

ΑΠΟΦΑΣΗ ΑΡΙΘΜ. ¹ 373/V/2007

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ
ΣΕ ΟΛΟΜΕΛΕΙΑ

Συνεδρίασε στην αίθουσα Συνεδριάσεων του 1^{ου} ορόφου του κτηρίου των Γραφείων της (Κότσικα 1Α & Πατησίων) την 7^η Μαΐου 2007, ημέρα Δευτέρα και ώρα 13:00, με την εξής σύνθεση:

Πρόεδρος: Σπυρίδων Ζησιμόπουλος

Μέλη: Αριστομένης Κομισσόπουλος,
Αριστέα Σινανιώτη,
Φαίδων Στράτος,
Γαρυφαλιά Αθανασίου
Χρήστος Ιωάννου,
Βασίλειος-Σπυρίδων Χριστιανός,
Απόστολος Ρεφενές,
Δημήτριος Γιαννέλης,
Γεώργιος Σωτηρόπουλος, λόγω δικαιολογημένου κωλύματος του τακτικού μέλους Ελίζας Αλεξανδρίδου και
Γεωργία Μπεχρή-Κεχαγιόγλου

Γραμματέας: Όλγα-Ανίτα Ραφτοπούλου, λόγω δικαιολογημένου κωλύματος της τακτικής Γραμματέως Αικατερίνης Τριβέλη.

Θέμα της συνεδρίασης ήταν η λήψη απόφασης επί της με αριθ. πρωτ. 8218/15.12.2006 Εισήγησης της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού, που αφορά αυτεπάγγελτη έρευνα σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή και εμπορία γαλακτοκομικών προϊόντων, για παράβαση του άρθρου 1 του ν. 703/1977, όπως ισχύει, και του άρθρου 81 ΣΕΚ.

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού, κατά τη συνεδρίαση της Ολομέλειάς της την 19 Μαρτίου 2007, αποφάσισε, σύμφωνα με το άρθρο 18 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Ε.Α. (ΚΥΑ 8275/15.12.2006, ΦΕΚ Β' 1890/29.12.2006) (εφεξής "Κανονισμός Λειτουργίας") και κατόπιν του υπ' αριθ. πρωτ. 1646/19.3.2007 αιτήματος της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού (εφεξής Γ.Δ.Α.), για λόγους ορθολογικότερης οργάνωσης της διαδικασίας και προστασίας των

¹ Από την παρούσα απόφαση έχουν παραλειφθεί, σύμφωνα με το άρθρο 26 παρ.7 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ 1890/Β'/29.12.2006), τα στοιχεία εκείνα, τα οποία κρίθηκε ότι αποτελούν επιχειρηματικό απόρρητο. Στη θέση των στοιχείων που έχουν παραλειφθεί υπάρχει η ένδειξη [...]. Όπου ήταν δυνατό τα στοιχεία που παραλείφθηκαν αντικαταστάθηκαν με ενδεικτικά ποσά και αριθμούς ή με γενικές περιγραφές (εντός [...]).

επιχειρηματικών απορρήτων των επιχειρήσεων, το χωρισμό της ως άνω υπόθεσης σε δύο, ανάλογα με την - σύμφωνα με την εισήγηση της Γ.Δ.Α. - εμπλοκή των εγκαλουμένων επιχειρήσεων στις οριζόντιες ή κάθετες συμπράξεις.

Σε συνέχεια της ως άνω απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού για χωρισμό της υπόθεσης άρχισε κατά τη συνεδρίαση της 7^{ης} Μαΐου 2007 η εξέταση της υπόθεσης, που αφορά το σκέλος των καθέτων συμπράξεων επιχειρήσεων, που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή και εμπορία γαλακτοκομικών προϊόντων κατά παράβαση του άρθρ. 1 του Ν. 703/77 και του άρθρ. 81 ΣΕΚ.

Η συζήτηση της υπόθεσης συνεχίστηκε σε έξι (6) πολύωρες συνεδριάσεις της Ολομέλειας με την ίδια σύνθεση, κατά τις ημέρες: 1) Δευτέρα 14-5-2007 και ώρα 09.30 2) Παρασκευή 18-5-2007 και ώρα 11.00, 3) Πέμπτη 31-5-2007 και ώρα 15.00, 4) Πέμπτη 14-6-2007 και ώρα 15.00, 5) Πέμπτη 28-6-2007 και ώρα 13.00 και 6) Δευτέρα 2-7-2007 και ώρα 09.00, οπότε και ολοκληρώθηκε η ακροαματική διαδικασία για το μέρος της υπόθεσης, που αφορά τις κάθετες συμπράξεις μεταξύ γαλακτοβιομηχανιών.

Στη συζήτηση για τις κάθετες συμπράξεις οι παρακάτω εταιρίες και ένωση επιχειρήσεων εκπροσωπήθηκαν ως εξής: (1) η «ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΛΑΡΙΣΗΣ Α.Ε. «ΟΛΥΜΠΟΣ» (εφεξής: «ΟΛΥΜΠΟΣ») από την πληρεξουσία δικηγόρο της Βασιλική Σερμέτη, (2) η «VIVARTIA ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΣΤΙΑΣΗΣ» (εφεξής: «ΔΕΛΤΑ») από τους πληρεξουσίου δικηγόρους της Παναγιώτη Κανελλόπουλο, Ξενοφώντα Παπαρρηγόπουλο, Ευστάθιο Ποταμίτη, Αναστασία Κετεντζόγλου, Ιωάννη Σταμούλη και Βασίλειο Στεργίου, (3) η «ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ - ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε.» (εφεξής: «ΜΕΒΓΑΛ») από τους πληρεξουσίου δικηγόρους της Βασίλειο Αντωνόπουλο και Ελένη Χαλβατζή, (4) η «ΦΑΓΕ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε.» (εφεξής: «ΦΑΓΕ») από το νόμιμο εκπρόσωπό της Ιωάννη Γρανίτσα και τους πληρεξουσίου δικηγόρους της Γεώργιο Γεωργίου-Κωστακόπουλο, Γεώργιο Καρύδη, Εμμανουήλ Χαλκιαδάκη και Α. Κεράνη, (5) η «ΚΡΙ-ΚΡΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ & ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ» (εφεξής: «ΚΡΙ-ΚΡΙ») από τους πληρεξουσίου δικηγόρους της Νικόλαο Κιουρκτσή και Γρηγόριο Βυτινίδη, (6) η «ΡΟΔΟΠΗ Α.Ε. - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΞΑΝΘΗΣ» (εφεξής: «ΡΟΔΟΠΗ») από τον πληρεξούσιο δικηγόρο της Δελλή Γεώργιο, (7) η «ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.» από το νόμιμο εκπρόσωπό της Ηλία Κοϊντζόγλου και τον πληρεξούσιο δικηγόρο της Εμμανουήλ Μαστρομανώλη, (8) η «ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.» από το νόμιμο εκπρόσωπό της Κ. Μαχαίρα και τους πληρεξουσίου δικηγόρους Αναστασία Δρίτσα, Χαρίκλεια Νικολοπούλου, Ελένη Προβίδη και Χρήστο Πιλαφά, (9) η «ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ Α.Ε.Ε.» από το νόμιμο εκπρόσωπό της Γεράσιμο Σκλαβενίτη και τον πληρεξούσιο δικηγόρο της Ανδρέα Ζαγκανά, (10) οι «ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε.Β.Ε.» από τον πληρεξούσιο δικηγόρο Δημήτριο Γαλάνη, (11) η «ΑΤΛΑΝΤΙΚ Α.Ε.» από τους πληρεξουσίου δικηγόρους Ι. Χατζηπροδρόμου και Ευθ. Κινινή, (12) ο «ΕΛΟΜΑΣ Ε.Π.Ε.» από το νόμιμο εκπρόσωπό της κ. Εμμανουήλ Αποστόλου και την πληρεξούσια δικηγόρο της Αλεξία Δεληγιάννη και (12) η

«ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε.» από το νόμιμο εκπρόσωπό της Διαμαντή Μασούτη και τους πληρεξούσιους δικηγόρους Ι. Δρυλλεράκη, Ελευθέριο Σκαλίδη και Χάρης Σκαλίδη.

Τα μέλη της Επιτροπής Ανταγωνισμού, τα οποία για διάφορους λόγους απουσίαζαν σε ορισμένες συνεδριάσεις, ενημερώθηκαν πλήρως ως προς τα ουσιώδη σημεία των κατ'αυτές συζητήσεων.

Η Γενική Εισηγήτρια Σοφία Καμπερίδου, Προϊσταμένη της Α' Διεύθυνσης Εφαρμογής της Γ.Δ.Α., εκτελούσα χρέη Αναπληρώτριας Γενικής Διευθύντριας, ανέπτυξε συνοπτικά το περιεχόμενο της υπ' αριθμ. πρωτ. 8218/15.12.2006 Εισήγησης της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού, καθώς και της υπ' αριθμ. πρωτ. 1587/15.3.2007 γραπτής Εισήγησης της Υπηρεσίας επί των προτεινόμενων δεσμεύσεων σύμφωνα με το άρθρ. 13 του Κανονισμού Λειτουργίας αναφορικά με την αυτεπάγγελτη έρευνα της Γ.Δ.Α. στον κλάδο παραγωγής και εμπορίας γαλακτοκομικών προϊόντων για τις κάθετες συμπράξεις.

Κατά την ακροαματική διαδικασία εξετάστηκαν συνολικά οι παρακάτω μάρτυρες : [...] (προταθείς ως μάρτυρας από την εταιρεία ΟΛΥΜΠΙΟΣ), [...] (προταθείς ως μάρτυρας από την εταιρεία ΔΕΛΤΑ/VIVARTIA), [...] (προταθείς ως μάρτυρας από την εταιρεία ΜΕΒΓΑΛ), [...] (προταθείς ως μάρτυρας από την εταιρεία ΦΑΓΕ), [...] (προταθείς ως μάρτυρας από την εταιρεία ΚΑΡΦΟΥΡ-ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ), [...] (προταθείς ως μάρτυρας από την εταιρεία ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ), [...] (προταθείς ως μάρτυρας από την εταιρεία ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ), [...] (προταθείς ως μάρτυρας από την εταιρεία ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ), [...] (προταθείς ως μάρτυρας από την εταιρεία ΑΤΛΑΝΤΙΚ).

Με την ολοκλήρωση της ακροαματικής διαδικασίας και της εξέτασης των μαρτύρων, τα μέρη ζήτησαν και τους χορηγήθηκε από την Επιτροπή Ανταγωνισμού προθεσμία προκειμένου να υποβάλουν τα συμπληρωματικά υπομνήματά τους.

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού συνήλθε σε Διάσκεψη κατά τις ακόλουθες συνεδριάσεις : 1) της 2ας Ιουλίου 2007 (ημέρα Δευτέρα και ώρα 09:00), 2) της 31ης Ιουλίου 2007 (ημέρα Τρίτη και ώρα 17.00), 3) της 31^{ης} Αυγούστου 2007 (ημέρα Παρασκευή και ώρα 15:00), 4) της 13^{ης} Σεπτεμβρίου 2007 (ημέρα Πέμπτη και ώρα 17.00), 5) της 20^{ης} Σεπτεμβρίου 2007 (ημέρα Πέμπτη και ώρα 09.30), 6) της 10^{ης} Οκτωβρίου 2007 (ημέρα Τετάρτη και ώρα 17:00), 7) της 30^{ης} Οκτωβρίου 2007 (ημέρα Τρίτη και ώρα 16:00), 8) την 6^η Δεκεμβρίου 2007 (ημέρα Πέμπτη και ώρα 12.00) και 9) την 19^η Δεκεμβρίου (ημέρα Τετάρτη και ώρα 13.00). Τα μέλη της Επιτροπής Ανταγωνισμού που συμμετείχαν στη λήψη της παρούσας απόφασης, έχουν ενημερωθεί πλήρως και αναλυτικώς για το σύνολο του φακέλου και του αποδεικτικού υλικού.

Το μέλος της Επιτροπής Ανταγωνισμού κα Γαρυφαλλιά Αθανασίου λόγω απουσίας της στην αλλοδαπή, δεν συμμετείχε στις Διασκέψεις μετά την 31^η Αυγούστου 2007 και δεν συμμετείχε στη λήψη της απόφασης.

Οι ανωτέρω συνεδριάσεις έλαβαν χώρα στην αίθουσα συνεδριάσεων του πρώτου ορόφου του κτιρίου των γραφείων της Επιτροπής Ανταγωνισμού. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού κατά τη διάσκεψή της, αφού έλαβε υπόψη της, όλα τα στοιχεία του φακέλου της κρινόμενης υπόθεσης,

την εισήγηση της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού, τις ενστάσεις και τις απόψεις που διατύπωσαν εγγράφως και προφορικά τα ενδιαφερόμενα μέρη κατά τη συζήτηση της υπόθεσης και με τα υπομνήματά τους, καθώς και όσα κατέθεσαν οι μάρτυρες κατά την ακροαματική διαδικασία.

ΣΚΕΦΘΗΚΕ ΩΣ ΕΞΗΣ:

A. ΕΠΙ ΤΩΝ ΕΝΣΤΑΣΕΩΝ

1. Περί στέρησης δικαιώματος ακρόασης κατά το προπαρασκευαστικό στάδιο

Η εταιρεία σούπερ μάρκετ ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ προέβαλε τόσο στα πλαίσια της έγγραφης όσο και κατά την προφορική διαδικασία, ένσταση για στέρηση του δικαιώματος ακρόασης κατά το προπαρασκευαστικό στάδιο.

Σύμφωνα με το άρθρο 26 παρ. 2 του Ν. 703/77, «για τη διαπίστωση παραβάσεων των παρ. 1 και 2 του άρθρου 1 και των άρθρων 2^α και 4 έως 4στ. και για την εφαρμογή του άρθρου 5, καθώς και για τη διαπίστωση παραβάσεων των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, οι εντεταλμένοι υπάλληλοι της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού της Επιτροπής Ανταγωνισμού, έχοντας εξουσίες φορολογικού ελεγκτή, μπορούν ιδίως :

«α)

ε) να λαμβάνουν κατά την κρίση τους ένορκες ή ανώμοτες καταθέσεις με την επιφύλαξη των διατάξεων του άρθρου 212 του Κώδικα Ποινικής Δικονομίας (ΚΠΔ) και να ζητούν από κάθε αντιπρόσωπο ή μέλος του προσωπικού της επιχείρησης ή Ένωσης Επιχειρήσεων, επεξηγήσεις για τα γεγονότα ή τα έγγραφα που σχετίζονται με το αντικείμενο και το σκοπό του ελέγχου και να καταγράφουν τις σχετικές απαντήσεις.»

Εκ της ανωτέρω διατάξεως συνάγεται ότι η Γ.Δ.Α. δεν έχει υποχρέωση εκ του Νόμου να καλεί όλες τις εμπλεκόμενες, σε ενδεχόμενη παράβαση του Δικαίου του Ανταγωνισμού, κατάθεση. Αντίθετα, είναι σαφές εκ της συγκεκριμένης διατάξεως ότι η Γ.Δ.Α. διαθέτει διακριτική ευχέρεια ως προς τον τρόπο διεξαγωγής της έρευνάς της, προκειμένου να καταλήξει εάν υφίσταται ή όχι κάποια παράβαση του Δικαίου του Ανταγωνισμού σε οιαδήποτε σχετική αγορά.

Ως προς την άσκηση των δικαιωμάτων υπεράσπισης των οιαδήποτε εμπλεκόμενων επιχειρήσεων, ο νέος Κανονισμός Λειτουργίας της Ε.Α., ο οποίος εφαρμόστηκε στην υπό κρίση υπόθεση, προβλέπει :

- α) τη δυνατότητα υποβολής υπομνημάτων και προσθηκών-αντικρούσεων πριν την διεξαγωγή της προφορικής ακρόασης ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού (άρθρο 13 παρ. 2 έως 4),
- β) την προφορική ακρόαση των μερών με την κλήτευση και προτεινόμενων από αυτά μαρτύρων (άρθρο 13 παρ. 2 και 20), η οποία έλαβε χώρα στη συγκεκριμένη υπόθεση και
- γ) τη δυνατότητα υποβολής συμπληρωματικού υπομνήματος μετά το πέρας της ακροαματικής διαδικασίας, κατόπιν σχετικής αιτήσεως των μερών (άρθρο 23), δυνατότητα η οποία εδόθη στην προκειμένη υπόθεση.

Ως εκ τούτου η προαναφερθείσα ένσταση της Δ. ΜΑΣΟΥΤΗΣ θα πρέπει να απορριφθεί ως νόμιμα αβάσιμη.

2. Περί έλλειψης προτάσεως για το ύψος του προστίμου

Οι εταιρείες σούπερ μάρκετ Δ. ΜΑΣΟΥΤΗΣ και ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ προβάλλουν επίσης, ότι η Εισήγηση της ΓΔΑ είναι πλημμελής, διότι δεν περιέχει πρόταση για το ύψος των προστίμων, πλημμέλεια που οδηγεί σε ακυρότητα της διαδικασίας.

Από το άρθρο 9 παρ. 1 Ν. 703/1977, όπως ισχύει, σε συνδυασμό με την παρ. 2 του ίδιου άρθρου συνάγεται, ότι σε περίπτωση διαπίστωσης παράβασης των διατάξεων περί ανταγωνισμού, η Επιτροπή Ανταγωνισμού δύναται να επιβάλει πρόστιμο στις επιχειρήσεις ή στις ενώσεις επιχειρήσεων, που υπέπεσαν στην παράβαση, με ανώτατο όριο το 15% των ακαθαρίστων εσόδων της επιχείρησης κατά την τρέχουσα ή την προηγούμενη της παράβασης χρήση, λαμβανομένων υπόψη της σοβαρότητας και της διάρκειας της παράβασης. Εξάλλου δε σύμφωνα με την ανωτέρω διάταξη εκδόθηκε η Ανακοίνωση της Επιτροπής Ανταγωνισμού της 12ης Μαΐου 2006 περιέχουσα τις κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό των προστίμων, που επιβάλλονται δυνάμει των ανωτέρω διατάξεων.

Εν προκειμένω, η Εισήγηση της ΓΔΑ αναφέρει όλα τα απαραίτητα στοιχεία και ιδίως τη σοβαρότητα και τη διάρκεια της παράβασης καθώς και τυχόν λόγους μείωσης ή απαλλαγής από το πρόστιμο.

Επομένως, τα στοιχεία αυτά, σε συνδυασμό με τις σχετικές διατάξεις του Ν. 703/77 και την ανωτέρω Ανακοίνωση της Επιτροπής Ανταγωνισμού, των οποίων δεν δικαιολογείται άγνοια, ήταν επαρκή για να επιτρέψουν στις εμπλεκόμενες επιχειρήσεις να προσδιορίσουν με μεγάλη προσέγγιση το ύψος του επαπειλούμενου προστίμου και να προετοιμάσουν την άμυνά τους. Επομένως, ο προβληθείς λόγος από τις Δ. ΜΑΣΟΥΤΗΣ και ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ είναι απορριπτέος ως αβάσιμος.

B. ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΑ ΠΕΡΙΣΤΑΤΙΚΑ

3. Από τον Ιούνιο του 2005, διαβιβάστηκαν στη Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού (εφεξής ΓΔΑ) Δελτία Τύπου σχετικά με διαμαρτυρίες αγελαδοτρόφων και καταναλωτών, καθώς και πλήθος κοινοβουλευτικών ερωτήσεων σχετικά με πιθανές στρεβλώσεις στην αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων (διαμόρφωση τιμών από τον παραγωγό μέχρι τον καταναλωτή). Κατόπιν αυτού και σε συνδυασμό με τη Μελέτη με τίτλο «Διερεύνηση των Συνθηκών Ανταγωνισμού στην Αγορά Γαλακτοκομικών Προϊόντων», η οποία εκπονήθηκε για λογαριασμό της Επιτροπής Ανταγωνισμού από το Πανεπιστήμιο Πειραιά το Δεκέμβριο του 2005, η Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού ξεκίνησε, το Μάρτιο του 2006, διαδικασία αυτεπάγγελτης έρευνας σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή και εμπορία γαλακτοκομικών προϊόντων. Στόχος ήταν η διερεύνηση τυχόν παραβάσεων των άρθρων 1 και 2 του ν. 703/77, όπως ισχύει και των άρθρων 81 και 82 ΣΕΚ, στους εξής τομείς:

- α) παραγωγής νοπού γάλακτος,
- β) χονδρικής πώλησης γαλακτοκομικών προϊόντων και
- γ) λιανικής πώλησης γαλακτοκομικών προϊόντων.

4. Σύμφωνα με το άρθρο 18 του νέου Κανονισμού Λειτουργίας της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΚΥΑ 8275/2006, ΦΕΚ Β'1890/2006) στη συνεδρίαση της η Επιτροπή Ανταγωνισμού αποφάσισε για λόγους οικονομίας της δικής και αποτελεσματικότερης διεξαγωγής της ακροαματικής διαδικασίας να χωρίσει τις υποθέσεις των οριζοντίων συμπράξεων από τις

υποθέσεις των καθέτων συμπράξεων, που εισήχθησαν ενώπιόν της. Η παρούσα απόφαση αφορά τις φερόμενες ως κάθετες συμπράξεις. Κατόπιν αιτήματος που υποβλήθηκε από ορισμένες αλυσίδες σούπερ μάρκετ, για λόγους διασφάλισης του απορρήτου των παροχών και εκπτώσεων που παρέχονται από τις εμπλεκόμενες γαλακτοβιομηχανίες στις αλυσίδες, η Επιτροπή Ανταγωνισμού αποφάσισε η ακροαματική διαδικασία να διεξαχθεί κάθε γαλακτοβιομηχανία με το κάθε σούπερ μάρκετ χωριστά...και κάθε γαλακτοβιομηχανία μόνη της αναφορικά με το θέμα των διανομέων της.

Ι.ΟΙ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΝΩΠΙΟΝ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

5. Οι συμμετέχοντες στη διαδικασία ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού είναι έξι γαλακτοβιομηχανίες και επτά αλυσίδες σούπερ μάρκετ.

Γαλακτοβιομηχανίες:

5.1. Η εταιρία «Γαλακτοβιομηχανία Λαρίσης Α.Ε.» (εφεξής: «Ολυμπος»), έχει την έδρα της στη Λάρισα και δραστηριοποιείται από το 1964 στους κλάδους των γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων. Το Μάιο του 2000 εξαγοράστηκε από τη βιομηχανία γάλακτος «ΤΥΡΑΣ Α.Ε.». Έως τότε ήταν μια συνεταιριστική επιχείρηση με τοπική εμβέλεια και ελεγχόταν από την Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Λαρίσας. Τα προϊόντα της ΟΛΥΜΠΟΣ παράγονται σε ίδιες εγκαταστάσεις. Η ΟΛΥΜΠΟΣ παράγει και διανέμει μία ποικιλία γαλακτοκομικών προϊόντων, μεταξύ των οποίων γάλα παστεριωμένο με διάφορες λιποπεριεκτικότητες, γάλα με κακάο παστεριωμένο, ξυνόγαλα, γιαούρτι αγελαδινό στραγγιστό και απλό με διάφορες λιποπεριεκτικότητες, γιαούρτι πρόβειο, επιδόρπια στραγγιστού γιαουρτιού, κρέμα γάλακτος κ.λπ.

5.2. Η εταιρία «Vivartia Α.Ε.» (για λόγους ενιαίας αναφοράς εφεξής θα αναφέρεται ως «ΔΕΛΤΑ») είναι η νέα εταιρία, που προήλθε από την απορρόφηση από την εταιρία «ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε.» των εταιριών «ΔΕΛΤΑ Πρότυπος Βιομηχανία Γάλακτος Α.Ε.», «CHIPITA Α.Ε.», «Goody's Α.Ε.» και «Γενική Τροφίμων – Μπάρμπα Στάθης Α.Ε.». Οι εταιρίες, που απορροφήθηκαν, αποτελούν πλέον τους τέσσερεις αντίστοιχους κλάδους της ΔΕΛΤΑ, ήτοι: Κλάδος Γαλακτοκομικών & Ποτών, Κλάδος Αρτοποιίας & Ζαχαρωδών, Κλάδος Υπηρεσιών Εστίασης & Ψυχαγωγίας και Κλάδος Καταψυγμένων Τροφίμων. Ο Κλάδος Γαλακτοκομικών και Ποτών της ΔΕΛΤΑ δραστηριοποιείται στο χώρο του φρέσκου λευκού γάλακτος, του γάλακτος υψηλής

παστερίωσης, του σοκολατούχου γάλακτος, του συμπυκνωμένου γάλακτος, των φρέσκων γαλακτοκομικών προϊόντων (συμπεριλαμβανομένων και των επιδορπίων γάλακτος), των φρέσκων χυμών, του τυριού, του βουτύρου και της γιαούρτης. Υποστηρίζεται από 7 μονάδες παραγωγής εντός και εκτός Ελλάδας, 8 σταθμούς συγκέντρωσης γάλακτος και ισχυρό δίκτυο πωλήσεων και διανομής. Η ΔΕΛΤΑ διαθέτει, επίσης, δική της φάρμα, τη Φάρμα ΔΕΛΤΑ, η οποία βρίσκεται στην Κομοτηνή σε εγκαταστάσεις 30 στρεμμάτων, διαθέτει 120 στρέμματα για ελεύθερη βοσκή και είναι δυναμικότητας 500 παραγωγικών ζώων. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της ίδιας της ΔΕΛΤΑ στην ιστοσελίδα της η ΔΕΛΤΑ κατέχει στον Κλάδο Γαλακτοκομικών και Ποτών ηγετική θέση. Τα μερίδια της ΔΕΛΤΑ στις αντίστοιχες αγορές είναι: 1η θέση στον τομέα διανομής φρέσκου γάλακτος με ποσοστό 41%, 1η θέση στην αγορά φρέσκου σοκολατούχου γάλακτος με ποσοστό 55%, 2η θέση στην αγορά γιαουρτιού και φρέσκων γαλακτοκομικών προϊόντων με ποσοστό 30% και 1η θέση στην αγορά φρέσκων χυμών διατήρησης σε ψύξη με ποσοστό 65%. Ο παγκόσμιος κύκλος εργασιών του Ομίλου ΔΕΛΤΑ ανήλθε το 2005 σε 694.397.703 €. Τα γαλακτοκομικά προϊόντα, που παράγει / εισάγει και διαθέτει στην αγορά η ΔΕΛΤΑ εμφανίζονται στον ακόλουθο πίνακα: (α) παραγόμενα προϊόντα: Γάλα παστεριωμένο με διάφορες λιποπεριεκτικότητες και με ή χωρίς προσθήκη στοιχείων (σίδηρο, ασβέστιο κ.ά.), συμπυκνωμένο γάλα, γάλα υψηλής παστερίωσης (MMMILK), γάλα παιδικό (ADVANCE), σοκολατούχο ρόφημα (MILKO) με διάφορες λιποπεριεκτικότητες, γιαούρτι αγελαδινό στραγγιστό και απλό με διάφορες λιποπεριεκτικότητες και με ή χωρίς προσθήκη συστατικών, γιαούρτι με φρούτα και επιδόρπια γιαουρτιού (β) εισαγόμενα προϊόντα: κρέμα γάλακτος, γάλα με καφέ (UHT), γιαούρτι (ACTIMEL, DANONITO), επιδόρπια γιαουρτιού.

5.3. Η εταιρία «Μακεδονική Βιομηχανία Γάλακτος - ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε.» (εφεξής: «ΜΕΒΓΑΛ») δραστηριοποιείται από το 1950 στον κλάδο της γαλακτοβιομηχανίας και εδρεύει στο Δήμο Κουφαλίων, του Νομού Θεσσαλονίκης. Η ΜΕΒΓΑΛ δραστηριοποιείται στους εξής κλάδους γαλακτοκομικών προϊόντων: φρέσκο γάλα, γιαούρτια ευρωπαϊκού και παραδοσιακού τύπου και τυροκομικά. Η εταιρία από το 2003 δραστηριοποιείται και στον κλάδο των χυμών. Η ΜΕΒΓΑΛ το 2004 εξαγόρασε τη

μονάδα παραγωγής τυροκομικών ΕΒΡΟΓΑΛ στον Έβρο και συμμετέχει με 20% στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρίας ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ ΦΑΡΜΑ. Σύμφωνα με τα αναφερόμενα στην ιστοσελίδα της, σε συνδυασμό και με τα στοιχεία που συλλέχθηκαν από τη ΓΔΑ, η ΜΕΒΓΑΛ βρίσκεται στην τρίτη (3^η) θέση στον κλάδο των βιομηχανιών φρέσκων γαλακτοκομικών προϊόντων, στην 9^η θέση στον κλάδο βιομηχανιών τροφίμων και καταλαμβάνει την 30^η θέση στο σύνολο των ελληνικών εταιριών από πλευράς τζίρου (βάσει στοιχείων του 2005). Όλα τα προϊόντα της ΜΕΒΓΑΛ παράγονται στο εργοστάσιό της, το οποίο βρίσκεται στην Κεντρική Μακεδονία. Το δίκτυο διανομής της καλύπτει ανάμεσα σε άλλα περισσότερα από 22.000 μικρά και μεγάλα σημεία πώλησης σε ολόκληρη την ελληνική επικράτεια, 7 υποκαταστήματα, 2 θυγατρικές εταιρίες και 580 φορτηγά-ψυγεία για την καθημερινή διάθεση των προϊόντων της στην Ελλάδα και στο εξωτερικό (π.χ. Γερμανία, Αγγλία, Αυστραλία, Ιταλία, Γαλλία, Π.Γ.Δ.Μ., Η.Π.Α. κ.λπ.). Σήμερα η ΜΕΒΓΑΛ παράγει / εισάγει και διανέμει μία ποικιλία γαλακτοκομικών προϊόντων, μεταξύ των οποίων: (α) παραγόμενα προϊόντα: γάλα παστεριωμένο με διάφορες λιποπεριεκτικότητες (πλήρες, ελαφρύ άπαχο), γάλα με κακάο, γιαούρτι αγελαδινό στραγγιστό και απλό με διάφορες λιποπεριεκτικότητες, γιαούρτι πρόβειο, γιαούρτι με φρούτα και επιδόρπια γιαουρτιού, εδέσματα γιαουρτιού, κρέμα γάλακτος φρέσκια, ξυνόγαλα, (β) εισαγόμενα προϊόντα: γάλα μακράς διάρκειας (UHT), σοκολατούχο γάλα (UHT), γάλα εβαπορέ (μικρές συσκευασίες), κρέμα γάλακτος (UHT), παιδικά γιαούρτια και επιδόρπια.

- 5.4.** Η εταιρία «ΦΑΓΕ Βιομηχανία Επεξεργασίας Γάλακτος Α.Ε.» (εφεξής: «ΦΑΓΕ»), ελέγχεται από τους Ιωάννη και Κυριάκο Φιλίππου (50% του μετοχικού κεφαλαίου έκαστος) και διαδέχτηκε την εταιρία, που ιδρύθηκε το 1926 από την οικογένεια του κ. Αθανασίου Φιλίππου, πατέρα των σημερινών μετόχων. Η έδρα του Ομίλου είναι στην Αθήνα (Μεταμόρφωση νομού Αττικής). Οι βασικές δραστηριότητες της ΦΑΓΕ περιλαμβάνουν: α) την παραγωγή, επεξεργασία και διάθεση γαλακτοκομικών προϊόντων στην ελληνική και διεθνή αγορά και δη την επεξεργασία και εμπορία νωπού και μακράς διάρκειας εγκυτιωμένου γάλακτος, την παραγωγή και εμπορία τυποποιημένου και χύμα γιαουρτιού και την παραγωγή και εμπορία σκληρών, ημίσκληρων, μαλακών και με μορφή κρέμας τυριών, β) τη διανομή των προϊόντων Refresh (χυμοί) της εταιρίας

«ΕΒΓΑ Α.Β.Ε.Ε.» και γ) τη διανομή των προϊόντων ψυγείου kinder (σοκολατοειδή) της εταιρείας “Ferrero Spa”. Ειδικότερα, η ΦΑΓΕ σήμερα παράγει και διανέμει μία ποικιλία γαλακτοκομικών προϊόντων, μεταξύ των οποίων: (α) παραγόμενα προϊόντα: γάλα υψηλής παστερίωσης με διάφορες λιποπεριεκτικότητες και με ή χωρίς προσθήκη στοιχείων (σίδηρο, ασβέστιο κ.ά.), γάλα σοκολατούχο υψηλής παστερίωσης και μακράς διάρκειας, γιαούρτι αγελαδινό (στραγγιστό και απλό) με διάφορες λιποπεριεκτικότητες και με ή χωρίς προσθήκη συστατικών, γιαούρτι πρόβειο, γιαούρτι με φρούτα και δημητριακά, επιδόρπια γιαουρτιού, ξυνόγαλα, κρέμα γάλακτος (UHT), (β) εισαγόμενα προϊόντα: γάλα μακράς διάρκειας (UHT), επιδόρπια γιαουρτιού. Η ΦΑΓΕ με δελτίο τύπου της στις 21.9.2006 ενημέρωσε το καταναλωτικό κοινό για την αποχώρησή της έως το τέλος Σεπτεμβρίου 2006 από την αγορά του φρέσκου γάλακτος, ώστε να επικεντρώσει την παραγωγή της στην ταχύτερα αναπτυσσόμενη κατηγορία γάλακτος υψηλής παστερίωσης, η οποία αναπτύσσεται με μέσο ετήσιο ρυθμό 22,3% την τελευταία πενταετία. Στην κατηγορία αυτή η ΦΑΓΕ δραστηριοποιείται με τις μάρκες Γάλα 10 και ΦΑΡΜΑ, οι οποίες συγκεντρώνουν μερίδιο αγοράς 36,5%. Στο πλαίσιο αυτό διέκοψε την παραγωγή και διάθεση φρέσκου γάλακτος και εντείνει τις προσπάθειές της αξιοποιώντας το εργοστάσιο υψηλής παστερίωσης στο Αμύνταιο Φλωρίνης.

5.5. Η εταιρία «Κρι-Κρι Βιομηχανία Γάλακτος Α.Β.Ε.Ε.» (εφεξής: «ΚΡΙ-ΚΡΙ») με έδρα στις Σέρρες δραστηριοποιείται στον ευρύτερο κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων και ειδικότερα στην παραγωγή και διάθεση παγωτού, γιαουρτιού και φρέσκου γάλακτος. Διαθέτει μία θυγατρική εταιρία στην Π.Γ.Δ.Μ., την “ΚΡΙ-ΚΡΙ ΔΟΟ ΚΥΜΑΝΟΒΟ”, στην οποία συμμετέχει με ποσοστό 71,15%. Διαθέτει επίσης, ένα κέντρο διανομής έτοιμων προϊόντων στον Ασπρόπυργο Αττικής. Πραγματοποιεί εισαγωγές σε πρόβειο γάλα και σε σκόνη αγελαδινού γάλακτος (5,5% επί των αγορών της σε πρώτη ύλη), η οποία χρησιμοποιείται μόνο για την παραγωγή παγωτού.

5.6. Η εταιρία «Βιομηχανία Γάλακτος Ξάνθης Α.Ε.» (εφεξής: «ΡΟΔΟΠΗ») με έδρα στην Ξάνθη και έτος ίδρυσης το 1963, δραστηριοποιείται στην παραγωγή και επεξεργασία γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων. Η εταιρία ελέγχεται από την

«ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.», η οποία κατέχει το 70,09% του μετοχικού της κεφαλαίου.

Αλυσίδες σούπερ-μάρκετ

5.7. «Καρφούρ Μαρινόπουλος Α.Ε.» (εφεξής ΚΑΡΦΟΥΡ).

Η εταιρεία ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. είχε συσταθεί το Μάρτιο 2002 με την επωνυμία ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΠΟΛΥΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ και δραστηριοποιείται στην ίδρυση, οργάνωση και εκμετάλλευση υπεραγορών (με το σήμα CARREFOUR), σούπερ μάρκετ (με το σήμα CHAMPION) και καταστημάτων «γειτονιάς» (με το σήμα 5' ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ). Από το 2003 η εν λόγω εταιρεία αναπτύσσεται και μέσω του συστήματος της δικαιόχρησης (franchise) για το οποίο χρησιμοποιεί το σήμα 5' ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ και SMILE.

Ο όμιλος ΚΑΡΦΟΥΡ έχει 177 καταστήματα σε ολόκληρη την ελληνική επικράτεια, τα οποία κατανέμονται ως ακολούθως: Ν. Αττικής (73), Ν. Θεσ/νίκης (20), Ν. Χανίων (7), Ν. Δωδεκανήσου και Ν. Σερρών (5), Ν. Πέλλας (4), Ν. Έβρου, Κέρκυρας, Κοζάνης, Ρεθύμνου και Φθιώτιδος (3) και στους υπόλοιπους νομούς από 1 ή 2 καταστήματα.

Η γαλλική εταιρεία CARREFOUR S.A. είναι η μητρική εταιρεία του διεθνούς ομίλου CARREFOUR, ο οποίος έχει περισσότερες από 100 θυγατρικές ή συμμετοχές σε εταιρείες σε διάφορες χώρες στην Ευρώπη, Ασία και Αμερική.

Η CARREFOUR S.A. είναι εισηγμένη στην Κύρια Αγορά του χρηματιστηρίου του Παρισιού.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ICAP Databank, η ΚΑΡΦΟΥΡ κατέλαβε τις ακόλουθες θέσεις βάσει του ισολογισμού χρήσεως 2003: 1^η μεταξύ των 15 μεγαλύτερων εταιρειών του κλάδου σουπερμάρκετ-πολυκαταστήματα βάσει συνόλου ενεργητικού, 2^η μεταξύ των 100 μεγαλύτερων εμπορικών εταιρειών βάσει πωλήσεων, 1^η μεταξύ των 100 μεγαλύτερων εμπορικών εταιρειών βάσει συνόλου ενεργητικού και 16^η μεταξύ των 100 εμπορικών εταιρειών με τα μεγαλύτερα καθαρά κέρδη (βλ. μελέτη της ICAP, Σούπερ μάρκετ, Νοέμβριος 2005).

5.8. Η «Αλφα-Βήτα Βασιλόπουλος Α.Ε.» (εφεξής ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ)

Η «ΑΛΦΑ-ΒΗΤΑ» ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε ιδρύθηκε το Δεκέμβριο 1969 από τους αδελφούς Γεράσιμο και Χαράλαμπο Βασιλόπουλο. Τον Νοέμβριο του 1990 εισάγεται στην Κύρια Αγορά του Χρηματιστηρίου Αθηνών. Τον Ιούλιο του 1992 εντάσσεται στο Βελγικό Όμιλο Delhaize. Τα καταστήματά της διαχωρίζονται σε μεγάλα καταστήματα, τα οποία δίνουν έμφαση στα φρέσκα προϊόντα (city) και καταστήματα που λειτουργούν με το σύστημα franchising (AB Shop & Co, AB Food Market). Σύμφωνα με τα στοιχεία της ICAP Databank, η ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ κατέλαβε τις ακόλουθες θέσεις βάσει του ισολογισμού χρήσεως 2003: 2^η μεταξύ των 15 μεγαλύτερων εταιρειών του κλάδου σουπερμάρκετ-πολυκαταστήματα βάσει συνόλου ενεργητικού, 5^η μεταξύ των 100 μεγαλύτερων εμπορικών εταιρειών βάσει πωλήσεων, 5^η μεταξύ των 100 μεγαλύτερων εμπορικών εταιρειών βάσει συνόλου ενεργητικού και 24^η μεταξύ των 100 εμπορικών εταιρειών με τα μεγαλύτερα καθαρά κέρδη (βλ. μελέτη της ICAP, Σούπερ μάρκετ, Νοέμβριος 2005).

5.9. Η «Σκλαβενίτης Ι. & Σ. Α.Ε.Ε.» (εφεξής ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ)

Ιδρύθηκε το 1971 μετά από συγχώνευση των εταιρειών Σκλαβενίτης Σπύρος & Σία ΟΕ και Σκλαβενίτης Ιωάννης & Σία ΟΕ. Το 1985 απορρόφησε την Σκλαβενίτης Ελληνικά Σουπερμάρκετς Α.Ε. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ICAP Databank, η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ κατέλαβε τις ακόλουθες θέσεις βάσει του ισολογισμού χρήσεως 2003: 5^η μεταξύ των 15 μεγαλύτερων εταιρειών του κλάδου σουπερμάρκετ-πολυκαταστήματα βάσει συνόλου ενεργητικού, 6^η μεταξύ των 100 μεγαλύτερων εμπορικών εταιρειών βάσει πωλήσεων, 16^η μεταξύ των 100 μεγαλύτερων εμπορικών εταιρειών βάσει συνόλου ενεργητικού και 12^η μεταξύ των 100 εμπορικών εταιρειών με τα μεγαλύτερα καθαρά κέρδη (βλ. μελέτη της ICAP, Σούπερ μάρκετ, Νοέμβριος 2005).

5.10. Η «Αφοι Βερόπουλοι Α.Ε.Β.Ε.» (εφεξής ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ)

Ιδρύθηκε τον Ιανουάριο του 2003. Προήλθε από συγχώνευση των εταιρειών Βερόπουλοι Αφοί Α.Ε.Β.Ε. και Πανεμπορική Σουπερμάρκετ Α.Ε. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ICAP Databank, η ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ κατέλαβε τις ακόλουθες θέσεις βάσει του ισολογισμού χρήσεως 2003: 3^η μεταξύ των 15 μεγαλύτερων εταιρειών του κλάδου σουπερμάρκετ-πολυκαταστήματα βάσει συνόλου ενεργητικού, 10^η μεταξύ των 100

μεγαλύτερων εμπορικών εταιρειών βάσει πωλήσεων και 12^η μεταξύ των 100 μεγαλύτερων εμπορικών εταιρειών βάσει συνόλου ενεργητικού (βλ. μελέτη της ICAP, Σούπερ μάρκετ, Νοέμβριος 2005).

5.11. Η «Ατλάντικ Σούπερ Μάρκετ Α.Ε.» (εφεξής ΑΤΛΑΝΤΙΚ)

Η ανώνυμη εταιρεία με την επωνυμία «ΑΤΛΑΝΤΙΚ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ» και το διακριτικό τίτλο «ΑΤΛΑΝΤΙΚ Α.Ε.» συστάθηκε με τη σημερινή της νομική μορφή την 31/7/1997 (ΦΕΚ 5789/7.8.1997 Τεύχος Α.Ε. και ΕΠΕ), μετά από συγχώνευση των εταιρειών Φάρμα Τετράς Α.Ε.Β.Ε. και Ατλάντικ Supermarket Α.Ε. και είναι εγγεγραμμένη στο Μητρώο Ανωνύμων Εταιρειών που τηρείται στη αρμόδια Νομαρχία Αθηνών με Αριθμό Μητρώου Α.Ε 38657/0/ΝΤ/Β/97/143. Τον Ιανουάριο του 2001 εισήχθη στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών. Το 2001 απορρόφησε τον εμπορικό κλάδο της εταιρείας Γαληνός-Μπαλής Σουπερμάρκετ Α.Ε. και στο τέλος του ίδιου έτους απορρόφησε τη Λαουτάρης Γ. Α.Ε.Β.Ε. Τον Αύγουστο του 2002 απορρόφησε την Άριστα Α.Ε. Σκοπός της Εταιρείας είναι κατά κύριο λόγο η αγορά και πώληση ειδών διατροφής και λοιπών ειδών Σούπερ Μάρκετ τόσο λιανικώς όσο και χονδρικώς, και οι εισαγωγές και εξαγωγές των πιο πάνω ειδών. Η ΑΤΛΑΝΤΙΚ δραστηριοποιείται στην εκμετάλλευση καταστημάτων Σούπερ Μάρκετ και Cash & Carry, διαθέτοντας στην εγχώρια αγορά μέσω του δικτύου καταστημάτων της προϊόντα στις κατηγορίες τρόφιμα, μη τρόφιμα, υπηρεσίες κ.λ.π. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ICAP Databank, η ΑΤΛΑΝΤΙΚ κατέλαβε τις ακόλουθες θέσεις βάσει του ισολογισμού χρήσεως 2003: 4^η μεταξύ των 15 μεγαλύτερων εταιρειών του κλάδου σουπερμάρκετ-πολυκαταστήματα βάσει συνόλου ενεργητικού, 11^η μεταξύ των 100 μεγαλύτερων εμπορικών εταιρειών βάσει πωλήσεων και 14^η μεταξύ των 100 μεγαλύτερων εμπορικών εταιρειών βάσει συνόλου ενεργητικού (βλ. μελέτη της ICAP, Σούπερ μάρκετ, Νοέμβριος 2005).

5.12. «Ελληνικός Ομίλος Αλυσίδων Σούπερ Μάρκετ Ε.Π.Ε» (εφεξής ΕΛΟΜΑΣ)

Η ΕΛ.ΟΜ.Α.Σ -ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΜΙΛΟΣ ΑΛΥΣΙΔΩΝ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ, ιδρύθηκε το 1994. Πρόκειται για μια στρατηγική συμμαχία Αλυσίδων Σούπερ Μάρκετ μεσαίου μεγέθους οι οποίες διαθέτουν παρόμοια φιλοσοφία λειτουργίας, αντιμετωπίζουν ανάλογα προβλήματα και μοιράζονται κοινά οράματα και στόχους. (βλ. ιστοσελίδα

www.elomas.gr . Τα μέλη του έχουν ως εξής: ΑΓΓΕΛΗΣ Χ. & ΥΙΟΙ ΑΕ, ΚΟΚΩΣΗΣ Β. ΑΕΓΕ, ΑΛΙΜΕΝΤΑ ΤΟΠ ΑΕΒΕ, ΚΟΡΥΦΗ ΑΕ, ΑΝΔΡΙΚΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕΒΕ , ΚΡΟΝΟΣ Ν. ΚΑΡΑΚΙΤΣΟΣ ΑΕΒΕ , ΑΡΒΑΝΙΤΙΔΗΣ ΑΕ, ΛΑΡΙΣΑ ΑΒΕΕ, ΒΑΖΑΑΡ ΑΕ, ΜΕΡΙΜΝΑ ΑΕΕ, ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΗΣ Σ. ΜΙΧΑΗΛ ΑΕΒΕ, ΜΟΥΡΓΗ Π. ΑΦΟΙ ΑΕ, ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΙ ΑΦΟΙ ΑΕ, ΜΠΑΛΗΣ ΑΝΤ. & ΣΙΑ ΑΕ, ΒΕΡΓΙΝΗΣ Σ. & Ε. ΚΑΔ, ΞΕΝΟΣ Π. Θ. & ΣΙΑ ΟΕ, ΓΑΛΑΓΓΑΛΑΣ ΕΠΕ ΟΜΙΛΟΣ ΕΠΙΧ/ΣΕΩΝ , ΙΩΑΝΝΗΣ ΧΡ. ΣΠΑΝΟΥ ΑΕ, ΓΑΛΑΞΙΑΣ ΑΕ ΔΗΜΗΤΡΑ ΜΑΡΚΕΤ, ΠΑΛΑΜΑΡΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ Α.Ε, ΓΕΓΟΣ Ν. & ΣΙΑ ΟΕ, ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ ΒΑΣ. ΑΕ, ΓΟΥΝΤΣΙΔΗΣ ΑΕ, ΠΕΙΡΑΪΚΟΝ, Ε.Α.Σ ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ ΣΥΝ ΠΕ, ΠΡΙΤΣΟΥΛΗΣ "STAR MARKET" ΑΕ, ELITE S/M ΑΕ, ΠΤΟΛΕΜΑΙΣ S/M ΕΠΕ, ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΑΝΑΓΙΩΤΙΑΔΗΣ ΑΕΕ, Σ.Π.Α.Κ ΑΕ, ΙΝ.ΚΑ ΧΑΝΙΩΝ ΠΡΟΜ. & ΚΑΤ. ΣΥΝ. ΠΕ, ΣΙΚΥΩΝ ΑΕΕ, KEY FOOD ΑΕ, ΣΥΜΕΩΝΙΔΗΣ Γ. & ΣΙΑ ΟΕ, ΚΑΡΑΓΕΩΡΓΟΥ Χ & ΣΙΑ ΟΕ, ΤΕΡΖΗΣ Π. & ΣΙΑ ΟΕ, , ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗΣ ΑΦΟΙ, UNIK - ΑΙΚ. ΠΑΡΑΣΚΕΥΟΠΟΥΛΟΥ ΑΕ, ΚΑΣΙΜΗΣ ΑΕ).

Ο συνολικός τζίρος του ομίλου για το 2004 ανέρχεται στο ποσό των 1,38 δις € στο οποίο φαίνεται η καθαρή ανάπτυξη των σημερινών 47 Μελών του, με συνολικό αριθμό το 2004 πάνω από 610 καταστήματα στην Ελλάδα (βλ. μελέτη της ICAP, Σούπερ μάρκετ, Νοέμβριος 2005).

5.13. «Μασούτης Α. Σούπερμάρκετ Α.Ε.» (εφεξής ΜΑΣΟΥΤΗΣ)

Ιδρύθηκε το 1977 στη Θεσσαλονίκη. Το 1992 απορρόφησε την εταιρεία Μασούτης Διαμαντής ΑΕ Σούπερ Μάρκετ Καβάλας. Το Δεκέμβριο του 1999 εξαγόρασε την Μπίσκα Αφοί ΑΒΕΕ, η οποία με τη σειρά της απορρόφησε την Δύο Άλφα ΑΕ το 2001. Εντός του 2002 η τιτλούχος εξαγόρασε πλήρως την εταιρεία Άλφα Δέλτα Supermarket ΑΕ. Αναφέρεται ότι η Μπίσκα Αφοί ΑΒΕΕ απορροφήθηκε τον Ιούλιο του 2003 από την Άλφα Δέλτα Supermarket ΑΕ. Το 2002 η Άλφα Δέλτα Supermarket ΑΕ απορρόφησε την Μπίσκα Γ. ΑΕ. Στις 31/3/2005 η τιτλούχος απορρόφησε την Άλφα Δέλτα Supermarket ΑΕ.

Η εταιρεία διαθέτει προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (376 κωδικούς), ο μεγαλύτερος αριθμός των οποίων αφορά τρόφιμα.

Σύμφωνα με στοιχεία της ICAP Databank, η ΜΑΣΟΥΤΗΣ κατέλαβε τις ακόλουθες θέσεις βάσει του ισολογισμού της χρήσεως 2003: 8η μεταξύ των 15 μεγαλύτερων εταιρειών του κλάδου Σούπερ Μάρκετ – Πολυκαταστήματα βάσει συνόλου ενεργητικού, 22η μεταξύ των 100 μεγαλύτερων εμπορικών εταιρειών βάσει πωλήσεων,

27η μεταξύ των 100 μεγαλύτερων εμπορικών εταιρειών βάσει καθαρών κερδών και 35η μεταξύ των 100 μεγαλύτερων εμπορικών εταιρειών βάσει συνόλου ενεργητικού (βλ. μελέτη της ICAP, Σούπερ μάρκετ, Νοέμβριος 2005).

II. ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΔΙΑΝΟΜΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑ ΣΤΗΝ ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

6. Τα εγχωρίως παραγόμενα προϊόντα κατέχουν σημαντική θέση στη συνολική κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων, ενώ οι εξαγωγές διαμορφώνονται σε χαμηλά επίπεδα. Οι εισαγωγές, σε ορισμένες μόνο κατηγορίες προϊόντων, καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της κατανάλωσης, ενώ σημαντικό μέρος αυτών προορίζεται για επαγγελματική χρήση.

Τα κυριότερα γαλακτοκομικά προϊόντα είναι: φρέσκο παστεριωμένο γάλα, συμπυκνωμένο γάλα, γάλα μακράς διαρκείας (υψηλής παστερίωσης), βούτυρο, κρέμα γάλακτος, γιαούρτι, ξυνόγαλο και επιδόρπια γάλακτος.

- 6.1. Στον ακόλουθο Πίνακα 1 παρουσιάζεται η συνολική κατανάλωση γάλακτος (λευκού και σοκολατούχου) για την περίοδο 1999-2004. Για την ορθότερη σύγκριση των μεγεθών του πίνακα, το μέγεθος αγοράς συμπυκνωμένου γάλακτος (εβαπορέ και ζαχαρούχο) έχει μετατραπεί σε ισοδύναμες ποσότητες πόσιμου γάλακτος με βάση τον συντελεστή 2,1 (Βλ. Κλαδική Μελέτη με τίτλο «Γαλακτοκομικά Προϊόντα», ICAP, Δεκέμβριος 2005).

Πίνακας 1

Εγχώρια αγορά γάλακτος κατά κατηγορία (1999-2004)												
Κατηγορία Γάλακτος	1999	Μερίδιο %	2000	Μερίδιο %	2001	Μερίδιο %	2002	Μερίδιο %	2003	Μερίδιο %	2004	Μερίδιο %
Φρέσκο Πα- στεριωμένο	395.000	55,01	405.000	55,3	410.100	56,85	456.469	59,78	493.199	56,67	505.000	57,26
Συμπυκνω- μένο	260.007	36,21	256.341	35	233.558	32,38	219.521	28,75	273.594	31,44	263.273	29,85
Υψηλής Παστερίωσης	38.800	5,4	47.500	6,49	55.000	7,62	65.000	8,51	80.000	9,19	90.000	10,20
Μακράς Διαρκείας	24.260	3,38	23.570	3,22	22.720	3,15	22.600	2,96	23.515	2,70	23.682	2,69
Σύνολο	718.067	100	732.411	100	721.378	100	763.590	100	870.308	100	881.955	100

Ποσότητα: τόνοι

Πηγή: Υπουργείο Γεωργίας, Εκτιμήσεις Αγοράς / ICAP

- 6.2.** Όσον αφορά στο βούτυρο, η εγχώρια φαινομενική του κατανάλωση παρουσίασε σημαντικές διακυμάνσεις κατά το διάστημα 1994-2003. Το 2004 ανήλθε σε 9,7 χιλ. τόνους, μειωμένη κατά 1,4% συγκριτικά με το 2003. Το μεγαλύτερο μέρος της αγοράς καλύπτουν οι εισαγωγές, το δε ποσοστό συμμετοχής τους κυμάνθηκε μεταξύ 80%-85%, την τριετία 2002-2004.
- 6.3.** Το μέγεθος της αγοράς κρέμας γάλακτος διαμορφώθηκε μεταξύ των 19.000-21.000 τόνων περίπου κατά την τελευταία δεκαετία (εμφανίζοντας ετήσιες διακυμάνσεις). Τα εισαγόμενα προϊόντα καλύπτουν σημαντικό μέρος της εγχώριας κατανάλωσης, ο δε βαθμός εισαγωγικής διείσδυσης κυμάνθηκε μεταξύ 50%-55% την τελευταία τριετία, ενώ οι εξαγωγές του συγκεκριμένου προϊόντος είναι σχεδόν αμελητέες.
- 6.4.** Η συνολική εγχώρια κατανάλωση γιαουρτιού εμφάνισε ανοδική πορεία κατά το χρονικό διάστημα 1996-2004, με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 4% περίπου (1996: 72,1 χιλ. τόνοι, 2004: 98,2 χιλ. τόνοι). Το μεγαλύτερο μέρος της εγχώριας φαινομενικής κατανάλωσης καλύπτεται από τα εγχωρίως παραγόμενα προϊόντα, τα οποία καλύπτουν πάνω από 90% της αγοράς τα τελευταία χρόνια. Σημειώνεται ότι ο βαθμός εξαγωγικής επίδοσης της κατηγορίας αυτής διαμορφώνεται σε πολύ υψηλά επίπεδα σε σχέση με τα λοιπά γαλακτοκομικά προϊόντα.
- Ειδικότερα, η εγχώρια παραγωγή ανήλθε σε 110 χιλ. τόνους το 2004 από 72,1 χιλ. τόνους το 1996, με τις εξαγωγές να καλύπτουν το 17,4% το 2004. Οι εισαγωγές, διαμορφώνονται σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα (περίπου 3 -7,5χιλ. τόνοι την τριετία 2002-2004).
- 6.5.** Τέλος, αναφορικά με το ξυνόγαλο, τα ποτά με βάση το γάλα, καθώς και τα επιδόρπια γάλακτος, η εγχώρια φαινομενική κατανάλωση ξυνόγαλου και ποτών με βάση το γάλα παρουσίασε ανοδική πορεία την περίοδο 1996-2000, από 8,2 χιλ. τόνους το 1996 σε 17,1 χιλ. τόνους το 2000, ενώ την επόμενη τετραετία κινήθηκε πτωτικά φτάνοντας τους 10,6 χιλ. τόνους το 2004. Οι εισαγωγές καλύπτουν σημαντικό μέρος της συνολικής κατανάλωσης, το δε ποσοστό συμμετοχής τους διαμορφώθηκε στο 44% περίπου το 2004.
- 6.6.** Η εγχώρια αγορά των επιδορπίων γάλακτος παρουσίασε σημαντική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια, καθώς εμπλουτίστηκε με ποικιλία προϊόντων πέραν των παραδοσιακών και εκτιμάται σε 5.500-6.000 τόνους.

7. Η διανομή του γάλακτος χαρακτηρίζεται ως ιδιαίτερης σημασίας και υψηλού κόστους δραστηριότητα, κυρίως εκείνη του φρέσκου. Και τούτο διότι:

- ο το γάλα κατατάσσεται στα ευπαθή είδη διατροφής, με αποτέλεσμα η διανομή του να απαιτεί ειδικές συνθήκες ψύξης και μεταφοράς
- ο υπάρχει εδαφική ανομοιογένεια στη χώρα μας (πολλά νησιά, ορεινές περιοχές κ.λ.π. για τις οποίες παρουσιάζονται προβλήματα πρόσβασης όταν οι καιρικές συνθήκες δεν είναι καλές), χαρακτηριστικό που δημιουργεί επιπρόσθετες δυσκολίες στη διανομή του προϊόντος, οι οποίες εντείνονται σε συνάρτηση με τις ελλειπείς σε πολλές των περιπτώσεων υποδομές (κακοί δρόμοι, ανεπαρκές σύστημα ηλεκτροδότησης κ.λ.π.)
- ο συχνά χρειάζεται να γίνεται τροφοδότηση της αγοράς όχι άπαξ ημερησίως, αλλά περισσότερες φορές και τουλάχιστον δύο.

7.1. Ως αποτέλεσμα, επομένως, των προαναφερόμενων παραγόντων που διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη λειτουργία της αλυσίδας, το κόστος διανομής χαρακτηρίζεται ως ιδιαίτερα υψηλό. Σε κάποιες εταιρείες το κόστος διανομής ως ποσοστό του τελικού κόστους του προϊόντος φθάνει κατά μέσο όρο το 7% σε άλλες 9,8% επί του τζίρου, ή και 12% επί των καθαρών πωλήσεων. Το κόστος διανομής-αποθήκευσης φθάνει, κατά μέσο όρο, το 20% της συνολικής τιμής του προϊόντος, αλλά μπορεί να φθάσει και το 30%, ανάλογα με τον κωδικό, το δίκτυο διανομής και την απόσταση.

7.2. Το κόστος διανομής εξαρτάται βέβαια και από τον αριθμό των περιοχών, όπου φθάνουν τα προϊόντα μιας εταιρείας και την απόσταση των περιοχών αυτών από την μονάδα της. Εταιρείες τοπικού χαρακτήρα που κατ' επέκταση προωθούν τα προϊόντα τους στην τοπική και τη γύρω αγορά έχουν σαφώς χαμηλότερο κόστος σε σχέση με τις υπόλοιπες, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι και πάλι δεν είναι σημαντικό το κόστος αυτό για τη λειτουργία τους. Όμως, το χαμηλότερο κόστος διανομής που έχουν τους παρέχει μεγαλύτερη ευελιξία σε θέματα τιμής, σε σχέση με τις υπόλοιπες εταιρείες. Αυτό βέβαια ισχύει όσο τα πράγματα μένουν σ' ένα τοπικό επίπεδο. Για τις περισσότερες, ωστόσο, τοπικές γαλακτοβιομηχανίες παραμένουν τα πράγματα σε τοπικό επίπεδο, καθώς θεωρείται μη συμφέρουσα αλλά και ιδιαίτερα δύσκολη η επέκτασή τους σε περιοχές απομακρυσμένες από την βάση τους και, με αυτή την έννοια, «απρόσιτες».

7.3. Γενικότερα, πάντως, το θέμα της διανομής έχει και άλλες παραμέτρους, καθώς δεν σχετίζεται μόνο με το αν είναι υψηλό το κόστος λειτουργίας του δικτύου, αλλά και με τις συμφωνίες, τις διαπραγματεύσεις, τη δυνατότητα να ικανοποιηθούν διάφορα σημεία πώλησης. Επίσης, δεν πρέπει να παραβλέπεται και ένας άλλος σοβαρός παράγοντας κόστους που σχετίζεται με τη διανομή, δηλαδή οι επιστροφές των προϊόντων και ιδίως των γιουρτιών, που στη συνέχεια καταστρέφονται.

7.4. Το μέγεθος και ο βαθμός οργάνωσης των παραγωγικών μονάδων επηρεάζει και τον τρόπο διανομής των προϊόντων τους. Συγκεκριμένα, οι μεγάλες επιχειρήσεις παραγωγής και εισαγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων, διακινούν τα συγκεκριμένα προϊόντα κατά κύριο λόγο μέσω ιδίου δικτύου διανομής και, εν μέρει, μέσω αντιπροσώπων και χονδρεμπόρων. Το δίκτυο των μεγάλων επιχειρήσεων καλύπτει συνήθως ολόκληρο σχεδόν τον ελλαδικό χώρο, ενώ οι τοπικοί αντιπρόσωποι-εταιρείες διανομής εξυπηρετούν ορισμένες περιοχές, οι οποίες είναι γεωγραφικά απομακρυσμένες από τα κέντρα διανομής και τις αποθήκες των εν λόγω εταιρειών.

7.5. Οι μικρότερου μεγέθους επιχειρήσεις συνεργάζονται με δίκτυα αντιπροσώπων, μεσαζόντων και χονδρεμπόρων, ενώ αρκετές εξ αυτών διαθέτουν τα προϊόντα τους απευθείας στα καταστήματά τους ή στην τοπική αγορά.

Τα εξεταζόμενα προϊόντα διατίθενται σε σούπερ-μάρκετ, σε μικρά σημεία πώλησης, όπως είναι περίπτερα, ψιλικάτζιδικα, γαλακτοπωλεία, αρτοποιεία κλπ, καθώς και σε καταστήματα τροφίμων, καθώς επίσης και σε εξειδικευμένα καταστήματα (gelateria-café), σε εταιρείες catering και σε χώρους μαζικής εστίασης, όπως είναι οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, τα εστιατόρια κ.α.

8. Κύριο σημείο πώλησης του γάλακτος και παράλληλα βασικό «πεδίο» της «μάχης» για διεκδίκηση μεριδίων της αγοράς αποτελεί το σούπερ-μάρκετ.

8.1. Σχετικά με το περιεχόμενο των εμπορικών συμφωνιών και το κατά πόσο αυτές είναι υπέρ των προμηθευτών ή υπέρ των διανομέων, εξαρτάται αφενός από τη δυναμική που έχει μια εταιρεία γάλακτος μέσω του εμπορικού της σήματος στην αγορά και αφετέρου από την αντίστοιχη δυναμική της αλυσίδας στην ίδια αγορά.

8.2. Σημαντικό μέσο που χρησιμοποιούν οι εταιρείες του κλάδου για την τοποθέτηση των προϊόντων τους στα καταστήματα λιανικής είναι οι διάφορες εκπτώσεις, πιστώσεις και επιπλέον παροχές. Ειδικότερα, οι παροχές των εταιρειών προς τους μεγάλους λιανέμπορους έχουν αυξηθεί, προκειμένου η καθεμία από αυτές να εξασφαλίσει καλύτερη θέση για τα προϊόντα της στα ψυγεία των καταστημάτων σε σχέση με τους ανταγωνιστές της. Οι πιστώσεις και οι εκπτώσεις που παρέχονται διαφοροποιούνται ανάλογα με τη συμφωνία που υπογράφεται μεταξύ των μερών, αλλά και από τον τρόπο πληρωμής. Το ποσοστό έκπτωσης εξαρτάται από τις πωλήσεις που πραγματοποίησε ο πελάτης τους κατά το προηγούμενο έτος.

8.3. Όσον αφορά στις επιπλέον παροχές που δίνονται από τις εταιρείες για την τοποθέτηση των προϊόντων τους στα καταστήματα λιανικής, περιλαμβάνονται οι εξής:

- «πριμ» για τοποθέτηση του προϊόντος στα μεγάλα ψυγεία-καταψύκτες, δεδομένου του περιορισμένου συνολικού διαθέσιμου χώρου

i. εποχιακές προσφορές (κουπόνια έκπτωσης, δώρα)

Διαφόρων μορφών προσφορές γίνονται επίσης προς τους χονδρεμπόρους και τους καταναλωτές.

Το σούπερ-μάρκετ πάντως είναι το κυρίαρχο σημείο πώλησης του γάλακτος, καθώς μέσω αυτού προωθείται το 60-70% των πωλήσεων, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό διανέμεται μέσω άλλων καταστημάτων πώλησης τροφίμων, των φούρνων, των ψλικάτζιδικών και των περιπτέρων. Ως εκ τούτου όλες οι γνωστές, ευρύτερης εμβέλειας, αλυσίδες σούπερ μάρκετ αποτελούν για τις γαλακτοβιομηχανίες μεγάλους πελάτες, με την έννοια ότι αντιπροσωπεύουν, κάθε μία ξεχωριστά, ποσοστό μεγαλύτερο του 5% του κύκλου εργασιών κάθε βιομηχανίας.

8.4. Ο συνολικός αριθμός καταστημάτων σούπερ-μάρκετ που λειτούργησαν στην Ελλάδα το διάστημα 2003-2004 (αλυσίδων και μεμονωμένων σούπερ-μάρκετ) ανήλθε σε 3.341 για το 2004.

Η Αττική (περιοχή πρωτεύουσας και υπόλοιπο νομού Αττικής) κατέχει το μεγαλύτερο ποσοστό του συνόλου των καταστημάτων (αλυσίδων και μεμονωμένων σούπερ-μάρκετ) για το 2004 (28,4%), ενώ η Βόρεια Ελλάδα (νομός Θεσσαλονίκης, Ανατολική Μακεδονία

και Θράκη, Κεντρική και Δυτική Μακεδονία) καταλαμβάνει 26,7% του συνόλου. Ακολουθούν οι περιοχές της Πελοποννήσου και της Δυτικής Ελλάδας με 7,3% και 6,6% αντίστοιχα. Από τα διαθέσιμα στοιχεία (Δεκέμβριος 2004) προκύπτει ότι ο Όμιλος Carrefour - Μαρινόπουλος (συμπεριλαμβανομένου και του DIA) διαθέτει 531 καταστήματα, η ΑΛΦΑ-ΒΗΤΑ Βασιλόπουλος 100, η ΑΤΛΑΝΤΙΚ 192, η Βερόπουλοι 165 και η Σκλαβενίτης 36.

Σύμφωνα με στοιχεία μεριδίων εταιρειών σούπερ-μάρκετ και cash&carry στη συνολική εγχώρια αγορά για το 2004, η εταιρεία Carrefour-Μαρινόπουλος Α.Ε. κατείχε το μεγαλύτερο μερίδιο (16,1%) στην εξεταζόμενη αγορά. Τη δεύτερη θέση κατείχε η Άλφα Βήτα Βασιλόπουλος Α.Ε. με μερίδιο 8,9% και ακολουθούν οι εταιρείες Σκλαβενίτης Ι. & Σ. Α.Ε.Ε. και η Βερόπουλοι Αφοί Α.Ε.Β.Ε., με μερίδια 7,9% και 5,8% αντίστοιχα. Η ΑΤΛΑΝΤΙΚ κατείχε μερίδιο αγοράς ίσο με 5,5%. Ο βαθμός συγκέντρωσης των 8 εταιρειών σούπερ-μάρκετ και cash&carry είναι σημαντικά υψηλός (CR8=53,3%).

Όσον αφορά στα μερίδια αγοράς των ομίλων σούπερ μάρκετ, προκύπτει ότι ο όμιλος Carrefour κατέλαβε μερίδιο 19,8% στη συνολική αγορά του 2004. Στη δεύτερη θέση βρίσκεται ο όμιλος Άλφα Βήτα Βασιλόπουλος με μερίδιο 9,8%, ακολουθούμενος από τους ομίλους Βερόπουλου (6,7%), Μασούτη (4,6%) και Πέντε (3,3%).

9. Σημαντική εξέλιξη στον τομέα των ανταγωνιστικών κινήσεων, αλλά και των προτιμήσεων των καταναλωτών, αποτελούν τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας. Τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (own label ή private label) παράγονται από τις εταιρείες του κλάδου για λογαριασμό επιχειρήσεων σούπερ μάρκετ και φέρουν το εμπορικό σήμα που ανήκει στην αλυσίδα ή τον όμιλο σούπερ-μάρκετ. Η επωνυμία της αλυσίδας και η εμπιστοσύνη των καταναλωτών σε αυτήν αποτελούν σημαντικό παράγοντα επιτυχίας των εν λόγω προϊόντων.

Οι πωλήσεις των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας εμφανίζουν ανοδική τάση τα τελευταία χρόνια και εκτιμάται ότι θα παρουσιάσουν περαιτέρω ανάπτυξη. Κύριο πλεονέκτημα θεωρείται η χαμηλότερη τιμή τους έναντι των «επώνυμων» προϊόντων, με αποτέλεσμα να προσελκύουν τους καταναλωτές. Οι διαφορές των τιμών ποικίλουν ανάλογα με την κατηγορία, ενώ εκτιμάται ότι η διαφορά τιμών μεταξύ προϊόντων own brand και «επώνυμων» γενικά κυμαίνεται από 20% έως και 45%.

Η ανάπτυξή τους στηρίζεται επίσης και στην αυξανόμενη εξοικείωση των καταναλωτών με τη συγκεκριμένη κατηγορία προϊόντων. Τα συγκεκριμένα είδη προτιμώνται διότι κατά το μεγαλύτερο μέρος θεωρούνται ποιοτικά εφάμιλλα με αντίστοιχα «επώνυμα» προϊόντα και προσφέρονται σε χαμηλότερες τιμές.

III. ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

10. Οι σχετικές αγορές γαλακτοκομικών ως τελικά προϊόντα

Η σχετική αγορά προϊόντων περιλαμβάνει το σύνολο των προϊόντων που θεωρούνται από τον καταναλωτή εναλλάξιμα ή δυνάμενα να υποκατασταθούν μεταξύ τους λόγω των χαρακτηριστικών τους, της τιμής τους και της σκοπούμενης χρήσης τους.

Η αγορά των γαλακτοκομικών ως τελικών προϊόντων μπορεί, κατ' αρχήν, να διακριθεί στις εξής πέντε επιμέρους αγορές: (i) Γάλα, Λευκό και Σοκολατούχο, (ii) Κρέμα γάλακτος, (iii) Επιδόρπια με βάση το γάλα, (iv) Γιαούρτι και (v) Ξυνόγαλο.

Σημειώνεται, ότι τα τυριά εξαιρούνται από τα υπό εξέταση προϊόντα, καθώς (α) ο Κώδικας Τροφίμων και Ποτών δεν τα εντάσσει στα «γαλακτοκομικά προϊόντα», (β) δεν υπάγονται, σύμφωνα με τη νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, σε ΚΟΑ, όπως το γάλα και (γ) η ελληνική παραγωγή τυριών προέρχεται στο μεγαλύτερο ποσοστό (90%) από πρόβειο γάλα, είναι κατακερματισμένη σε πολλούς μικρούς παραγωγούς και αφορά κυρίως σε μη τυποποιημένα προϊόντα. Επίσης, το βούτυρο εξαιρείται της υπό κρίση υπόθεσης, δεδομένου ότι καμία από τις υπό εξέταση εταιρίες δεν έχει σημαντική παρουσία στη συγκεκριμένη αγορά.

Οι πελάτες των εταιριών του κλάδου διακρίνονται σε δύο βασικές κατηγορίες: α) το λιανικό εμπόριο και β) την επαγγελματική αγορά (food service ή catering). Οι συσκευασίες καθώς και οι τιμές των προϊόντων, που διακινούνται στη λιανική αγορά, είναι διαφορετικές από αυτές της επαγγελματικής αγοράς. Στην υπό κρίση υπόθεση, η σχετική αγορά περιορίζεται στο λιανικό εμπόριο και ιδιαίτερα στη διακίνηση γαλακτοκομικών προϊόντων από τα σούπερ μάρκετ, τα οποία αποτελούν το σημαντικότερο σημείο πώλησης του γάλακτος.

10.1. Σχετική Αγορά : Γάλα, Λευκό και Σοκολατούχο

Για την οριοθέτηση της εν λόγω σχετικής αγοράς λαμβάνονται υπόψη επίσης τα εξής:

- (i) Η επιλογή του τύπου γάλακτος από τους καταναλωτές βασίζεται στην πρακτικότητα, την οποία προσφέρει η διάρκεια ζωής των διαφόρων τύπων γάλακτος, και στην προτίμηση γεύσης. Οι διαφοροποιήσεις των τύπων γάλακτος προσδιορίζονται από τη μέθοδο θερμικής επεξεργασίας, που ακολουθείται, ανάλογα με την επιδιωκόμενη διάρκεια ζωής. Όσο μεγαλύτερη είναι η θερμική επεξεργασία, τόσο μεγαλύτερη είναι η διάρκεια ζωής, αλλά και η διαφοροποίηση στη γεύση. Σύμφωνα με τα ανωτέρω, ο ευρύτερος κλάδος του γάλακτος περιλαμβάνει τους υποκλάδους:
- α. Φρέσκο παστεριωμένο:* Γάλα, που έχει υποστεί θερμική επεξεργασία στους 71,7 °C τουλάχιστον για 15 δευτερόλεπτα ή ισοδύναμο συνδυασμό με το ίδιο αποτέλεσμα και έχει πενθήμερη διάρκεια συντήρησης εντός ψυγείου. Η εγχώρια αγορά του γάλακτος αυτού χαρακτηρίζεται από υψηλή συγκέντρωση, καθώς μικρός αριθμός επιχειρήσεων καλύπτει το μεγαλύτερο μέρος της κατανάλωσης.
- β. Υψηλής παστερίωσης:* Γάλα που έχει υποστεί θερμική επεξεργασία με έκθεση στους 85°C-127°C (συνήθως έχει υποστεί θερμική επεξεργασία στους 125°C για τουλάχιστον δύο δευτερόλεπτα) και είναι δυνατή η συντήρηση του στο ψυγείο για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα (21-40 ημέρες και 4 ημέρες μετά το άνοιγμα). Η παραγωγή του ξεκίνησε το 1997 και η ζήτηση του εξακολουθεί να αναπτύσσεται (αν και τελευταία με επιβραδυνόμενους ρυθμούς). Η συνολική κατανάλωσή του (λευκού και σοκολατούχου) το 2004 εκτιμάται στους 90 χιλ. τόνους και η εγχώρια παραγωγή στους 40- 43 χιλ. τόνους.
- γ. Μακράς διάρκειάς:* Γάλα, που έχει υποστεί βραχυχρόνια εφαρμογή υψηλής θερμοκρασίας (τουλάχιστον στους 135°C επί τουλάχιστον ένα δευτερόλεπτο), διατηρείται και εκτός ψυγείου και η διάρκεια συντήρησης του είναι τουλάχιστον ενός μηνός. Το μεγαλύτερο μέρος της εγχώριας κατανάλωσης λευκού και σοκολατούχου γάλακτος μακράς διάρκειάς (23,6 χιλ. τόνοι) καλύπτεται από εισαγωγές με το βαθμό εισαγωγικής διεύθυνσης να κυμαίνεται στο 64-67% τη διετία 2003-2004.
- δ. Συμπυκνωμένο:* Η κατηγορία περιλαμβάνει το γάλα εβαπορέ (κοινό και τροποποιημένο), το οποίο έχει υποστεί συμπύκνωση με ή χωρίς μείωση των

λιπαρών του και το συμπυκνωμένο ζαχαρούχο, το οποίο έχει υποστεί συμπύκνωση και κορεσμό με ζάχαρη. Η εγχώρια κατανάλωση του εβαπορέ το 2004 ανήλθε σε περίπου 123 χιλ. τόνους, ενώ του ζαχαρούχου σημειώνει συνεχή πτώση τα τελευταία χρόνια, καθώς από 6,1 χιλ. τόνους το 1994 έφτασε στους 2,3 χιλ. τόνους το 2004.

(ii) Η σημαντικότερη (από πλευράς ποσότητας και αξίας) από τις σχετικές αγορές, που εξετάζεται, είναι εν προκειμένω αυτή του λευκού γάλακτος. Σχετικά με το ερώτημα, εάν η αγορά του λευκού γάλακτος θα πρέπει να θεωρηθεί ενιαία ή εάν εντός της αγοράς αυτής υφίστανται διακριτές σχετικές αγορές παρατηρητέα είναι τα ακόλουθα:

α. Σύμφωνα με την υπ' αριθμ. 110/1998 Απόφασή της Επιτροπής Ανταγωνισμού η αγορά του γάλακτος διακρίνεται τουλάχιστον στις κάτωθι επιμέρους αγορές: (i) λευκού φρέσκου παστεριωμένου, (ii) συμπυκνωμένου εβαπορέ, (iii) συμπυκνωμένου ζαχαρούχου, (iv) σοκολατούχου παστεριωμένου, (v) μακράς διάρκειας (U.H.T.) λευκού και (vi) μακράς διάρκειας (U.H.T.) σοκολατούχου. Περαιτέρω, στην ίδια απόφαση έγινε δεκτό, ότι διακριτή αγορά θα μπορούσε να αποτελέσει και το γάλα υψηλής παστεριώσεως (λευκό), το οποίο εκείνη τη χρονική περίοδο κυκλοφόρησε στην αγορά ως νέο προϊόν.

β. Περαιτέρω, το λευκό γάλα διαχωρίζεται σε τρία επίπεδα, ως εξής:

<i>A' Επίπεδο: ΛΕΥΚΟ ΓΑΛΑ</i>	
<i>B' Επίπεδο (ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ)</i>	<i>Γ' Επίπεδο (ΔΙΠΟΠΕΡΙΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑ)</i>
ΦΡΕΣΚΟ ΠΑΣΤΕΡΙΩΜΕΝΟ	Πλήρες
	Ημίπαχο
	Άπαχο
ΥΨΗΛΗΣ ΠΑΣΤΕΡΙΩΣΗΣ (εφεξής Υ.Π)	Πλήρες
	Ημίπαχο
	Άπαχο
ΜΑΚΡΑΣ ΔΙΑΡΚΕΙΑΣ (εφεξής Μ.Δ)	Πλήρες
	Ημίπαχο
	Άπαχο

<i>A' Επίπεδο: ΛΕΥΚΟ ΓΑΛΑ</i>	
<i>B' Επίπεδο (ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ)</i>	<i>Γ' Επίπεδο (ΛΙΠΟΠΕΡΙΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑ)</i>
ΕΒΑΠΟΡΕ	Πλήρες
	Ελαφρύ

γ. Οι καταναλωτές προϊόντων υψηλής ή χαμηλής λιποπεριεκτικότητας επιλέγουν συνήθως να κινούνται πρώτα προς αντίστοιχα από άποψη λιποπεριεκτικότητας προϊόντα άλλων κατηγοριών και ύστερα προς προϊόντα της ίδιας κατηγορίας (με διαφορετικά λιπαρά). Πάντως δεν είναι δυνατή η οριοθέτηση της σχετικής αγοράς στο επίπεδο της λιποπεριεκτικότητας, καθώς για τα προϊόντα αυτά δεν ισχύει το τεστ του υποθετικού μονοπωλίου (SSNIP test [= small but significant and non transitory increase in price: Τεστ Υποθετικού Μονοπωλίου. Πρόκειται για μέθοδο που χρησιμοποιείται για τον προσδιορισμό της σχετικής αγοράς. Συγκεκριμένα, υπολογίζει τις επιπτώσεις μίας αύξησης της τιμής του προϊόντος Α κατά 5% στη ζήτηση του προϊόντος Β, προκειμένου να διαπιστωθεί ο βαθμός της μεταξύ τους υποκαταστασιμότητας. Βλ. και την Οδηγία της ΕΕ για τον ορισμό της αγοράς (Επίσημη Εφημερίδα C 372 της 9/12/1997)). Οι καταναλωτές φρέσκου γάλακτος μετακινούνται πρώτα προς τα γάλατα Υ.Π. και Μ.Δ. και κατόπιν προς το εβαπορέ. Επιπλέον, στην περίπτωση, που θεωρηθεί, ότι ένα από τα βασικά κριτήρια κατανάλωσης είναι η διατηρησιμότητα του γάλακτος, τότε κάποια κατηγορία καταναλωτών (π.χ. άτομα μεγάλης ηλικίας, που δεν θέλουν ή δεν μπορούν να κάνουν συχνές αγορές) μπορεί να κινείται ευκολότερα μεταξύ εβαπορέ και Υ.Π.-Μ.Δ. παρά προς το φρέσκο.

(iii)Καθοριστικός παράγοντας της ζήτησης για τον προσδιορισμό της εναλλαξιμότητας μεταξύ των κατηγοριών λευκού γάλακτος είναι η διάρκεια συντήρησης και οι προτιμήσεις των καταναλωτών. Συνεπώς, ένας καταναλωτής, που προτιμά λ.χ. προϊόντα φρέσκου γάλακτος, θεωρεί ως κοντινότερα υποκατάστατα τα προϊόντα Υψηλής Παστερίωσης (ως πλησιέστερα στην διάρκεια συντήρησης του φρέσκου), ενώ ο καταναλωτής που προτιμά προϊόντα Υψηλής Παστερίωσης, θεωρεί ως πλησιέστερα υποκατάστατα, αφενός τα προϊόντα φρέσκου γάλακτος και αφετέρου τα

προϊόντα μακράς διάρκειας. Άρα, βάσει της αλυσιδωτής υποκατάστασης (chain of substitution), θα ήταν δυνατόν να οριστούν υποαγορές εντός της αγοράς λευκού γάλακτος. Ωστόσο, με δεδομένη την ασυμφωνία των μελετητών και των παραγόντων της αγοράς σχετικά με τον ορθότερο ορισμό της αγοράς και λαμβανομένου υπόψη, ότι δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία για τον υπολογισμό της σταυροειδούς ελαστικότητας μεταξύ των κατηγοριών γάλακτος, οι κρίσιμες αγορές προϊόντος του λευκού γάλακτος οριοθετούνται ως εξής:

Αφενός, υφίσταται η ενιαία αγορά λευκού γάλακτος ως σχετική επηρεαζόμενη αγορά προϊόντος της παρούσας υπόθεσης, αν ήθελε θεωρηθεί, ότι υπάρχει επαρκής υποκαταστασιμότητα μεταξύ όλων των κατηγοριών γάλακτος, ήτοι εάν υποτεθεί ότι, η σταυροειδής ελαστικότητα είναι σημαντικά μεγαλύτερη του μηδενός μεταξύ όλων των κατηγοριών γάλακτος, και

Αφετέρου, υφίστανται οι επιμέρους υποαγορές λευκού γάλακτος ως σχετικές επηρεαζόμενες αγορές προϊόντος της παρούσας υπόθεσης, αν ήθελε θεωρηθεί, ότι δεν υπάρχει υποκαταστασιμότητα μεταξύ καμίας εκ των κατηγοριών γάλακτος, ήτοι εάν υποτεθεί, ότι η σταυροειδής ελαστικότητα προσεγγίζει το μηδέν μεταξύ όλων των κατηγοριών γάλακτος.

(iv) Σοκολατούχο Γάλα: Η αγορά του σοκολατούχου γάλακτος αποτελεί διακριτή αγορά από αυτήν του λευκού. Τα σοκολατούχα γάλατα διατίθενται σε μορφή παστεριωμένου, υψηλής παστερίωσης, και μακράς διάρκειας. Ωστόσο, οι κατηγορίες αυτές δεν αποτελούν διακριτές σχετικές αγορές, καθώς δεν διαφέρουν μεταξύ τους στα χαρακτηριστικά τους και στη σκοπούμενη χρήση τους, αφού καταναλώνονται ως ειδικά και συμπληρωματικά προϊόντα από ορισμένες κατηγορίες καταναλωτών (παιδιά, νέοι, άτομα, που δεν μπορούν να πιούν γάλα με την κανονική του μορφή κ.λπ.).

10.2. Σχετική Αγορά : Κρέμα γάλακτος

Βάσει του τρόπου παρασκευής της, η κρέμα γάλακτος προσομοιάζει τόσο στα γάλατα, αφού πρόκειται ουσιαστικά για γάλα με περιεκτικότητα λίπους γύρω στο 40%, όσο και στα τυροκομικά προϊόντα, αφού κατ' αρχήν θεωρείται προϊόν τυροκόμισης. Η

σκοπούμενη χρήση της, όμως, διαφέρει από αυτήν των υπόλοιπων γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων, καθώς δεν καταναλώνεται ως τελικό προϊόν, αλλά αποτελεί κατά κανόνα ενδιάμεσο υλικό στη μαγειρική και ζαχαροπλαστική, χρήση για την οποία κατά γενική ομολογία δεν υπάρχει υποκατάστατο. Ως εκ τούτου, η κρέμα γάλακτος αποτελεί διακριτή σχετική αγορά, όπως αναφέρεται και στην υπ' αριθ. 110/1998 Απόφασή της Επιτροπής Ανταγωνισμού.

10.3. Σχετική Αγορά : Επιδόρπια με βάση το γάλα

Η αγορά επιδορπίων με βάση το γάλα αποτελεί διακριτή σχετική αγορά, καθώς τα βασικά χαρακτηριστικά και η σκοπούμενη χρήση τους διαφέρει σε σχέση με τα προϊόντα των υπόλοιπων αγορών του κλάδου των γαλακτοκομικών. Τα εν λόγω προϊόντα καταναλώνονται ως επί το πλείστον από συγκεκριμένες κατηγορίες καταναλωτών (παιδιά και νέοι) και διατίθενται σε μερίδες για κατανάλωση ως συμπληρωματικά των ημερησίων γευμάτων.

10.4. Σχετική Αγορά : Γιαούρτι (τυποποιημένο και χύμα)

Σύμφωνα με την υπ' αριθ. 71/1997 Απόφασή της Επιτροπής Ανταγωνισμού, η αγορά των γιαουρτιών περιλαμβάνει δύο βασικές κατηγορίες προϊόντων: το τυποποιημένο γιαούρτι (ευρωπαϊκού τύπου) και το γιαούρτι χύμα. Περαιτέρω, η αγορά του τυποποιημένου γιαουρτιού διακρίνεται σε δύο υποαγορές: το λευκό γιαούρτι ή άλλως γιαούρτι χωρίς πρόσθετα συστατικά και το γιαούρτι με πρόσθετα συστατικά (μέλι, φρούτα, δημητριακά κ.α.). Επίσης, ανάλογα με τον τρόπο παρασκευής τους, τα γιαούρτια μπορούν να διακριθούν σε: (α) Στραγγισμένα, τα οποία προκύπτουν από την αφαίρεση του ορού από το γάλα, (β) Set, των οποίων η πήξη πραγματοποιείται μέσα στο κύπελλο, και (γ) Stirred, τα οποία αναδεύονται μετά την πήξη τους και στα οποία είναι δυνατόν να προστεθούν χυμοί ή κομμάτια φρούτων. Τέλος, η αγορά μπορεί να χωρισθεί έτι περαιτέρω, αναλόγως της χρησιμοποιούμενης πρώτης ύλης (γάλα αγελάδος ή πρόβειο) και της περιεκτικότητας του προϊόντος σε λιπαρά (πλήρες, άπαχο κ.λπ.). Στην υπό κρίση υπόθεση και δεδομένου, ότι ως σχετική αγορά προϊόντος έχει οριστεί η παραγωγή και προμήθεια ακατέργαστου αγελαδινού γάλακτος, σχετική αγορά γιαουρτιού θεωρείται η αγορά αγελαδινού γιαουρτιού.

10.5. Σχετική Αγορά : Ξυνόγαλο

Το ξυνόγαλο συγκαταλέγεται στα ποτά με βάση το γάλα, έχει χαμηλότερα λιπαρά συγκριτικά με το πλήρες γάλα ή το γιαούρτι, η διάρκεια ζωής του είναι μεγαλύτερη από το φρέσκο γάλα και υπάρχει η δυνατότητα προσθήκης χυμών φρούτων. Η παραγωγή αυτής της κατηγορίας προϊόντων χαρακτηρίστηκε από ανοδική τάση την τελευταία πενταετία συνολικά και εκτιμάται, ότι ανήλθε σε 6.300 τόνους το 2004.

11. Η Σχετική Γεωγραφική Αγορά.

Η σχετική γεωγραφική αγορά περιλαμβάνει την περιοχή στην οποία οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις πωλούν τα σχετικά προϊόντα ή παρέχουν τις σχετικές υπηρεσίες υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού και η οποία μπορεί να διακριθεί από άλλες γειτονικές γεωγραφικές περιοχές, ιδίως, λόγω των αισθητά διαφορετικών συνθηκών ανταγωνισμού που επικρατούν σ' αυτές

Στις σχετικές αγορές γαλακτοκομικών ως τελικών προϊόντων η σχετική γεωγραφική αγορά είναι η ελληνική επικράτεια, όπου εκτείνεται το δίκτυο και αναπτύσσεται η δραστηριότητα των ελεγχόμενων εταιριών και όπου αυτές αντιμετωπίζουν, υπό ομοιόμορφες συνθήκες, ανταγωνισμό από άλλες εταιρίες, που δραστηριοποιούνται στον ευρύτερο κλάδο των γαλακτοκομικών.

IV. ΑΝΑΛΥΣΗ ΝΟΜΙΚΟΥ ΠΛΑΙΣΙΟΥ

12. Σύμφωνα με το άρθρο 1 παρ. 1 ν. 703/77:

«Απαγορεύονται όλες οι συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων, όλες οι αποφάσεις ενώσεων επιχειρήσεων και κάθε μορφής εναρμονισμένη πρακτική επιχειρήσεων, οι οποίες έχουν ως αντικείμενο ή αποτέλεσμα την παρεμπόδιση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ανταγωνισμού, ιδίως δε αυτές που συνίστανται:

- α) στον άμεσο ή έμμεσο καθορισμό των τιμών αγοράς ή πώλησης ή άλλων όρων συναλλαγής,
- β) στον περιορισμό ή στον έλεγχο της παραγωγής, της διάθεσης, της τεχνολογικής ανάπτυξης ή των επενδύσεων,
- γ) στην κατανομή των αγορών ή των πηγών εφοδιασμού,

- δ) στην εφαρμογή άνισων όρων για ισοδύναμες παροχές στο εμπόριο, κατά τρόπο που να δυσχεραίνεται η λειτουργία του ανταγωνισμού, ιδίως δε στην αδικαιολόγητη άρνηση πώλησης, αγοράς ή άλλης συναλλαγής,
- ε) στην εξάρτηση σύναψης συμβάσεων από την αποδοχή εκ μέρους των αντισυμβαλλομένων πρόσθετων παροχών που από τη φύση τους ή σύμφωνα με τις εμπορικές συνήθειες δε συνδέονται με το αντικείμενο των συμβάσεων αυτών».

13. Κατά την έννοια των άρθρων 1 παρ. 1 ν. 703/1977 και 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ επιχείρηση αποτελεί κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο, το οποίο ασκεί ανεξάρτητα μια εμπορική ή οικονομική δραστηριότητα και αναλαμβάνει τους με αυτή συνυφασμένους οικονομικούς κινδύνους (βλ. C-266/93, *Bundeskartellamt κατά Volkswagen AG και VAG Leasing GmbH*, παρ.19).

Τα άρθρα 1 ν. 703/77 και 81 ΣυνθΕΚ καλύπτουν όλες τις συμφωνίες που περιορίζουν τον ανταγωνισμό και δεν διαχωρίζουν μεταξύ συμφωνιών που συνάπτονται μεταξύ ανταγωνιστών που δρουν στο ίδιο οικονομικό επίπεδο (οριζόντιες) ή μεταξύ επιχειρήσεων που δρουν σε διαφορετικό οικονομικό επίπεδο (κάθετες), (C-56 & 58/64, *Etablissements Consten & Grundig v. Commission παρ.4 (περίληψη)* και παρ. 339).

14. Συμφωνίες που έχουν ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού είναι εκείνες που εκ της φύσεώς τους είναι ικανές να περιορίσουν τον ανταγωνισμό. Περιορισμοί του ανταγωνισμού, ως **αντικείμενο** συμφωνιών, θεωρούνται, ειδικότερα όσον αφορά τις κάθετες συμφωνίες, **η τήρηση πάγιων ή ελάχιστων τιμών μεταπώλησης**, καθώς και η πρόβλεψη απόλυτης εδαφικής προστασίας (περιλαμβανομένων **και περιορισμών επί των παθητικών πωλήσεων**).

14.1. Προκειμένου να υπάρχει συμφωνία, αρκεί οι επιχειρήσεις να έχουν εκφράσει την κοινή βούλησή τους να συμπεριφερθούν στην αγορά κατά καθορισμένο τρόπο. Όσον αφορά στη μορφή εκφράσεως της εν λόγω κοινής βουλήσεως, αυτή δεν είναι σημαντική, αρκεί να αποτελεί την έκφραση της βουλήσεως των μερών να συμπεριφερθούν στην αγορά σύμφωνα με τη συμφωνία αυτή (C-41/69, *Chemiefarma v. Commission, para.112, T-41/96, Bayer v. Commission, para.67-69, T-208/01, Volkswagen v. Commission, para.30-32*).

Για την έννοια της «συμφωνίας» είναι αδιάφορος ο γραπτός ή προφορικός χαρακτήρας της σύμβασης, ο **δεσμευτικός ή μη** χαρακτήρας αυτής, δεν απαιτούνται δηλαδή τυπικές διαδικασίες ούτε και **κυρώσεις** ή μέτρα εφαρμογής, (C-209/78, *Van Landewyck κατά Επιτροπής*,

παρ.85-86, T-7/99 παρ.200-201 και T-1/89, Rhone-Poulenc κατά Επιτροπής παρ.43-44, 2004/104/EK, ο.π, παρ.172 (βλ. και Α. Κοτσίρης, Δίκαιο Ανταγωνισμού, 2003, σελ.395-396). Οι λεγόμενες «συμφωνίες κυρίων» εκφράζουν, επίσης, πιστά την κοινή βούληση των μελών της συμπράξεως ως προς τη συμπεριφορά τους εντός της σχετικής αγοράς που για την εφαρμογή του άρθρου 1 (και 81) θεωρούνται ως αδιαίρετη ενότητα, (T-141/89, Trefileurope κατά Επιτροπής, παρ.95-96, T-9/99 παρ.200).

14.2.Επίσης, η ύπαρξη συμφωνίας μπορεί να προκύπτει άμεσα ή έμμεσα από τη συμπεριφορά των μερών, (βλ. 2004/104/EK, Απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την αγορά της μεθυλογλυκαμίνης, παρ.172). Μία επιχείρηση, η οποία εγκρίνει σιωπηρά μία παράνομη πρωτοβουλία **χωρίς να αποστασιοποιηθεί δημοσίως από το περιεχόμενό της ή να την καταγγείλει στις διοικητικές αρχές**, έχει ως αποτέλεσμα να ενθαρρύνει τη συνέχιση της παραβάσεως και δυσχεραίνει την αποκάλυψή της. Η συνέργεια αυτή συνιστά παθητικό ρόλο συμμετοχής στην παράβαση και είναι ικανή, επομένως, να επισύρει την ευθύνη της επιχειρήσεως στο πλαίσιο ενιαίας συμφωνίας (C-204/00 παρ.80-87 και 328, T-303/02 παρ.101-103,124).

15. Εξάλλου, δεν απαιτείται αντι-ανταγωνιστική **πρόθεση**, αλλά αρκεί το **αντικειμενικά ενδεχόμενο αντι-ανταγωνιστικό αποτέλεσμα**. Εφόσον το αντι-ανταγωνιστικό αποτέλεσμα είναι αντικειμενικά ενδεχόμενο, απαγορεύεται η σύμπραξη, έστω κι αν οι συμπράττοντες δεν αποσκοπούν στο αποτέλεσμα αυτό. Όπως αναφέρεται στην ανακοίνωση Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τις κατευθυντήριες γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ. 3, 2004, παρ. 22 («Η απόδειξη της υποκειμενικής πρόθεσης των μερών να περιορίσουν τον ανταγωνισμό αποτελεί σημαντικό στοιχείο, αλλά όχι αναγκαία προϋπόθεση»). Βλ. επίσης C-45/85, Verband κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, παρ. 35-42.

16. Η σύναψη σύμβασης, στην οποία εμπεριέχεται ρήτρα, η οποία ρητά και χωρίς επιφυλάξεις ή αιρέσεις προβλέπει την αντικείμενη στο άρθρο 1 παρ. 1 ν.703/77 και 81 ΣυνθΕΚ πρακτική, ακόμα και αν η εν λόγω σύμβαση συνιστά σύμβαση πρότυπο, που υπογράφεται με πλείονες αντισυμβαλλομένους, συνιστά σύναψη συμφωνίας μεταξύ των εμπλεκομένων επιχειρήσεων κατά την έννοια του άρθρου 1 παρ. 1 και 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ, καθώς με την υπογραφή της σύμβασης οι συμβαλλόμενες επιχειρήσεις εκφράζουν ρητά και ανεπιφύλακτα την κοινή τους βούληση να εφαρμόσουν την προβλεπόμενη αντι-ανταγωνιστική πρακτική, (βλ. T-67/01 JCB Service κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, παρ.103, 117: C-167/04 P (παρ.151-157). C-89επ. /85,

Ahlstrom κατά Επιτροπής, παρ.175 C-306/96, Javico κατά Yves Saint Laurent, παρ.14-15, C-86/82, Hassebland κατά Επιτροπής, παρ.45-46 Κατευθυντήριες Γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τους κάθετους περιορισμούς, 2000, παρ.47. απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής της 5/10/1973, Υπόθεση IV/27.010 - Deutsche Philips GmbH, EE L 293, 20/10/1973 P, σελ. 40, Υπόθεση IV/24.510 – Gero-fabriek, EE L 16, 19/1/1977 P, σελ. 8, απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής της 11/12/1980, Υπόθεση IV/26.912 - Hennessy-Henkell, EE L 383, 31/12/1980 P, σελ. 11).

17. Όταν μία απόφαση του παραγωγού συνιστά μονομερή συμπεριφορά της επιχειρήσεως, η απόφαση αυτή δεν εμπίπτει στις απαγορεύσεις των άρθρων 1 ν.703/77 και 81 ΣυνθΕΚ. Υπό ορισμένες όμως περιστάσεις, τα μέτρα που έλαβε ή επέβαλλε κατά φαινομενικά μονομερή τρόπο ο παραγωγός, στο **πλαίσιο των συνεχών εμπορικών σχέσεων που διατηρεί με τους διανομείς του**, θεωρούνται ότι συνιστούν συμφωνία κατά την έννοια των άρθρων 1 ν. 703/77 και 81 ΣυνθΕΚ.

Πρέπει επομένως να διακρίνονται οι περιπτώσεις στις οποίες μία επιχείρηση έλαβε ένα πράγματι μονομερές μέτρο, χωρίς τη ρητή ή σιωπηρή συμμετοχή άλλης επιχειρήσεως, από εκείνες στις οποίες ο μονομερής χαρακτήρας είναι αποκλειστικά φαινομενικός. Οι μεν πρώτες περιπτώσεις δεν εμπίπτουν στις απαγορεύσεις των άρθρων 1 ν.703/77 και 81 ΣυνθΕΚ, ενώ από τις δεύτερες πρέπει να θεωρηθεί ότι προκύπτει συμφωνία μεταξύ επιχειρήσεων και, συνεπώς, μπορούν να εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής των άρθρων αυτών. Τούτο συμβαίνει, μεταξύ άλλων, στην περίπτωση των πρακτικών και των μέτρων που περιορίζουν τον ανταγωνισμό και τα οποία, λαμβανόμενα κατά τα φαινόμενα μονομερώς από τον παραγωγό, στο πλαίσιο των συμβατικών σχέσεών του με τους μεταπωλητές του, τυγχάνουν εντούτοις **τουλάχιστον της σιωπηρής αποδοχής** των εν λόγω μεταπωλητών.

18. Επιπλέον, ο σύμφωνος ή μη χαρακτήρας των ρητρών μίας σύμβασης με τους κανόνες ανταγωνισμού δεν είναι κατ' ανάγκη καθοριστικής σημασίας. Δεν δύναται, δηλαδή, να αποκλειστεί εκ προοιμίου ότι μία πολιτική (ή σύσταση), η οποία είναι αντίθετη προς τους κανόνες του ανταγωνισμού, μπορεί να θεωρηθεί επιτρεπόμενη από ρήτρες μίας σύμβασης, οι οποίες **είναι κατά φαινόμενο ουδέτερες**. Θα πρέπει επομένως να εξετάζονται όλες οι ρήτρες συγκεκριμένης συμβάσεως και να εκτιμώνται συνολικά στο πλαίσιο των επιδιωκόμενων από τη σύμβαση σκοπών, (βλ. C-74/04 P, Commission κατά Volkswagen, para.39-45).

19. Στην περίπτωση που δεν υφίστανται συναφείς, κατά φαινόμενο ουδέτερα διατυπωμένες συμβατικές διατάξεις, η ύπαρξη «συμφωνίας» κατά την έννοια του άρθρου 1 του ν.703/77 και 81 της ΣυνθΕΚ, θεμελιώνεται εάν σε **συστάσεις**, μέτρα ή πρωτοβουλίες που απευθύνει απαιτώντας τη τήρησή τους ο παραγωγός, υφίσταται τουλάχιστον σιωπηρή συναίνεση των μεταπωλητών, η οποία εκφράζεται με την αποδοχή των συγκεκριμένων μέτρων **δια της συμμορφώσεως τους σε αυτά και θέσεως τους σε άμεση εφαρμογή (in reality)**, (Βλ. C-368/00 παρ.80, 87, 91, 97-98. T-208/01, παρ.38, 47-48, 51, 53-54 T-338/00 παρ.58 C-74/04 P παρ.46 C-161/84, *Pronuptia de Paris v. Pronuptia de Schillgallis* παρ.25, 27, E.A. 332/07, Ψιφίκας κατά MAVA παρ.30).
20. **Μία πρωτοβουλία, επομένως, του παραγωγού εντάσσεται στη προϋφισταμένη γενική συμφωνία των μερών, δηλαδή καθίσταται αναπόσπαστο τμήμα της σύμβασης αυτής, εφόσον το μέτρο αυτό γίνει πραγματικά, με τον ένα ή τον άλλο τρόπο, αποδεκτό από τους μεταπωλητές**, (Βλ. T-208/01 παρ.58, C-2,3/01 παρ.23-27.)
21. Συμφωνία, επίσης, υφίσταται και όταν στη σύμβαση διανομής συμπεριλήφθηκε συμβατικός όρος ο οποίος προβλέπει την τήρηση από τον διανομέα/μεταπωλητή μονομερών μέτρων (εγκύκλιοι κλπ) του παραγωγού/ προμηθευτή, τα οποία υλοποιούν την πολιτική αυτού σε ένα συγκεκριμένο τομέα (εκπαιδευτική, τιμολογιακή, πιστωτική πολιτική), καθώς στην περίπτωση αυτή η υιοθέτηση τέτοιων μέτρων καλύπτεται από την εκ των προτέρων δοθείσα συναίνεση του διανομέα/ μεταπωλητή, αφού αυτός κατά την υπογραφή της σύμβασης αφενός συμφωνούσε στην συμπερίληψη στη σύμβαση και στην μετέπειτα εφαρμογή του συγκεκριμένου όρου, που **προέβλεπε ή επέτρεπε** τη λήψη των μονομερών μέτρων, και αφετέρου εύλογα μπορούσε να εικάσει την υιοθέτηση τέτοιων μονομερών μέτρων από τον παραγωγό/ προμηθευτή και το περιεχόμενο αυτών. (Βλ. C-107/82, *Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft AEG-Telefunken AG κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής*, παρ.38-39, C-25 και 26/84, *Ford-Werke AG και Ford of Europe INC κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής*, παρ.17-21, T-62/98, *Volkswagen AG κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής*, η οποία επικυρώθηκε από την C-338/00, *Volkswagen AG κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής*, παρ.60-68).
- Πολύ περισσότερο τα ανωτέρω ισχύουν στην περίπτωση που ρητά προβλέπεται στη σύμβαση διανομής υποχρέωση του διανομέα να τηρεί τις αποσταλείσες από τον παραγωγό εγκυκλίους υλοποίησης της πολιτικής του σε ένα συγκεκριμένο τομέα ή και δικαίωμα καταγγελίας της σύμβασης από τον παραγωγό σε περίπτωση μη τήρησης των εγκυκλίων από το διανομέα.
22. Συμφωνίες που, υπό την ανωτέρω έννοια, έχουν ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού θεωρούνται ότι υπάγονται στην απαγόρευση του άρθρου 1 παρ.1 ν. 703/77

(και 81 ΣυνθΕΚ), ανεξάρτητα από το εάν οι συγκεκριμένες ρήτρες συμφωνίας εφαρμόστηκαν ή όχι στην πράξη.

Εφόσον δηλαδή διαπιστωθεί ότι μία συμφωνία έχει ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού, **είναι περιττό να ληφθούν υπόψη οι συγκεκριμένες επιπτώσεις της** για την απόδειξη ύπαρξης παράβασης των άρθρων 1 ν.703/77 και 81 ΣυνθΕΚ.

Το τεκμήριο αυτό βασίζεται στο σοβαρό χαρακτήρα του περιορισμού, καθώς και στην εμπειρία, από την οποία προκύπτει ότι οι συμφωνίες που έχουν ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού, έχουν αρνητικές επιπτώσεις στην αγορά και θέτουν σε κίνδυνο τους στόχους που θέτουν οι εθνικοί και κοινοτικοί κανόνες ανταγωνισμού, διότι, συνεπάγονται μείωση της παραγωγής και αύξηση των τιμών, λόγω κακής κατανομής των πόρων και μη παραγωγής των προϊόντων και υπηρεσιών που ζητούν οι πελάτες, (Βλ. Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής- Κατευθυντήριες γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ.3 της ΣυνθΕΚ, παρ.20-23).

Επομένως, στις συμφωνίες που έχουν ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού δεν αναζητείται το αποτέλεσμα που προκαλείται στον ανταγωνισμό εκ της συγκεκριμένης συμφωνίας, καθώς όταν το αντικείμενο ή ο σκοπός της ρήτρας είναι αντι-ανταγωνιστικός, αυτή καταδικάζεται άνευ ετέρου (Βλ. T-67/01 JCB Service κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, παρ.103, 117, η οποία επιβεβαιώθηκε από την απόφαση του ΔΕΚ υπ' αριθμόν C-167/04 P (παρ.151-157). Στην εν λόγω απόφαση η ρήτρα περιορισμού παθητικών πωλήσεων θεωρήθηκε ότι αποσκοπούσε στον περιορισμό του ανταγωνισμού και, επομένως, υπήρχε παράβαση του άρθρου 81 παρ.1 δίχως να ληφθεί υπόψη η πρακτική ή μη εφαρμογή των συμφωνιών αυτών. **Θεωρήθηκε, δηλαδή, ότι οι προϋποθέσεις αντίθετου στον ανταγωνισμό περιεχομένου ή αποτελέσματος μίας συμφωνίας λαμβάνονται υπόψη εναλλακτικώς και όχι σωρευτικώς για την απόδειξη ή μη της παραβάσεως του άρθρου 81 παρ.1.** Επίσης, βλ. C-89επ. /85, Ahlstrom κατά Επιτροπής, παρ.175 (στην οποία επιβλήθηκε πρόστιμο λόγω της ύπαρξης ρήτρας απαγόρευσης μεταπώλησης και εξαγωγών στη σχετική σύμβαση παρά το γεγονός ότι οι προσφεύγοντες ισχυρίστηκαν ότι οι αγοραστές δεν δεσμεύονταν από τις εν λόγω ρήτρες- βλ. παρ.171,190-191-), C-306/96, Javico κατά Yves Saint Laurent, παρ.14-15, C-86/82, Hassebland κατά Επιτροπής, παρ.45-46 (όπου έγινε δεκτό ότι η ρήτρα απαγόρευσης εξαγωγών συνιστούσε περιορισμό του ανταγωνισμού και επιβλήθηκε πρόστιμο, παρά το ότι προβλήθηκε

από την καταγγελλομένη επιχείρηση ως επιχείρημα ότι δεν είχε εφαρμοστεί αυτή στην πράξη ή ότι είχε εισαχθεί στη σύμβαση εξ αμελείας του δικηγόρου της)

- 23.** Τα άρ. 1 παρ. 1 Ν. 703/1977 και 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ δεν είναι εφαρμοστέα όταν οι συνέπειες μιας συμφωνίας δεν είναι σημαντικές για τον ανταγωνισμό εντός των ορίων της ελληνικής αγοράς ή για τις ενδοκοινοτικές συναλλαγές αντιστοίχως.

Σύμφωνα με την Ανακοίνωση της Ελληνικής Επιτροπής Ανταγωνισμού για τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας, (*Ανακοίνωση της ΕΑ με ημερομηνία 2/3/2006 σχετικά με τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας οι οποίες δεν περιορίζουν σημαντικά τον ανταγωνισμό σύμφωνα με το άρ. 1 παρ. 1 Ν. 703/1977 (de minimis)*), παρ. 11 (2), ακόμα και στην περίπτωση που το μερίδιο αγοράς του προμηθευτή δεν υπερβαίνει το 5% ή το 10% σύμφωνα με την Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, (*Ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας οι οποίες δεν περιορίζουν σημαντικά τον ανταγωνισμό σύμφωνα με το άρ. 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ, ΕΕ C 368, 22/12/2001, παρ. 11.2.*), οι εξ αντικειμένου περιορισμοί του ανταγωνισμού συνιστούν παράβαση του άρθρου 1 του ν.703/77 και 81 της ΣυνθΕΚ, καθώς οι συμφωνίες μεταξύ μη ανταγωνιστών που περιλαμβάνουν έναν ιδιαίτερα σοβαρό περιορισμό του ανταγωνισμού, εμπίπτουν στα άρ. 1 παρ. 1 Ν. 703/1977 και 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ ως αισθητά περιορίζουσες τον ανταγωνισμό ακόμα και αν τα μερίδια αγοράς των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων είναι μικρότερα των προβλεπόμενων στις σκέψεις 7, 8 και 9 των προαναφερόμενων Ανακοινώσεων, (*βλ. C-5/69, Völk κατά Vervaeke, παρ. 91, Ανακοίνωση της Επιτροπής – Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ΕΕ C 291, 13/10/2000 σελ. 1, παρ. 9-11*). Τέτοιους ιδιαίτερα σοβαρούς περιορισμούς αποτελούν ο περιορισμός της δυνατότητας του αγοραστή να καθορίζει τις τιμές πώλησης και η απαγόρευση διενέργειας παθητικών πωλήσεων.

V. ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΚΑΙ ΟΡΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΤΗΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΜΕ ΤΑ ΣΟΥΠΕΡ-ΜΑΡΚΕΤ

- 24.** Οι σχέσεις των εταιρειών σούπερ-μάρκετ με τις γαλακτοβιομηχανίες είναι ιδιαίτερα σημαντικές, όχι μόνο για τις μεταξύ τους συναλλαγές, αλλά γενικότερα για τη διαμόρφωση των τιμών των προϊόντων.

- 24.1.** Οι σχέσεις αυτές ρυθμίζονται στα πλαίσια συμφωνιών συνεργασίας που υποβάλλουν οι γαλακτοβιομηχανίες στις εταιρείες σούπερ μάρκετ, στις οποίες σύμφωνα με την έρευνα της

Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού (Γ.Δ.Α.) εμπεριέχονται και αντι-ανταγωνιστικοί όροι που εκ πρώτης όψεως δεν είναι δεδομένο ότι εξυπηρετούν τα συμφέροντα των τελευταίων. Προκειμένου επομένως να διερευνηθεί το μέρος ευθύνης που η αποδοχή παρομοίων όρων συνεπάγεται και για τις εταιρείες σούπερ μάρκετ θα πρέπει να αναδειχθεί, σύμφωνα με την ισχύουσα νομολογία, ότι η σκοπούσα σε αντι-ανταγωνιστικό αποτέλεσμα δήλωση βουλήσεως του ενός εκ των συμβαλλομένων «**συνιστά πρόσκληση, ρητή ή έμμεση, προς τον έταίρο συμβαλλόμενο, προς πραγμάτωση από κοινού του σκοπού αυτού, δεδομένου μάλιστα ότι η συμφωνία αυτή δεν είναι, όπως συμβαίνει εν προκειμένω, εκ πρώτης όψεως προς το συμφέρον του έτερου συμβαλλόμενου....**» [βλπ. ΔΕΚ, Bayer, 6.1.2004, C-2/01P και C-3/01P, Συλλογή 2004, σελ. 1-23, σκ. 102-103].

Εάν η διατύπωση των υπό εξέταση συμφωνιών συνεργασίας μεταξύ γαλακτοβιομηχανιών και σούπερ μάρκετ εμπεριέχουν όρους που σαφώς συνιστούν εκ μέρους των γαλακτοβιομηχανιών «ρητή πρόσκληση προς τον έτερο συμβαλλόμενο», η εξέταση των σχέσεων γαλακτοβιομηχανίας και αλυσίδων σούπερ μάρκετ αποδεικνύει επιπλέον ότι η συναπτόμενη συμφωνία είναι τελικά και «προς το συμφέρον του ετέρου συμβαλλόμενου» (δηλαδή το σούπερ μάρκετ), έστω κι αν αυτό δεν διαφαίνεται εκ πρώτης όψεως.

24.2. Σύμφωνα με τη μελέτη με τίτλο «*Buyer power and its impact on competition in the food retail distribution sector of the European Union*», (Εκπονήθηκε για λογαριασμό της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (IV/98/ETD/078, Μάιος 1999). οι μεγάλοι αγοραστές (αλυσίδες ή αγοραστικοί όμιλοι) μπορούν να επιτύχουν καλύτερους όρους συνεργασίας με τους προμηθευτές σε σύγκριση με τα μικρά (ανεξάρτητα) σημεία πώλησης, είτε μέσω του ανταγωνισμού των προμηθευτών (ιδιαίτερα όσον αφορά στην παραγωγή προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας) είτε με την απειλή του αποκλεισμού τους από τα ράφια, ακόμη και αν αυτοί διαθέτουν προϊόντα με ισχυρή επωνυμία (Στην ίδια μελέτη αναφέρεται ότι, σύμφωνα με ενδείξεις, το φαινόμενο αυτό αναμενόταν να ενταθεί στην Ελλάδα κατά τα επόμενα έτη).

Με αυτά τα πλεονεκτήματα οι αλυσίδες σούπερ-μάρκετ «πιέζουν» τους προμηθευτές τους για την επίτευξη μεγαλύτερων εκπτώσεων και παροχών και μεγαλύτερου χρόνου πίστωσης, δεδομένου ότι οι τιμοκατάλογοι των γαλακτοβιομηχανιών που, σύμφωνα με την

υφισταμένη νομοθεσία, οφείλουν να κατατίθενται στην Γενική Γραμματεία Εμπορίου, είναι εξορισμού ενιαίοι για το σύνολο των διανομέων κάθε προμηθευτή.

25. Ως εκ τούτου, τα σημεία τριβής και σύγκλισης που διαμορφώνουν τις σχέσεις δυνάμεων μεταξύ προμηθευτών και λιανοπωλητών και επηρεάζουν άμεσα και το μεταξύ λιανοπωλητών ανταγωνισμό, αφορούν το ύψος ή το είδος εκπτώσεων, παροχών ή πιστώσεων που διαμορφώνουν την τιμή κτήσης του προϊόντος και όχι αυτό καθ'αυτό, το ύψος της τιμής που εμπεριέχεται στους τιμοκαταλόγους των γαλακτοβιομηχανιών. Αντίστοιχα, οι προμηθευτές γνωρίζοντας τις πιέσεις που θα δεχθούν για μεγαλύτερες εκπτώσεις και παροχές από το λιανεμπόριο έχουν την τάση να αυξάνουν τις τιμές τιμοκαταλόγου για να διαθέτουν μεγαλύτερα διαπραγματευτικά περιθώρια.

26. Η αύξηση της μοναδιαίας τιμής του τιμοκαταλόγου που είναι αποτέλεσμα αυτής της διαδικασίας, δεν ευνοεί μόνο τις γαλακτοβιομηχανίες αλλά έχει και δύο βασικά πλεονεκτήματα για τα super market. Αφενός μεγενθύνει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημά τους έναντι των μικρών σημείων πώλησης που δεν επωφελούνται παρόμοιων εκπτώσεων και παροχών και αφετέρου (και κυρίως), αυξάνουν την αξία των όποιων εκπτώσεων και παροχών λαμβάνουν από τους προμηθευτές, στο μέτρο που το κέρδος π.χ. που αποκομίζει το Σ/Μ από μια έκπτωση 10% σε ένα λίτρο γάλακτος που στοιχίζει 1,5 Ευρώ, αντιστοιχεί σε 15 λεπτά, ενώ το κέρδος που του επιφέρει η ίδια η έκπτωση σε ένα λίτρο γάλακτος αξίας 1 ευρώ, είναι 10 λεπτά.

26.1. Δεδομένου ότι ο βαθμός πρώτης ανάγκης και η σημασία που αποδίδεται στην ποιότητα ενός προϊόντος, όπως το γάλα, εξασφαλίζει την διάθεσή του και στις υψηλότερες τιμές που το εν λόγω σύστημα διαμορφώνει, η μείωση της τιμής, ως κίνητρο για την απόκτηση νέων μεριδίων στην αγορά, φαίνεται να υποχωρεί εμπρός στο άμεσο κέρδος που διασφαλίζει η διατήρηση υψηλών τιμών στα επώνυμα προϊόντα γάλακτος, τόσο στην γαλακτοβιομηχανία, όσο και στα super market.

26.2. Σ'αυτό θα μπορούσε να προστεθεί και μία ιδιότυπη αντίληψη περί ανταγωνισμού ορισμένων τουλάχιστον βασικών παραγόντων της αγοράς, σύμφωνα με την οποία η ανταγωνιστική πίεση εξαντλείται στην προσπάθεια διατήρησης του ιδίου επιπέδου τιμών με τους ανταγωνιστές, όχι όμως και στη μείωση σε σχέση με αυτές, για την επίτευξη ενός

ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Χαρακτηριστική από την άποψη αυτή είναι η απάντηση στελέχους γνωστής αλυσίδας σούπερ μάρκετ που καταθέτοντας ενώπιον της Επιτροπής, δικαιολόγησε αυτή τη στάση λέγοντας ότι «έρχεται κι ο άλλος και ρίχνει κι αυτός (εννοεί την τιμή) και μετά ξανακατεβαίνει κι αρχίζει αυτό το πράγμα και μετά δεν βγαίνει» (βλ. κατάθεση [...], 18-5-2007). Με τον τρόπο όμως αυτό, αποφεύγοντας δηλαδή συστηματικά την εμπλοκή στη διαδικασία (διαδοχικών ενδεχομένως) μειώσεων των τιμών που συνεπάγεται ο υγιής ανταγωνισμός, αποψιλώνεται ο τελευταίος από το στοιχείο εκείνο που τον καθιστά συμφέροντα για τους καταναλωτές.

26.3. Στη βάση αυτή, η διαπιστούμενη σε μεγάλο βαθμό εναρμόνιση των λιανικών τιμών με τις τιμές τιμοκαταλόγου των γαλακτοβιομηχανιών ή τις δυνάμει ενδεικτικές τους τιμές, δεν μπορεί να θεωρηθεί ως αποτέλεσμα «πραγματικού ανταγωνισμού», δηλαδή ταύτισης αυτών των τιμών με την τιμή οριακού κόστους του προϊόντος, όπως ισχυρίζονται οι υπό εξέταση εταιρείες των σούπερ μάρκετ, διότι εκτός των άλλων, οι ίδιες οι γαλακτοβιομηχανίες εμφανίζουν τις ενδεικτικές τους τιμές ως ανώτατες τιμές. Κατά συνέπεια, εξ ορισμού μια ανώτατη τιμή δεν μπορεί να είναι συγχρόνως και οριακή.

27. Τέλος, το γεγονός ότι ορισμένα σούπερ μάρκετ (βλ. κατάθεση [...] μάρτυρα ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, 18-5-2007 και κατάθεση [...] 31-5-2007) αντέταξαν στην προαναφερθείσα άποψη περί σύγκλισης συμφερόντων της γαλακτοβιομηχανίας και του λιανεμπορίου για διατήρηση υψηλών τιμών στο γάλα, την παράλληλη πώληση από αυτούς και φθηνού γάλακτος δεν ευσταθεί, στο μέτρο που το τελευταίο δεν φαίνεται να επηρεάζει σημαντικά τις συνθήκες αγοράς των γνωστών επώνυμων ομοειδών προϊόντων. Η σημασία που φαίνεται να αποδίδουν οι καταναλωτές στην ποιότητα ενός προϊόντος όπως το γάλα, και η διασύνδεση που τουλάχιστον μέχρι σήμερα γίνεται μεταξύ ποιότητας και γνωστών επώνυμων προϊόντων, εξασφαλίζει στα τελευταία μικρό βαθμό ελαστικότητας που λειτουργεί ως ανάχωμα στις ανταγωνιστικές πιέσεις των λιγότερο γνωστών ή συνήθως χωρίς ετικέτα φθηνότερων ομοειδών προϊόντων.

28. Σχέση της εταιρείας ΟΛΥΜΠΙΟΣ με αλυσίδες σούπερ μάρκετ

28.1. Συμφωνία συνεργασίας της εταιρείας ΟΛΥΜΠΙΟΣ με την αλυσίδα σούπερ μάρκετ ΚΑΡΦΟΥΡ-ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ

α) Στην εν λόγω συμφωνία περιέχεται ο ακόλουθος όρος:

«Οι τιμές των προϊόντων μας καθορίζονται από τον εκάστοτε τιμοκατάλογό μας, για την αλλαγή του οποίου θα σας κοινοποιούμε το νέο 20 ημέρες προτού την εφαρμογή του, διάστημα το οποίο κρίνεται ικανό για τις ενέργειες σας για την αλλαγή των τιμών λιανικής, **έχοντας υποχρέωση να εναρμονίσετε τις νέες τιμές λιανικής την πρώτη ημέρα ισχύος του νέου τιμοκαταλόγου**»

Η αμοιβή του εκάστοτε καταστήματος λιανικής πώλησης προκύπτει από τις παροχές που δίδονται στα συγκεκριμένα συμφωνητικά. Συγκεκριμένα «εκπτώσεις [...] επί του τζίρου επί των τιμών του τιμοκαταλόγου μας για το έτος 2005 με ισχύ από 01-01-05 με έκδοση Π.Σ. ανά μήνα».

Ο προαναφερόμενος συμβατικός όρος, διατυπωμένος σαφέστατα και ανεπιφυλάκτως και ανεξαρτήτως του εάν εφαρμόστηκε στην πράξη, αντίκειται στα άρθρα 1 παρ. 1 ν. 703/77 και 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ, μη απαλλασσόμενος βάσει του αρ. 4 α) του Καν. 2790/1999, καθώς έχει ως αντικείμενο τον περιορισμό της δυνατότητας των αλυσίδων λιανικής πώλησης (αγοραστών) να καθορίζουν τις τιμές πώλησης, μέσω του καθορισμού ελάχιστων τιμών μεταπώλησης.

β) Το επιχείρημα ότι ο εν λόγω όρος απέβλεπε, όπως υποστηρίχθηκε από την ΟΛΥΜΠΙΟΣ (βλ. κατάθεση [...] 18-5-2007), αποκλειστικά και μόνο στην έγκαιρη ενημέρωση της αλυσίδας για το νέο τιμοκατάλογο της, προκειμένου να διευκολυνθεί στην ενδεχόμενη αναδιάταξη των τιμών της, δεν είναι πειστικό. Τούτο διότι στην περίπτωση αυτή, δεν θα προβλεπόταν **«υποχρέωση εναρμόνισης»** των τιμών λιανικής και μάλιστα τη **«πρώτη μέρα ισχύος του νέου τιμοκαταλόγου**». Με τον συγκεκριμένο δηλαδή όρο, τα μέρη επιδιώκουν να εξασφαλίσουν την αλλαγή των τιμών λιανικής της εταιρείας ΚΑΡΦΟΥΡ σύμφωνα με τον εκάστοτε νέο τιμοκατάλογο της εταιρείας ΟΛΥΜΠΙΟΣ την πρώτη ημέρα ισχύος του τελευταίου.

γ) Επίσης, το επιχείρημα που επικαλείται η εταιρία ΚΑΡΦΟΥΡ περί μονομερούς θέσεως του εν λόγω όρου από την εταιρία ΟΛΥΜΠΙΟΣ που δεν την δεσμεύει λόγω της μη υπογραφής της συγκεκριμένης συμφωνίας συνεργασίας από την ΚΑΡΦΟΥΡ κρίνεται μη πειστικό, στο μέτρο που (i) η ίδια εταιρία ΚΑΡΦΟΥΡ προσκόμισε τις εν λόγω

συμφωνίες για τα συγκεκριμένα έτη σε σχετικό ερώτημα της Υπηρεσίας, ως εμπεριέχουσα για τα έτη 2003-2006 τους εμπορικούς όρους συνεργασίας της με την εταιρία ΟΛΥΜΠΟΣ. Εξάλλου στη σύμβαση με ΚΑΡΦΟΥΡ αναφέρεται ότι «Μετά από συμφωνία που σας αποστέλλουμε.....». Αποδεικνύεται επομένως ότι το περιεχόμενο της εν λόγω συμφωνίας, άρα και ο υπό εξέταση επιλήψιμος όρος, είχαν συμφωνηθεί ανεξαρτήτως του εάν η σύμβαση είχε υπογραφεί, (ii) η συμφωνία δεν είναι δυνατόν να ισχύει επιλεκτικά μόνον όσο αφορά τα οφέλη (εκπτώσεις και παροχές) που διασφαλίζουν την ΚΑΡΦΟΥΡ και να μην ισχύει ως προς τις διατάξεις που προβλέπουν όρους ή συνεπάγονται υποχρεώσεις για την ΚΑΡΦΟΥΡ, όπως ισχυρίστηκε κατά την κατάθεση του ενώπιον του ακροατηρίου ο μάρτυρας της ΚΑΡΦΟΥΡ (βλ. κατάθεση [...] 14-5-2007) και (iii) η ίδια η ΚΑΡΦΟΥΡ σε ανάλογη περίπτωση συμπερίληψης αντίστοιχου αντι-ανταγωνιστικού όρου στα πλαίσια συμφωνίας συνεργασίας της με άλλη γαλακτοβιομηχανία, αρνήθηκε να την δεχθεί (βλ. κατωτέρω παρ. 29.1α). Αντίθετα, στην υπό εξέταση περίπτωση δεν προέκυψε από κάποιο έγγραφο ή άλλο στοιχείο ότι η ΚΑΡΦΟΥΡ αντέδρασε ή δεν συμφώνησε στον συγκεκριμένο όρο της συμφωνίας με την ΟΛΥΜΠΟΣ.

- δ) Ακόμα, όμως, και στη περίπτωση που ήθελε θεωρηθεί ότι ο συγκεκριμένος όρος δεν θεμελιώνει από μόνος του 'συμφωνία' καθορισμού τιμών μεταξύ των εν λόγω εταιριών, σημειώνεται ότι από στοιχεία που διαθέτει η Επιτροπή Ανταγωνισμού (βλ. παράρτημα XII εισήγησης Γ.Δ.Α.) διαπιστώνεται ότι μεταξύ των ετών 2004-2006 η εταιρία ΚΑΡΦΟΥΡ εφάρμοσε στην πράξη το συνιστώμενο από την εταιρία ΟΛΥΜΠΟΣ mark up 8% (επί της τιμής χονδρικής).

Συγκεκριμένα, ως προέκυψε από την κατάθεση του κ. [...] ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού, αποτελούσε πολιτική της εταιρίας του να συνιστά στις αλυσίδες σούπερ μάρκετ να πωλούν λιανικώς τα προϊόντα τους με το συγκεκριμένο ύψος mark up (8%). Εκ της συγκρίσεως μεταξύ του τιμοκαταλόγου που απέστειλε η ΟΛΥΜΠΟΣ και του αντιπροσωπευτικού δείγματος τιμών λιανικής που προσκομίστηκε από την ίδια την εταιρία ΚΑΡΦΟΥΡ ως τέτοιο, διαπιστώθηκε ότι η εταιρία ΚΑΡΦΟΥΡ εφάρμοσε τη συγκεκριμένη πολιτική της εταιρίας ΟΛΥΜΠΟΣ, εναρμονίζοντας πράγματι τις τιμές

λιανικής της στο νέο τιμοκατάλογο κάθε φορά που αυτός αλλάζει (εφαρμόζοντας το mark up 8%).

- ε) Στοιχειοθετείται, κατά συνέπεια, σύμφωνα με όσα αναπτύχθηκαν ανωτέρω, συμφωνία καθορισμού **πάγιων - ελάχιστων τιμών μεταπώλησης** μεταξύ της εταιρείας ΟΛΥΜΠΟΣ και της συγκεκριμένης αλυσίδας, κατά παράβαση του άρθρου 1 παρ.1 του ν.703/77.

28.2. Συμφωνία συνεργασίας της εταιρείας ΟΛΥΜΠΟΣ με τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΑΤΛΑΝΤΙΚ, ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ

- α) Στις εν λόγω συμφωνίες περιέχεται ο ακόλουθος όρος:

«Οι τιμές των προϊόντων μας **καθορίζονται** από τον εκάστοτε τιμοκατάλογό μας, για την αλλαγή του οποίου θα σας κοινοποιούμε το νέο **15** ημέρες **προτού την εφαρμογή του**».

Η αμοιβή του εκάστοτε καταστήματος λιανικής πώλησης προκύπτει από τις παροχές που δίδονται στα συγκεκριμένα συμφωνητικά. Συγκεκριμένα «εκπτώσεις ... επί του τζίρου επί των τιμών του τιμοκαταλόγου μας για το έτος 2005 με ισχύ από 01-01-05 με έκδοση Π.Σ. ανά μήνα».

Ο όρος 'τιμές' αναφέρεται προφανώς στις τιμές λιανικής των προϊόντων της εταιρείας ΟΛΥΜΠΟΣ και όχι στις τιμές χονδρικής, καθώς όχι μόνο είναι αντίστοιχος με τον όρο που αναφέρεται ανωτέρω (στη συμφωνία με τη ΚΑΡΦΟΥΡ), όπου διευκρινίζεται ρητά ότι ο όρος 'τιμές' αφορά τις τιμές λιανικής, αλλά επιβεβαιώνεται και στο ηλεκτρονικό μήνυμα του Διευθυντή Πωλήσεων της ΟΛΥΜΠΟΣ προς την αλυσίδα ΑΤΛΑΝΤΙΚ «παρακαλώ για τις ενέργειές σας για την αλλαγή των τιμών λιανικής την 1-3-2004» (βλ. κατωτέρω υπό γ).

- β) Ακόμα, όμως, και αν θεωρηθεί ότι πρόκειται για ουδέτερη συμβατικά ρύθμιση, καθώς ο όρος 'τιμές' δύναται να αναφέρεται είτε σε τιμές λιανικής είτε σε τιμές χονδρικής, θα πρέπει να εξετασθεί ποιο ήταν το πλαίσιο συνεργασίας μεταξύ της εταιρείας ΟΛΥΜΠΟΣ και των εν λόγω αλυσίδων, προκειμένου να διαπιστωθεί η ύπαρξη ή μη συμφωνίας

καθορισμού ελάχιστων τιμών μεταξύ των εν λόγω εταιριών (βλ. ανωτέρω παρ. 18 και 19).

Εκ της συγκρίσεως μεταξύ των τιμοκαταλόγων που απέστειλε η εταιρία ΟΛΥΜΠΟΣ στις εν λόγω αλυσίδες και του αντιπροσωπευτικού δείγματος τιμών λιανικής που εφάρμοζαν σε ορισμένα ενδεικτικά προϊόντα οι εν λόγω αλυσίδες σύμφωνα με στοιχεία που προσκόμισαν οι ίδιες στις αρμόδιες υπηρεσίες της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού, προκύπτει ότι οι αλυσίδες αυτές εφάρμοζαν **είτε τις τιμές χονδρικής με mark up 8% είτε τις προτεινόμενες τιμές λιανικής.**

- γ) Επίσης, στο από 23-1-2004 ηλεκτρονικό μήνυμα του κ. Στρούμπουλη, Διευθυντή Πωλήσεων της εταιρείας ΟΛΥΜΠΟΣ, προς την αλυσίδα ΑΤΛΑΝΤΙΚ με θέμα «Νέος Τιμοκατάλογος», αναφέρονται μεταξύ άλλων τα εξής: «[...] Με την παρούσα επιστολή σας ενημερώνω για το νέο τιμοκατάλογο της εταιρείας με ισχύ από 01-03-2004. Ταυτόχρονα σας ενημερώνω για τις νέες τιμές λιανικής των προϊόντων με mark up [...] Σας υπενθυμίζω ότι **οι τιμές mark up ισχύουν πανελλαδικά** εκτός της περιοχής της Θεσσαλίας [...] **Παρακαλώ για τις ενέργειες σας για την αλλαγή των τιμών λιανικής την 01-03-2004 [...]**».

Από τα στοιχεία που υπέβαλε στη Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού η αλυσίδα ΑΤΛΑΝΤΙΚ προκύπτει ότι η τελευταία **εφάρμοσε τη τιμή λιανικής** (δηλαδή τιμή χονδρικής συν mark up) που είχε αποστείλει με το ανωτέρω ηλεκτρονικό μήνυμα η εταιρεία ΟΛΥΜΠΟΣ, στους κωδικούς που αναφέρονται στον εν λόγω πίνακα.

- δ) Το επιχείρημα ότι η ‘συνιστώμενη’ εκ μέρους της εταιρίας ΟΛΥΜΠΟΣ πολιτική εφαρμογής του mark up, δεν μπορούσε να είναι δεσμευτική για τις υπό εξέταση αλυσίδες, λόγω της αυξημένης ισχύος τους έναντι της συγκεκριμένης γαλακτοβιομηχανίας ή της αδυναμίας της τελευταίας να τους επιβάλλει τους όρους της (όπως υποστήριξαν κατά την εξέτασή τους οι μάρτυρες της ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ ΚΑΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ) δεν είναι πειστικό, αφού: i) η νομολογία, ως εκτίθεται ανωτέρω στην παράγ. 14.1., δεν απαιτεί για τη θεμελίωση ‘συμφωνίας’ το στοιχείο του εξαναγκασμού, αλλά αρκείται στο ότι τις πρωτοβουλίες **που συστήνει ο εκάστοτε προμηθευτής τις εφαρμόζουν, ακολουθούν και αποδέχονται έστω σιωπηρά**

οι διανομείς του, (ανωτέρω 14.2.), ii) όπως ήδη αναλύθηκε ανωτέρω στην παρ. 26, 26.1. η προσπάθεια προσεταιρισμού μεγαλύτερου κέρδους κατά τη διάρκεια διαπραγματεύσεων μεταξύ γαλακτοβιομηχανιών και σούπερ μάρκετ επιχειρείται μέσω μεγέθυνσης των εκπτώσεων και παροχών και όχι μέσω της μείωσης των τιμών χονδρικής (τιμοκατάλογο) του προϊόντος, όπου τα συμφέροντα και των δύο συγκλίνουν στη διατήρηση υψηλών επιπέδων τιμών τιμοκαταλόγου, iii) οι κατά φαινόμενο ουδέτερες διατάξεις των συμφωνιών που έχουν συναφθεί μεταξύ των εν λόγω εταιριών προκύπτει ότι εφαρμόζονται στη πράξη, καθώς de facto οι τιμές λιανικής των αλυσίδων πράγματι *καθορίζονται από* τον εκάστοτε τιμοκατάλογο της ΟΛΥΜΠΙΟΣ καθιστώντας τις τιμές του εν λόγω τιμοκαταλόγου ελάχιστες, καθώς είτε αυτές καθορίζονται από την εφαρμογή του mark up 8%, είτε από τις προτεινόμενες τιμές λιανικής.

ε) Κατά την προφορική διαδικασία, ο μάρτυρας της ΟΛΥΜΠΙΟΣ (κατάθεση [...] 18-5-2007) υποστήριξε ότι η αναφορά στον τιμοκατάλογο της γαλακτοβιομηχανίας με mark up 8% στις συμβάσεις της εταιρείας με τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ, αποβλέπει όχι στην υπαγόρευση λιανικής τιμής, αλλά στον καθορισμό ανώτατης τιμής σε ένα προϊόν του οποίου η τιμή λόγω του χαρακτήρα του, ως premium, έχει την τάση να αυξάνεται. Η άποψη όμως αυτή δεν πείθει, καθόσον δεν εξηγεί το γεγονός γιατί οι λιανικές τιμές των υπό εξέταση αλυσίδων σούπερ μάρκετ για το συγκεκριμένο προϊόν, εναρμονίζονται στην εν λόγω τιμή. Αντίθετα, ο προβαλλόμενος από τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ «ανταγωνισμός» ως βασική αιτία και εξήγηση της τιμής που εφαρμόζουν στο συγκεκριμένο προϊόν, καθιστά τον συγκεκριμένο όρο μονοσήμαντο, δεδομένου ότι δεν διαφαίνεται η πρόθεση κανενός να πουλήσει φθηνότερα για να δημιουργήσει προς όφελός του ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων, αλλά περιορίζεται στην ευθυγράμμιση του ενός έναντι του άλλου, με βασικό στοιχείο σύγκλισης όλων, τον τιμοκατάλογο της ΟΛΥΜΠΙΟΣ και τις περιεχόμενες σ' αυτόν οριζόμενες τιμές (βλ. ανωτέρω παράγραφος 26.1.).

στ) Σημειώνεται εξάλλου ότι οι τιμές χονδρικής που αναγράφονται στους τιμοκαταλόγους της εταιρείας ΟΛΥΜΠΙΟΣ, (όπως και κάθε άλλης γαλακτοβιομηχανίας) δεν αποτελούν για τις εταιρείες εμπορίας το πραγματικό κόστος αγοράς, καθώς όπως ήδη έχει λεχθεί ανωτέρω παρ. 24.2., και 25, η τιμή κτήσης του προϊόντος προκύπτει αφού αφαιρεθούν

οι εκπτώσεις που παρέχει ο εκάστοτε προμηθευτής στις εν λόγω αλυσίδες σούπερ μάρκετ. Κατά συνέπεια, η επικαλούμενη από ορισμένες αλυσίδες συμμόρφωσή τους προς τις διατάξεις του άρθρου 24 του Ν. 2941/01 που απαγορεύουν τις πωλήσεις κάτω του κόστους ως δικαιολογία για την αποδοχή του επίμαχου όρου που εμπεριέχεται στις συμβάσεις τους με την ΟΛΥΜΠΟΣ (τιμοκατάλογο με mark up 8%) δεν ευσταθεί.

Πρώτον, διότι ο εν λόγω νόμος απαγόρευε αρχικά την πώληση κάτω του τιμολογιακού κόστους, αλλά υπό την αίρεση ότι η πώληση αυτή έθετε σε κίνδυνο την αγορά και έθιγε κατά τρόπο ουσιώδη τις αρχές του ανταγωνισμού και τα συμφέροντα των καταναλωτών (βλ. επίσης Μονομελές Πρωτοδικείο Πειραιά 624/2004 και Μονομελές Πρωτοδικείο Πατρών 1397/2003, καθώς και Παρατηρήσεις Σαράντη στην υπ' αριθμ. 1751 Απόφαση του Διοικητικού Πρωτοδικείου Πειραιώς).

Δεύτερον, διότι μετά την τροποποίηση της εν λόγω διάταξης από το άρθρο 15 του ν. 3377/05 που προσδιόρισε το περιεχόμενο του κόστους, έγινε πλέον σαφές ότι πρόκειται για την τιμή κτήσης του προϊόντος («ως κόστος αγοράς θεωρείται η τιμή μονάδας του προϊόντος που αναγράφεται στο τιμολόγιο του προμηθευτή, αφαιρουμένων των εκπτώσεων που αναφέρονται στο τιμολόγιο ή αποδεικνύονται με πιστωτικά σημειώματα, ανεξάρτητα αν οι εκπτώσεις είναι βασικές ή εξαρτώνται από τον κύκλο εργασιών ή αναφέρονται σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, συνυπολογιζομένων το κόστος του ΦΠΑ και των λοιπών δασμών και φόρων, που τυχόν υποβάλλονται, καθώς και των μεταφορικών εφόσον δεν εμπεριέχονται στην τιμολογιακή τιμή».) Στο μέτρο επομένως που ο επίμαχος όρος των συμφωνιών της ΟΛΥΜΠΟΣ με τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ αναφέρεται στον τιμοκατάλόγό τους, δεν αντιστοιχεί στο κόστος αγοράς (τιμή κτήσης) των προϊόντων της ΟΛΥΜΠΟΣ από τις αλυσίδες. Για το λόγο αυτό, ο εν λόγω όρος συνιστά συμφωνία καθορισμού ελάχιστων τιμών μεταπώλησης.

Στοιχειοθετείται κατά συνέπεια, σύμφωνα με όσα αναπτύχθηκαν ανωτέρω συμφωνία καθορισμού ελάχιστων τιμών μεταπώλησης μεταξύ της εταιρείας ΟΛΥΜΠΟΣ και των προαναφερθέντων αλυσίδων σούπερ μάρκετ, κατά παράβαση του άρθρου 1 παρ. 1 του ν. 703/77 και ανεξάρτητα του εάν οι εν λόγω όροι εφαρμόστηκαν ή όχι στην πράξη.

Ο ισχυρισμός επομένως που προβλήθηκε τόσο κατά την προφορική διαδικασία όσο και τα συμπληρωματικά υπομνήματα των ενδιαφερομένων εταιρειών ότι η εναρμόνιση των τιμών τους με τους τιμοκαταλόγους της ΟΛΥΜΠΟΣ ήταν ανάγκη συμμόρφωσης προς τις διατάξεις του Ν. 2941/01 και όχι ελεύθερη δική τους επιχειρηματική επιλογή, είναι αβάσιμος και απορριπτέος.

- ζ) Τέλος, η επίκληση από ορισμένες αλυσίδες σούπερ μάρκετ αλλά και από τις γαλακτοβιομηχανίες ΟΛΥΜΠΟΣ και ΜΕΒΓΑΛ, της έλλειψης νομικών γνώσεων των στελεχών που συνέταξαν ή αποδέχθηκαν τους αντι-ανταγωνιστικούς όρους των συμβάσεών τους δεν μπορεί να γίνει αποδεκτή, διότι η αντι-ανταγωνιστική ενέργεια στελέχους μιας επιχείρησης κατά την εκτέλεση των καθηκόντων του, δεσμεύει εξ ορισμού την ευθύνη της εν λόγω επιχείρησης, εκτός κι αν ήθελε αποδειχθεί, ότι η τελευταία είχε μεριμνήσει για την κατάλληλη επί του θέματος ενημέρωση του προσωπικού της (βλ. απόφαση C-16/82 Hassebland κατά Επιτροπής, παρ. 45 έως 46, όπου επιβλήθηκε πρόστιμο παρά το ότι προβλήθηκε από την καταγγελλόμενη επιχείρηση ότι η προσαπτόμενη σ' αυτήν αντι-ανταγωνιστική ρήτρα είχε εισαχθεί στη σύμβαση εξ αμελείας του δικηγόρου της, καθώς και απόφαση T-7/89 παρ. 85, 90, 102).
- η) Εκ των ανωτέρω συνάγεται ότι πράγματι οι τιμές λιανικής των υπό εξέταση αλυσίδων σούπερ μάρκετ 'καθορίζονται' από το τιμοκατάλογο 'χονδρικής' ή με βάση αυτόν. Εκ του συνδυασμού επομένως της συγκεκριμένης ρήτρας και της εφαρμογής της συμφωνίας στη πράξη, προκύπτει «συμφωνία» καθορισμού ελάχιστων τιμών μεταπώλησης μεταξύ της εταιρείας ΟΛΥΜΠΟΣ και των αλυσίδων super market ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ, ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, ΑΤΛΑΝΤΙΚ και, κατά συνέπεια, παράβαση του άρθρου 1 παρ.1 του ν.703/77.

29. Σχέση της εταιρείας ΜΕΒΓΑΛ με αλυσίδες super market

29.1. Συμφωνίες συνεργασίας με τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ, ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ και ΜΑΣΟΥΤΗΣ.

Στις συμφωνίες συνεργασίας που έχουν συναφθεί μεταξύ της εταιρείας ΜΕΒΓΑΛ και ορισμένων καταστημάτων super market (ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ, ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΜΑΣΟΥΤΗΣ και ΑΤΛΑΝΤΙΚ) ανευρίσκεται ο

ακόλουθος όρος: «οι λιανικές τιμές πώλησης **δεν μπορούν να είναι μικρότερες** του τιμοκαταλόγου χονδρικής συν ΦΠΑ».

- α) Ο προαναφερόμενος συμβατικός όρος, διατυπωμένος σαφέστατα και ανεπιφύλακτα και ανεξαρτήτως του εάν εφαρμόστηκε στην πράξη (βλ. ανωτέρω παρ. 22), αντίκειται στο άρθρο 1 παρ. 1 ν. 703/77, μη απαλλασσόμενος βάσει του αρ. 4 α) του Καν. 2790/1999, καθώς έχει ως αντικείμενο τον περιορισμό της δυνατότητας των αλυσίδων λιανικής πώλησης να καθορίζουν τις τιμές πώλησης μέσω του καθορισμού ελάχιστων τιμών μεταπώλησης (βλ. ανωτέρω παρ. 14).

Στις 11.9.2006, σχετικά με την τιμολογιακή / εμπορική πολιτική που εφαρμόζουν οι εταιρείες ο [...], ανέφερε μεταξύ άλλων και τα εξής:

«Η ΜΕΒΓΑΛ έχει δεσμευτικό τιμοκατάλογο χονδρικής, αλλά προτεινόμενο λιανικής. **Επιθυμεί η κατώτατη λιανική τιμή πώλησης να είναι η τιμή χονδρικής πλέον του Φ.Π.Α. Μόνο η ΚΑΡΦΟΥΡ δεν δέχεται αυτόν τον όρο.** Η ΜΕΒΓΑΛ ελέγχει ώστε στην αγορά να μην γίνεται πώληση σε μικρότερη τιμή, στο μέτρο του δυνατού. Είναι υποχρέωσή της να το παρακολουθούμε και να το διασφαλίζει.»

Η άποψη αυτή επιβεβαιώνεται ρητά και στο Συμπληρωματικό Υπόμνημα της ίδιας της ΜΕΒΓΑΛ, όπου αναφέρεται χαρακτηριστικά ότι «η αναγραφή του επίμαχου ως άνω όρου εκφράζει πράγματι την επιθυμία της εταιρείας μας να μην μεταπωλούνται τα προϊόντα μας σε τιμή κάτω της χονδρικής τιμοκαταλόγου συν ΦΠΑ (κεφ. ΣΤ 1.4., σελ. 156).

Την **20.11.2006**, ο κ. [...] κλήθηκε και προσήλθε για συμπληρωματική κατάθεση, προς διευκρίνιση κάποιων από τα ευρήματα της Υπηρεσίας μαζί με τον [...], οι οποίοι δήλωσαν μεταξύ άλλων και τα εξής:

«...Πολιτική της εταιρείας είναι να επικοινωνεί με τους υπευθύνους των σούπερ-μάρκετ και να προσπαθεί να διορθώσει την τιμή (ήπια προσέγγιση), στην περίπτωση που δεν εφαρμόζουν την πολιτική τιμών της ΜΕΒΓΑΛ...».

Όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται στο από 22-02-2005 εσωτερικό σημείωμα από τον κ. Τέρτση (Διευθυντή Πωλήσεων Εσωτερικής Αγοράς) προς τον κ. Ξηρογιαννόπουλο, εμπορικό διευθυντή της ΜΕΒΓΑΛ, η τιμή κτήσης + ΦΠΑ στο 1lit 3,5% λιπαρά είναι 1,14 Ε και είναι η τιμή που θα έπρεπε να πωλούν οι αλυσίδες ... Εμείς από τη μεριά μας

έχουμε επέμβει πολλές φορές και στη Θεσσαλονίκη και διορθώσαμε τις τιμές σαν leader που είμαστε στην αγορά ...».

- β) Το επιχείρημα που επικαλούνται από την πλευρά τους οι εμπλεκόμενες αλυσίδες σούπερ μάρκετ περί μονομερούς θέσεως του εν λόγω όρου από την εταιρία ΜΕΒΓΑΛ λόγω της μη υπογραφής της συγκεκριμένης συμφωνίας συνεργασίας από αυτές κρίνεται μη πειστικό για τους εξής λόγους: ι) διότι οι ίδιες οι αλυσίδες προσκόμισαν τις εν λόγω συμφωνίες σε σχετικό ερώτημα της Υπηρεσίας με την υπ' αριθμόν **αποδεχόμενες ότι αυτές οι συμφωνίες (για τα έτη 2004-2006) προβλέπουν τους εμπορικούς όρους συνεργασίας με την εταιρία ΜΕΒΓΑΛ** και ιι) η συμφωνία δεν είναι δυνατόν να ισχύει επιλεκτικά, μόνον ως προς τις διατάξεις που διασφαλίζουν οφέλη (εκπτώσεις και παροχές) στις υπό εξέταση αλυσίδες σούπερ μάρκετ και να μην ισχύει ως προς τις διατάξεις που προβλέπουν όρους ή συνεπάγονται υποχρεώσεις γι' αυτές. Άλλωστε, με εξαίρεση την ΚΑΡΦΟΥΡ που κατά δήλωση του [...] στην Γ.Δ.Α. στις 12-9-2006 δεν δέχθηκε αυτόν τον όρο, δεν προέκυψε από κάποιο έγγραφο ή άλλο στοιχείο ότι οι εν λόγω αλυσίδες (ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ, ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΜΑΣΟΥΤΗΣ και ΑΤΛΑΝΤΙΚ) αντέδρασαν ή δε συμφώνησαν στο συγκεκριμένο όρο.
- γ) Επίσης, το επιχείρημα που επικαλείται η ΜΕΒΓΑΛ, αλλά και ορισμένες αλυσίδες σούπερ μάρκετ (ΜΑΣΟΥΤΗΣ, ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ) ότι ο συγκεκριμένος όρος συνιστά συμμόρφωση με το άρθρο 24 του ν.2941/01 που αναφέρεται στην απαγόρευση των πωλήσεων κάτω του κόστους, δεν κρίνεται (όπως ήδη ελέχθη στην παρ. 28.2.στ) πειστικός, διότι, εκτός των άλλων, σε παρόμοια περίπτωση θα όφειλαν να τον είχαν καταργήσει μετά την τροποποίηση του εν λόγω άρθρου 24 το έτος 2005, αντί να συνεχίζουν να χρησιμοποιούν το άρθρο αυτό ως μέσο νομιμοποίησης της παράνομης συμπεριφοράς τους.
- δ) Το βασικό επιχείρημα που προέβαλε και επικαλέστηκε κατά την προφορική διαδικασία η ΜΕΒΓΑΛ για την συνομολόγηση του επίμαχου όρου στις συμβάσεις της με τα σούπερ μάρκετ (βλ. κατάθεση [...] 2-7-2007), ήταν ότι απέβλεπε να αποφύγει τον κίνδυνο μετακύλησης σ' αυτήν πρόσθετων εκπτώσεων (πέραν δηλαδή αυτών που είχαν συμφωνηθεί) από ορισμένες αλυσίδες, στην προσπάθειά των τελευταίων να αντισταθμίσουν μειώσεις στις τιμές πώλησης προϊόντων της ΜΕΒΓΑΛ από

ανταγωνιστές τους, επειδή τις απέδιδαν σε ευνοϊκότερη προς αυτούς μεταχείριση από τη γαλακτοβιομηχανία.

Το εν λόγω επιχείρημα δεν ευσταθεί, διότι όπως υποστηρίχθηκε και από αρμόδια στελέχη συνεργαζομένων με τη ΜΕΒΓΑΛ σούπερ μάρκετ (βλ. κατάθεση [...] 2-7-2007, μάρτυρα της ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού), η μείωση της τιμής ενός προϊόντος στην αγορά είναι η συνισταμένη πολλών παραγόντων που δεν επιτρέπουν παρόμοιες απλοποιήσεις επεξήγησης του φαινομένου, άρα κατά μείζονα λόγο δεν δικαιολογούν παρόμοιους αυτοματισμούς αντιδράσεων.

Αλλά και ο ίδιος ο μάρτυρας της ΜΕΒΓΑΛ κατά την προφορική διαδικασία (κατάθεση [...] 2-7-2007) ανέδειξε την αδυναμία του εν λόγω επιχειρήματος, δηλώνοντας ότι η ΜΕΒΓΑΛ δεν έχει πρόβλημα με τη μείωση τιμών από σούπερ μάρκετ που δεν ζητούσαν να της μετακυλήσουν τις παρεχόμενες από αυτά εκπτώσεις, αποδεχόμενος εμμέσως πλην σαφώς ότι ο υποτιθέμενος κίνδυνος πρόκλησης από αυτή τη μείωση αυτόματων αρνητικών αντιδράσεων άλλων σούπερ μάρκετ κατά της ΜΕΒΓΑΛ δεν υφίσταται.

- ε) Στοιχειοθετείται, κατά συνέπεια, σύμφωνα με όσα αναπτύχθηκαν ανωτέρω, συμφωνία καθορισμού **ελάχιστων τιμών μεταπώλησης** μεταξύ της εταιρείας ΜΕΒΓΑΛ και των ανωτέρω αλυσίδων super market, κατά παράβαση του άρθρου 1 παρ.1 του ν.703/77.

29.2. Οι περιπτώσεις ΚΑΡΦΟΥΡ και ΚΥΨΕΛΗ Α.Ε.

- α) Όπως ήδη αναφέρθηκε ανωτέρω, καθ'ομολογία του [...] (κατάθεση [...], 11-9-2006), η ΚΑΡΦΟΥΡ δεν δέχθηκε τον όρο περί κατώτατης λιανικής τιμής πώλησης που εμπεριέχεται στη συμφωνία συνεργασίας που έχει συνάψει η ΜΕΒΓΑΛ με άλλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ. Το γεγονός αυτό, αφενός απαλλάσσει την ΚΑΡΦΟΥΡ από την προαναφερθείσα κατηγορία, αφετέρου δε, επιβεβαιώνει ότι ο συγκεκριμένος όρος ίσχυε για τους αντισυμβαλλομένους της ΜΕΒΓΑΛ και τα υποστηριζόμενα από τις εγκαλούμενες αλυσίδες σούπερ μάρκετ ότι ο εν λόγω όρος ήταν μονομερής δήλωση της ΜΕΒΓΑΛ και δεν τις αφορούσε, είναι αβάσιμα και απορριπτέα.
- β) Σχετικά με τον καταλογισμό ευθύνης στην αλυσίδα σούπερ μάρκετ ΑΤΛΑΝΤΙΚ για συμβάσεις και συμφωνίες που φέρεται να σύνηψε για τα έτη 2005, 2006 η ΜΕΒΓΑΛ με την ΚΥΨΕΛΗ Α.Ε.-θυγατρική της ΑΤΛΑΝΤΙΚ-, στο μέτρο που δεν διερευνήθη και δεν απεδείχθη εάν η τελευταία ασκεί διευθυντικό δικαίωμα επί της ΚΥΨΕΛΗΣ Α.Ε., (η οποία υποστηρίχθηκε ότι ακολουθεί αυτόνομη πολιτική και συμπεριφορά στην αγορά

διαμορφούμενη από δικό της Διοικητικό Συμβούλιο, το οποίο δεν ταυτίζεται με το Διοικητικό Συμβούλιο της ΑΤΛΑΝΤΙΚ) και δεδομένου ότι ο μάρτυρας της ΟΛΥΜΠΙΟΣ κατέθεσε ενώπιον της Επιτροπής (κατάθεση Σαράντη 18-5-2207) ότι οι προτάσεις της εταιρείας ΜΕΒΓΑΛ απευθύνοντο στην ΚΥΨΕΛΗ Α.Ε. και όχι στην ΑΤΛΑΝΤΙΚ, η Επιτροπή κρίνει ότι δεν αποδεικνύεται εν προκειμένω η προσαπτόμενη στην ΑΤΛΑΝΤΙΚ παράβαση. Αντίθετα παράβαση του άρθρου 1 παρ. 1 του Ν. 703/77 από την ΑΤΛΑΝΤΙΚ στοιχειοθετείται για το έτος 2004 κατά το οποίο η εν λόγω αλυσίδα συνήψε με τη ΜΕΒΓΑΛ συμφωνία καθορισμού ελάχιστων τιμών μεταπώλησης.

30. Σχέση της εταιρείας ΔΕΛΤΑ με την αλυσίδα σούπερ μάρκετ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ.

Κατά την διάρκεια του ελέγχου στην εταιρία ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ, παραδόθηκαν στην Γ.Δ.Α. πέντε (5) φωτοαντίγραφα ηλεκτρονικών επιστολών (e-mail) (με έτη εκδόσεως 2005 έως 2006) με θέμα «Ραντεβού τιμών ΔΕΛΤΑ» και αποστολέα τον κ. Γ. Κοσμά υπάλληλο της ΔΕΛΤΑ στο τμήμα ανάπτυξης πελατών, στα οποία υπήρχε και επισυναπτόμενο αρχείο τιμών με κωδικούς προϊόντων και στήλη τιμών και περιγραφή «όλη η Αγορά» (κόστος συν Φ.Π.Α. Στην κατάθεσή του ενώπιον της Επιτροπής (31-5-2007) ο κ. [...], υποστήριξε ότι τα «ραντεβού τιμών» είχαν την έννοια επαφών για την αναθέρμανση των σχέσεων μεταξύ της συγκεκριμένης γαλακτοβιομηχανίας και της εταιρείας ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ, που είχαν περιορισθεί μετά το 2004.

Αντίθετα, σύμφωνα με την κατάθεση του κ. [...] (31-5-2007) τα «ραντεβού τιμών» ήταν «κοινοποίηση τιμών λιανικής» «που κατά τη γνώμη της ΔΕΛΤΑ θα έπρεπε να διαμορφώνονται στην αγορά». Αρνήθηκε όμως ότι αποδεχόταν και εφάρμοζε τις εν λόγω τιμές.

Από την έρευνα όμως της Υπηρεσίας (Γ.Δ.Α.) διαπιστώθηκε ότι μετά τα «ραντεβού τιμών» αφενός την 5-12-2005 και αφετέρου την 4-1-2006, η εταιρεία ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ εφήρμοσε τις προτεινόμενες τιμές από την ΔΕΛΤΑ. Αντιθέτως κατά τις άλλες τρεις ημερομηνίες (1-2-2006/12-4-2006/27-7-2006) οι τιμές είναι διαφοροποιημένες (βλ. παράρτημα ΙΧ εισήγησης Γ.Δ.Α.). ΔΕΛΤΑ και ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ για τον καθορισμό τιμών λιανικής, εκτός από τις περιόδους Δεκέμβριο 2005 και Ιανουάριο 2006 για τους οποίους δύο μήνες, η εταιρεία ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ εφάρμοσε τις τιμές λιανικής και συνεπώς μπορεί να καταλογισθεί παράβαση του άρθρου 1 παρ. 1 του Ν. 703/1977.

31. Σχέση της εταιρείας ΦΑΓΕ με την αλυσίδα σούπερ μάρκετ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ.

31.1. Σε φωτοαντίγραφο ηλεκτρονικής επιστολής της 05-04-2006 από τον κ. Βελλή, Key Account Manager της εταιρείας ΦΑΓΕ προς τον κ. Καράπατσα του σούπερ μάρκετ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ και τους κ. Λιάπη και Δ. Πεπονή, υπαλλήλους της ΑΤΛΑΝΤΙΚ, αναφέρεται: «[...] Την Τετάρτη 12 Απριλίου *έχει δοθεί ραντεβού τιμών σε επίπεδο χονδρικής + ΦΠΑ στα προϊόντα του συνημμένου αρχείου. Παρακαλώ αν σε κάποια από αυτά πουλάτε χαμηλότερα να προσαρμόσετε τις τιμές έως την Τρίτη 11 Απριλίου [...]*».

Σε φωτοαντίγραφο ηλεκτρονικής επιστολής της 02-05-2006 από τον κ. Βελλή (ΦΑΓΕ) προς τον κ. Καραπάτσα του σούπερ μάρκετ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ με θέμα «FW: ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΓΙΑ 04-05-06» αναφέρονται μεταξύ άλλων: «...Στο επισυναπτόμενο αρχείο *θα βρείτε προϊόντα για τα οποία οι τιμές θα πρέπει να προσαρμοστούν σε επίπεδο χονδρικής + ΦΠΑ. Ως ημερομηνία προσαρμογής έχει οριστεί η 04-05-2006 [...]*» και στην οποία υπήρχε επισυναπτόμενο ένα αρχείο με κωδικούς και τιμές (χονδρικής + ΦΠΑ).

Συγκεκριμένα, το «ραντεβού τιμών» λογίζεται αντικειμενικώς ερμηνευόμενο ως πρόσκληση της ΦΑΓΕ προς την ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ για την ευθυγράμμιση των λιανικών τιμών της τελευταίας όσον αφορά προϊόντα της εν λόγω γαλακτοβιομηχανίας με τις τιμές (χονδρική + ΦΠΑ), που της γνωστοποιεί.

Σύμφωνα με την κατάθεση του κ. [...] (14-6-2007) ενώπιον της Επιτροπής, πρόκειται για μονομερή ενέργεια της ΦΑΓΕ, στα πλαίσια «της πάγιας πολιτικής των εταιρειών των μεγάλων γαλακτοβιομηχανιών, που προσπαθούν να σου επιβάλλουν τι προϊόντα θα πουλάς και προσπαθούν να προτείνουν και πως θα τα πουλάμε.»

31.2. Από τα στοιχεία όμως που η συγκεκριμένη αλυσίδα έθεσε υπόψη της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού συνάγεται ότι η ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ακολουθεί (τόσο πριν, όσο και μετά τα ραντεβού τιμών) τις τιμές που της αποστέλλει η ΦΑΓΕ.

Στοιχειοθετείται, κατά συνέπεια, σύμφωνα με όσα αναπτύχθηκαν ανωτέρω, «συμφωνία» καθορισμού των συγκεκριμένων τιμών μεταπώλησης μεταξύ της εταιρείας ΦΑΓΕ και της ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ, και κατά συνέπεια, παράβαση του άρθρου 1 παρ.1 του ν.703/77.

32. Σχέση της εταιρείας ΡΟΔΟΠΗ με τον όμιλο σούπερ μάρκετ ΕΛΟΜΑΣ.

32.1. Σε συμφωνητικό συνεργασίας που ανευρέθηκε μεταξύ των ανωτέρω συμβαλλομένων (30-7-2001) αναγράφονται μεταξύ άλλων τα εξής:

«4. ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΛΙΑΝΙΚΩΝ ΤΙΜΩΝ: Ορίζεται και συμφωνείται *ως κατώτατη λιανική τιμή των προϊόντων του συνημμένου πίνακα η χονδρική τιμή + ΦΠΑ.*»

Στοιχειοθετείται, κατά συνέπεια, σύμφωνα με όσα ανατύχθηκαν ανωτέρω, κατά παράβαση του άρθρου 1 παρ. 1 ν. 703/77, «συμφωνία» **καθορισμού ελάχιστων τιμών μεταπώλησης** μεταξύ της εταιρείας ΡΟΔΟΠΗ και του ανωτέρω ομίλου super market ΕΛΟΜΑΣ, ανεξάρτητα του εάν οι συγκεκριμένοι όροι εφαρμόστηκαν ή όχι στην πράξη.

32.2. Η εταιρεία ΡΟΔΟΠΗ αποδέχεται ουσιαστικά την προσαπτόμενη κατηγορία, υποστηρίζοντας όμως ότι το εν λόγω συμφωνητικό έληξε το έτος 2001, χωρίς καμία άλλη παράταση, ότι δεν είχε γνώση του παραβατικού χαρακτήρα της συμπεριφοράς και ως εκ τούτου κάνει έκκληση στην επιείκεια της Επιτροπής. Από την πλευρά του ο όμιλος σούπερ μάρκετ ΕΛΟΜΑΣ ισχυρίστηκε ότι το επίμαχο συμφωνητικό δεν συνήφθη από τους νομίμους εκπροσώπους του ΕΛΟΜΑΣ και γι' αυτό δεν θεωρήθηκε δεσμευτική. Η άποψη όμως αυτή έρχεται σε αντίφαση με την αποδοχή κατά την προφορική διαδικασία της εφαρμογής της εν λόγω συμφωνίας από τρία μέλη του ΕΛΟΜΑΣ στην περιοχή της Θράκης, που κατ'έξοχην δραστηριοποιείται η εταιρεία ΡΟΔΟΠΗ. Εξάλλου, το εν λόγω συμφωνητικό είναι υπογεγραμμένο «για λογαριασμό του ΕΛΟΜΑΣ». Περαιτέρω και στην προέκταση των ισχυρισμών της ΡΟΔΟΠΗ, υποστήριξε ότι μετά το 2001 λόγω της τοπικής εμβέλειας της συγκεκριμένης γαλακτοβιομηχανίας, δύο μόνο μέλη του πωλούσαν γαλακτοκομικά προϊόντα της και μάλιστα κατόπιν χωριστής διαπραγμάτευσης των εν λόγω εταιρειών με αυτήν, χωρίς τη μεσολάβηση του ομίλου.

Ως εκ τούτου, η Επιτροπή κρίνει ότι δεν στοιχειοθετείται παράβαση καθορισμού συγκεκριμένης τιμής μεταπώλησης μεταξύ της εταιρείας ΡΟΔΟΠΗ και του ομίλου ΕΛΟΜΑΣ για τα έτη 2002 έως 2006.

**VI. ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΚΑΙ ΟΡΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ
ΤΗΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΔΙΑΝΟΜΕΙΣ ΤΗΣ**

33. Στο πλαίσιο του Δικαίου του Ανταγωνισμού και ιδιαίτερα στην εφαρμογή αυτού στους τομείς των δικτύων διανομής, γίνεται πάγια δεκτό (βλ. ανωτέρω παρ. 17) ότι ορισμένες μονομερείς, εκ πρώτης όψεως, πράξεις του προμηθευτή, παρά την φαινομενική μονομέρειά τους, καταλαμβάνονται από την ερμηνευτική εμβέλεια της έννοιας της σύμπραξης (άρθρο 1 παρ. 1 του Ν. 703/77 και 81 παρ. 1 της ΣυνθΕΚ), λόγω της γενικότερης ένταξής τους στο πλαίσιο των συμβατικών σχέσεων του προμηθευτή με τους διανομείς μεταπωλητές του (ΔΕΚ υπόθ. 107/82, AEG Telefunken κατά Επιτροπής, Συλλ. 1983 σελ. 3151, ΔΕΚ συνεκδ. Υπόθ. 25-26/84, Ford Werke AG and Ford of Europe Inc κατά Επιτροπής, Συλλ. 1985, σελ. 2725, σκέψη 21, ΔΕΚ υπόθ. BMW Belgium, Συλλ. 1995, σελ. 3439).

33.1. Εφόσον οι συνθήκες και όροι συνεργασίας του προμηθευτή με τους διανομείς του αποτελούν αντικείμενο γνήσιων συμβάσεων εμπορικής αντιπροσωπείας, οι υποχρεώσεις που επιβάλλονται στον αντιπρόσωπο όσον αφορά στις συμβάσεις που διαπραγματεύεται ή και συνάπτει για λογαριασμό του αντιπροσωπευόμενου δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής των άρθρων 1 και 81.

33.2. Κατά τεκμήριο, τα άρθρα 1 ν.703/77 και 81 ΣυνθΕΚ έχουν εφαρμογή στις υποχρεώσεις που επιβάλλονται στον αντιπρόσωπο, εφόσον αυτός αποκτά την κυριότητα επί των συμβατικών προϊόντων που αγοράζονται ή πωλούνται. Στην περίπτωση αυτή εξετάζεται επίσης *in concreto* και συνεκτιμάται, η κρισιμότητα και σπουδαιότητα των επιχειρηματικών κινδύνων που έχουν αναληφθεί από τον αντιπρόσωπο, ο βαθμός ενσωμάτωσης αυτού στο δίκτυο του αντιπροσωπευόμενου και η παροχή από αυτόν υπηρεσιών σχετικών με τη σύμβαση στο όνομα και για λογαριασμό του ιδίου. Ειδικότερα, έχει κριθεί ότι τα άρθρα 1 ν.703/77 και 81 ΣυνθΕΚ έχουν εφαρμογή εφόσον ο αντιπρόσωπος αναλαμβάνει **έστω έναν από τους κατωτέρω ενδεικτικώς αναφερομένους κινδύνους ή δαπάνες:** δαπάνες μεταφοράς των προϊόντων, συμμετοχή στις διαφημιστικές δαπάνες για την προώθηση των προϊόντων του αντιπροσωπευόμενου, διατήρηση του κόστους χρηματοδότησης και διατήρησης των αποθεμάτων, ειδικές επενδύσεις σε εξοπλισμό, εγκαταστάσεις ή εκπαίδευση προσωπικού, ευθύνη έναντι τρίτων για ζημιές που

προκαλούνται από πωλούμενο προϊόν (βλ. T-325/01, DaimlerChrysler κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, παρ. 85-87επ., Κατευθυντήριες γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τους κάθετους περιορισμούς, 2000, παρ.13-18, C-217/05, Confederacion κατά Compania Espanola, παρ.52,53,55 και 65).

Με τη συνδρομή των ανωτέρω διαπιστώνεται ότι η σχέση μεταξύ παραγωγού και αντιπροσώπου είναι σχέση μη γνήσιας αντιπροσωπείας ή διανομής και αναζητείται εν συνεχεία η τήρηση ή μη των προϋποθέσεων που θέτουν τα άρθρα 1 ν. 703/77 και 81 ΣυνθΕΚ.

33.3. Ο καθορισμός **ελάχιστων ή πάγιων** τιμών μεταπώλησης αποτελεί ιδιαίτερα σοβαρό περιορισμό του ανταγωνισμού. Σε περίπτωση **συμβατικών διατάξεων**, με τις οποίες καθορίζεται απευθείας η τιμή μεταπώλησης, ο περιορισμός του ανταγωνισμού αναφορικά με τη διαμόρφωση των τιμών μεταπώλησης είναι εμφανής διότι συνάγεται από την ίδια τη σύμβαση/συμφωνία μεταξύ προμηθευτή και μεταπωλητή (βλ. και ανωτέρω υπό 12). Ωστόσο, ο καθορισμός των τιμών μπορεί να επιτευχθεί και με έμμεσο τρόπο. Τέτοια παραδείγματα αποτελούν, μεταξύ άλλων, οι συμφωνίες για επιβολή κυρώσεων ή **η καταγγελία συμβάσεων** σε συνάρτηση με τη μη τήρηση συγκεκριμένου επιπέδου τιμών. Οι άμεσοι ή έμμεσοι τρόποι για την επίτευξη του καθορισμού τιμών μπορούν να γίνουν πιο αποτελεσματικοί όταν συνδυαστούν με λήψη μέτρων για τον εντοπισμό διανομέων που εφαρμόζουν μειωμένες τιμές, όπως είναι **η εφαρμογή συστήματος παρακολούθησης τιμών**. (βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τους κάθετους περιορισμούς (2000/C 291/01) παρ.47).

33.4. Συμφωνίες ή εναρμονισμένες πρακτικές που έχουν ως άμεσο ή έμμεσο αντικείμενο τους τον περιορισμό των πωλήσεων από τον αγοραστή, στο βαθμό που οι εν λόγω περιορισμοί αναφέρονται στην περιοχή στην οποία ή στους πελάτες στους οποίους ο αγοραστής δύναται να πωλεί τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που αναφέρονται στη σύμβαση, θεωρούνται ιδιαίτερα σοβαροί περιορισμοί του ανταγωνισμού (Δεν δύναται, επομένως, να τύχουν ομαδικής απαλλαγής βάσει του Κανονισμού 2790/99, ακόμα και στην περίπτωση που το μερίδιο αγοράς του προμηθευτή δεν υπερβαίνει το 5% σύμφωνα με την Ανακοίνωση της Ελληνικής Επιτροπής Ανταγωνισμού για τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας ή το 10% σύμφωνα με την αντίστοιχη Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής).

- α) Κατ' εξαίρεση, επιτρέπεται στον προμηθευτή να περιορίζει τις ενεργητικές πωλήσεις εκ μέρους των άμεσων αγοραστών του σε περιοχές ή σε ομάδες πελατών αποκλειστικώς παραχωρηθέντων σε άλλον αγοραστή ή στον ίδιο τον προμηθευτή από τον εαυτό του. Η προστασία αυτή όμως των αποκλειστικά παραχωρημένων περιοχών ή των αποκλειστικά παραχωρημένων ομάδων πελατών **πρέπει, ωστόσο, να επιτρέπει τις παθητικές πωλήσεις στις περιοχές ή στους πελάτες αυτούς,** (Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής παρ.49-50 και Κανονισμό 2790/99 άρθρο 4).
- β) Η απαγόρευση των παθητικών πωλήσεων συνιστά μέσο «καταμερισμού της αγοράς», καθώς αυτή αποτελεί συμφωνία κύριο χαρακτηριστικό της οποίας είναι η επιβολή περιορισμών στον αγοραστή όσον αφορά στην πελατεία στην οποία μπορεί να μεταπωλεί συγκεκριμένο προϊόν. Το κύριο αρνητικό αποτέλεσμα για τον ανταγωνισμό είναι η άμβλυνση του ενδοσηματικού ανταγωνισμού, η οποία είναι πιθανό να διευκολύνει τον διαμερισμό της αγοράς από τον προμηθευτή και να οδηγήσει στην εφαρμογή διακρίσεων ως προς την τιμή τόσο σε επίπεδο χονδρεμπορίου όσο και σε επίπεδο λιανικής πώλησης, (Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τους κάθετους περιορισμούς, παρ. 95 ii), 103 iii), 113 – 114, 119 β).

34. Συμβάσεις της εταιρείας ΜΕΒΓΑΛ με τους διανομείς της

34.1. Στις συμφωνίες συνεργασίας μεταξύ της ΜΕΒΓΑΛ και των διανομέων της ανευρίσκονται οι εξής όροι:

- «1. Η ΔΙΑΝΟΜΕΑΣ έχει απόλυτα την ευθύνη της διανομής (πώλησης) των προϊόντων της «ΜΕΒΓΑΛ» με δικά της μεταφορικά μέσα (αυτοκίνητα - ψυγεία) [...].
2. Η ΜΕΒΓΑΛ αναλαμβάνει την υποχρέωση να παραδίνει στην έδρα της ΔΙΑΝΟΜΕΩΣ τα προϊόντα που θα παραγγέλνει, με την προϋπόθεση ότι η παραγγελία θα γίνεται τουλάχιστον μία ημέρα νωρίτερα πριν την εκτέλεσή της τηλεφωνικά ή γραπτά (FAX - TELEX), ώστε να μπορεί να συμπεριληφθεί στο πρόγραμμα παραγωγής και εφόσον υπάρχουν οι διαθέσιμες ποσότητες.

Οι παραγγελίες της ΔΙΑΝΟΜΕΩΣ υπόκεινται στις συνθήκες πώλησης και στις τιμές που ισχύουν κατά το χρόνο της αποστολής των εμπορευμάτων. Ο καθορισμός και η εν γένει πολιτική των τιμών των προϊόντων ανήκει αποκλειστικά στην ΜΕΒΓΑΛ.

Η ΜΕΒΓΑΛ ρητά επιφυλάσσεται του δικαιώματός της να αρνηθεί να εκτελέσει παραγγελία της ΔΙΑΝΟΜΕΩΣ σε περίπτωση που για λόγους ανεξαρτήτους της θέλησής της, δεν είναι δυνατόν να προβεί στην παραγωγή κάποιων προϊόντων (π.χ. έλλειψη πρώτης ύλης).

3. *Η ΜΕΒΓΑΛ για κάθε αποστολή εμπορευμάτων θα εκδίδει το ανάλογο κατά τον ΚΒ.Σ. ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ - ΔΕΛΤΙΟ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ. Οι τιμές δε χρέωσης των εμπορευμάτων που θα αναφέρονται στο τιμολόγιο θα είναι αυτές που θα προκύπτουν, μετά την αφαίρεση του συμφωνηθέντος προς τη ΔΙΑΝΟΜΕΑ ποσοστού έκπτωσης επί του ισχύοντος εκάστοτε ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΥ της ΜΕΒΓΑΛ. Το ποσοστό δε έκπτωσης συμφωνήθηκε να είναι 9,3% επί των τιμών πώλησης προς το κατάστημα, όπως αυτές καθορίζονται από τους εκάστοτε τιμοκαταλόγους της ΜΕΒΓΑΛ.*

Επιπλέον παροχές θα είναι άμεσα συνδεδεμένες με συγκεκριμένο όριο αγορών (ετήσιος στόχος αγορών), οι οποίες θα πραγματοποιούνται κατ' έτος από την ΔΙΑΝΟΜΕΑ και θα καθορίζονται από επιμέρους συμφωνητικό ετήσιας συνεργασίας.

4. *Ειδικά συμφωνείται, ότι οι αγορές των εμπορευμάτων θα εξοφλούνται κάθε μήνα με επιταγή φέρουσα μεταχρονολογημένη ημερομηνία έκδοσης 80 ημέρες μετά την ημερομηνία παράδοσης της, την οποία είτε θα εκδίδει η ΔΙΑΝΟΜΕΑΣ εις διαταγή της ΜΕΒΓΑΛ, είτε θα οπισθογραφεί προς την ΜΕΒΓΑΛ [...].*

Η ΜΕΒΓΑΛ θα έχει το δικαίωμα να καταλογίζει και να εισπράττει επιβάρυνση σε περίπτωση παραβίασης του χρόνου εξόφλησης των εμπορευμάτων, η οποία θα είναι ίση με τους νόμιμους κάθε φορά τόκους υπερημερίας.

5. *Η πολιτική εμπορίας των προϊόντων και εμπορευμάτων ΜΕΒΓΑΛ θα καθορίζεται από κοινού με ετήσιο σχέδιο συνεργασίας, που θα προσδιορίζει και τοις επί μέρους υποχρεώσεις της ΔΙΑΝΟΜΕΩΣ. (Πιστώσεις, στόχοι επί πωλήσεων, συμμετοχή στις εκπτώσεις πελατών, επιβάρυνση επί απωλείας των κενών συσκευασίας, προβλεπόμενος ετήσιος τζίρος, επιδότηση μεταφορικών κλπ.).*

Σε περίπτωση μη υπογραφής ΕΤΗΣΙΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ για κάποιο έτος, θα ισχύει αυτό του προηγούμενου.

6. *Η ΔΙΑΝΟΜΕΑΣ αναλαμβάνει την υποχρέωση να πράττει ότι της είναι δυνατόν για να αυξήσει τις πωλήσεις των προϊόντων της ΜΕΒΓΑΛ καθώς επίσης την προώθηση των προϊόντων σε όλα τα σημεία πώλησης (Καταστήματα) που θα του υποδείξει η ΜΕΒΓΑΛ και τα οποία θα ενρίζονται εντός της περιοχής της.*

Επίσης η πρώτη συμβαλλομένη υποχρεούται να στηρίζει και να προωθεί τις πωλήσεις των προϊόντων της στην περιοχή της ΔΙΑΝΟΜΕΩΣ με τακτικές επισκέψεις των αρμοδίων υπαλλήλων της

Απαγορεύεται όμως ρητά, η πώληση προϊόντων της ΜΕΒΓΑΛ σε σημεία που δεν ανήκουν στην περιοχή της, εκτός εάν υπάρχει έγγραφη συναίνεση της ΜΕΒΓΑΛ.

7. *Η ΔΙΑΝΟΜΕΑΣ υποχρεούται να συνεργάζεται και να πληροφορεί την εταιρεία για τις συνθήκες της αγοράς, για τις τυχόν ενέργειες του ανταγωνισμού, για τα ποιοτικά προβλήματα των προϊόντων και γενικά να παρέχει κάθε πληροφορία που θα βοηθούσε στην σωστή προώθηση των προϊόντων της ΜΕΒΓΑΛ.*

8. [...] *Τα αλλοιωμένα προϊόντα των οποίων η αλλοίωση θα οφείλεται στην συσκευασία ή στην παραγωγή, θα επιστρέφονται άμεσα στο εργοστάσιο και θα βαρύνουν την ΜΕΒΓΑΛ η οποία υποχρεούται στην έκδοση Πιστωτικού Τιμολογίου σε τιμές αγοράς τους από την ΔΙΑΝΟΜΕΑ.*

Επιστροφές προϊόντων οφειλόμενες σε αδυναμία πώλησης τους από την ΔΙΑΝΟΜΕΑ, δεν θα γίνονται δεκτές. Η ΜΕΒΓΑΛ όμως κάθε μήνα θα εκδίδει πιστωτικό έκπτωσης λόγω μη επιστροφής προϊόντων σε ποσοστό επί των αγορών της ΔΙΑΝΟΜΕΩΣ, το οποίο ποσοστό θα καθοριστεί από κοινού στο ετήσιο σχέδιο συνεργασίας.

9. ***Η ΔΙΑΝΟΜΕΑΣ υποχρεούται να τηρεί τους όρους πώλησης των προϊόντων, καθώς και τον εκάστοτε ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟ ΠΩΛΗΣΗΣ της ΜΕΒΓΑΛ. Η αγορανομική ευθύνη για την ποιότητα του προϊόντος ανήκει στην πρώτη συμβαλλομένη. Τυχόν όμως παράβαση των εκάστοτε αγορανομικών διατάξεων που θα καθορίζουν τα της πώλησης των προϊόντων από τον τόπο της ΔΙΑΝΟΜΕΩΣ μέχρι τα καταστήματα της λιανικής, θα βαρύνει της ΔΙΑΝΟΜΕΑ.***

10. [...] 11. *Κατά την διάρκεια της ισχύος της παρούσης σύμβασης η ΔΙΑΝΟΜΕΑΣ υποχρεούται όπως μη πωλεί ή διαθέτει για τον ίδιο ή για λογαριασμό τρίτων προϊόντα άλλων εταιρειών, όμοια ή ομοειδή προς τα διατιθέμενα και παραγόμενα από την ΜΕΒΓΑΛ.*

Η δεύτερη συμβαλλομένη θα αντιπροσωπεύει την ΜΕΒΓΑΛ στην περιοχή αποκλειστικά και για όλα από την ΜΕΒΓΑΛ παραγόμενα και διατιθέμενα στην περιοχή

προϊόντα. Η ΜΕΒΓΑΛ δεν έχει δικαίωμα να πραγματοποιήσει πωλήσεις δια μέσω τρίτων ή η ίδια στην περιοχή αυτή, όσο διάστημα διαρκεί η παρούσα σύμβαση.

12. Η παρούσα σύμβαση αρχίζει από σήμερα (.....) και λήγει την, θα ανανεώνεται δε κάθε έτος, για ένα ακόμη έτος, εάν κάθε φορά (3) τρεις μήνες πριν την λήξη της, ένας των συμβαλλομένων δεν την καταγγείλει γραπτώς.
13. Προς εξασφάλιση της πρώτης συμβαλλομένης, για τυχόν χρέος το οποίο θα παραμείνει απλήρωτο από την παρούσα σύμβαση, η δεύτερη συμβαλλόμενη αναλαμβάνει την υποχρέωση άμεσα μετά την υπογραφή του παρόντος συμφωνητικού, να παραδώσει στην ΜΕΒΓΑΛ ΕΓΓΥΗΤΙΚΗ ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΤΡΑΠΕΖΗΣ προς την ΜΕΒΓΑΛ για την καλή εκτέλεση της παρούσης σύμβασης ύψους 14.675 € [...]
14. Όλοι οι όροι θεωρούνται και από τους δύο συμβαλλομένους ουσιώδεις, επιτρεπόμενης μόνα της εγγράφου τροποποιήσεώς τους Η υπαίτιος παράβαση οποιουδήποτε όρου, παρέχει στον αναίτιο το δικαίωμα της καταγγελίας της συμβάσεως και της υπαναχώρησης εξ αυτής, οπότε θα καταπίπτει σε βάρος του υπαιτίου και ποσό 6.000 € λόγω ποινικής ρήτρας. Προσθετικώς δε, δηλαδή επιπλέον προς την ποινή ο αναίτιος θα δικαιούται να απαιτήσει και την αποδεικνυόμενη θετική και αποθετική ζημία.»
- α) Εκ των όρων 1, 3, 4, 5, 8 και 9 που αναφέρονται ανωτέρω και εξ όσων αναπτύχθηκαν στην παρ. 33.2. προκύπτει ότι οι διανομείς της εταιρείας ΜΕΒΓΑΛ είναι μη γνήσιοι αντιπρόσωποι, καθώς αγοράζουν και μεταπωλούν τα εμπορεύματα της εταιρείας ΜΕΒΓΑΛ στο όνομα και για λογαριασμό τους, αποκτώντας την κυριότητα αυτών, αναλαμβάνουν «απόλυτα» και πλήρως το μεταφορικό κόστος διανομής των εν λόγω προϊόντων, επιβαρύνονται σε περίπτωση απώλειας των κενών συσκευασίας, ενώ φέρουν το κίνδυνο σε περίπτωση επιστροφών προϊόντων.
- β) Περαιτέρω οι συμβατικοί όροι 2, 9 και 14 όροι που προβλέπουν αφενός αποκλειστική αρμοδιότητα της ΜΕΒΓΑΛ κατά τον καθορισμό των τιμών των προϊόντων – προϊόντων όχι δική της κυριότητας αλλά κυριότητας των διανομέων - και αφετέρου υποχρέωση των διανομέων της να τηρούν τους αποσταλθέντες από αυτή τιμοκαταλόγους συνιστούν συμφωνία περί καθορισμού παγίων τιμών μεταπώλησης των προϊόντων. Το συμπέρασμα αυτό ενισχύει και η πραγματική φύση των τιμών, που προβλέπονται στους εν λόγω τιμοκαταλόγους: δεν πρόκειται περί τιμών στις οποίες οι διανομείς της ΜΕΒΓΑΛ αγοράζουν τα προϊόντα από αυτή, αφού σε αυτούς χορηγείται έκπτωση επί

των εν λόγω τιμών, αλλά περί τιμών στις οποίες οι διανομείς οφείλουν βάσει ρητής και ανεπιφύλακτης συμβατικής διάταξης να πωλούν τα προϊόντα, που προμηθεύονται από τη ΜΕΒΓΑΛ. Επισημαίνεται δε ότι τυχόν παραβίαση της υποχρέωσης τήρησης των τιμών από τους διανομείς συνιστά λόγο καταγγελίας της σύμβασης διανομής από τη ΜΕΒΓΑΛ.

Τα προαναφερόμενα συμπεράσματα επιρρώνονται και από τις καταθέσεις διευθυντικών στελεχών της ΜΕΒΓΑΛ (βλ. κατωτέρω παρ. 34.2), αποδεικνύοντας ότι αφενός οι τιμοκατάλογοι αυτοί ήταν δεσμευτικοί, εκλαμβανόμενοι ως τέτοιοι τόσο από τη ΜΕΒΓΑΛ όσο και από τους διανομείς της, και αφετέρου ότι συνιστούσαν τιμοκαταλόγους μεταπώλησης των συμβατικών προϊόντων από τους διανομείς.

34.2. Ειδικότερα, την **20.11.2006**, οι κ.κ. [...], όταν κλήθηκαν και προσήλθαν για συμπληρωματική κατάθεση, προς διευκρίνιση κάποιων από τα ευρήματα της Υπηρεσίας, δήλωσαν μεταξύ άλλων και τα εξής:

«...δεν υπάρχει κοινή τιμολογιακή πολιτική με τους πελάτες. Έχει δεσμευτικό τιμοκατάλογο χονδρικής και τιμοκατάλογο με προτεινόμενη λιανική τιμή. **Η χαμηλότερη τιμή που υποχρεωτικά πρέπει να πωλείται το προϊόν είναι η χονδρική τιμή συν Φ.Π.Α.** Έχει αντιπρόσωπους (μη γνήσιους, 60 περίπου με περιοχές αποκλειστικής ευθύνης), ορισμένοι αποκλειστικοί μόνο με προϊόντα της ΜΕΒΓΑΛ και οι λοιποί πωλούν αποκλειστικά γαλακτοκομικά προϊόντα της ΜΕΒΓΑΛ και άλλα προϊόντα (μη γαλακτοκομικά). Όλοι οι αντιπρόσωποι, είτε αποκλειστικοί είτε όχι, λαμβάνουν ως προμήθεια τις εκπτώσεις που τους παρέχουμε (εκπτώσεις επί του τιμοκαταλόγου χονδρικής) και πωλούν στις τιμές του τιμοκαταλόγου χονδρικής της ΜΕΒΓΑΛ. **Αν θέλουν αυτοί με τη σειρά τους να δώσουν εκπτώσεις στους πελάτες τους πρέπει να πάρουν έγκριση από τη ΜΕΒΓΑΛ** (μέσω του επιθεωρητή πωλήσεων της περιοχής, ο οποίος αν εγκρίνει το αίτημα, το αποστέλλει στην εταιρεία και αυτή τελικά αποφασίζει). Αν αποφασίσει η ΜΕΒΓΑΛ να εγκρίνει τις εκπτώσεις που θέλει να δώσει ο αντιπρόσωπος σε πελάτη του, τότε αυτή πληρώνει το ποσό αυτό στον αντιπρόσωπο με πιστωτικό τιμολόγιο. Οι εκπτώσεις αυτές δεν μετακυλύονται στην τιμή χονδρικής, δηλαδή το κατάστημα λιανικής θα αγοράσει στην τιμή του τιμοκαταλόγου χονδρικής, και θα πουλήσει σε τιμή που προκύπτει από τη χονδρική συν ΦΠΑ συν ότι περιθώριο κέρδους επιθυμεί. Υπάρχει πιθανότητα αν κάποιος πελάτης (π.χ. σούπερ μάρκετ) πουλήσει κάτω από τις τιμές

χονδρικής κάποιος προμηθευτής του να μην τον προμηθεύσει. Δεν μπορεί να το κάνει αυτό οποιοσδήποτε προμηθευτής, πρέπει να είναι Leader (δύναμη του προϊόντος, του εμπορικού σήματος)».

Σημειώνεται ότι αντίστοιχοι με τους ως άνω όρους ανευρίσκονται σε όλα τα συμφωνητικά διανομής που έχει συνάψει η εταιρεία ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε.

34.3. Στοιχειοθετείται, κατά συνέπεια, σύμφωνα με όσα αναπτύχθηκαν ανωτέρω, «συμφωνία» καθορισμού τιμών μεταπώλησης μεταξύ της εταιρείας ΜΕΒΓΑΛ και των διανομέων της, και, κατά συνέπεια, παράβαση του άρθρου 1 παρ. 1 του ν.703/77.

35. Συμβάσεις της εταιρείας ΔΕΛΤΑ με τους διανομείς της

Η ΔΕΛΤΑ σε σχέση με τους συνεργάτες – διανομείς της, έχει καθιερώσει έναν ενιαίο τύπο Συμφωνητικού με τίτλο «ΚΥΡΙΑ ΣΥΜΒΑΣΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ» (ιδιωτικό συμφωνητικό για μικτή [με διαδοχικές τμηματικές παροχές] σύμβαση [α] αγοραπωλησιών και [β] παροχής έργου με διανομή προϊόντων).

α) Στις εν λόγω συμβάσεις συνεργασίας περιέχονται οι ακόλουθοι όροι:

V (3) Δ: [...] αποκλείονται απολύτως για τον ΣΥΝΕΡΓΑΤΗ i) οποιοσδήποτε αξιώσεις [...] και δ) για δήθεν δικαιώματά του από τα άρθρα 700 και 722 Α.Κ. καθόσον η παρούσα είναι μικτή σύμβαση αγοραπωλησίας προϊόντων (αγοραζόμενων και πωλούμενων από τον ΣΥΝΕΡΓΑΤΗ στο όνομά του και για δικό του λογαριασμό [...] και δ2) είτε από το άρθρο 9 του π.δ. 219/91 (καθόσον το ΠΔ 219/91 δεν καλύπτει την παρούσα σύμβαση και ούτε εν προκειμένω ο ΣΥΝΕΡΓΑΤΗΣ είναι αντιπρόσωπος κατά την έννοια του άρθρου 2 του ΠΔ 219/91)».....Βλέπε επίσης «(6)Νομικές Δεσμεύσεις : (Α) Η διά του παρόντος συναπτόμενη σύμβαση δεν αποτελεί φυσικά σύμβαση εξαρτημένης εργασίας, για τούτο δεν έχει επ'αυτής οποιαδήποτε εφαρμογή ο Νόμος 2639 (1-2.1991.1998).

Στην από 05-07-2006 απάντηση της ίδιας της εταιρίας ΔΕΛΤΑ σε σχετική ερώτηση της Γ.Δ.Α αναφέρεται ότι: «α. Η διανομή από τη ΔΕΛΤΑ προς τα σημεία πώλησης πραγματοποιείται κατά περίπου 96% μέσω δικτύου ανεξάρτητων Συνεργατών/ Διανομέων σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη και Επαρχία. Δεν υπάρχουν διαφοροποιήσεις οι οποίες να υπαγορεύονται από τη κατηγορία του πελάτη (τα δίκτυα διανομής καλύπτουν όλες τις κατηγορίες πελατών)...».

Οι συνεργάτες, επομένως, της ΔΕΛΤΑ είναι ανεξάρτητες από τη ΔΕΛΤΑ επιχειρήσεις και εφαρμόζονται, επομένως, σε αυτούς οι κανόνες του δικαίου του ανταγωνισμού, καθώς αποκτούν τη κυριότητα των προϊόντων που διανέμουν και ως εκ των διαδοχικών συμβάσεων αγοραπωλησίας αναλαμβάνουν γενικά τον κίνδυνο καταστροφής ή χειροτερεύσεως του πράγματος (άρθρο 522 ΑΚ), καθώς και τον κίνδυνο εκ των διαδοχικών συμβάσεων παροχής έργου με διανομή προϊόντων (άρθρο 698 ΑΚ).

Σύμφωνα με τους όρους των εν λόγω συμβάσεων, οι ανεξάρτητοι αυτοί διανομείς αναλαμβάνουν προσέγει και την ευθύνη συγκεκριμένων επιχειρηματικών κινδύνων. Ειδικότερα :

«III (5) Α: Ο ΣΥΝΕΡΓΑΤΗΣ είναι υποχρεωμένος [...] iii) να εξαντλεί τις παραγγελίες του, διότι η επιστροφή προϊόντων σημαίνει πιθανότατα (λόγω λήξης ή αλλοίωσής των) και καταστροφή τους, γι' αυτό όσα από τα επιστρεφόμενα είναι ακατάλληλα προς πώληση, θα χρεώνονται σε βάρος του ΣΥΝΕΡΓΑΤΗ, ο οποίος οφείλει να καταβάλλει αμέσως την αξία τους στη ΔΕΛΤΑ

III (6) Α: Για την εκτέλεση της παρούσας σύμβασης ο ΣΥΝΕΡΓΑΤΗΣ [...] φέρει ο ίδιος όλα τα κάθε λογής έξοδα της επιχείρησής του, όπως ενδεικτικά έξοδα απόκτησης, κίνησης, συντήρησης, και ασφάλισης του αυτοκινήτου του [...] και όλα τα έξοδα αποστολής των κάθε λογής εμβασμάτων του προς τη ΔΕΛΤΑ».

Επίσης στις εν λόγω συμβάσεις περιέχονται και οι ακόλουθοι όροι :

III (6) Γ: Οι ετήσιες ή ανά μικρότερα χρονικά διαστήματα (1 ή περισσότερων μηνών) ή ανά σαιζόν εγκύκλιοι (περί τιμών, πλαισίων τιμών, εκπτώσεων, στόχων [...]) της ΔΕΛΤΑ και το περιεχόμενό τους μπορούν να μεταβάλλονται ελευθέρως από τη ΔΕΛΤΑ ανάλογα με τις επιχειρηματικές ανάγκες ή με τις συνθήκες αγοράς, γι' αυτό και (i) θεωρείται ότι τεκμαίρεται αμαχίτως ότι ο συνεργάτης αποδέχεται ανεπιφύλακτα όλες αυτές τις εγκυκλίους και όλες τις αλλαγές τούτων και του περιεχομένου των και (ii) έχει η ΔΕΛΤΑ το απόλυτο κατά την κρίση της δικαίωμα όχι μόνο να χορηγεί ή να αυξομειώνει τις εν λόγω πρόσθετες παροχές για κάθε επόμενο έτος ή μικρότερο χρονικό διάστημα ή κάθε επόμενη σαιζόν, αλλά και να μεταβάλλει τους όρους χορήγησης των, καθώς επίσης και τις καταργεί εντελώς.

(6) Δ: Οι (γενικές και ειδικές) περί στόχων ή εμπορικής ή πιστωτικής πολιτικής ή οποιεσδήποτε άλλες (ακόμη και ατομικές) εγκύκλιοι, οδηγίες ή επιστολές της ΔΕΛΤΑ αποτελούν **αναπόσπαστο τμήμα του παρόντος** και θεωρείται και τεκμαίρεται από τούδε αμαχήτως (ρητώς απαγορευόμενης κάθε ανταπόδειξης) ότι i) έχουν παραληφθεί εμπροθέσμως από τον ΣΥΝΕΡΓΑΤΗ, έστω και αν αυτός δεν έχει υπογράψει την παραλαβή τους και ii) **έχουν γίνει αποδεκτές από τον ΣΥΝΕΡΓΑΤΗ.**»

III (5) Θ: η ΔΕΛΤΑ έχει άμεσο δικαίωμα προς αζήμια και απρόθεσμη καταγγελία ή υπαναχώρηση στην περίπτωση μη άμεσης απόδοσης στη ΔΕΛΤΑ υπογραμμένων από τον ίδιο αντιγράφων των κάθε λογής (γενικών ή ειδικών) προς αυτόν απευθυνόμενων εγγράφων (παρατηρήσεων, εγκυκλίων κλπ.) της ΔΕΛΤΑ. Επίσης, σε περίπτωση παράβασης οποιουδήποτε όρου του παρόντος από τον ΣΥΝΕΡΓΑΤΗ, **δίδεται το δικαίωμα έκτακτης καταγγελίας στη ΔΕΛΤΑ (βλ. III 7 Β και 8 Α). Επομένως, η μη αποδοχή και τήρηση των εγκυκλίων περί τιμών ή πλαισίων τιμών που αποστέλλει η ΔΕΛΤΑ στους διανομείς της θεωρείται λόγος καταγγελίας της σύμβασης και καταβολής σχετικής αποζημίωσης.**».

Υστερα από την αξιολόγηση και συνεκτίμηση σε συνδυασμό, όλων όσων προαναφέρθηκαν, αποδεικνύονται τα εξής :

Καταρχήν η σύμβαση προβλέπει ρητά και ανεπιφύλακτα την υποχρέωση των διανομέων της ΔΕΛΤΑ να τηρούν την καθοριζόμενη κάθε φορά από αυτή πιστωτική και εμπορική πολιτική, όπως αυτή εξειδικεύεται εκάστοτε από τις αποσταλείσες από τη ΔΕΛΤΑ εγκυκλίου. Περιλαμβάνει μάλιστα ρητά όρους περί εκ των προτέρων και με την υπογραφή της σύμβασης διανομής **αποδοχής των εγκυκλίων** που θα αποστέλλει η ΔΕΛΤΑ καθώς και δυνατότητα καταγγελίας της σύμβασης διανομής από τη ΔΕΛΤΑ ειδικά για την περίπτωση μη τήρησης των εγκυκλίων περί τιμών και πλαισίων τιμών από τους διανομείς της (βλ. ανωτέρω παρ. 21).

Οι όροι αυτοί προβλέπουν καθορισμό πάγιων τιμών μεταπώλησης των συμβατικών προϊόντων. Καμία αναφορά, ούτε της συμβάσεως διανομής ούτε των εγκυκλίων δεν γίνεται σε ανώτατες τιμές.

Εξάλλου η δήλωση του κ. [...], ότι «*Στην πράξη οι διανομείς μεταπωλούν τα προϊόντα τους στους τιμοκαταλόγους χονδρικής που τους αποστέλλουμε*» επιβεβαιώνει το χαρακτήρα του εκάστοτε τιμοκαταλόγου χονδρικής της ΔΕΛΤΑ και των ανωτέρω εγκυκλίων, ως δεσμευτικών, έστω και αν στη συνέχεια ο ίδιος αναφέρει ότι οι διανομείς δε δεσμεύονται ως προς αυτό από την εταιρεία, αφού καταφανώς η δήλωσή του αυτή έρχεται σε αντίθεση με τους προεκτιθέμενους ρητούς συμβατικούς όρους. ***Επίσης, εκ της δηλώσεως αυτής προκύπτει εφαρμογή των εν λόγω τιμών από τους διανομείς*** (βλ. ανωτέρω παρ.19).

Κατά συνέπεια, με τα ανωτέρω εκτεθέντα στοιχειοθετείται «συμφωνία» καθορισμού πάγιων τιμών μεταπώλησης μεταξύ της εταιρείας ΔΕΛΤΑ και των διανομέων της, που παραβιάζει τις διατάξεις του άρθρου 1 παρ. 1 του ν.703/77 και 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ (βλ. ανωτέρω παρ. 16, 19, 21 και 33.3).

β) Στην πρότυπο σύμβασης συνεργασίας της ΔΕΛΤΑ με ανεξάρτητο διανομέα ανευρίσκεται ο ακόλουθος όρος:

III (2) δ: «*Ο ΣΥΝΕΡΓΑΤΗΣ υποχρεούται να περιορίζεται αποκλειστικά στην περιοχή του και στους εντός αυτής πελάτες που θα ορίζει κάθε φορά (ελεύθερα και οποτεδήποτε εκείνη το κρίνει αναγκαίο) η ΔΕΛΤΑ στερούμενος (χωρίς προηγούμενη έγγραφη εντολή της ΔΕΛΤΑ) του δικαιώματος εισόδου σε άλλη περιοχή ή εξυπηρέτησης πελατών εξυπηρετούμενων μέσω άλλου δικτύου (απευθείας από τη ΔΕΛΤΑ ή από άλλον διανομέα) ή έστω και επίσκεψης σε αυτούς*».

Εκ της γενικότητας της συγκεκριμένης ρυθμίσεως συνάγεται ότι περιλαμβάνει περιορισμό τόσο των ενεργητικών όσο και των παθητικών πωλήσεων: απαγορεύεται σε οποιονδήποτε διανομέα εντός του δικτύου διανομής της εταιρείας ΔΕΛΤΑ να εξυπηρετήσει οιονδήποτε πελάτη που εξυπηρετείται από άλλο διανομέα του δικτύου ή απευθείας από τη ΔΕΛΤΑ ακόμα και στις περιπτώσεις που πρόκειται περί ανταπόκρισης σε ζήτηση που εκφράζεται αυτοβούλως από μεμονωμένους πελάτες (Τ-67/01, JCB Service κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, παρ.96,101, 103).

Ο προαναφερόμενος συμβατικός όρος αποβλέπει στην πλήρη προστασία των αποκλειστικών συμβατικών περιοχών από πωλήσεις άλλων εξουσιοδοτημένων διανομέων. Στο βαθμό μάλιστα που έχει γεωγραφική αναφορά, συνεπάγεται

απαγόρευση των παθητικών πωλήσεων αδιακρίτως της ταυτότητας του πελάτη, ανεξαρτήτως δηλ. του αν αυτός είναι άλλος εξουσιοδοτημένος διανομέας εγκατεστημένος σε άλλη αποκλειστική περιοχή, μη εξουσιοδοτημένος διανομέας, λιανέμπορος ή τελικός καταναλωτής (Τ-67/01 παρ.101,105-108, 2002/190/ΕΚ, Απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής, JCB, παρ. 45-46, 107, 144-145, 151, 154).

Στοιχειοθετείται κατά συνέπεια από τον ανωτέρω συμβατικό όρο, «συμφωνία», μεταξύ της εταιρείας ΔΕΛΤΑ και των διανομέων της, με αντικείμενο την απαγόρευση παθητικών πωλήσεων που συνεπάγεται τον περιορισμό του ενδοσηματικού ανταγωνισμού, κατά παράβαση του άρθρου 1 παρ. 1 του ν.703/77 και 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ (βλ. και ανωτέρω παρ.14 και 33.4).

Οι περί του αντιθέτου υποστηριχθείσες απόψεις ότι οι προαναφερόμενες επίμαχες αντιανταγωνιστικές διατάξεις δεν εφαρμόζονται στην πράξη, δεν κατέστη δυνατόν να αποδειχθούν. Αντίθετα, στην εν λόγω σύμβαση υπό VII (τελικές δηλώσεις, αναγνωρίσεις, διευκρινίσεις και συμφωνίες κλπ) ρητά ορίζεται «(1) όλοι γενικά οι όροι του παρόντος είναι ουσιώδεις, ώστε, (i) ούτε γίνεται και ούτε αποδεικνύεται οπωσδήποτε αλλιώς, παραμόνο με έγγραφο, οποιαδήποτε αλλαγή, κατάργησή ή τροποποίησή τους, και (ii) οποιαδήποτε κατ'αυτών ανταπόδειξη, πλην της με έγγραφο, δεν είναι επιτρεπτή, αφού απαγορεύονται ακόμη και ο όρκος και η ένορκη ή ανώμοτη εξέταση των διαδίκων.»..... «

(5). *Μη άσκηση δικαιωμάτων : η μη από τη ΔΕΛΤΑ αυστηρή και τυπική άσκηση των από την παρούσα σύμβαση και τις ειρημμένες παρεπόμενες συμβάσεις προερχόμενων δικαιωμάτων της, **όχι μόνο** δεν ενέχει οποιαδήποτε (ρητή ή σιωπηρή) παραίτησή της από αυτά, **αλλά και** θεωρείται ότι γίνεται από λόγους επιείκιας και μόνον.»*

36. Συμβάσεις της εταιρείας ΦΑΓΕ με τους διανομείς της

36.1. Δεν υπάρχουν γραπτές συμβάσεις που καθορίζουν τις σχέσεις της ΦΑΓΕ Α.Ε. με τους διανομείς της. Στην από 09-11-2006 όμως κατάθεσή του ο κ. [...] της εταιρείας ΦΑΓΕ Α.Ε., δηλώνει ότι οι διανομείς της εν λόγω εταιρείας είναι «ελεύθεροι επαγγελματίες» και ότι «από τη στιγμή που κόβεται τιμολόγιο στον ελεύθερο επαγγελματία-διανομέα αυτόματα μεταβιβάζεται και η κυριότητα των εμπορευμάτων». Η εν λόγω εταιρεία,

επομένως, διαθέτει και αυτή δίκτυο διανομής των προϊόντων της μέσω διανομέων (μη γνήσιων αντιπροσώπων).

Στην ανωτέρω κατάθεσή του, ο κ. [...] καταθέτει επίσης : «Ναι, οι διανομείς μας δεσμεύονται να πωλούν σε συγκεκριμένες τιμές στα σημεία λιανικής είτε αυτά αφορούν υπεραγορές, μεμονωμένα σούπερ μάρκετ είτε μικρά καταστήματα και αυτό αφορά τα καταστήματα πανελλαδικά. Οι τιμές σε όλη την Ελλάδα είναι ίδιες», ενώ λίγο παρακάτω αναφέρει «Αυτοί είναι αντιπρόσωποι και είναι υποχρεωμένοι να παίρνουν τη συγκεκριμένη έκπτωση που τους δίνει η εταιρεία και οφείλουν να πωλούν στις τιμές που ορίζει η ΦΑΓΕ».

36.2. Στο υπόμνημα όμως που κατέθεσε η ανωτέρω εταιρεία, όσο και κατά την προφορική διαδικασία, η ΦΑΓΕ υποστήριξε ότι ανεξαρτήτως της παραδοχής μεταβίβασης της κυριότητας των εμπορευμάτων, δεν συντρέχει η ανάληψη κανενός εμπορικού ή γενικότερα επιχειρηματικού κινδύνου εκ μέρους των συνεργατών της, προκειμένου οι τελευταίοι να χαρακτηριστούν ως επιχειρήσεις. Ειδικότερα δεν διατρέχουν κίνδυνο φερεγγυότητας του σημείου πώλησης, δεν ευθύνονται για οποιαδήποτε ζημία προκαλείται από το προϊόν σε τρίτους, δεν έχουν κόστος εγκατάστασης, δεν έχουν κόστος και κίνδυνο αποθεμάτων, δεν έχουν κόστος επιστροφών, δεν έχουν λειτουργικά έξοδα, ενώ το κόστος συντήρησης και λειτουργίας των μέσων μεταφοράς του καλύπτεται από την εταιρεία.

Επί τη βάση των ανωτέρω, η Επιτροπή έκρινε ότι δεν συντρέχουν οι αναγκαίες για την στοιχειοθέτηση παράβασης περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης της ΦΑΓΕ με τους διανομείς της προϋποθέσεις. Κατά συνέπεια δεν στοιχειοθετείται εν προκειμένω παράβαση του άρθρου 1 παράγραφος 1 του ν.703/77.

37. Συμβάσεις της εταιρείας ΡΟΔΟΠΗ με τους διανομείς της

37.1. Στις συμβάσεις που έχει συνάψει η εταιρεία ΡΟΔΟΠΗ με τους διανομείς της ανευρίσκονται οι εξής όροι:

«Η αγοράστρια είναι υποχρεωμένη να αγοράζει αποκλειστικά από την πωλήτρια εταιρεία, παραγωγό γαλακτοκομικών προϊόντων, τα προϊόντα που θα αναφερθούν στη συνέχεια του παρόντος συμφωνητικού, τα οποία και θα μεταπωλεί μόνον στη [συγκεκριμένη οριοθετηθείσα περιοχή], με τους παρακάτω όρους και συμφωνίες [...]

A) [...]

B) ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ: Η διακίνηση και διανομή των προϊόντων από τις αποθήκες-ψυγεία της αγοράστριας προς τους πελάτες της περιοχής ευθύνης και δικαιοδοσίας της, θα γίνεται με

ευθύνη της αγοράστριας, τα δε έξοδα μεταφοράς (εργατικά-μεταφορικά κλπ) θα βαρύνουν την ίδια, ανεξαρτήτως διακινούμενης ποσότητας.

Γ) ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ: Οι τιμές πώλησης των προϊόντων προς την αγοράστρια θα είναι κατ' είδος και συσκευασία, εκείνες του τρέχοντος κάθε φορά τιμοκαταλόγου χονδρικής της πωλήτριας μειωμένες κατά το ποσοστό προμήθειας το οποίο ορίζεται στο Ετήσιο Πλαίσιο Συνεργασίας (ΕΠΣ). Η πωλήτρια διατηρεί υπέρ αυτής το απόλυτο δικαίωμα και την διακριτική ευχέρεια της μονομερούς διαμόρφωσης αυτών καθ' ύψος κατά την απόλυτη κρίση της και οποτεδήποτε το επιθυμεί.

Δ) ΤΙΜΕΣ ΠΩΛΗΣΗΣ: Η αγοράστρια είναι υποχρεωμένη να πουλάει το κάθε προϊόν στους πελάτες της, στη χονδρική τιμή που ορίζει ο τιμοκατάλογος της πωλήτριας.

Σε σχέση με τα παραπάνω ανώτατα επιτρεπτά ποσοστά κέρδους, οι συμβαλλόμενοι ρητά συμφωνούν και διευκρινίζουν ότι η προς τα πάνω παραβίαση τους απαγορεύεται, χωρίς τη ρητή έγγραφη συναίνεση της πωλήτριας. Αντίθετη προς τα παραπάνω ενέργεια της αγοράστριας συνιστά ευθεία παράβαση των συμβατικών της υποχρεώσεων. [...]

Η πολιτική των εκπτώσεων — προσφορών που θα ακολουθεί η αγοράστρια θα καθορίζεται από την πωλήτρια και θα κοινοποιείται με επιστολή, η οποία θα είναι αναπόσπαστο μέρος της παρούσας. Σε περιπτώσεις απευθείας συνεργασιών της πωλήτριας στην περιοχή ευθύνης της αγοράστριας, χωρίς δηλαδή τη διαμεσολάβησή της λόγω άρνησης των επιμέρους αγοραστών, η εις το παρόν συμβαλλόμενη αγοράστρια δεν θα δικαιούται τη σχετική προμήθεια για τις πωλήσεις αυτές. [...]

Ε) ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΓΟΡΑΣΤΡΙΑΣ: [...] Υποχρεούται να παρακολουθεί συνεχώς την αγορά και να ενημερώνει έγκαιρα και τακτικά την πωλήτρια για τα τυχόν προβλήματα που δημιουργούνται σ' αυτήν και για τις κινήσεις των ανταγωνιστών της (πωλήτριας).

Τέλος υποχρεούται να φροντίζει για την καλή λειτουργία και την ορθή διακίνηση των ψυγείων-βιτρινών, που της έχει παραχωρήσει κατά χρήση η πωλήτρια για την εξυπηρέτηση των πελατών της, και να τηρεί το αρχείο με τα χρεωστικά τους.

ΣΤ) ΕΠΙΣΤΡΟΦΕΣ: Η πωλήτρια δεν θα παραλαμβάνει επιστροφές προϊόντων πλην των περιπτώσεων που για κάποιο λόγο ανακληθούν με ευθύνη της [πωλήτρια] από την αγορά, ή και σε μεμονωμένες περιπτώσεις εφόσον το προϊόν συνοδεύεται από σχετική επιστολή ή έντυπο. Στις περιπτώσεις αυτές, τα επιστρεφόμενα προϊόντα μέχρι την παράδοσή τους στην πωλήτρια, θα πρέπει να διατηρούνται σε λήξη. Αντί επιστροφών, στο τέλος κάθε μήνα, η

πωλήτρια θα πιστώνει την αγοράστρια με το ποσοστό που αναγράφεται στο Ε.Π.Σ και με την προϋπόθεση ότι η αγοράστρια θα αγοράσει προϊόντα αξίας ίσης με το μηνιαίο στόχο που αναγράφεται στο ίδιο Ε.Π.Σ. Επιπρόσθετα στο τέλος κάθε εξαμήνου θα εξετάζεται η επίτευξη του εξαμηνιαίου στόχου και εφόσον έχει επιτευχθεί θα αποδίδεται η έκπτωση έναντι επιστροφών για όσους προηγούμενους μήνες δεν έχει αποδοθεί.

Ζ) Ρητά Απαγορεύεται στην αγοράστρια: Να πουλάει προϊόντα της πωλήτριας εκτός της γεωγραφικής περιοχής της δικαιοδοσίας της, καθώς και σε χονδρεμπόρους.

Να προμηθεύεται και εμπορεύεται προϊόντα ομοειδή με εκείνα της πωλήτριας, από ανταγωνίστριες εταιρείας της πωλήτριας, χωρίς την έγγραφη συναίνεσή της.

Να συμμετέχει με οποιοδήποτε τρόπο και ποσοστό τόσο αυτή όσο και τα μέλη του Διοικητικού της συμβουλίου ή συγγενείς αυτών, σε εταιρεία κάθε τύπου και μορφής, που παράγει ή εμπορεύεται και διανέμει στην αγορά προϊόντα της προηγούμενης παραγράφου.

Να εξάγει σε οποιαδήποτε χώρα του κόσμου τα προϊόντα τα οποία θα προμηθεύεται από την πωλήτρια, χωρίς την ρητή έγγραφη άδειά της. Την απαγόρευση αυτή των εξαγωγών είναι υποχρεωμένη η αγοράστρια να αναγράφει ρητά στα τιμολόγια της, με τα οποία πουλάει τα προϊόντα της πωλήτριας προς τους πελάτες της, ώστε να δεσμεύονται απόλυτα και αυτοί με την απαγόρευση.

Η πωλήτρια διατηρεί το δικαίωμα ελέγχου οποτεδήποτε κατά τον χρόνο ισχύος της παρούσας, των βιβλίων και παραστατικών στοιχείων της αγοράστριας, για να διαπιστώνει την καλή τήρηση των συμβατικών της δεσμεύσεων και υποχρεώσεων. [...] Η αγοράστρια δεν έχει υποχρέωση διαφήμισης των προϊόντων της πωλήτριας, γιατί καλύπτεται από το διαφημιστικό πρόγραμμα της πωλήτριας [...].

Για την διασφάλιση της πωλήτριας και την εκ μέρους της αγοράστριας τήρηση όλων των όρων αυτής της σύμβασης και των υποχρεώσεών της που θα προκύψουν από την λειτουργία της, η αγοράστρια είναι υποχρεωμένη να προσκομίσει και να παραδώσει στην πωλήτρια, εγγυητική επιστολή, από οποιαδήποτε Ελληνική Τράπεζα, ύψους ΕΥΡΩ [...].

37.2. Εκ των ανωτέρω διατάξεων προκύπτει ότι η σχέση της εταιρίας ΡΟΔΟΠΗ με τους διανομείς της δεν είναι σχέση εμπορικής αντιπροσωπείας, αλλά σύμβαση που έχει συναφθεί μεταξύ ανεξάρτητων επιχειρήσεων, καθώς αγοράζουν και μεταπωλούν τα εμπορεύματα της εν λόγω εταιρείας στο όνομα και για λογαριασμό τους, αποκτώντας την κυριότητα αυτών, αναλαμβάνουν το κόστος μεταφοράς των προϊόντων, το κόστος

εκφόρτωσης και μεταφόρτωσης, καθώς και το κίνδυνο πρόκλησης ζημίας σε τρίτο σε περίπτωση αλλοίωσης των υπό κρίσιν προϊόντων κατά τη συντήρηση, αποθήκευση και μεταφορά αυτών.

Επίσης, οι διανομείς, σύμφωνα με την α' παράγραφο του όρου Α) ΤΙΜΕΣ ΠΩΛΗΣΗΣ, οφείλουν να πωλούν τα συμβατικά προϊόντα στις συγκεκριμένες τιμές που καθορίζει η ΡΟΔΟΠΗ, όπως αυτές καθορίζονται στους τιμοκαταλόγους που τους αποστέλλει. Προς αποφυγή οποιωνδήποτε παρεκκλίσεων στις τιμές και παρά τον ήδη ανεπιφύλακτο και ρητό χαρακτήρα της προαναφερόμενης συμβατικής ρήτηρας, που προβλέπει καθορισμό τιμών, επιβάλλεται επιπροσθέτως στους διανομείς αφενός υποχρέωση μη τιμολόγησης των μεταπωλούμενων προϊόντων σε τιμή υψηλότερη από τη τιμή χονδρικής δίχως τη συναίνεση της εταιρείας ΡΟΔΟΠΗ – μέσω του καθορισμού ανώτατων ορίων ποσοστών κέρδους των διανομέων – και αφετέρου υποχρέωση μη τιμολόγησης των μεταπωλούμενων προϊόντων σε τιμή κατώτερη από την τιμή χονδρικής, καθώς το ποσοστό της χορηγούμενης κάθε φορά έκπτωσης το ορίζει και αυτό η εταιρεία ΡΟΔΟΠΗ. Κατά συνέπεια, όχι μόνο προβλέπεται ρητά συμβατικός όρος καθορισμού συγκεκριμένων τιμών μεταπώλησης για κάθε συγκεκριμένο προϊόν, αλλά μέσω και των επόμενων δύο διατάξεων οι διανομείς της ΡΟΔΟΠΗ αποστερούνται πλήρως οποιασδήποτε **δυνατότητας αυτοτελούς τιμολόγησης** των προϊόντων. Εν προκειμένω ο καθορισμός ανώτατων ορίων ποσοστών κέρδους των διανομέων σε συνδυασμό με τον υπολογισμό του ποσοστού αυτού επί των ήδη καθορισμένων από τη ΡΟΔΟΠΗ δεσμευτικών τιμών μεταπώλησης οδηγεί σε καθορισμό πάγιων τιμών μεταπώλησης.

37.3. Στοιχειοθετείται, κατά συνέπεια, σύμφωνα με όσα αναπτύχθηκαν ανωτέρω, «συμφωνία» καθορισμού τιμών μεταπώλησης μεταξύ της εταιρείας ΡΟΔΟΠΗ και των διανομέων της, και, κατά συνέπεια, παράβαση του άρθρου 1 του ν.703/77, ανεξάρτητα από το εάν οι συγκεκριμένοι όροι εφαρμόστηκαν στην πράξη.

37.4. Η εταιρεία ΡΟΔΟΠΗ κατά την προφορική διαδικασία, αποδέχεται ουσιαστικά την παράβαση του καθορισμού των τιμών μεταπώλησης και επικαλούμενη την έμπρακτη αλλαγή στάσης της, όπως αυτή εκδηλώθηκε με την άμεση κατάργηση των σχετικών όρων των παλαιών συμβάσεών της με τους διανομείς και την υποβολή σχεδίου νέων συμβάσεων στην Επιτροπή, με αίτημα την έκδοση αρνητικής πιστοποίησης ή εξαίρεσης του άρθρου 1 παρ. 3 του Ν. 703/77, κάνει έκκληση στην επιείκεια της Επιτροπής.

38. Σχέση της εταιρείας ΚΡΙ ΚΡΙ με τους διανομείς της

Αναφορικά με τη σχέση της εταιρείας ΚΡΙ-ΚΡΙ με τους διανομείς της, η Επιτροπή κατά τη διάρκεια της προφορικής διαδικασίας διαπίστωσε ότι ως προς το γάλα δεν υπάρχει καμία συμφωνία, διότι το εν λόγω προϊόν διανέμεται από υπαλλήλους της εταιρείας. Όσον αφορά τα λοιπά γαλακτοκομικά προϊόντα, οι διανομείς λειτουργούν υπό την ιδιότητα του αντιπροσώπου ως προς το μεγαλύτερο μέρος της δραστηριότητάς τους (διανομή προϊόντων για τα οποία η εταιρεία ΚΡΙ ΚΡΙ έχει άμεσα συμβληθεί με τα σημεία πώλησης, κυρίως σε αλυσίδες σούπερ μάρκετ) και υπό την ιδιότητα του ελεύθερου επαγγελματία για το υπόλοιπο και μικρότερο μέρος. Γι' αυτό όμως το σκέλος της διανομής, οι συμφωνίες που ισχύουν δεν περιέχουν κανέναν όρο προκαθορισμού της τιμής μεταπώλησης στους λιανοπωλητές.

Ως εκ τούτου η Επιτροπή κρίνει ότι δεν στοιχειοθετείται συμφωνία καθορισμού τιμών μεταπώλησης μεταξύ της εταιρείας ΚΡΙ ΚΡΙ και των διανομέων της, ούτε κατά συνέπεια παράβαση του άρθρου 1 του Ν. 703/77.

**VII. ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΔΙΑΚΟΙΝΟΤΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ
ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 81 ΠΑΡ. 1 ΤΗΣ ΣΥΝΘΕΚ**

39. Σύμφωνα με το άρθρο 3 παρ.1 του Κανονισμού 1/2003, οι αρχές ανταγωνισμού και τα δικαστήρια των κρατών μελών οφείλουν να εφαρμόζουν το άρθρο 81 σε συμφωνίες, αποφάσεις ενώσεων επιχειρήσεων ή εναρμονισμένες πρακτικές κατά την έννοια του άρθρου 81 παρ. της ΣυνθΕΚ, οι οποίες δύνανται να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών κατά την έννοια της διάταξης αυτής, όταν εφαρμόζουν την εθνική νομοθεσία ανταγωνισμού στις εν λόγω συμφωνίες, αποφάσεις ή εναρμονισμένες πρακτικές.

39.1. Το κριτήριο του επηρεασμού του εμπορίου είναι αυτόνομο κριτήριο της κοινοτικής νομοθεσίας, το οποίο πρέπει να εκτιμάται χωριστά σε κάθε περίπτωση. Το κριτήριο αυτό οριοθετεί το πεδίο εφαρμογής του κοινοτικού δικαίου του ανταγωνισμού. Πράγματι το κοινοτικό δίκαιο δεν εφαρμόζεται σε συμφωνίες που δεν δύνανται να επηρεάσουν αισθητά το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών, (βλ. Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 81 της Συνθήκης, παρ.9-12 και τη σχετική νομολογία στην οποία παραπέμπει. Σημειώνεται ότι οι αυτές οι κατευθυντήριες γραμμές παρουσιάζουν τις αρχές που αναπτύχθηκαν από τα κοινοτικά δικαστήρια κατά την ερμηνεία της έννοιας του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 82. Χωρίς να είναι δεσμευτικές για τα δικαστήρια και τις αρχές

των κρατών μελών, οι παρούσες κατευθυντήριες γραμμές αποσκοπούν στο να παράσχουν κατευθύνσεις για την εφαρμογή της έννοιας του επηρεασμού του εμπορίου (βλ. παρ.3).

Το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών μπορεί να επηρεαστεί επίσης σε περιπτώσεις, στις οποίες **η οικεία αγορά είναι η εθνική αγορά ή τμήμα** της εθνικής αγοράς, (βλ. Ανακοίνωση Επιτροπής παρ.22). Η εφαρμογή του κοινοτικού δικαίου εκτείνεται σε κατηγορίες συμφωνιών και πρακτικών που δύνανται να έχουν διασυνοριακές επιπτώσεις, ανεξάρτητα από το εάν μία συγκεκριμένη συμφωνία ή πρακτική είχε ή όχι το αποτέλεσμα αυτό, (βλ. Ανακοίνωση Επιτροπής παρ.26-27).

Η φύση των προϊόντων που καλύπτονται ή/και επηρεάζονται από τις συμφωνίες ή πρακτικές παρέχει μία ένδειξη για το εάν το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών δύναται να επηρεαστεί. Το κοινοτικό δίκαιο είναι εφαρμοστέο όταν τα προϊόντα που επηρεάζονται άμεσα ή έμμεσα από τις συμφωνίες ή πρακτικές, αποτελούν ή δύνανται να αποτελέσουν αντικείμενο διασυνοριακών συναλλαγών.

Επίσης, η θέση των ενδιαφερομένων επιχειρήσεων στην αγορά και ο όγκος πωλήσεών τους παρέχουν ποσοτικές ενδείξεις για την ικανότητα της συμφωνίας να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών, (βλ. Ανακοίνωση Επιτροπής παρ.30-31).

39.2. Κάθετες συμφωνίες δεν δύνανται κατ' αρχήν (βλ. Ανακοίνωση Επιτροπής παρ. 5), να επηρεάσουν αισθητά το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών, εάν πληρούνται **σωρευτικά** οι ακόλουθες προϋποθέσεις: α) το συνολικό μερίδιο αγοράς του προμηθευτή σε οποιαδήποτε εκ των σχετικών αγορών στην Κοινότητα που επηρεάζεται από τη συμφωνία **δεν υπερβαίνει το 5%** και β) ο συνολικός ετήσιος κύκλος εργασιών που πραγματοποιεί ο προμηθευτής στην Κοινότητα με **τα προϊόντα που καλύπτει η συμφωνία δεν υπερβαίνει τα 40 εκατ. Ευρώ**, (βλ. ανωτέρω Ανακοίνωση της Επιτροπής παρ.52).

Οι κάθετες συμπράξεις που καλύπτουν το σύνολο ενός κράτους μέλους δύνανται κανονικά να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών. Συμφωνίες που εκτείνονται στο σύνολο του εδάφους ενός κράτους μέλους έχουν από την ίδια τους τη φύση ως αποτέλεσμα την παγίωση εθνικών στεγανοποιήσεων των αγορών και εμποδίζουν έτσι την οικονομική αλληλοδιείσδυση που επιδιώκεται από τη Συνθήκη. (βλ. Ανακοίνωση Επιτροπής παρ.86).

Οι κάθετες συμφωνίες, οι οποίες καλύπτουν το σύνολο ενός κράτους μέλους και **αφορούν άμεσα ή έμμεσα προϊόντα που αποτελούν πραγματικά ή δυνητικά αντικείμενο διασυνοριακών ανταλλαγών**, μπορούν επίσης να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ των

κρατών μελών ακόμα και εάν δεν δημιουργούν άμεσα εμπόδια σε αυτό, (βλ. Ανακοίνωση Επιτροπής παρ.88). Επίσης, συμφωνίες που απαγορεύουν τις παθητικές πωλήσεις και εκτείνονται στο σύνολο της επικράτειας ενός κράτους μέλους δύνανται να επηρεάσουν το διακοινοτικό εμπόριο.

Εν προκειμένω, διαπιστώνονται τα ακόλουθα:

Καταρχήν, τα γαλακτοκομικά προϊόντα αποτελούν αντικείμενο διασυνοριακών συναλλαγών.

40. Ως προς τη σχέση μεταξύ της εταιρείας ΟΛΥΜΠΟΣ με τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ:

Οι συμφωνίες που έχουν συναφθεί μεταξύ της ΟΛΥΜΠΟΣ και των ανωτέρω αλυσίδων καλύπτουν σημαντικό τμήμα της ελληνικής επικράτειας.

Η εταιρεία ΟΛΥΜΠΟΣ κατέχει μερίδιο αγοράς άνω του 5% στις περισσότερες από τις σχετικές υπό-αγορές γαλακτοκομικών προϊόντων στις οποίες δραστηριοποιείται, ενώ ο ετήσιος κύκλος εργασιών της από την πώληση των εν λόγω προϊόντων υπερβαίνει τα 40 εκ. ευρώ.

Υφίσταται, κατά συνέπεια, αισθητός επηρεασμός του εμπορίου μεταξύ των κρατών μελών και, κατά συνέπεια, παράβαση του άρθρου 81 παρ.1 της ΣυνθΕΚ.

41. Ως προς τη σχέση μεταξύ της εταιρείας ΜΕΒΓΑΛ με τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ και ΜΑΣΟΥΤΗΣ αφενός και τους διανομείς της αφετέρου:

Οι συμφωνίες που έχουν συναφθεί μεταξύ της ΜΕΒΓΑΛ και των ανωτέρω αλυσίδων σούπερ μάρκετ, αλλά και των διανομέων της καλύπτουν το σύνολο της ελληνικής επικράτειας ή τουλάχιστον σημαντικό τμήμα αυτής.

Η εταιρεία ΜΕΒΓΑΛ κατέχει μερίδιο αγοράς σε όλες τις σχετικές υπο-αγορές γαλακτοκομικών προϊόντων άνω του 5%, ενώ ο ετήσιος κύκλος εργασιών της από την πώληση των εν λόγω προϊόντων υπερβαίνει τα 40 εκ. ευρώ.

Υφίσταται κατά συνέπεια, αισθητός επηρεασμός του εμπορίου μεταξύ των κρατών-μελών και κατά συνέπεια, παράβαση του άρθρου 81 παρ. 1 της ΣυνθΕΚ.

42. Ως προς τη σχέση μεταξύ της εταιρείας ΔΕΛΤΑ με την ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ και με τους διανομείς της:

Οι συμφωνίες που έχουν συναφθεί μεταξύ της ΔΕΛΤΑ με την αλυσίδα Βερόπουλος και με τους διανομείς της καλύπτουν το σύνολο της ελληνικής επικράτειας ή τουλάχιστον σημαντικό τμήμα αυτής.

Η εταιρεία ΔΕΛΤΑ κατέχει μερίδιο αγοράς σε όλες τις σχετικές υπό-αγορές γαλακτοκομικών προϊόντων άνω του 5%, ενώ ο ετήσιος κύκλος εργασιών της από την πώληση των εν λόγω προϊόντων υπερβαίνει τα 40 εκ. ευρώ.

Υφίσταται, κατά συνέπεια, αισθητός επηρεασμός του εμπορίου μεταξύ των κρατών μελών και, κατά συνέπεια, παράβαση του άρθρου 81 παρ.1 της ΣυνθΕΚ.

43. Ως προς τη σχέση μεταξύ της εταιρείας ΦΑΓΕ με τη ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ και τους διανομείς της:

Οι συμφωνίες που έχουν συναφθεί μεταξύ της ΦΑΓΕ και των διανομέων της καλύπτουν το σύνολο της ελληνικής επικράτειας ή τουλάχιστον σημαντικό τμήμα αυτής.

Η εταιρεία ΦΑΓΕ κατέχει μερίδιο αγοράς σε όλες τις σχετικές υπό-αγορές γαλακτοκομικών προϊόντων άνω του 5%, ενώ ο ετήσιος κύκλος εργασιών της από την πώληση των εν λόγω προϊόντων υπερβαίνει τα 40 εκ. ευρώ.

Υφίσταται, κατά συνέπεια, αισθητός επηρεασμός του εμπορίου μεταξύ των κρατών μελών και, κατά συνέπεια, παράβαση του άρθρου 81 παρ.1 της ΣυνθΕΚ.

VIII. ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΑΠΑΛΛΑΓΗΣ

ΒΑΣΕΙ ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 1 ΠΑΡ. 3 ΤΟΥ Ν.703/77 ΚΑΙ 81 ΠΑΡ.3 ΤΗΣ ΣΥΝΘΕΚ

- 44.** Η χορήγηση απαλλαγής βάσει του Κανονισμού 2790/1999 στις υπό εξέταση συμφωνίες δεν είναι δυνατή, καθώς τόσο ο καθορισμός τιμών (παγίων και ελάχιστων) όσο και η απαγόρευση παθητικών πωλήσεων συνιστούν ιδιαίτερα σοβαρούς περιορισμούς, μη απαλλασσόμενους βάσει του άρ. 4 του προαναφερόμενου Κανονισμού. Η συμπερίληψη δε των ως άνω ιδιαίτερα σοβαρών περιορισμών του ανταγωνισμού σε μια κάθετη συμφωνία συνεπάγεται μη χορήγηση απαλλαγής για το σύνολο της κάθετης συμφωνίας και όχι μόνο για τους συγκεκριμένους συμβατικούς όρους που προβλέπουν τους ιδιαίτερα σοβαρούς περιορισμούς του ανταγωνισμού, (βλ. αιτιολογική σκέψη 10 Καν. 2790/1999).

44.1. Ως εκ τούτου, εξεταστέα είναι μόνο η δυνατότητα χορήγησης ατομικής απαλλαγής, βάσει του άρθρου 1 παρ. 3 του Ν. 703/77 ή του άρθρου 81 παρ. 3 της ΣυνθΕΚ.

Σύμφωνα με το άρθρο 21 του ν.703/77 (ως ισχύει), η χορήγηση απαλλαγής **σε ατομική βάση** (βάσει του άρθρου 1 παρ.3 του ν.703/77) για κάθετες συμφωνίες προϋποθέτει γνωστοποίηση της συμφωνίας από τις συμπράττουσες επιχειρήσεις μέσα σε τριάντα (30) ημέρες από τη σύναψη, λήψη ή τέλεσή τους. Το άρθρο 21 τροποποιήθηκε με το άρθρο 34 του ν.3373/2005 και, σύμφωνα με το άρθρο 37 του ν.703/77, ισχύει από 02-08-2005 (οπότε και δημοσιεύθηκε στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως ο ν.3373/05). Το άρθρο 21 παρ.3 και 4 του ν.703/77 (ως ίσχυε πριν τη τροποποίηση του από το άρθρο 34 του ν.3373/05) προέβλεπε μεν ότι δεν υφίσταται υποχρέωση γνωστοποίησης των κάθετων συμφωνιών (παρ. 3), απαιτούσε όμως γνωστοποίηση τους στην Ε.Α., προκειμένου να χορηγηθεί εξαίρεση σύμφωνα με το άρθρο 1 παρ.3 ν. 703/77 (παρ. 4).

Κατά συνέπεια, για τις συναφθείσες πριν την 02-08-2005 συμβάσεις, η παράλειψη γνωστοποίησης τους συνεπάγεται οριστική αδυναμία εφαρμογής του άρθρου 1 παρ.3 ν. 703/77. Για τις συναφθείσες μετά την 02-08-2005 συμβάσεις, η παράλειψη γνωστοποίησης συνεπάγεται εις βάρος καθεμιάς εκ των επιχειρήσεων, οι οποίες συμπράττουν και παρέλειψαν τη γνωστοποίηση αφενός μεν οριστική αδυναμία εφαρμογής του άρθρου 1 παρ.3 ν. 703/77, αφετέρου δε και επιβολή προστίμου λόγω μη γνωστοποίησης, *(Επισημαίνεται δε ότι η Επιτροπή Ανταγωνισμού με την από 3/1/2006 ανακοίνωσή της ανακοίνωσε ότι «Η Επιτροπή Ανταγωνισμού, σχετικά με την εφαρμογή των παρ. 11 και 12 του άρθρου 33 του ν.3373/2005, ανακοινώνει ότι θα θεωρήσει ως προσήκουσες και σύννομες τις γνωστοποιήσεις που θα γίνουν προς την Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού κάθετων συμφωνιών ή εναρμονισμένων πρακτικών, οι οποίες πληρούν τις προϋποθέσεις του άρθρου 1 παρ. 24 του νόμου 2837/2000, είχαν καταρτισθεί ή συναφθεί προ της 2.8.2005 (ημερομηνία ισχύος του ν.3373/2005), και εξακολουθούν να διατηρούνται σε ισχύ»).*

Εν προκειμένω διαπιστώνεται ότι οι συμφωνίες μεταξύ των εταιρειών ΟΛΥΜΠΟΣ, ΜΕΒΓΑΛ και των αλυσίδων super markets αφενός και μεταξύ των εταιρειών ΔΕΛΤΑ, ΜΕΒΓΑΛ, ΦΑΓΕ, ΡΟΔΟΠΗ και των διανομέων τους αφετέρου που έχουν συναφθεί προ της 02.08.2005 δεν γνωστοποιήθηκαν στην Ε.Α.. Παράλειψη γνωστοποίησης των αντίστοιχων ανωτέρω συμβάσεων που έχουν συναφθεί μετά την 02.08.2005 εντός της προβλεπόμενης προθεσμίας συνεπάγεται και επιβολή προστίμου σύμφωνα με το ισχύον άρθρο 21 του ν.703/77.

44.2. Η χορήγηση ατομικής εξαιρέσης βάσει του άρθρου 81 παρ. 3 ΣυνθΕΚ για συμφωνίες που περιέχουν περιορισμούς προϋποθέτει **μόνο** συνδρομή των ουσιαστικών προϋποθέσεων της εν λόγω διάταξης (*Σημειώνεται ότι ο Κανονισμός 1/2003, με τον οποίο καταργήθηκε η υποχρέωση γνωστοποίησης για τη χορήγηση απαλλαγής βάσει του άρθρου 81 παρ.3, ισχύει από 01-05-2004*). Συγκεκριμένα, σύμφωνα με το άρθρο 3 παρ.2 του Κανονισμού 1/2003, η εφαρμογή της εθνικής νομοθεσίας ανταγωνισμού δεν μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα την απαγόρευση συμφωνιών, οι οποίες μπορούν να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών, αλλά δεν περιορίζουν τον ανταγωνισμό κατά την έννοια του άρθρου 81 παρ.1 της Συνθήκης ή οι οποίες πληρούν τις προϋποθέσεις του άρθρου 81 παρ.3 της Συνθήκης.

Η εφαρμογή της εξαιρέσης του άρθρου 81 παρ.3 υπόκειται σε τέσσερις προϋποθέσεις, δύο θετικές και δύο αρνητικές: α) η συμφωνία πρέπει να συμβάλλει στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας ή της διανομής των προϊόντων ή στην προώθηση της τεχνικής-οικονομικής προόδου, β) πρέπει να εξασφαλίζει δίκαιο τμήμα στους καταναλωτές από το όφελος που προκύπτει, γ) οι περιορισμοί πρέπει να είναι απαραίτητοι για την επίτευξη των στόχων αυτών και δ) η συμφωνία δεν πρέπει να παρέχει στα μέρη τη δυνατότητα κατάργησης του ανταγωνισμού.

Σε περίπτωση εξέτασης μίας συμφωνίας σε ατομική βάση από την Επιτροπή, η τελευταία φέρει το βάρος απόδειξης ότι η εν λόγω συμφωνία παραβιάζει το άρθρο 81. Εφόσον αποδειχθεί ότι η εν λόγω συμφωνία έχει αρνητικά αποτελέσματα για τον ανταγωνισμό, η επιχείρηση που επικαλείται το ευεργέτημα της εξαιρέσης **φέρει το βάρος απόδειξης** ότι πληρούνται οι προϋποθέσεις του άρθρου 81 παρ.3, (*Βλ. σχετικά άρθρο 2 του Κανονισμού 1/2003 και Κατευθυντήριες για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ.3, παρ.41, Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς (2000), παρ.62*). Σύμφωνα με πάγια νομολογία, οι τέσσερις προϋποθέσεις του άρθρου 81 παρ.3 ΣυνθΕΚ (όπως και του 1 παρ.3 ν. 703/77) πρέπει να πληρούνται σωρευτικά για να έχει εφαρμογή η απαλλαγή. Οι εν λόγω προϋποθέσεις είναι, επίσης, εξαντλητικές. Εφόσον πληρούνται, η απαλλαγή ισχύει και δεν μπορεί να εξαρτηθεί από καμία άλλη προϋπόθεση, (*Βλ. Κατευθυντήριες για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ.3 παρ.42 και εκεί αναφερόμενη νομολογία*).

Ωστόσο, οι ιδιαίτερα σοβαροί περιορισμοί (ως πχ. ο καθορισμός τιμών μεταπώλησης, κατανομή πηγών προμήθειας) κατά κανόνα απαγορεύονται (μαύρη λίστα) διότι δεν πληρούν τις δύο πρώτες προϋποθέσεις του άρθρου 81 παρ.3 ΣυνθΕΚ. Δεν δημιουργούν

αντικειμενικά οικονομικά πλεονεκτήματα ούτε προσπορίζουν οφέλη στους καταναλωτές. Επιπλέον, αυτά τα είδη συμφωνιών δεν πληρούν κατά κανόνα το κριτήριο του απαραίτητου χαρακτήρα της τρίτης προϋπόθεσης, (βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ.3 της Συνθήκης παρ.46, 79 και στη νομολογία που παραπέμπει). Σημειώνεται ότι και η τελευταία προϋπόθεση της εξαίρεσης που προβλέπει το άρθρο 81 παρ.3 ΣυνθΕΚ δεν πληρούται αν η συμφωνία καταργεί τον ανταγωνισμό σε μία από τις σημαντικότερες εκφράσεις του και ιδίως σε περίπτωση κατάργησης του ανταγωνισμού όσον αφορά τις τιμές, (βλ. ανωτέρω Κατευθυντήριες Γραμμές παρ.110).

Μία γενική αρχή, στην οποία βασίζεται το άρθρο 81 ΣυνθΕΚ (και το άρθρο 1 του ν. 703/77) και έχει διατυπωθεί από τη νομολογία των κοινοτικών δικαστηρίων, αλλά και στις αποφάσεις της Επιτροπής Ανταγωνισμού, είναι ότι κάθε οικονομικός παράγοντας καθορίζει ανεξάρτητα την πολιτική που προτίθεται να ακολουθήσει στην αγορά (βλ. ανωτέρω Κατευθυντήριες Γραμμές παρ.14).

Επομένως στις υπό κρίσιν περιπτώσεις, δεν μπορεί να χορηγηθεί εξαίρεση, λόγω του ότι πρόκειται για ιδιαίτερα σοβαρούς περιορισμούς του ανταγωνισμού (καθορισμός τιμών μεταπώλησης και απαγόρευση παθητικών πωλήσεων).

ΙΧ. ΟΙ ΔΕΣΜΕΥΣΕΙΣ

45. Γενικό πλαίσιο

Σύμφωνα με το άρθρο 9 παρ.1β του ν.703/77, η Ε.Α. αν μετά από σχετική έρευνα «...διαπιστώσει παράβαση της παρ.1 του άρθρου 1 και των άρθρων 2, 2^α και 5 ή των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης της Ευρωπαϊκής Κοινότητας μπορεί με απόφασή της:...β) να αποδέχεται εκ μέρους των ενδιαφερόμενων επιχειρήσεων ή ενώσεων επιχειρήσεων **την ανάληψη δεσμεύσεων**, με τις οποίες θα παύει η παράβαση, και **να καθιστά τις δεσμεύσεις αυτές υποχρεωτικές** για τις επιχειρήσεις.

Στα πλαίσια του άρθρου 13 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Ε.Α. οι προϋποθέσεις αποδοχής των προτεινομένων δεσμεύσεων είναι οι ακόλουθες :

- α) Οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις προσφέρονται να αναλάβουν δεσμεύσεις, προκειμένου να ανταποκριθούν στις αντιρρήσεις της Γ.Δ.Α. κατά την εκτίμησή της.
- β) Αποκλείεται η δυνατότητα ανάληψης δεσμεύσεων σε υποθέσεις συμπράξεων με ιδιαίτερα σοβαρούς περιορισμούς του ανταγωνισμού.

γ) Λόγοι αποτελεσματικότητας δικαιολογούν την εκ μέρους της Επιτροπής λήψη απόφασης για να καταστήσει τις σχετικές δεσμεύσεις υποχρεωτικές και να μην εκδώσει μία απαγορευτική και καταδικαστική απόφαση. Αναφορικά με τις προϋποθέσεις (α), (β) και (γ), βλ. Press Release Ευρωπαϊκής Επιτροπής όπου δίδονται βασικές κατευθυντήριες γραμμές για τη δυνατότητα αποδοχής δεσμεύσεων στα πλαίσια του άρθρου 9 του Καν.1/2003.

δ) Να υποβάλλονται εγκαίρως, δηλαδή ως προβλέπει το άρθρο 13 του Κανονισμού το αργότερο με το γραπτό υπόμνημα τους ένα (1) μήνα πριν από τη συζήτηση. Πρόταση για ανάληψη δεσμεύσεων σε μεταγενέστερο χρονικό σημείο δεν είναι παραδεκτή.

Να αναφέρονται **περιληπτικά** και **με συγκεκριμένο τρόπο** οι δεσμεύσεις που αναλαμβάνονται, ώστε να είναι δυνατή η αξιολόγησή τους και να εξηγούν για ποιο λόγο οι προτεινόμενες δεσμεύσεις επιλύουν τα προβλήματα ανταγωνισμού (Βλ. ανωτέρω Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής παρ.34, 41. Βλ. επίσης απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής, C-2/37.214, Bundesliga, παρ.25-35 και σχετικό ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ βλ. και απόφαση E.E. 2005/396/EK).

Δηλώσεις γενικών προθέσεων χωρίς δημιουργία υποχρεώσεων, η τήρηση των οποίων δεν μπορεί να τεθεί σε έλεγχο, δεν μπορούν να γίνουν αποδεκτές (94/922/EK, Απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής- MSG Media Services, παρ.98-99).

ε) Σε κάθε περίπτωση, δεσμεύσεις γίνονται αποδεκτές, ως προβλέπουν τα άρθρα 9 του ν.703/77 και 13 του Κανονισμού Λειτουργίας, «...για *παύση της ερευνηθείσας στην εισήγηση παράβασης της Γ.Δ.Α συμπεριφοράς*».

Με βάση τα ανωτέρω, ως προς τις δεσμεύσεις που ανέλαβαν ορισμένες επιχειρήσεις με την υποβολή των υπομνημάτων τους, παρατηρούνται τα εξής:

45.1. Ως προς τις δεσμεύσεις της εταιρίας ΑΤΛΑΝΤΙΚ

Η εταιρία ΑΤΛΑΝΤΙΚ, με την υποβολή του υπομνήματός της, προσέφερε σειρά δεσμεύσεων για την παύση της φερόμενης παράβασης που ερευνάται στην Εισήγηση της Γ.Δ.Α.:», τις οποίες και συμπλήρωσε με μεταγενέστερο υπόμνημα.

Παρότι ο χαρακτήρας κάθετης συμπράξεως της υπό εξέταση περίπτωσης, παρέχει στην Επιτροπή μεγαλύτερη ευχέρεια στην εκτίμηση της σοβαρότητας των προϋποθέσεων που καθορίζουν την αποδοχή των προτεινομένων δεσμεύσεων, εντούτοις η Επιτροπή κρίνει ότι οι υπό εξέταση δεσμεύσεις δεν μπορούν να γίνουν αποδεκτές κυρίως επειδή πρόκειται για

προτάσεις ανάληψης δεσμεύσεων σε υποθέσεις συμπράξεων που στα πλαίσια του άρθρου 13 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης αφορούν ιδιαίτερα σοβαρούς περιορισμούς του ανταγωνισμού (καθορισμό τιμών).

45.2. Ως προς τις δεσμεύσεις της εταιρίας VIVARTIA

Η εταιρία VIVARTIA, με την υποβολή του υπομνήματός της, προτείνει να αναλάβει την εξής δέσμευση: «826. 2^{ον}) *Πρόταση Δέσμευσης (remedy/commitment): Σε κάθε περίπτωση, εφόσον η Επιτροπή Σας θεωρεί ότι η παρούσα διατύπωση των δύο επίμαχων όρων των σχετικών συμβάσεων (καθορισμό τιμών και απαγόρευση παθητικών πωλήσεων) καταλείπει αμφιβολίες, η Εταιρία μας, επικουρικά, δεσμεύεται να εφαρμόζει την υπό κρίση σύμβαση όπως και μέχρι σήμερα πράττει, δηλαδή κατά τρόπο που δεν θα απαγορεύει τις παθητικές πωλήσεις είτε τον καθορισμό ελάχιστων τιμών μεταπώλησης, μετά από σχετική επικοινωνία με τη Γραμματεία της Επιτροπής Σας ή σύμφωνα με όσα θα διαλαμβάνει η υπό έκδοση απόφαση της Επιτροπής Σας».*

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού κρίνει, ότι οι υπό εξέταση δεσμεύσεις της εταιρίας VIVARTIA δεν μπορούν να γίνουν δεκτές κυρίως, διότι πρόκειται για προτάσεις ανάληψης δεσμεύσεων σε υπόθεση, που η Επιτροπή Ανταγωνισμού διαπίστωσε, ότι υφίστανται κάθετες συμπράξεις καθορισμού τιμών και απαγόρευσης παθητικών πωλήσεων, ήτοι παραβάσεις, που θεωρούνται ιδιαίτερα σοβαροί περιορισμοί του ανταγωνισμού.

45.3. Ως προς τις δεσμεύσεις της εταιρίας ΡΟΔΟΠΗ

Η εταιρία ΡΟΔΟΠΗ, με την υποβολή του υπομνήματός της, αναφέρει ότι «*έχουν πλέον απαλειφθεί στα νέα συμφωνητικά του 2007 που συνήψαμε με τους διανομείς μας οι επίμαχοι όροι...*» και ότι «*τα νέα συμφωνητικά τα κοινοποιήσαμε νόμιμα και εμπρόθεσμα στην Επιτροπή Ανταγωνισμού*».

Επειδή η απάλειψη των όρων και ο χαρακτηρισμός των τιμών πώλησης που αποστέλλει η εταιρία ΡΟΔΟΠΗ στους διανομείς ως μέγιστων εξετάζονται από την Επιτροπή στα πλαίσια της υπ' αριθμόν 117/22-2-2007 γνωστοποίησης νέων συμφωνητικών που της υπέβαλε η συγκεκριμένη γαλακτοβιομηχανία, η Επιτροπή κρίνει ότι δεν μπορούν να χαρακτηριστούν ως δεσμεύσεις, στο μέτρο που υπεβλήθησαν στα πλαίσια άλλης διαδικασίας, εν προκειμένω της αίτησης για αρνητική πιστοποίηση ή εξαίρεση.

45.4. Ως προς τις δεσμεύσεις της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ

Προβλήθηκαν για πρώτη φορά με την κατάθεση της προσθήκης- αντίκρουσης από την εν λόγω εταιρία και, επομένως, η υποβολή τους κρίνεται, σύμφωνα με το άρθρο 13 παρ. 1 και 2 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης, μη παραδεκτή.

X. ΕΠΙΒΑΛΛΟΜΕΝΕΣ ΚΥΡΩΣΕΙΣ

46. Η σοβαρότητα και η διάρκεια των παραβάσεων

Σύμφωνα με το άρθρο 9 ν.703/77 παρ. 1. και 2:

«Η Επιτροπή Ανταγωνισμού, αν διαπιστώσει, είτε αυτεπάγγελτα είτε κατόπιν καταγγελίας είτε κατόπιν αιτήσεως του Υπουργού Εμπορίου (ήδη Ανάπτυξης) για διεξαγωγή σχετικής έρευνας, παράβαση των άρθρων 1 παρ. 1, 2 και 2α, μπορεί με απόφασή της:

- α) να απευθύνει στις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις ή ενώσεις επιχειρήσεων συστάσεις να παύσουν την παράβαση,*
- β) να υποχρεώσει τις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις να παύσουν την παράβαση και να παραλείψουν αυτή στο μέλλον,*
- γ) να απειλήσει πρόστιμο ή χρηματική ποινή ή και τα δύο στην περίπτωση συνέχισης ή επανάληψης της παράβασης,*
- δ) να θεωρήσει ότι κατέπεσε το πρόστιμο ή η χρηματική ποινή ή και τα δύο, όταν με απόφασή της βεβαιώνεται η συνέχιση ή επανάληψη,*
- ε) να επιβάλλει πρόστιμο στις επιχειρήσεις ή ενώσεις επιχειρήσεων που υπέπεσαν στην παράβαση.*

Το κατά την προηγούμενη παράγραφο επιβαλλόμενο ή απειλούμενο πρόστιμο μπορεί να φτάνει μέχρι ποσοστού δεκαπέντε τοις εκατό (15%) των ακαθάριστων εσόδων της επιχείρησης της τρέχουσας ή της προηγούμενης της παράβασης χρήσης. Για τον καθορισμό του ύψους του προστίμου πρέπει να λαμβάνονται υπόψη η σοβαρότητα και η διάρκεια της παράβασης. Η κατά την προηγούμενη παράγραφο προβλεπόμενη χρηματική ποινή ανέρχεται μέχρι του ποσού των δέκα χιλιάδων (10.000) ευρώ για κάθε ημέρα καθυστέρησης συμμόρφωσης προς την απόφαση και από την ημερομηνία που θα ορίσει η απόφαση.»

Η σοβαρότητα και η διάρκεια της διαπιστωθείσας παράβασης αποτελούν κριτήρια καθορισμού του ύψους του προστίμου. (Βλ. σχετικά ΔΕΦΑΘ 163/2006, ΑΤΛΑΝΤΙΚ κλπ.

κατά της απόφασης 277/2005 (υπόθεση super market), σελ.51 (παρ.24), T-1/89 παρ.150επ., 155, 168 και Ανακοίνωση της Ελληνικής Επιτροπής Ανταγωνισμού για τον τρόπο υπολογισμού του ύψους των προστίμων παρ.6).

46.1. Κατά την αξιολόγηση της σοβαρότητας της παράβασης, η Ε.Α. λαμβάνει υπόψη τη φύση της παράβασης, το πραγματικό της αντίκτυπο στην αγορά (όπου είναι δυνατόν να υπολογιστεί), καθώς και το μέγεθος της οικείας γεωγραφικής αγοράς (Βλ. 2004/104/ΕΚ, ο.π, παρ.226-230).

Ειδικότερα:

Φύση των παραβάσεων: Οι κάθετες συμπράξεις καθορισμού τιμών μεταπώλησης και κατανομής αγορών (απαγόρευσης παθητικών πωλήσεων) αποτελούν ιδιαίτερα σοβαρούς περιορισμούς του ανταγωνισμού.

Ως προς τη γεωγραφική επικράτεια:

Οι συμφωνίες των εταιρειών ΔΕΛΤΑ, ΦΑΓΕ, ΟΛΥΜΠΟΥ και ΜΕΒΓΑΛ με ορισμένες εκ των αλυσίδων σούπερ μάρκετ αφενός και τους διανομείς τους αφετέρου καλύπτουν το σύνολο σχεδόν της ελληνικής επικράτειας ή τουλάχιστον σημαντικό τμήμα αυτής.

Αντίθετα, οι αντίστοιχες συμφωνίες της εταιρείας ΡΟΔΟΠΗ καλύπτουν μικρό μόνο μέρος της ελληνικής επικράτειας.

46.2. Μεταξύ των εταιρειών ΟΛΥΜΠΟΣ και ΚΑΡΦΟΥΡ, η παράβαση είχε διάρκεια από 2003 έως και 2006 (αντίστοιχοι όροι στις σχετικές συμβάσεις).

Μεταξύ της εταιρείας ΟΛΥΜΠΟΣ και των αλυσίδων Βασιλόπουλος, Βερόπουλος, Σκλαβενίτης, Ατλάντικ, η παράβαση είχε διάρκεια από **2004 έως και 2006** (αντίστοιχοι όροι στις σχετικές συμβάσεις).

Μεταξύ των εταιρειών ΜΕΒΓΑΛ και της αλυσίδας σούπερ μάρκετ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, η παράβαση είχε διάρκεια από **2003 έως και 2006** (αντίστοιχοι όροι στις σχετικές συμβάσεις).

Μεταξύ των εταιρειών ΜΕΒΓΑΛ και των αλυσίδων σούπερ μάρκετ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ και ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, η παράβαση είχε διάρκεια από **2004 έως και 2006** (αντίστοιχοι όροι στις σχετικές συμβάσεις).

Μεταξύ των εταιρειών ΜΕΒΓΑΛ και της αλυσίδας σούπερ μάρκετ ΜΑΣΟΥΤΗΣ η παράβαση είχε διάρκεια από **2005 έως 2006** (αντίστοιχοι όροι στις σχετικές συμβάσεις).

Μεταξύ της εταιρείας ΔΕΛΤΑ και της αλυσίδας σούπερ μάρκετ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ η παράβαση είχε διάρκεια δύο (2) μηνών (Δεκέμβριος 2005 έως Ιανουάριος 2006).

Μεταξύ της εταιρείας ΦΑΓΕ και της αλυσίδας σούπερ μάρκετ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ η παράβαση είχε διάρκεια δύο μηνών (Απρίλιος 2006 και Μάιος 2006).

Μεταξύ των εταιρειών ΡΟΔΟΠΗ και του ομίλου ΕΛΟΜΑΣ η παράβαση ίσχυσε το **2001**.

Μεταξύ των εταιρειών ΜΕΒΓΑΛ και των διανομέων της η παράβαση είχε διάρκεια από **2001 έως 2006** (βλ. τις σχετικές συμβάσεις σε ισχύ).

Μεταξύ των εταιρειών ΔΕΛΤΑ και των διανομέων της η παράβαση είχε διάρκεια έξι ετών (**από το 2001 έως το 2006**).

47. Ζήτημα διαπραγματευτικής- οικονομικής ισχύος

Σε περίπτωση συμμετοχής των μελών του δικτύου διανομής ενός παραγωγού σε (κάθετες) συμφωνίες που αντιβαίνουν στις αρχές του ανταγωνισμού, δεν φαίνεται καταρχήν ενδεδειγμένο να επιβληθούν πρόστιμα και στις επιχειρήσεις αυτές. Η πρωτοβουλία των περιοριστικών για τον ανταγωνισμό συμφωνιών αναλαμβάνεται κατά κανόνα από τον παραγωγό, ο οποίος μάλιστα προσπαθεί με διάφορους τρόπους (πχ. απειλές, κυρώσεις...) να εξασφαλίσει τη τήρηση εκ μέρους των διανομέων του των πρακτικών αυτών. Οι εν λόγω παραβάσεις, επομένως, δεν θα είχαν παρουσιαστεί δίχως την πρωτοβουλία και την ενεργό σύμπραξη του παραγωγού έναντι των **οικονομικά ασθενέστερων** συμβεβλημένων διανομέων (Απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, 2001/711/ΕΚ, Volkswagen Passat, παρ.104, Απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, 2002/758/ΕΚ, Mercedes Benz, παρ.233).

47.1. Στην προκείμενη περίπτωση, όμως, ορισμένες εκ των ανωτέρω κάθετες συμφωνίες, με τις οποίες καθορίζονται οι τιμές μεταπώλησης των (γαλακτοκομικών) προϊόντων έχουν συναφθεί μεταξύ των εταιρειών ΟΛΥΜΠΟΣ, ΜΕΒΓΑΛ, ΔΕΛΤΑ και ΦΑΓΕ αφενός και ορισμένων εκ των αλυσίδων super market αφετέρου. Πρέπει, κατά συνέπεια, να εκτιμηθεί η διαπραγματευτική-οικονομική ισχύς των ως άνω αλυσίδων σε σχέση με τις ανωτέρω γαλακτοβιομηχανίες.

Τα στοιχεία που ισχυροποιούν τη θέση και τη «διαπραγματευτική ικανότητα» των αλυσίδων super market απέναντι στους προμηθευτές τους συνοψίζονται στο ότι υπάρχει συγκέντρωση μεγάλου όγκου πωλήσεων στις αλυσίδες σούπερ μάρκετ, δημιουργία ομίλων εταιρειών και αγοραστικών ομίλων μικρότερων επιχειρήσεων, επέκταση δικτύων καταστημάτων, καθώς και ισχυροποίηση των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας. Με τα

στοιχεία αυτά οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ «πιέζουν» τους προμηθευτές τους για την επίτευξη μεγαλύτερων εκπτώσεων, χαμηλότερων τιμών και μεγαλύτερου χρόνου πίστωσης. Οι προμηθευτές πολύ συχνά καταβάλλουν χρηματικά ποσά για τη τοποθέτηση ενός νέου προϊόντος στα ράφια των καταστημάτων μίας αλυσίδας. Σε άλλες περιπτώσεις, οι προμηθευτές επιστρέφουν χρηματικά ποσά στις αλυσίδες ως bonus, ανάλογα με τις πωλήσεις που πραγματοποίησαν τα προϊόντα τους. Συνηθισμένη πρακτική είναι οι εκπτώσεις, οι οποίες εξαρτώνται από τις πωλήσεις της αλυσίδας και την «ισχύ» των εμπορικών σημάτων των προϊόντων. Συνήθως, στα ισχυρότερα (από πλευράς πωλήσεων) προϊόντα παρέχονται χαμηλότερες εκπτώσεις (Βλ. Ε.Α. 277/05, σελ.9 χαρακτηριστικά, εξέλιξη του κλάδου, βλ. και ανωτέρω υπό σχέσεις και συνθήκες/όροι συνεργασίας με σούπερ μάρκετ (παρ. 24.2., 25).

47.2. Οι μεγάλοι λιανοπωλητές έχουν, επίσης, ενδεχομένως τα εξής πλεονεκτήματα: Τη δυνατότητα να πωλούν δικά τους προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας γνωρίζοντας τις τιμές των ανταγωνιστικών προϊόντων που πωλούνται στα 'ράφια' τους (ασύμμετρη πληροφόρηση), με αποτέλεσμα να πωλούν τα δικά τους σε πιο ανταγωνιστικές τιμές, ο κίνδυνος που διατρέχει ένα **σημαντικό προϊόν (leading brand) εφόσον παραμείνει εκτός αγοράς μεγάλου λιανοπωλητή να απωλέσει τη φήμη και αναγνωρισιμότητά του στους καταναλωτές** και οι δυνατότητες πολλαπλών πηγών προμήθειας και εφοδιασμού προϊόντων που δύσκολα εγκαταλείπονται για να μην δημιουργούνται δεσμοί εξάρτησης (multiple sourcing strategy). (Περί όλων αυτών βλ. Μ.3732 Procteur & Gamble/Gillette, Απόφαση της 15-07-2005 της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, παρ.110-131).

Εν προκειμένω διαπιστώνονται τα ακόλουθα:

- ο Τα μερίδια αγοράς των εταιρειών ΔΕΛΤΑ, ΟΛΥΜΠΙΟΣ, ΜΕΒΓΑΛ, ΦΑΓΕ και ΡΟΔΟΠΗ κυμαίνονται σε όλες τις σχετικές υπο-αγορές γαλακτοκομικών προϊόντων περίπου στο 25%, 9%, 7%, 10% και 1% αντίστοιχα. Τα μερίδια αγοράς των αλυσίδων στην αγορά των προϊόντων λιανικής πώλησης super market ΚΑΡΦΟΥΡ, ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ και ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ είναι (βάσει σχετικής έρευνας του 2004 16% (19% ως όμιλος), 9% (10% ως όμιλος), 8% και 6% (7% ως όμιλος) αντίστοιχα. Επίσης, ενώ η εταιρεία ΡΟΔΟΠΗ κατέχει μικρό μερίδιο στις σχετικές αγορές, ο όμιλος ΕΛΟΜΑΣ περιλαμβάνει σούπερ μάρκετ σε όλη την επικράτεια.

- ο Μεγάλος όγκος των πωλήσεων γαλακτοκομικών προϊόντων της κάθε γαλακτοβιομηχανίας διανέμεται μέσω των μεγάλων αυτών αλυσίδων (σε ποσοστό που κυμαίνεται άνω του 5%), ενώ αντίστοιχα τα προϊόντα της κάθε γαλακτοβιομηχανίας αποτελούν μικρό μόνο μέρος των συνολικών πωλήσεων τους. Άλλωστε, ως καταφαίνεται και ανωτέρω, εκ των χαρακτηριστικών της σχετικής αγοράς οι αλυσίδες *είναι αυτές που πιέζουν τους προμηθευτές* για χορήγηση μεγαλύτερων εκπτώσεων και παροχών (βλ. ανωτέρω παράγραφος 24.2.).
 - ο Ορισμένες εκ των μεγάλων αλυσίδων σούπερ μάρκετ παράγουν πλέον και προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας: για λογαριασμό της εταιρείας ΚΑΡΦΟΥΡ παράγει φρέσκο γάλα ιδιωτικής ετικέτας η εταιρεία ΟΛΥΜΠΟΣ, για λογαριασμό της εταιρείας ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ παράγει φρέσκο γάλα ιδιωτικής ετικέτας η εταιρεία ΜΕΒΓΑΛ, για την εταιρεία ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ παράγουν γάλα υψηλής παστερίωσης και εβαπορέ ιδιωτικής ετικέτας δύο γερμανικές εταιρείες, ενώ και για την εταιρία ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ παράγουν δύο γερμανικές εταιρίες γάλα εβαπορέ ιδιωτικής ετικέτας. Το γεγονός αυτό καταδεικνύει αφενός μία εξάρτηση μεταξύ των γαλακτοβιομηχανιών και των αλυσίδων και αφετέρου ενίσχυση κατά τα ανωτέρω της διαπραγματευτικής ισχύος των αλυσίδων έναντι των γαλακτοβιομηχανιών.
- 47.3.** Εκ των ανωτέρω συνάγεται ότι οι αλυσίδες super market και ο όμιλος ΕΛΟΜΑΣ δεν βρίσκονται σε θέση «οικονομικά ασθενέστερου» συμβαλλόμενου, αλλά βρίσκονται τουλάχιστον σε θέση ισοδύναμης οικονομικής ισχύος σε σχέση με τις συγκεκριμένες γαλακτοβιομηχανίες (ΟΛΥΜΠΟ, ΜΕΒΓΑΛ, ΔΕΛΤΑ, ΦΑΓΕ και ΡΟΔΟΠΗ). Ως εκ τούτου, ο κάθετος καθορισμός και η εν μέρει έστω κατάργηση του δικαιώματος τιμολόγησης εκ μέρους των αλυσίδων σούπερ μάρκετ δημιουργεί συνθήκες στρέβλωσης του ανταγωνισμού για την οποία είναι υπεύθυνες από άποψης δικαίου του ανταγωνισμού και οι αλυσίδες λιανικής πώλησης.

Αντίθετα η Επιτροπή θεωρεί ότι δε θα πρέπει να επιβληθεί πρόστιμο στους διανομείς των εμπλεκόμενων γαλακτοβιομηχανιών, εφόσον, σύμφωνα με πάγια θέση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, στις περιπτώσεις που η πρωτοβουλία εφαρμογής μίας παράνομης πρακτικής ανήκει στον προμηθευτή και επιβάλλεται σε οικονομικά ασθενέστερους συμβεβλημένους διανομείς, δε φαίνεται ενδεδειγμένο να επιβληθούν πρόστιμα στις οικονομικά

ασθενέστερες αυτές επιχειρήσεις (Απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής 2001/711 ΕΚ Volkswagen Passat παρ. 104, Απόφαση της ΕΚ 2002/758/ΕΚ, Mercedes Benz, παρ. 233).

48. Επιβαρυντικές και ελαφρυντικές περιστάσεις

Σύμφωνα με την Ανακοίνωση της Ε.Α. για τον υπολογισμό των προστίμων *ως επιβαρυντική περίπτωση* για τον υπολογισμό του προστίμου λαμβάνεται υπόψη το εάν η επιχείρηση έχει διαπράξει στο παρελθόν **διαπιστωμένη παράβαση** του δικαίου του ανταγωνισμού (βλ. σχετικά παρ.14). Εν προκειμένω, διαπιστώνεται ότι τα σούπερ μάρκετ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ, ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, ΑΤΛΑΝΤΙΚ και ΜΑΣΟΥΤΗΣ είχαν καταδικαστεί στο παρελθόν με πρόστιμο για παράβαση κανόνων του ανταγωνισμού σύμφωνα με τις υπ' αριθμόν 277/IV/05 και 284/IV/05 αποφάσεις της Ε.Α. Για την παράβαση όμως που καταλογίστηκε με την με αρ. 277/IV/2005 απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού στις ανωτέρω επιχειρήσεις, έχουν ασκηθεί αναιρέσεις στο ΣτΕ που δεν έχουν ακόμη εκδικαστεί. Ως εκ τούτου, η προαναφερθείσα απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού δεν μπορεί να ληφθεί υπόψη ως επιβαρυντική περίπτωση για τον υπολογισμό του προστίμου, δεδομένου ότι για την υποτροπή, απαιτείται η ύπαρξη αμετάκλητης δικαστικής απόφασης.

Επίσης, σύμφωνα με την ίδια Ανακοίνωση της Ε.Α. (βλ. παρ.15), ελαφρυντική περίπτωση θεωρείται η αποτελεσματική συνεργασία των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων με την Επιτροπή. Αναφέρεται ότι οι ανωτέρω αλυσίδες σούπερ μάρκετ, οι οποίες ενέχονται σε καθορισμό τιμών μεταπώλησης από κοινού με τις ανωτέρω γαλακτοβιομηχανίες, συνεργάστηκαν αποτελεσματικά με τη Γενική Διεύθυνση και προσκόμισαν εγκαίρως όλα τα σχετικά στοιχεία που τους ζητήθηκαν για την ολοκλήρωση της έρευνας.

Η Επιτροπή λαμβάνει επίσης υπόψη της την στάση που επέδειξε η γαλακτοβιομηχανία ΡΟΔΟΠΗ κατά τη διάρκεια της προφορικής διαδικασίας, συνομολογώντας τις προσαπτόμενες σε αυτήν από τη Γενική Διεύθυνση συμπεριφορές, παράλληλα με την άμεση κατάργηση των επίμαχων όρων των παλαιών συμβάσεών της με τους διανομείς και την υποβολή σχεδίου νέων συμβάσεων στην Επιτροπή, με αίτημα την έκδοση αρνητικής πιστοποίησης ή εξάιρεσης.

Με βάση τα παραπάνω, η Επιτροπή Ανταγωνισμού θεωρεί κατ' αρχήν εύλογο να καθοριστεί το πρόστιμο σε ποσοστό [...] % επί των ακαθάριστων εσόδων της καθεμίας εκ των ανωτέρω εταιριών στις σχετικές αγορές προϊόντος που αφορά η εκάστοτε παράβαση, δεδομένου ότι η τελευταία, επηρεάζει άμεσα τη διαμόρφωση των τιμών στο επίπεδο του καταναλωτή.

Παραταύτα η Επιτροπή Ανταγωνισμού λαμβάνοντας υπόψη ως ελαφρυντική περίσταση τη συνεργασία, που επέδειξαν οι εμπλεκόμενες εταιρείες κατά τη διάρκεια της όλης διαδικασίας και εξαντλώντας τα όρια επεικειάς της, θεωρεί εύλογο, προκειμένου να διασφαλιστεί και η αποτρεπτικότητα του επιβαλλόμενου προστίμου, να καθοριστεί το τελευταίο σε ποσοστό 3% στα ανωτέρω ακαθάριστα έσοδα για κάθε έτος που η κάθε επιχείρηση εμπλέκεται στην εκάστοτε παράβαση. Ειδικά για την εταιρία ΡΟΔΟΠΗ, η Επιτροπή περιορίζεται στη διατύπωση συστάσεων ως αναλύεται στο διατακτικό.

Ειδικά όμως για τις σχέσεις των εταιρειών ΔΕΛΤΑ/VIVARTIA, και ΜΕΒΓΑΛ με τους διανομείς τους, μειοψηφία αποτελούμενη από τους κ.κ. Φαίδωνα Στράτο, Χρήστο Α. Ιωάννου και Απόστολο Ρεφενέ, με την προϋπόθεση υποχρέωσης των προαναφερομένων εταιρειών να αναμορφώσουν τις σχετικές συμβάσεις που υπογράφουν με τους διανομείς συνεργάτες τους ώστε να τις απαλλάξουν από τους αντι-ανταγωνιστικούς όρους, εξαντλώντας τα όρια επιείκειας ορίζουν το ύψος του προστίμου για μεν την εταιρεία ΔΕΛΤΑ/VIVARTIA σε δύο εκατομμύρια ευρώ (2.000.000 €) για δε τη ΜΕΒΓΑΛ σε ένα εκατομμύριο ευρώ (1.000.000 €).

Ως προς το ίδιο θέμα, δηλαδή τις σχέσεις μεταξύ ΔΕΛΤΑ/VIVARTIA και ΜΕΒΓΑΛ με τους διανομείς τους, το μέλος της Επιτροπής κα Γεωργία Μπεχρή-Κεχαγιόγλου διατύπωσε την ακόλουθη άποψη :

Λαμβάνοντας υπόψη τις σύγχρονες τάσεις του δικαίου του ανταγωνισμού που τείνουν στο να θεωρείται ότι η εφαρμογή του τελευταίου, με τη δημόσια εκτέλεση (public enforcement) των αποφάσεων που διαπιστώνουν παράβαση των κανόνων του, δεν έχει ως σκοπό να τιμωρήσει τον παραβάτη (to punish wrongdoers), αλλά να αποκαταστήσει τη «δημόσια οικονομική τάξη» (economic public order) (βλ. συλλογικό έργο EC Competition Law, «Critical Assessment», Germont and Andersen, Public Enforcement, Hart Publishing, Oxford, 2007, σελ. 678), η οποία είχε διαταραχθεί με τη διαπιστωθείσα παράβαση

λαμβάνοντας υπόψη ότι η αντίληψη αυτή φαίνεται να διαπερνά και νεότερα κοινοτικά κείμενα, όπως τη διάταξη του άρθρου 7 του Κανονισμού 1/2003 όπου οι κυρώσεις που επιβάλλει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για τις διαπιστωθείσες παραβάσεις των άρθρων 81 και 82 της ΣυνθΕΚ κυρίως αναφέρονται η επιβολή μέτρων συμπεριφοράς ή διαρθρωτικού

χαρακτήρα, τα οποία ακριβώς τείνουν σε μία in natura αποκατάσταση των πραγμάτων στην αγορά, προς την κατεύθυνση της ύπαρξης υγιούς ανταγωνισμού, προτείνουν η Επιτροπή Ανταγωνισμού να προτείνει στις προαναφερθείσες επιχειρήσεις να αναμορφώσουν τις συμβάσεις τους με τους διανομείς τους (άρθρο 9 παρ. δ. ν. του Ν. 703/77), σε περίπτωση δε μη συμμόρφωσης των επιχειρήσεων εντός ορισμένης προθεσμίας που θα τεθεί από την Επιτροπή, η τελευταία να απειλήσει πρόστιμο, το ύψος του οποίου έχει ήδη εκτιμηθεί από τα μέλη της Επιτροπής.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

Με απόφαση της πλειοψηφίας των μελών της Επιτροπής :

- α) Υποχρεώνονται οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις ΟΛΥΜΠΟΣ, ΜΕΒΓΑΛ, ΔΕΛΤΑ-VIVARTIA, ΦΑΓΕ και ΡΟΔΟΠΗ, όσο και οι αλυσίδες super market ΚΑΡΦΟΥΡ-ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ, ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ, ΑΤΛΑΝΤΙΚ, ΜΑΣΟΥΤΗΣ, ΕΛΟΜΑΣ να παύσουν τις διαπιστωθείσες στο ανωτέρω σκεπτικό παραβάσεις και να τις παραλείπουν στο μέλλον.
- β) Διαπιστώνεται:
- i) η ακυρότητα των ρητρών καθορισμού τιμών που ανευρίσκονται στις συμβάσεις συνεργασίας μεταξύ των εταιριών ΟΛΥΜΠΟΣ και ΜΕΒΓΑΛ με τις αλυσίδες super market και της εταιρίας ΡΟΔΟΠΗΣ με τον όμιλο ΕΛΟΜΑΣ, καθώς και η ακυρότητα των αντιστοίχων όρων που περιλαμβάνονται στις συμβάσεις των εταιριών ΜΕΒΓΑΛ, ΔΕΛΤΑ- VIVARTIA και ΡΟΔΟΠΗ με τους διανομείς τους.
 - ii) η ακυρότητα της ρήτρας απαγόρευσης παθητικών πωλήσεων που ανευρίσκεται στις συμβάσεις συνεργασίας της εταιρίας ΔΕΛΤΑ- VIVARTIA με τους διανομείς της,
- γ) Σε περίπτωση μη συμμόρφωσης προς οποιαδήποτε από τις προαναφερόμενες υποχρεώσεις (υπό α και β), απειλούνται με χρηματική ποινή δέκα χιλιάδων ευρώ (10.000 €) σε κάθε μία από τις εταιρίες και για κάθε ημέρα μη συμμόρφωσης,

δ) Επιβάλλεται στις εταιρείες ΜΕΒΓΑΛ, ΔΕΛΤΑ- VIVARTIA, ΡΟΔΟΠΗ και ΚΡΙ-ΚΡΙ πρόστιμο για μη γνωστοποίηση των συμβάσεων συνεργασίας με τους διανομείς τους (που συνάφθηκαν μετά την 02-08-2005) ύψους 15.000 Ευρώ.

ε) Επιβάλλεται στις εταιρείες ΜΕΒΓΑΛ, ΟΛΥΜΠΙΟΣ, και στις αλυσίδες σούπερ μάρκετ ΚΑΡΦΟΥΡ, ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ, ΜΑΣΟΥΤΗΣ και ΑΤΛΑΝΤΙΚ που έχουν συμβληθεί με αυτές, πρόστιμο για μη γνωστοποίηση των συμβάσεων συνεργασίας (που συνάφθηκαν μετά την 02-08-2005) ύψους 15.000 Ευρώ.

στ) Επιβάλλεται:

Ø Στην εταιρία ΟΛΥΜΠΙΟΣ πρόστιμο ύψους τετρακοσίων εικοσι ενός χιλιάδων τριάντα ενός ευρώ (421.031 €) για τη δική της συμμετοχή στην προαναφερθείσα κάθετη σύμπραξη με τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ ΚΑΡΦΟΥΡ-ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ, ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ, ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ και ΑΤΛΑΝΤΙΚ,

Ø Στην εταιρία ΜΕΒΓΑΛ πρόστιμο ύψους τετρακοσίων εννέα χιλιάδων πεντακοσίων πέντε ευρώ (409.505 €) για τη δική της συμμετοχή στην προαναφερθείσα κάθετη σύμπραξη με τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ, ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ και ΜΑΣΟΥΤΗΣ,

Ø Στην εταιρία ΔΕΛΤΑ- VIVARTIA πρόστιμο ύψους είκοσι εννέα χιλιάδων εξακοσίων τριάντα έξι ευρώ (29.636 €) για τη δική της συμμετοχή στην προαναφερθείσα κάθετη σύμπραξη με την αλυσίδα σούπερ μάρκετ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ,

Ø Στην εταιρία ΦΑΓΕ πρόστιμο ύψους τριάντα εννέα χιλιάδων εννιακοσίων ενενήντα έξι ευρώ (39.996 €) για τη δική της συμμετοχή στην προαναφερθείσα κάθετη σύμπραξη με την αλυσίδα σούπερ μάρκετ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ,

- Ø Στην εταιρία ΚΑΡΦΟΥΡ πρόστιμο ύψους πεντακοσίων είκοσι χιλιάδων εννιακοσίων δέκα ευρώ (520.910 €) για τη δική της συμμετοχή στην προαναφερθείσα κάθετη σύμπραξη με την εταιρία ΟΛΥΜΠΟΣ,

- Ø Στην εταιρία ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ πρόστιμο ύψους πεντακοσίων εβδομήντα οκτώ χιλιάδων εξακοσίων ογδόντα πέντε ευρώ (578.685 €) για τη δική της συμμετοχή στην προαναφερθείσα κάθετη σύμπραξη με την εταιρία ΟΛΥΜΠΟΣ,

- Ø Στην εταιρία ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ πρόστιμο ύψους τετρακοσίων ενενήντα τεσσάρων χιλιάδων διακοσίων ογδόντα τριών ευρώ (494.283 €) για τη δική της συμμετοχή στην προαναφερθείσα κάθετη σύμπραξη με την εταιρία ΜΕΒΓΑΛ,

- Ø Στην εταιρία ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ πρόστιμο ύψους τριακοσίων πενήντα έξι χιλιάδων εκατόν τριάντα δύο ευρώ (356.132 €) για τη δική της συμμετοχή στην προαναφερθείσα κάθετη σύμπραξη με την εταιρία ΟΛΥΜΠΟΣ,

- Ø Στην εταιρία ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ πρόστιμο ύψους διακοσίων δεκαπέντε χιλιάδων διακοσίων τριάντα εννέα ευρώ (215.239 €) για τη δική της συμμετοχή στην προαναφερθείσα κάθετη σύμπραξη με την εταιρία ΜΕΒΓΑΛ,

- Ø Στην εταιρία ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ πρόστιμο ύψους σαράντα τριών χιλιάδων οκτακοσίων τριάντα εννέα ευρώ (43.839 €) για τη δική της συμμετοχή στην προαναφερθείσα κάθετη σύμπραξη με την εταιρία ΦΑΓΕ,

- Ø Στην εταιρία ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ πρόστιμο ύψους τριάντα τεσσάρων χιλιάδων εννιακοσίων εβδομήντα πέντε ευρώ (34.975 €) για τη δική της συμμετοχή στην προαναφερθείσα κάθετη σύμπραξη με την εταιρία VIVARTIA,

- Ø Στην εταιρία ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ πρόστιμο ύψους τετρακοσίων εβδομήντα χιλιάδων πεντακοσίων ευρώ (470.500 €) για τη δική της συμμετοχή στην προαναφερθείσα κάθετη σύμπραξη με την εταιρία ΟΛΥΜΠΟΣ,

- Ø Στην εταιρία ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ πρόστιμο ύψους διακοσίων εβδομήντα πέντε χιλιάδων τριακοσίων τριάντα τριών ευρώ (275.333 €) για τη δική της συμμετοχή στην προαναφερθείσα κάθετη σύμπραξη με την εταιρία ΜΕΒΓΑΛ,
- Ø Στην εταιρία Δ. ΜΑΣΟΥΤΗΣ πρόστιμο ύψους διακοσίων σαράντα τεσσάρων χιλιάδων εκατόν εβδομήντα ευρώ (244.170 €) για τη δική της συμμετοχή στην προαναφερθείσα κάθετη σύμπραξη με την εταιρία ΜΕΒΓΑΛ,
- Ø Στην εταιρία ΑΤΛΑΝΤΙΚ πρόστιμο ύψους εξήντα οκτώ χιλιάδων τριακοσίων εξήντα επτά ευρώ (68.367 €) για τη δική της συμμετοχή στην προαναφερθείσα κάθετη σύμπραξη με την εταιρία ΟΛΥΜΠΟΣ,
- Ø Στην εταιρία ΜΕΒΓΑΛ πρόστιμο ύψους δύο εκατομμυρίων εξακοσίων οκτώ χιλιάδων τετρακοσίων πενήντα ευρώ (2.608.450 €) για το καθορισμό τιμών μεταπώλησης στους διανομείς της,
- Ø Στην εταιρία ΔΕΛΤΑ- VIVARTIA πρόστιμο ύψους εικοσί ένα εκατομμυρίων επτακοσίων σαράντα επτά χιλιάδων εννιακοσίων εβδομήντα έξι ευρώ (21.747.976 €) για το καθορισμό τιμών μεταπώλησης στους διανομείς της,

Η απόφαση εκδόθηκε την 19^η Δεκεμβρίου 2007.

Η απόφαση να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβέρνησης, σύμφωνα με το άρθρο 23 παρ. 7 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ Β' 1890/29-12-2006).

Ο Πρόεδρος

Σπυρίδων Ζησιμόπουλος

Η Γραμματέας

Ολγα-Αννίτα Ραφτοπούλου