

**MUNI**  
**LAW**

# **Datové monopoly a jejich regulace skrze GDPR**

Martin Erlebach

[480066@mail.muni.cz](mailto:480066@mail.muni.cz)

# Tradiční monopol

- Dominantní postavení na trhu
- Překážky ve vstupu na trh
- Exkluzivita přístupu ke zdroji
- Zneužití tohoto postavení
  - Omezování inovace, kvality nebo kvantity produkce na úkor spotřebitelů
  - Stanovení nerovných cen nebo jiných obchodních podmínek
  - Podmiňování smluv dalším plněním
  - Uplatňování rozdílných podmínek v ekvivalentních obchodních vztazích

# Datový/digitální monopol

- Kontrola nad velkým množstvím dat
- Částečná exkluzivita kontroly a přístupu
- Jedinečné (dominantní) postavení na trhu
  - Nejde nutně o postavení na jednom trhu ale pozice ze které lze dominovat nad více trhy díky kontrole nad daty
- Možnost zneužití tohoto postavení
  - Omezení inovace, narušování soukromí (a další poškozování spotřebitelů), stanovení nerovných cen nebo jiných obchodních podmínek, podmiňování smluv dalším plněním, uplatňování rozdílných podmínek v ekvivalentních obchodních vztazích – čl. 102 SFEU
  - Ovlivňování hospodářské soutěže pomocí dat nejen cenou služeb a smluvními ustanoveními, ale i manipulací spotřebitelů
- Specificky množství (a nákladnost sběru) dat tvoří překážku v přístupu na trh

# Shrnutí rozdílů

- Specifika dat jako nehmotného zdroje
- Nejde o exkluzivní kontrolu ale zejména o překážky vstupu na trh
- Dominantní postavení je jedinečné kvůli relativní nezávislosti na konkrétním trhu
- Odolnost vůči tradiční regulaci

# Důvody vzniku

- Právo duševního vlastnictví
  - Google patenty: 111 911 (2023)
  - Meta patenty: 24 224 (2023)
  - Microsoft patenty: 77 631 (2023)
- Regulace tradičních monopolů je neefektivní a specifika vedou k možnosti se více zakořenit ve společnosti
- Network efekt
  - Čím víc uživatelů, tím víc užítku (a uživatelů)
    - Komplementující a kompatibilní služby generují ještě víc dat
  - Datový network efekt
    - Čím víc dat, tím lepší služba (a víc dat) – smyčka generující hodnotu

# Proč na tom záleží

- Omezování inovace
  - Udržování pozice pomocí patentů
  - Extrahování know-how a dat z menších konkurentů
  - Spojování služeb vůči uživatelům i podnikatelům („walled gardens“)
- Problémy se soukromím
  - Neprůhledné zpracování osobních údajů, jejich zneužívání
  - Problematické vymáhání přes ochranu hospodářské soutěže ale i GDPR
  - Odstranění ochrany soukromí jako konkurenční výhody
- Manipulace s informacemi a uživateli
  - Cílená reklama může zasahovat např. do politické soutěže

# Příklady zneužití

- Google Books
  - 2004, digitalizování knih
  - I těch chráněných autorským právem
  - Rozsáhlá databáze a stejně rozsáhlé žaloby
    - Výsledkem je částečná dostupnost pro veřejnost, ale celková dostupnost pro Google
- Cambridge Analytica
  - 2016-2018
  - Ovlivňování voleb kde zvítězil Trump
  - Exkluzivní přístup k uživatelským profilům skrze Facebook

# Příklady zneužití 2

- Google používá webscraping k trénování AI
  - Léto 2023
  - Změna zásad ochrany osobních údajů
  - Využití volně dostupných dat pro trénink AI
  - Po alarmující reakci veřejnosti a class-action žalobě v USA se nic nezměnilo
- Google Ads
  - 2020, monopol v online reklamě
  - US soudní řízení skončené 29. 3. 2024 – Google má monopol v trhu s reklamou a zneužívá ho
- Google má monopol ve vyhledávání
  - Porušení U.S. ochrany hospodářské soutěže (5. 8. 2024)



# Regulace skrze GDPR

- Privacy by default and design (čl. 25 GDPR)
- Princip minimalizace údajů (čl. 5/1 c) GDPR)
- Při dodržování mitiguji problémy s ochranou osobních údajů
  - Limitují sběr dat
  - Zlepšují kontrolu subjektů údajů nad osobními údaji
  - Podporují transparentnost
  - Dohromady mohou znesnadnit formování a rozbíjet stávající datové monopoly

# Regulace skrze GDPR 2

- Přenositelnost údajů (čl. 20 GDPR)
  - Možnost přenést údaje nasbírané o subjektu údajů k jinému správci/poskytovateli služby
  - Teoreticky umožňuje přesun k jinému poskytovateli služby a zabrání „vendor lock-in“
  - Prakticky ale nefunguje, maximálně zjištění jaká data má Facebook, Google, atd.
  - Obsaženo i v DMA (čl. 6 odst. 9), DA (čl. 5)

# Kritika regulace datových monopolů

- Asymetrická regulace uměle mění trh
- GDPR může za zakořenění Big Tech ve společnosti
- Ochrana soukromí vs. Svoboda podnikání
- Snaha EU je zbytečná kvůli neefektivnímu vymáhání
- Přeregulovanost EU zničí její šanci inovovat
- Celý argument je falešný, spotřebitelé přechází z Twitteru na Threads i bez lepší ochrany soukromí

# Soukromí vs. Hospodářská soutěž

- Sdílení dat pro ochranu hospodářské soutěže by mohlo zhoršit situaci se soukromím
- Privacy by default and design (čl. 25 GDPR)
  - Nejen pro konkrétní technická řešení, ale i pro procesy
- Falešný střet odvádějící pozornost od problému

# EU snaha o zpřístupnění dat

- Přístup k datům
  - Zpřístupnění:
    - Náhodné části dat od určité velikosti subjektu
    - Konkrétních dat pro vybrané velké platformy
  - Výchova konkurence a pomalé narovnání trhu
- DMA
  - Čl. 6 odst. 10 – bezplatný přístup podnikatelů k datům (i osobním) v reálném čase pro podnikatele podnikající skrze strážce přístupu, zachování soukromí a bezpečnosti + souhlas subjektu údajů
- DA
  - Uživatelů mohou dát k dispozici (neosobní) data generovaná použitím produktu nebo služby třetím stranám – čl. 4
- DGA
  - Dobrovolné sdílení dat (datový altruismus) – čl. 16 - 25
  - Data intermediaries (aktuálně existuje jeden z Finska) – čl. 10 - 15

**Děkuji za  
pozornost!**

E-mail: [480066@mail.muni.cz](mailto:480066@mail.muni.cz)

