

## Δελτίο Τύπου

**Θέμα: Κλαδική Έρευνα της Επιτροπής Ανταγωνισμού στον κλάδο παραγωγής, διανομής και εμπορίας βασικών καταναλωτικών ειδών και ιδίως ειδών διατροφής, καθώς και ειδών καθαριότητας και προσωπικής υγιεινής – Δημοσίευση της Τελικής Έκθεσης**

Κατόπιν της δημοσίευσης της Ενδιάμεσης Έκθεσης, της διενέργειας της δημόσιας διαβούλευσης, καθώς και της ανάλυσης των επικαιροποιημένων στοιχείων τα οποία συλλέχθηκαν κατά το έτος 2020, η Επιτροπή Ανταγωνισμού (Ε.Α.), δημοσίευσε σήμερα 05.03.2021 την Τελική Έκθεση που αφορά τον κλάδο παραγωγής, διανομής και εμπορίας βασικών καταναλωτικών ειδών που διανέμονται μέσω των σούπερ μάρκετ, την οποία μπορείτε να [βρείτε εδώ](#).

Τα συμπεράσματα της Έκθεσης και οι αποφάσεις της Ε.Α. σχετικά με τα μέτρα και τις λύσεις που προτάθηκαν συνοψίζονται ως ακολούθως:

1. Λόγω των σημαντικών αλλαγών στις καταναλωτικές συνήθειες τους τελευταίους μήνες, στην πιθανή έλευση νέων επιχειρηματικών μοντέλων στην αγορά, αλλά επίσης και του περιορισμού του εύρους της παρούσας Κλαδικής σε ορισμένες κατηγορίες προϊόντων, δεν κρίνεται προς το παρόν απαραίτητη η εκκίνηση κανονιστικής παρέμβασης στον κλάδο με τη θεσμοθέτηση ενός Διαμεσολαβητή ή Εντολοδόχου για τη διαπραγμάτευση Κώδικα Δεοντολογίας ή Οδηγού Καλών Πρακτικών.
2. Η δυνατότητα αυτή θα εξεταστεί ύστερα από τα συμπεράσματα της νέας Κλαδικής για τα Σουπερμάρκετ, η οποία προγραμματίζεται μεσοπρόθεσμα σε βάθος διετίας και η οποία θα καλύπτει περισσότερες και ενδεχομένως διαφορετικές κατηγορίες προϊόντων, μία επιλογή που θα γίνει βάσει και της συστηματικής επεξεργασίας των δεδομένων που συλλέγονται από την HCC Economic Intelligence Platform ήδη από τον Ιανουάριο του 2020.
3. Κρίνεται απαραίτητη η συνεχής παρακολούθηση του κλάδου από την Ε.Α., τόσο για τα συγκεκριμένα καταναλωτικά προϊόντα που εξετάστηκαν στο πλαίσιο αυτής της Κλαδικής, όσο και για άλλα προϊόντα, τρόφιμα ή άλλα καταναλωτικά είδη. Το έργο αυτό θα αναλάβει μία Taskforce (ομάδα «κρούσης») Σουπερμάρκετ που θα συσταθεί στην Γενική Διεύθυνση της Επιτροπής Ανταγωνισμού και η οποία θα προετοιμάζει κάθε 12 μήνες αναφορά στον Πρόεδρο της Επιτροπής για την κατάσταση ανταγωνισμού στον κλάδο του λιανεμπορίου και θα προχωρά σε μετρήσεις της διαπραγματευτικής ισχύος των αλυσίδων σουπερμάρκετ και προμηθευτών. Η τελική επιλογή των αγορών προμήθειας που θα εξεταστούν από την Κλαδική μεσοπρόθεσμα θα στηριχθεί στα πορίσματα αυτών των περιοδικών μελετών της ομάδας «κρούσης». Η ομάδα «κρούσης» θα πρέπει επίσης, σε συνεργασία με άλλες διευθύνσεις και τμήματα της Επιτροπής, να εκπονήσει ειδικές Κατευθυντήριες γραμμές, που θα ολοκληρωθούν το πρώτο εξάμηνο του 2022, για την εφαρμογή των κανόνων του ανταγωνισμού στον κλάδο των λιανεμπορίου (σουπερμάρκετ). Οι ειδικές Κατευθυντήριες Γραμμές θα αναλύουν μεταξύ άλλων τον ορισμό της σχετικής αγοράς, τον τρόπο με τον οποίον η διαπραγματευτική ισχύς και η ειδική μεθοδολογία που ανέπτυξε στην παρούσα την Μελέτη η Επιτροπή Ανταγωνισμού θα λαμβάνεται υπόψη, κατά τη διερεύνηση δεσπόζουσας θέσης στην αγορά, καθώς και να αναλύσει συγκεκριμένες κατηγορίες εμπορικών πρακτικών, συμπεριλαμβανομένων και αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, οι οποίες μπορεί να αποτελέσουν κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης εκμεταλλευτικής φύσης.
4. Αρκετά από τα προβλήματα ανταγωνισμού συνδέονται με την άσκηση διαπραγματευτικής ισχύος και μπορούν ενδεχομένως να επιλυθούν από μία προσεκτικά διαμορφωμένη εφαρμογή των άρθρων 1, 2 του Ν 3959/2011 και 101, 102 ΣΛΕΕ. Λεκτέα είναι τα εξής:
  - Στον ορισμό γεωγραφικής κατάντη αγοράς (της αγοράς πώλησης προς τους τελικούς καταναλωτές), η Επιτροπή θα λαμβάνει υπόψη και τον τοπικό ανταγωνισμό.
  - Η έρευνα για την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης πρέπει να λαμβάνει υπόψη τις ιδιαιτερότητες του συγκεκριμένου κλάδου και ειδικά την έλλειψη έντονου διασηματικού ανταγωνισμού σε ορισμένα προϊόντα premium Fast Moving Consumer Goods (FMCG) ή τον κομβικό ρόλο ορισμένων μεγάλων αλυσίδων σουπερμάρκετ ή ηλεκτρονικών πλατφορμών οι οποίες

μπορούν να έχουν ρόλο «πυλωρού» σε ορισμένες αγορές και ενδεχομένως να διανέμουν και προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας.

- Ιδιαίτερο ενδιαφέρον υπάρχει για εκμεταλλευτικές καταχρηστικές πρακτικές, οι οποίες συνίστανται στην επιβολή από δεσπόζουσα επιχείρηση μη δίκαιων ή επαχθών όρων.

Βάσει της ανάλυσης που διεξήχθη αναφορικά με την κατανομή της κάθετης διαπραγματευτικής ισχύος στην αγορά μεταξύ προμηθευτών και σούπερ μάρκετ σε κάθε μία από τις αλυσίδες εφοδιασμού, παρατηρείται ότι στις περισσότερες από τις αναλυθείσες αγορές προϊόντων οι προμηθευτές κατέχουν το μεγαλύτερο μέρος της διαπραγματευτικής ισχύος στην αγορά σε κάθε αλυσίδα εφοδιασμού (βλ. και τον σχετικό πίνακα κατωτέρω).

5. Για την αντιμετώπιση αθέμιτων εμπορικών πρακτικών από επιχειρήσεις με σημαντική διαπραγματευτική ισχύ κρίνεται απαραίτητη η ενίσχυση του ελεγκτικού μηχανισμού της Ε.Α. μέσω χρήσης ψηφιακών τεχνολογιών άμεσης πληροφόρησης, μέσω καταγγελιών ή μέσω συστηματικής παρακολούθησης της αγοράς. Για τον σκοπό αυτό η Ε.Α. προχωρεί στη δημιουργία συστήματος ανώνυμης παροχής πληροφοριών (whistleblowing), παρέχοντας έτσι τη δυνατότητα σε κάποιον να δώσει πληροφορίες χωρίς να φοβάται την αποκάλυψη της ταυτότητάς του με οποιονδήποτε τρόπο.
6. Είναι κρίσιμο να εξεταστούν διεξοδικά οι συνέπειες στον ανταγωνισμό στον κλάδο του λιανεμπορίου των περιοριστικών μέτρων που εφαρμόζονται λόγω της πανδημίας COVID-19.

#### Η (κάθετη) διαπραγματευτική ισχύς στην αλυσίδα εφοδιασμού των «κεντρικών» επιχειρήσεων των 11 κατηγοριών προϊόντων

Προμηθευτής (SUPL)& Σούπερ Μάρκετ (SM) / Κατηγορία Προϊόντος	Θέση και (Μερίδιο) διαπραγματευτικής δύναμης των επιχειρήσεων (SSBC)										
	Ψωμί συσκ.για τσστ	Δημητριακά προϊόντα	Ζυμαρικά	Αλλαντικά	Για Ούρτι κ.λ.π	Φέτα	Όσπρια	Καφές	Αναψυκτικά	Απορρυπαντικά	Χαρτί υγείας
SM_45				1 (25-35)%	1 (25-35)%			2 (15-25%)	2 (5-10%)		2 (15-25%)
SM_9	2 (10-15%)	2 (15-25%)					2 (5-10%)				
SUPL_1			2 (15-25%)								
SUPL_25						1 (35-45)%					
SUPL_12										2 (0-5%)	
SUPL_18								1 (75-85%)			
SUPL_20						2 (15-25%)					
SUPL_4									1 (75-85%)		
SUPL_78										1 (75-85%)	
SUPL_5		1 (35-45%)									
SUPL_52	1 (65-75%)										
SUPL_32							1 (75-85%)				
SUPL_63			1 (55-65%)								
SUPL_98											1 (35-45%)
SUPL_84				2 (25-35%)							
SUPL_85					2 (15-25%)						

Πηγή: Επεξεργασία συλλεχθέντων στοιχείων ΓΔΑ  
 Πράσινο χρώμα=Σούπερ Μάρκετ  
 Κίτρινο Χρώμα=Προμηθευτές