrübensirup/Rheinisches Apfelkraut]
Διεύθυνση	Wormersdorfer Straße 22-26, 53340 Meckenheim
Χώρα	Γερμανία
Ηλεκτρονική διεύθυνση	info@sg-zuckerruebensirup-apfelkraut.de

2. Κράτος μέλος ή τρίτη χώρα

Γερμανία

3. Κεφάλαιο των προδιαγραφών προϊόντος που αφορά/-ούν η/οι τροποποίηση/-εις

- Ονομασία του προϊόντος
- Περιγραφή του προϊόντος
- Γεωγραφική περιοχή
- Απόδειξη της καταγωγής
- Μέθοδος παραγωγής
- Δεσμός
- Επισήμανση
- Άλλο (να προσδιοριστεί)

⁽¹⁾ ΕΕ L 343 της 14.12.2012, σ. 1.

4. Τύπος τροποποίησης/-ων

- Τροποποίηση των προδιαγραφών προϊόντος καταχωρισμένης ΠΟΠ ή ΠΓΕ η οποία δεν μπορεί να θεωρηθεί ήσσονος σημασίας σύμφωνα με το άρθρο 53 παράγραφος 2 τρίτο εδάφιο του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1151/2012.
- Τροποποίηση των προδιαγραφών προϊόντος καταχωρισμένης ΠΟΠ ή ΠΓΕ για την οποία δεν έχει δημοσιευθεί ενιαίο έγγραφο (ή ισοδύναμο έγγραφο) η οποία δεν μπορεί να θεωρηθεί ήσσονος σημασίας σύμφωνα με το άρθρο 53 παράγραφος 2 τρίτο εδάφιο του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1151/2012.

5. Τροποποίηση/-εις

Περιγραφή του προϊόντος

Τροποποίηση

Υφιστάμενη διατύπωση: «- Σίδηρος: ελάχιστο 4 mg/100 g»

Αιτούμενη αλλαγή: Θα πρέπει να αφαιρεθεί η αναφορά στον σίδηρο.

Επεξήγηση

Οι αναλύσεις που πραγματοποιήθηκαν τα τελευταία χρόνια κατέδειξαν ότι η τιμή σιδήρου που αναφερόταν στις αρχικές προδιαγραφές οφειλόταν, εν μέρει, στην προσκόλληση αργίλου και χώματος (η οποία, λόγω των επακόλουθων διεργασιών, ψησίματος και διήθησης, δεν είχαν επιπτώσεις στην ποιότητα του τελικού προϊόντος). Την εποχή εκείνη, η αργίλος και το χώμα δεν μπορούσαν να απομακρυνθούν, για τεχνικούς λόγους, και εισέρχονταν στη διαδικασία παραγωγής με τα ζαχαρότευτλα. Επιπλέον, υπήρχαν σημαντικές διακυμάνσεις από έτος σε έτος, ανάλογα με τις καιρικές συνθήκες.

Ωστόσο, η βελτίωση της διαδικασίας παραγωγής επιτρέπει πλέον την πολύ μεγαλύτερη αφαίρεση αργίλου και χώματος από τα τεύτλα. Αυτό σημαίνει ότι η περιεκτικότητα σε σίδηρο είναι μειωμένη.

Η περαιτέρω βελτιστοποίηση αυτής της διαδικασίας είναι ένας από τους στόχους των παρασκευαστών του προϊόντος. Αυτό σημαίνει ότι η ελάχιστη τιμή σιδήρου 4 mg ανά 100 g προϊόντος δεν μπορεί πάντα να είναι εγγυημένη. Ως εκ τούτου, η τιμή του σιδήρου θα πρέπει να απαλειφθεί.

Δεσμός

Τροποποίηση

Ενότητα (2) «Ιδιότητα του προϊόντος», πρώτη παράγραφος

Υφιστάμενη διατύπωση: «Χάρη στη διαδικασία παραγωγής, που αποτελεί καρπό μακρόχρονης παράδοσης, διαφυλάσσονται τα χαρακτηριστικά της πρώτης ύλης με αποτέλεσμα στο τελικό προϊόν να περιέχονται μεγάλης αξίας για την υγεία ανόργανα συστατικά όπως μαγνήσιο και σίδηρος. Το προϊόν περιέχει επίσης κάλιο και, έστω με κυμαινόμενη και φθίνουσα περιεκτικότητα αναλόγως της διάρκειας αποθήκευσης, φολικό οξύ. Το προϊόν “Zuckerrübenkraut” παρασκευάζεται χωρίς χρήση προσθέτων.»

Αιτούμενη αλλαγή (απαλοιφή των τμημάτων του κειμένου στα οποία αναφέρονται ο σίδηρος και το φολικό οξύ):

«Χάρη στην προσεκτική διαδικασία παραγωγής, που αποτελεί καρπό μακρόχρονης παράδοσης, διαφυλάσσονται τα χαρακτηριστικά της πρώτης ύλης με αποτέλεσμα στο τελικό προϊόν να περιέχονται μεγάλης αξίας για την υγεία ανόργανα συστατικά όπως το μαγνήσιο. Το προϊόν περιέχει επίσης κάλιο. Το προϊόν “Zuckerrübenkraut” παρασκευάζεται χωρίς χρήση προσθέτων.»

Επεξήγηση

Όσον αφορά την τιμή του σιδήρου: βλέπε επεξήγηση στο σημείο β).

Όσον αφορά την αναφορά στο φολικό οξύ: Η τιμή του φολικού οξέος στην περιγραφή (στοιχείο β)) είχε ήδη απαλειφθεί στο πλαίσιο της τελευταίας αίτησης τροποποίησης, δεδομένου ότι οι μετρήσεις που πραγματοποιήθηκαν μετά την καταχώριση κατέδειξαν ότι το επίπεδο του φολικού οξέος μειώνεται σταθερά με φυσικό τρόπο μετά την παραγωγή. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι το φολικό οξύ αποσυντίθεται.

Το φολικό οξύ δεν μετράται πλέον, δεδομένου ότι οι μετρήσεις αυτές θα ήταν περιττές με βάση τις απαιτήσεις των προδιαγραφών. Δεδομένου ότι το επίπεδο του φολικού οξέος μειώνεται κατά τη διάρκεια της μακρόχρονης αποθήκευσης του προϊόντος και ότι η ουσία τελικά παύει να ανιχνεύεται, δεν είναι γενικά σκόπιμο να γίνεται αναφορά σε αυτή.

ΕΝΙΑΙΟ ΕΓΓΡΑΦΟ

«Rheinisches Zuckerrübenkraut» / «Rheinischer Zuckerrübensirup» / «Rheinisches Rübenkraut»

Αριθ. ΕΕ: PGI-DE-0717-AM01 — 31.3.2020

ΠΟΠ () ΠΓΕ (X)

1. Ονομασία/-ες [ΠΟΠ ή ΠΓΕ]

«Rheinisches Zuckerrübenkraut» / «Rheinischer Zuckerrübensirup» / «Rheinisches Rübenkraut»

2. Κράτος μέλος ή τρίτη χώρα

Γερμανία

3. Περιγραφή του γεωργικού προϊόντος ή του τροφίμου

3.1. Τύπος προϊόντος

Κλάση 1.6. Φρούτα, λαχανικά και δημητριακά, νωπά ή μεταποιημένα

3.2. Περιγραφή του προϊόντος που φέρει την προβλεπόμενη στο σημείο 1 ονομασία

Καθαρός, φυσικός συμπυκνωμένος χυμός σακχαρότευτλων πρόσφατης συγκομιδής χωρίς φυτικές ίνες ούτε κανένα άλλο πρόσθετο.

— Όψη: βαθυκάστανο, πολύ παχύρρευστο σιρόπι

— Γεύση: γλυκιά με αποχρώσεις βύνης·

— Οσμή: γλυκιά με αποχρώσεις καραμέλας και βύνης·

— τελική περιεκτικότητα σε σάκχαρα (ανοχή ± 3 %)

Σακχαρόζη: 33 %

Γλυκόζη: 17 %

Φρουκτόζη: 16 %

— Βαθμοί Brix: τουλάχιστον 78 ° Brix

— pH: 4,4 έως 5

— Μέγιστη υγρασία: 22 %

— Μαγνήσιο: ελάχιστο 60 mg/100 g

— Κάλιο: ελάχιστο 50 mg/100 g

— Για την παρασκευή του σιροπιού σακχαρότευτλων «Zuckerrübenkraut» δεν απαιτείται καμία προσθήκη. Παρασκευάζεται κατά την περίοδο συγκομιδής των σακχαρότευτλων, που διαρκεί από τα τέλη του καλοκαιριού έως την άνοιξη. Η παραδοσιακή μέθοδος παραγωγής, που βασίζεται στη σύγχρονη νομοθεσία τροφίμων, είναι η ακόλουθη:

— Παραλαβή των εμπορευμάτων/ποιότητα: παράδοση σακχαρότευτλων πρόσφατης συγκομιδής.

— Έλεγχος κατά την παραλαβή: προσδιορισμός της περιεκτικότητας σε σάκχαρα από τα οποία θα εξαρτηθούν οι απαραίτητες παράμετροι που διέπουν την παραγωγή (θερμοκρασία, διάρκεια θερμικής επεξεργασίας, κ.λπ.). Οπτικός έλεγχος για χρώμα και φύλλα.

— Αποθήκευση: βραχύχρονη διάρκεια αποθήκευσης, τόσο στο αγρόκτημα όσο και στον τόπο μεταποίησης, συντονισμός της συγκομιδής και της παράδοσης.

— προκαταρκτική επεξεργασία πριν από την μεταποίηση: πρόπλυση, αφαίρεση φύλλων, χρώματος και λίθων· πριν από τον καθαρισμό στο μηχάνημα πλύσης τεύτλων.

— Μεταποίηση: όλα τα στάδια της μεταποίησης εκτελούνται εντός της οριοθετημένης γεωγραφικής περιοχής. Τα σακχαρότευτλα μεταποιούνται ακέραια ή τεμαχισμένα. Η τευτλόμαζα θερμαίνεται επί πολλές ώρες σε ήπιες θερμοκρασίες. Πρέπει να λαμβάνεται μέριμνα ώστε η τευτλόμαζα να αφήνεται σε ηρεμία επί αρκετό χρονικό διάστημα. Ο χρόνος και η θερμοκρασία θερμικής επεξεργασίας ποικίλλουν από εργοστάσιο σε εργοστάσιο, αναλόγως της παραδοσιακής συνταγής που εφαρμόζει κάθε επιχείρηση. Ο πολτός τεύτλων κατόπιν συνθλίβεται υπό μεγάλη πίεση για την παραλαβή του ακατέργαστου χυμού. Ο λαμβανόμενος χυμός διηθείται με κατάλληλο σύστημα διήθησης ώστε να απολαχθεί από τις προσμίξεις και τα στερεά υπολείμματα. Ο διαυγής χυμός προωθείται στη μονάδα εξάτμισης. Στη μονάδα εξάτμισης αφαιρείται το νερό από τον διαυγή χυμό υπό κενό με ήπια διαδικασία. Η περιεκτικότητα σε ξηρά ύλη του τελικού προϊόντος δεν μπορεί να είναι μικρότερη από 78° Brix. Πριν αποθηκευθεί, το τελικό προϊόν αναλύεται

επιτοπίως για τον προσδιορισμό του pH, του χρώματος και της περιεκτικότητας σε σακχαρόζη, σε φρουκτόζη, σε γλυκόζη και σε ξηρά ύλη. Επιπλέον, το τελικό προϊόν εξετάζεται τακτικά από εξωτερικό εργαστήριο. Το λαμβανόμενο σιρόπι σακχαρότευτλων αποθηκεύεται σε δεξαμενές από τις οποίες στη συνέχεια λαμβάνεται για να χρησιμοποιηθεί για την πλήρωση των συσκευασιών.

3.3. Ζωοτροφές (μόνο για προϊόντα ζωικής προέλευσης) και πρώτες ύλες (μόνο για μεταποιημένα προϊόντα)

Όλα ανεξαιρέτως τα σακχαρότευτλα που χρησιμοποιούνται ως πρώτη ύλη πρέπει να προέρχονται από την οριοθετημένη γεωγραφική περιοχή.

Παραδοσιακά, τα σακχαρότευτλα παραγωγής του σιροπιού παράγονται αποκλειστικά από καλλιεργητές της περιοχής.

3.4. Ειδικά στάδια της παραγωγής τα οποία πρέπει να εκτελούνται εντός της οριοθετημένης γεωγραφικής περιοχής

Το σύνολο της διαδικασίας παραγωγής εκτελείται εντός της οριοθετημένης γεωγραφικής περιοχής.

3.5. Ειδικοί κανόνες για τον τεμαχισμό, το τρίψιμο, τη συσκευασία κ.λπ. του προϊόντος στο οποίο αναφέρεται η καταχωρισμένη ονομασία

—

3.6. Ειδικοί κανόνες για την επισήμανση του προϊόντος στο οποίο αναφέρεται η καταχωρισμένη ονομασία

—

4. Συνοπτική οριοθέτηση της γεωγραφικής περιοχής

Η γεωγραφική περιοχή περιλαμβάνει τη Ρηνανία, και συγκεκριμένα στο ομόσπονδο κράτος της Ρηνανίας - Βόρειας Βεσφαλίας το σύνολο του διοικητικού διαμερίσματος της Κολωνίας (πλην του διοικητικού τμήματος Oberbergisch) και στο διοικητικό διαμέρισμα του Ντίσελντορφ τα εξής διοικητικά τμήματα: Mettmann, δήμο Ντύσελντορφ, Neuss της επαρχίας Rhein, δήμο Mönchengladbach, Viersen, δήμο Krefeld, Kleve και Wesel. Στο ομόσπονδο κράτος της Ρηνανίας-Παλατινάτου περιλαμβάνει τις αγροτικές περιφέρειες Ahrweiler και Mayen- Koblenz.

5. Δεσμός με τη γεωγραφική περιοχή

Ιδιαιτερότητα της γεωγραφικής περιοχής

Η παραγωγή σιροπιού με θερμική επεξεργασία ζαχαρότευτλων ή άλλων φρούτων αποτελεί παράδοση αιώνων στη Ρηνανία με αποτέλεσμα να έχει τελειοποιηθεί η διαδικασία παραγωγής αλλά και η γεύση του με την πάροδο του χρόνου. Η σχετική τεχνογνωσία μεταδίδεται από γενιά σε γενιά. Η καλλιέργεια σακχαρότευτλων εδραιώθηκε ως καλλιέργεια κατά τον 14ο και 15ο αιώνα. Στη Ρηνανία από τον 15ο αιώνα τα σακχαρότευτλα αποτελούσαν τμήμα της «δεκάτης», φορολογίας σε είδος που όφειλαν να καταβάλλουν οι αγρότες στους φεουδάρχες και αντιστοιχούσε στο δέκα τα εκατό της παραγωγής τους. Στις αρχές του 17ου αιώνα ο Τριακονταετής Πόλεμος προκαλεί λιμό, κατά τη διάρκεια του οποίου η καλλιέργεια του σακχαρότευτλου αποδεικνύεται ευκολότερη και αποδοτικότερη από την καλλιέργεια των σιτηρών. Στη Ρηνανία, όπου ο αναταραχές ήταν λιγότερο έντονες, οι καλλιεργητές ήταν σε θέση να αφιερώσουν τον χρόνο και την προσπάθεια που απαιτούνταν για την καλλιέργεια ενός απαιτητικού φυτού, του λευκού σακχαρότευτλου με τη γλυκιά γεύση.

Σήμερα είναι αδύνατον να προσδιοριστεί πότε ακριβώς ξεκίνησε η παραγωγή σιροπιού σακχαρότευτλων στη Ρηνανία, αλλά είναι πιθανόν ότι η παράδοση αυτή εδραιώθηκε κατά τον 18ο αιώνα. Κέντρο παραγωγής του σιροπιού σακχαρότευτλων είναι η περιοχή του Κάτω Ρήνου. Κατά το 1860, από τα 309 εργοστάσια παραγωγής σιροπιού που είχαν καταγραφεί στο Βασίλειο της Πρωσίας, 63 πιεστήρια ήταν καταγεγραμμένα στο διοικητικό διαμέρισμα του Grevenbroich. Το σιρόπι παρασκευαζόταν αρχικά από σακχαρότευτλα χορτονομής ή καρτότα. Κατά τον 19ο αιώνα επικράτησε η ποικιλία σακχαρότευτλων χορτονομής «Lanker Rübe», η οποία καλλιεργούνταν στην περιοχή του Κάτω Ρήνου. Κατά το δεύτερο ήμισυ του 19ου αιώνα τα εργοστήρια παραγωγής σιροπιού άρχισαν να προτιμούν ως πρώτη ύλη τα σακχαρότευτλα. Από τα αρχαία του εμπορικού επιμελητηρίου της Κολωνίας προκύπτει ότι, κατά το 1870 περίπου, παράγονταν ετησίως 6 000 έως 10 000 Zentner (300 έως 500 τόνοι) σιροπιού σακχαρότευτλων.

Το σιρόπι σακχαρότευτλων αποτελούσε επίσης παραδοσιακό συστατικό για πολυάριθμες τυπικές συνταγές της Ρηνανίας, όπως τα μαριναρισμένο ψητό μοσχάρι «Rheinischer Sauerbrate» ή το παντεσπάνι της Aix-la-Chapelle «Aachener Printen». Αυτή η μακρόχρονη παράδοση αντανακλάται επίσης εμφανώς στην τοπική διάλεκτο: Οι κάτοικοι της Ρηνανίας εξακολουθούν να ονομάζουν το σιρόπι σακχαρότευτλων «Rübenkraut» (ή ακόμη «Rüöwenkrut» ή «Röbenkraut» στο παρελθόν), και όχι απλώς «Sirup» (σιρόπι). Αυτός ο όρος συνηθίζεται ακόμη και γίνεται κατανοητός όχι μόνον στη Ρηνανία

αλλά και εκτός αυτής. Πριν αρχίσουν να αξιοποιούνται για την παραγωγή ζάχαρης, τα σακχαρότευτλα χορτονομής καλλιεργούνταν ως λαχανικά (Kraut). Η ονομασία «Rübenkraut» δόθηκε στο σιρόπι από σακχαρότευτλα χορτονομής κατ'αναλογία προς τον όρο «Arfelkraut» που αναφέρεται στο σιρόπι μήλων προς επάλειψη.

Η δεύτερη εικόνα που περιέχεται στο έργο του Block με τίτλο «Rübensirup - Seine Herstellung, Beurteilung und Verwendung» (Σιρόπι σακχαρότευτλων – Παρασκευή, αξιολόγηση, χρήσεις του) (Leipzig, 1920) δείχνει ότι τα εργαστήρια παραγωγής σιροπιού (που συμβολίζονται με μαύρες κουκίδες στον χάρτη) είναι συγκεντρωμένα ιδίως στην Ρηνανία. Τα εργοστάσια παραγωγής ζάχαρης που ήταν διάσπαρτα σε όλη την γερμανική επικράτεια ήταν ολιγάριθμα και σε μεγάλη απόσταση μεταξύ τους στη Ρηνανία. Αντιθέτως, στη Ρηνανία η συγκέντρωση εργαστηρίων παραγωγής σιροπιού από σακχαρότευτλα ήταν εντυπωσιακή. Ακόμη και σήμερα η Ρηνανία παράγει σιρόπι σακχαρότευτλων σε μεγάλες ποσότητες.

Ιδιαιτερότητα του προϊόντος:

«Χάρη στην προσεκτική διαδικασία παραγωγής, που αποτελεί καρπό μακρόχρονης παράδοσης, διαφυλάσσονται τα χαρακτηριστικά της πρώτης ύλης με αποτέλεσμα στο τελικό προϊόν να περιέχονται μεγάλης αξίας για την υγεία ανόργανα συστατικά όπως το μαγνήσιο. Το προϊόν περιέχει επίσης κάλιο. Το προϊόν «Zuckerrübenkraut» παρασκευάζεται χωρίς χρήση προσθέτων.

Χάρη στην απαρámλλη γλυκιά με νότες βύνης γεύση και το καραμελώδες άρωμα με τις γλυκιές νότες βύνης, αποτέλεσμα της προσεκτικής μεθόδου παραγωγής, το τελικό προϊόν είναι κατάλληλο όχι μόνον για επάλειψη αλλά και για χρήση ως βελτιωτικό γεύσης στη μαγειρική και τη ζαχαροπλαστική.

Το προϊόν είναι γνωστό και φημισμένο από πολύ παλιά. Αυτή η φήμη υπερβαίνει τα σύνορα της Ρηνανίας. Στηρίζεται στη μακρόχρονη ιστορία του προϊόντος στη γεωγραφική περιοχή.

Αιτιώδης σχέση που συνδέει τη γεωγραφική περιοχή με την ποιότητα ή τα χαρακτηριστικά του προϊόντος (για τις ΠΟΠ) ή με μια συγκεκριμένη ιδιότητα, τη φήμη ή άλλα χαρακτηριστικά του προϊόντος (για τις ΠΓΕ):

Η εξαιρετική φήμη του προϊόντος στηρίζεται στην γεωγραφική καταγωγή του.

Πράγματι, το σιρόπι σακχαρότευτλων «Rübenkraut» παρήχθη για πρώτη φορά στη Ρηνανία. Έκτοτε η παραγωγή του συνεχίζεται αδιάλειπτα. Ανέκαθεν παράγεται από σακχαρότευτλα καλλιεργούμενα στη Ρηνανία. Το γεγονός ότι τα σακχαρότευτλα προέρχονται από την περιοχή παραγωγής του σιροπιού αποτελεί καθοριστικό λόγο για την καλή φήμη του προϊόντος. Η τοπική προέλευση της μοναδικής πρώτης ύλης, του σακχαρότευτλου, είναι αδιάρρηκτο στοιχείο της αυθεντικότητας του προϊόντος.

Η παρασκευή του σιροπιού σακχαρότευτλων για επάλειψη εκτελείται σχεδόν απaráλλακτη επί αιώνες. Ανέκαθεν χρησιμοποιούνται μόνον σακχαρότευτλα που καλλιεργούνται εντός της περιοχής. Για τον λόγο αυτό πολλαπλασιάστηκαν τα εργοστάσια παρασκευής σιροπιού στη Ρηνανία. Ακόμη και σήμερα η Ρηνανία είναι σημαντική περιοχή παραγωγής σακχαρότευτλων· το μεγαλύτερο μέρος τους χρησιμοποιείται για παραγωγή ζάχαρης, αλλά μια σημαντική ωστόσο ποσότητα μεταποιείται σε σιρόπι «Rübenkraut».

Παραδοσιακά, τα σακχαρότευτλα παραγωγής του σιροπιού παράγονται αποκλειστικά από καλλιεργητές της περιοχής. Η καλλιέργεια του σακχαρότευτλου διέπεται από συμβάσεις μεταξύ βιομηχανιών και καλλιεργητών, γεγονός που επιτρέπει την παροχή συμβουλών στους γεωργούς σε ολόκληρη την περιοχή παραγωγής. Η συνεργασία μεταξύ παραγωγών και μεταποιητών σακχαρότευτλων σήμερα διέπεται από ένα αυστηρό πλαίσιο, χαρακτηρίζεται από διαφάνεια και υποβάλλεται σε έλεγχο. Χάρη στις συμφωνίες απορρόφησης της παραγωγής τους, οι παραγωγοί σακχαρότευτλων έχουν τη βασική εξασφάλιση που χρειάζονται για να προγραμματίσουν την παραγωγή τους. Η ποιότητα των σακχαρότευτλων αποτελεί αντικείμενο συνεχών τακτικών ελέγχων βασισμένων στις ίδιες αναλυτικές μεθόδους εξέτασης των χημικών παραμέτρων.

Παραπομπή στη δημοσίευση των προδιαγραφών του προϊόντος

(άρθρο 6 παράγραφος 1 δεύτερο εδάφιο του παρόντος κανονισμού)

<https://register.dpma.de/DPMAregister/blattdownload/marken/2019/44/Teil-7/20191031>

ISSN 1977-0901 (ηλεκτρονική έκδοση)
ISSN 1725-2415 (έντυπη έκδοση)



Υπηρεσία Εκδόσεων
της Ευρωπαϊκής Ένωσης
L-2985 Λουξεμβούργο
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ

EL