

ΑΠΟΦΑΣΗ ΑΡΙΘ. 544/VI/2012\*

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

ΣΕ ΤΜΗΜΑ

Συνεδρίασε στην Αίθουσα Συνεδριάσεων του 1ου ορόφου του κτιρίου των γραφείων της, επί της οδού Κότσικα 1Α, Αθήνα, την 26η Ιουλίου 2012, ημέρα Πέμπτη και ώρα 10:00, με την εξής σύνθεση:

Πρόεδρος: Δημήτριος Κυριτσάκης.

Μέλη: Ιωάννης Μπιτούνης,

Εμμανουέλα Τρούλη και

Βικτωρία Μερτικοπούλου (Εισηγήτρια).

Γραμματέας: Παρασκευή Α. Ζαχαριά.

**Θέμα της συνεδρίασης:** Λήψη απόφασης επί της προηγούμενης γνωστοποίησης, σύμφωνα με το άρθρο 6 παρ. 1 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει, της απόκτησης αποκλειστικού ελέγχου της επιχείρησης «Καρφούρ-Μαρινόπουλος Ανώνυμη Εταιρεία Γενικού Εμπορίου, Εκμεταλλεύσεως Εμπορικών Εγκαταστάσεων και Επιχειρήσεων» από τον Όμιλο Εταιριών Μαρινόπουλος.

Πριν από την έναρξη της συζήτησης, ο Πρόεδρος όρισε Γραμματέα της υπόθεσης την υπάλληλο της Γραμματείας Προέδρου, Αντιπροέδρου και Εισηγητών Παρασκευή Α. Ζαχαριά με αναπληρώτρια αυτής την Ευαγγελία Ρουμπή.

Στη αρχή της συζήτησης, ο Πρόεδρος έδωσε το λόγο στην αρμόδια Εισηγήτρια, Βικτωρία Μερτικοπούλου, η οποία ανέπτυξε συνοπτικά την υπ' αριθ. πρωτ. οικ. 6087/25.7.2012 Έκθεσή της και πρότεινε, για τους λόγους που αναφέρονται αναλυτικά σε αυτή, την έγκριση της γνωστοποιηθείσας, βάσει του άρθρου 5 παρ. 2 β) του ν. 3959/2011 (ΦΕΚ 93 Α'), όπως ισχύει, συγκέντρωσης μέσω της απόκτησης αποκλειστικού ελέγχου της επιχείρησης «Καρφούρ-Μαρινόπουλος Ανώνυμη Εταιρεία Γενικού Εμπορίου, Εκμεταλλεύσεως Εμπορικών Εγκαταστάσεων και Επιχειρήσεων» από τον Όμιλο Εταιριών Μαρινόπουλος, σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 8 παρ. 3 του ίδιου νόμου, δεδομένου ότι η εν λόγω συγκέντρωση, παρότι εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της παρ. 1 του άρθρου 6 του ίδιου νόμου, δεν προκαλεί σοβαρές αμφιβολίες ως προς το συμβατό αυτής με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού στις σχετικές αγορές, στις οποίες αυτή αφορά.

\* 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 [...]).

Με την ολοκλήρωση της ανάπτυξης της εισήγησης, η Επιτροπή προχώρησε σε διάσκεψη επί της ως άνω υπόθεσης με τη συμμετοχή της Εισηγήτριας Βικτωρίας Μερτικοπούλου, η οποία δεν έλαβε μέρος στην ψηφοφορία, και αφού έλαβε υπόψη της την Έκθεση της εν λόγω Εισηγήτριας, τα στοιχεία του φακέλου της κρινόμενης υπόθεσης και το ισχύον νομικό πλαίσιο,

## ΣΚΕΦΘΗΚΕ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΟ ΝΟΜΟ:

### I. ΝΟΜΙΚΗ ΘΕΜΕΛΙΩΣΗ

#### I.1. Συγκέντρωση δια εξαγοράς ή αποχώρησης

##### I.1.1. Έννοια της συγκέντρωσης – μεταβολή ελέγχου

1. Σύμφωνα με το άρθρο 5 παρ. 2 εδ. β) του ν. 3959/2011, συγκέντρωση θεωρείται ότι υπάρχει όταν προκύπτει μόνιμη μεταβολή του ελέγχου από την απόκτηση, από ένα ή περισσότερα πρόσωπα που ελέγχουν ήδη τουλάχιστον μία επιχείρηση ή από μία ή περισσότερες επιχειρήσεις, άμεσα ή έμμεσα, με την αγορά τίτλων ή στοιχείων του ενεργητικού, με σύμβαση ή με άλλον τρόπο, ελέγχου στο σύνολο ή σε τμήματα μιας ή περισσότερων άλλων επιχειρήσεων.

Όπως προκύπτει από τη διατύπωση, τόσο του άρθρου 5 παρ. 2 του ν. 3959/2011 όσο και του άρθρου 3 του Κανονισμού 139/2004 του Συμβουλίου για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων<sup>1</sup>, βάση για την εννοιολογική προσέγγιση της συγκέντρωσης αποτελεί η αρχή της μόνιμης μεταβολής στον έλεγχο. Συγκέντρωση<sup>2</sup> δύναται να επέλθει κατά κύριο λόγο: (α) είτε με τη συγχώνευση δύο ή περισσότερων προηγουμένως ανεξάρτητων επιχειρήσεων (β) είτε με την απόκτηση του ελέγχου<sup>3</sup> άλλης επιχείρησης (είτε στο σύνολό της είτε ως προς ένα μέρος αυτής).

---

<sup>1</sup> ΕΕ L 24/1, της 29.01.2004.

<sup>2</sup> Για την έννοια της συγκέντρωσης, βλέπε ενδεικτικά απόφαση ΕΑ 508/VI/2010. Επίσης, σύμφωνα με την παρ. 8 της Κωδικοποιημένης Ανακοίνωσης της Επιτροπής για θέματα δικαιοδοσίας βάσει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004 για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων (ό.π.), το άρθρο 3 παράγραφος 1 του Κανονισμού 139/2004 ορίζει δύο κατηγορίες συγκεντρώσεων, αφενός εκείνες που προκύπτουν από συγχώνευση δύο ή περισσότερων προηγουμένως ανεξάρτητων επιχειρήσεων κι αφετέρου εκείνες που προκύπτουν από απόκτηση ελέγχου στο σύνολο ή σε τμήματα μιας ή περισσότερων άλλων επιχειρήσεων.

<sup>3</sup> Σύμφωνα δε με τη διάταξη του άρθρου 3(2) του Κανονισμού 139/2004, αναφορικά με την έννοια του ελέγχου, «Ο έλεγχος απορρέει από δικαιώματα, συμβάσεις ή άλλα μέσα, τα οποία είτε μεμονωμένα είτε σε συνδυασμό με άλλα, και λαμβανομένων υπόψη των σχετικών πραγματικών ή νομικών συνθηκών, παρέχουν τη δυνατότητα καθοριστικού επηρεασμού της δραστηριότητας μιας επιχείρησης, και ιδίως από: α) δικαιώματα κυριότητας ή χρήσης επί του συνόλου ή μέρους των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης β) δικαιώματα ή συμβάσεις που παρέχουν δυνατότητα καθοριστικού επηρεασμού της σύνθεσης, των συσκέψεων ή των αποφάσεων των οργάνων μιας επιχείρησης». Επίσης, με βάση τη διάταξη του άρθρου 3(3) του παραπάνω Κανονισμού, «ο έλεγχος αποκτάται από πρόσωπα ή επιχειρήσεις που:

### ***1.1.2. Μείωση του αριθμού των μετόχων***

2. Σύμφωνα και με την παρ. 89 της Κωδικοποιημένης Ανακοίνωσης της Επιτροπής για θέματα δικαιοδοσίας βάσει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004 για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων<sup>4</sup>, η μείωση του αριθμού των ελεγχόντων μετόχων αποτελεί μεταβολή στην ποιότητα του ελέγχου, και, επομένως, θεωρείται συγκέντρωση, εάν η έξοδος ενός ή περισσοτέρων ελεγχόντων μετόχων συνεπάγεται μετατροπή του κοινού ελέγχου σε αποκλειστικό έλεγχο<sup>5</sup>. Η καθοριστική επιρροή που ασκείται από ένα μέτοχο διαφέρει ουσιωδώς από την αποφασιστική επιρροή που ασκείται από πολλούς, δεδομένου ότι στην τελευταία περίπτωση οι από κοινού ελέγχοντες μέτοχοι πρέπει να λάβουν υπόψη τους τα ενδεχομένως διαφορετικά συμφέροντα του άλλου ή των άλλων μερών<sup>6</sup>.

### **1.2. Αξιολόγηση συγκέντρωσης - Προϋποθέσεις προληπτικού ελέγχου**

3. Ως προς τη συνδρομή των προϋποθέσεων προληπτικού ελέγχου συγκέντρωσης, σύμφωνα με το άρθρο 6 παρ. 1, 2 και 3 του ν. 3959/2011, σημειώνονται τα ακόλουθα: Κάθε συγκέντρωση επιχειρήσεων πρέπει να γνωστοποιείται στην Επιτροπή Ανταγωνισμού (εφεξής «ΕΑ») μέσα σε τριάντα ημέρες από τη σύναψη της συμφωνίας ή τη δημοσίευση της προσφοράς ή ανταλλαγής ή την ανάληψη υποχρέωσης για την απόκτηση συμμετοχής, που εξασφαλίζει τον έλεγχο της επιχείρησης, όταν ο συνολικός κύκλος εργασιών όλων των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στη συγκέντρωση κατά το άρθρο 10 ανέρχεται, στην παγκόσμια αγορά τουλάχιστον σε εκατόν πενήντα εκατομμύρια (150.000.000) ευρώ και δύο τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν, η καθεμία χωριστά, συνολικό κύκλο εργασιών άνω των δεκαπέντε εκατομμυρίων (15.000.000) ευρώ στην ελληνική αγορά.
4. Η προθεσμία των τριάντα ημερών αρχίζει από την επέλευση της πρώτης από τις πράξεις, που αναφέρονται στην προηγούμενη παράγραφο.
5. Υποχρέωση σε γνωστοποίηση υπέχουν: α) στις συγκεντρώσεις που οδηγούν σε συγχώνευση κατά την έννοια της περίπτωσης α' της παραγράφου 2 του άρθρου 5 ή σε απόκτηση κοινού ελέγχου κατά την έννοια της περίπτωσης β' της παραγράφου 2 του άρθρου 5 του ν. 3959/2011, από κοινού οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν στις πράξεις αυτές και β) σε όλες τις άλλες περιπτώσεις, το

---

*α) είναι υποκείμενα αυτών των δικαιωμάτων ή δικαιούχοι από τις συμβάσεις αυτές ή*

*β) χωρίς να είναι υποκείμενα των δικαιωμάτων ή δικαιούχοι από τις συμβάσεις αυτές, δικαιούνται να ασκούν τα δικαιώματα που απορρέουν από αυτές».*

<sup>4</sup> Ο.π.

<sup>5</sup> Πρβλ. και Επιτροπή Ανταγωνισμού, απόφαση 496/VI/2010, παρ. 3.

<sup>6</sup> Βλέπε υπόθεση IV/M023 — ICI/Tioxide, της 28ης Νοεμβρίου 1990. Βλέπε επίσης παράγραφο 5 της ανακοίνωσης της Επιτροπής σχετικά με μια απλοποιημένη διαδικασία εξέτασης ορισμένων συγκεντρώσεων κατ' εφαρμογή του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 4064/89 του Συμβουλίου.

πρόσωπο ή η επιχείρηση που αποκτά τον έλεγχο στο σύνολο ή σε τμήματα μιας ή περισσότερων επιχειρήσεων.

6. Κατά το άρθρο 8 παρ. 1 του ν. 3959/2011, η Επιτροπή Ανταγωνισμού εξετάζει τη γνωστοποιούμενη συγκέντρωση μόλις υποβληθεί η σχετική γνωστοποίηση. Κατά την παρ. 3 του ίδιου άρθρου, αν διαπιστωθεί ότι η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση, παρ' ότι εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της παραγράφου 1 του άρθρου 6, δεν προκαλεί σοβαρές αμφιβολίες ως προς το συμβατό αυτής με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού στις επί μέρους αγορές στις οποίες αφορά, η Επιτροπή Ανταγωνισμού, με απόφασή της που εκδίδεται μέσα σε ένα μήνα από τη γνωστοποίηση, εγκρίνει τη συγκέντρωση. Σύμφωνα με το κριτήριο του ουσιαστικού ελέγχου συγκεντρώσεων επιχειρήσεων βάσει του άρθρου 7 παρ. 1 του ν. 3959/2011, η Επιτροπή Ανταγωνισμού πρέπει να προνοήσει ώστε η γνωστοποιούμενη συγκέντρωση να μην περιορίζει σημαντικά τον ανταγωνισμό στην εθνική αγορά ή σε ένα σημαντικό τμήμα της, ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης. Η εκτίμηση αυτή της Επιτροπής Ανταγωνισμού πρέπει να γίνει σύμφωνα με τα κριτήρια της παρ. 2 του ίδιου άρθρου.

## **II. Η ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΘΕΙΣΑ ΠΡΑΞΗ**

7. Στην προκείμενη περίπτωση, στις 27 Ιουνίου 2012, οι εταιρίες Marinopoulos Holding Sarl και Αδελφοί Μαρινόπουλοι Συμμετοχών και Διοίκησης Επιχειρήσεων Ανώνυμος Εταιρεία (εφεξής Αδελφοί Μαρινόπουλοι) γνωστοποίησαν στην Επιτροπή Ανταγωνισμού, σύμφωνα με το άρθρο 6 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει, την απόκτηση του αποκλειστικού ελέγχου (μεταβολή από κοινό σε αποκλειστικό έλεγχο) της επιχείρησης Καρφούρ - Μαρινόπουλος Ανώνυμη Εταιρεία Γενικού Εμπορίου, Εκμεταλλεύσεως Εμπορικών Εγκαταστάσεων και Επιχειρήσεων (εφεξής CM), από τον Όμιλο Εταιριών Μαρινόπουλος.
8. Η γνωστοποίηση υποβλήθηκε εμπρόθεσμα από το υπόχρεο σε γνωστοποίηση μέρος<sup>7</sup>, ήτοι την εταιρία Marinopoulos Holding Sarl<sup>8</sup>, για λογαριασμό του Ομίλου Εταιριών Μαρινόπουλος ενώ ως γνωστοποιούσα επιχείρηση συμπεριλήφθηκε και η εταιρία Αδελφοί Μαρινόπουλοι, (υπό την ιδιότητά της ως κατόχου ποσοστού 50% του μετοχικού κεφαλαίου της CM).
9. Προσκομίσθηκε το νόμιμο παράβολο, καθώς και το φύλλο της εφημερίδας «ΕΞΠΡΕΣ» της 29.6.2012, στην οποία και δημοσιεύτηκε η γνωστοποιούμενη πράξη, σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 6 παρ. 6 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει. Επίσης, το κείμενο της εν λόγω δημοσίευσης αναρτήθηκε στις 3.7.2012

<sup>7</sup> Βλ. παράγραφο 135 της Κωδικοποιημένης Ανακοίνωσης της Επιτροπής για θέματα δικαιοδοσίας βάσει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004.

<sup>8</sup> Τον αποκλειστικό έλεγχο της CM [...].

στο δικτυακό τόπο της Επιτροπής Ανταγωνισμού, κατ' εφαρμογή της ως άνω διάταξης.

10. Η γνωστοποιηθείσα πράξη συνιστά συγκέντρωση επιχειρήσεων κατά τα οριζόμενα στο άρθρο 5 παρ. 2β του ν. 3959/2011, όπως ισχύει, εμπίπτουσα στον προληπτικό έλεγχο του άρθρου 6 του ανωτέρω νόμου, καθόσον πληροί τα κριτήρια υπαγωγής της παραγράφου 1 αυτού. Το έτος 2011 ο κύκλος εργασιών των συμμετεχουσών στην υπό κρίση συγκέντρωση επιχειρήσεων ξεπέρασε τα 150.000.000 ευρώ στην παγκόσμια αγορά και ο κύκλος εργασιών που πραγματοποιείται από δύο συμμετέχουσες επιχειρήσεις<sup>9</sup> ξεπέρασε τα 15.000.000 ευρώ στην ελληνική αγορά.
11. Η γνωστοποιηθείσα πράξη θα λάβει χώρα δυνάμει της από 14.6.2012 «Συμφωνίας περί αναδιάρθρωσης ισολογισμού, κεφαλαίου και διακυβέρνησης της Carrefour - Μαρινόπουλος» (εφεξής η «Συμφωνία»), που συνήφθη μεταξύ αφενός της Carrefour SA και αφετέρου των (α) Αδελφοί Μαρινόπουλοι, (β) Marinopoulos Holding Sarl και (γ) CM. Η εταιρία Αδελφοί Μαρινόπουλοι κατέχει σήμερα ποσοστό 50% του μετοχικού κεφαλαίου της CM και είναι [...] % θυγατρική της Marinopoulos Holding Sarl, μέσω της οποίας ενεργεί ο Όμιλος Εταιριών Μαρινόπουλος.
12. Η υπό κρίση συγκέντρωση αφορά στην απόκτηση από τον Όμιλο Εταιριών Μαρινόπουλος αποκλειστικού ελέγχου επί της CM, επί της οποίας ο Όμιλος ασκεί, επί του παρόντος, έλεγχο από κοινού με τον Όμιλο Εταιριών Carrefour (εφεξής "Carrefour"), μέσω της [...] % θυγατρικής του εταιρίας με την επωνυμία Αδελφοί Μαρινόπουλοι.
13. Ως εκ τούτου, η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση αφορά στην αναδιάρθρωση της CM, με αποτέλεσμα την απόκτηση του συνολικού μετοχικού κεφαλαίου της από τον Όμιλο Εταιριών Μαρινόπουλος. Η Carrefour θα εκχωρήσει [...]. Ο Όμιλος Εταιριών Μαρινόπουλος [...]. Επομένως, η συγκέντρωση συνεπάγεται αλλαγή στη φύση του ελέγχου, καθώς ο Όμιλος Εταιριών Μαρινόπουλος θα αποκτήσει τον αποκλειστικό έλεγχο της CM. Μετά την ολοκλήρωση της συναλλαγής, η CM θα έχει το αποκλειστικό δικαίωμα χρήσης του εμπορικού σήματος Carrefour<sup>10</sup> στην Ελλάδα, στην Κύπρο, καθώς και στις άλλες Βαλκανικές χώρες στις οποίες δραστηριοποιείται η Carrefour Marinopoulos Balkans BV<sup>11</sup> (εφεξής CMBV).

<sup>9</sup> Τον Όμιλο Εταιριών Μαρινόπουλος και τη CM, χωριστά.

<sup>10</sup> Σύμφωνα με τις γνωστοποιούσες η κατ' αρχήν συμφωνία των μερών - καίτοι το σχετικό συμφωνητικό δεν έχει οριστικοποιηθεί – προβλέπει ότι το εν λόγω δικαίωμα θα παραχωρηθεί στη CM για αρχική διάρκεια [...], με δυνατότητα, στη συνέχεια, ανανέωσης αυτού με ρητή συμφωνία των μερών για περαιτέρω περίοδο [...] ετών κάθε φορά. Επίσης, [...] (όρος VIII.3.2. υπό σημείο iii της Συμφωνίας).

<sup>11</sup> Πρόκειται για μια λειτουργικά αυτόνομη κοινή επιχείρηση μεταξύ της Marinopoulos Holding Sarl [...] και της CM [...], μέσω της οποίας η CM αύξησε τη δραστηριότητά της στα Βαλκάνια.

14. Η ολοκλήρωση της υπό κρίση συναλλαγής, σύμφωνα με τον όρο X της ως άνω Συμφωνίας, τελεί υπό την αναβλητική αίρεση της λήψης από τον Όμιλο Εταιριών Μαρινόπουλος των απαραίτητων εγκρίσεων από τις αρμόδιες Εθνικές Αρχές Ανταγωνισμού, ήτοι της Ελλάδας, της Κύπρου και της Βουλγαρίας. Σύμφωνα με τον όρο V(3) της εν λόγω Συμφωνίας, [...] [όρος II(1) της Συμφωνίας].
15. Στο πλαίσιο της συναλλαγής και όπως προκύπτει από τον όρο IV(1) της Συμφωνίας, η Carrefour θα εκχωρήσει στον Όμιλο Εταιριών Μαρινόπουλος, έναντι τιμήματος ύψους [...] <sup>12</sup>, [...].
16. Σύμφωνα με τον όρο IV(4) της Συμφωνίας, [...].
17. Πέραν των ανωτέρω και όπως προκύπτει από τον όρο IX(3) και το Παράρτημα Γ της Συμφωνίας, η CM θα λάβει [...].
18. Εντός πέντε εργάσιμων ημερών από την ημερομηνία λήψης της έγκρισης της υπό κρίση πράξης από τις αρμόδιες Αρχές Ανταγωνισμού, τα μέρη θα πρέπει να διενεργήσουν τις ακόλουθες πράξεις, σύμφωνα με τον όρο XI της Συμφωνίας: [...].
19. Οι γνωστοποιούσες επιχειρήσεις επικαλούνται ως οικονομικούς λόγους που δικαιολογούν την πραγματοποίηση της υπό κρίση συγκέντρωσης, [...]. Ειδικότερα, η υλοποίηση της γνωστοποιηθείσας συναλλαγής θα οδηγήσει σε [...].
20. Κατά δήλωση των γνωστοποιουσών, η συγκέντρωση αυτή δεν έχει κοινοτική (ήδη ενωσιακή) διάσταση βάσει του Κανονισμού ΕΚ 139/2004. Γνωστοποιήθηκε, επίσης, στις Εθνικές Αρχές Ανταγωνισμού της Κύπρου και της Βουλγαρίας <sup>13</sup>.

### **III. ΤΑ ΜΕΡΗ**

#### **III.1. Marinopoulos Holding Sarl**

21. Η Marinopoulos Holding Sarl ανήκει στον Όμιλο Εταιριών Μαρινόπουλος, έχει έδρα το Λουξεμβούργο και αποτελεί [...] θυγατρική εταιρία της Marinopoulos Holding (Cyprus) Ltd, η οποία είναι [...] του Ομίλου Εταιριών Μαρινόπουλος. Απώτερος δικαιούχος της Marinopoulos Holding (Cyprus) Ltd είναι [...].
22. Η Marinopoulos Holding Sarl ελέγχει, άμεσα και έμμεσα, έναν όμιλο εταιριών στην Ευρώπη, ο οποίος δραστηριοποιείται στους τομείς λιανικής πώλησης τροφίμων και λοιπών καταναλωτικών αγαθών, παρασκευής καλλυντικών και φαρμακευτικών προϊόντων, στο λιανικό εμπόριο ενδυμάτων, καλλυντικών,

---

<sup>12</sup> Σύμφωνα με τον όρο VI της Συμφωνίας, [...].

<sup>13</sup> Σύμφωνα με τις γνωστοποιούσες, η γνωστοποίηση έλαβε χώρα στις 22.6.2012 στην Κύπρο και στις 29.6.2012 στη Βουλγαρία.

οπτικών και τεχνικών προϊόντων, προϊόντων τύπου, πολιτισμού και αναψυχής καθώς και προϊόντων καφέ εκλεκτής ποιότητας.

23. Η Marinopoulos Holding Sarl δραστηριοποιείται εμμέσως στη λιανική πώληση ειδών σούπερ μάρκετ μέσω σουπερμάρκετ, υπερμάρκετ και παντοπωλείων στην Ελλάδα, στην Κύπρο, στη Βουλγαρία και στην Αλβανία, μέσω της CM στην οποία η εταιρία Αδελφοί Μαρινόπουλοι (ανήκουσα εξ ολοκλήρου στην Marinopoulos Holding Sarl) κατέχει σήμερα ποσοστό 50% του μετοχικού της κεφαλαίου.
24. Στην ελληνική επικράτεια, ο Όμιλος Εταιριών Μαρινόπουλος δραστηριοποιείται στις αγορές:
- Λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, μέσω της CM.
  - Παρασκευής φαρμακευτικών και καλλυντικών προϊόντων για λογαριασμό τρίτων (façon) και παροχής προς τρίτους υπηρεσιών ανασυσκευασίας, αποθήκευσης, μεταφοράς και παράδοσης, μέσω του ομίλου εταιριών Famar SA.
  - Λιανικής πώλησης ενδυμάτων, μέσω της εταιρίας Μαρινόπουλος Σύμβουλοι Επιχειρήσεων ΑΕ, η οποία λειτουργεί τα καταστήματα Gap στην Ελλάδα.
  - Πώλησης προϊόντων καφέ εκλεκτής ποιότητας, μέσω της εταιρίας Μαρινόπουλος Εταιρία Καφέ ΑΕ, η οποία λειτουργεί την αλυσίδα καταστημάτων Starbucks στην Ελλάδα.
25. Επιπρόσθετα, ο Όμιλος έχει περιορισμένη δραστηριότητα, μέσω της CM, στους κλάδους καταναλωτικής πίστης, χονδρικών πωλήσεων ειδών σούπερ μάρκετ και λιανικής πώλησης καυσίμων.
26. Σημειώνεται ότι η Marinopoulos Holding Sarl είχε συμφωνήσει να πωλήσει τη συμμετοχή της ύψους 50% στο μετοχικό κεφάλαιο της Sephora Μαρινόπουλος Α.Ε. στη Sephora S.A. Στις 25 Μαΐου 2012, η εταιρία Sephora S.A. γνωστοποίησε στη Γ.Δ.Α., σύμφωνα με το άρθρο 6 παρ. 1 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει, την απόκτηση του αποκλειστικού ελέγχου (μεταβολή από κοινό σε αποκλειστικό έλεγχο) της εταιρίας Sephora Μαρινόπουλος Α.Ε. από την εταιρία Sephora S.A. Η εν λόγω συγκέντρωση εγκρίθηκε από την ΕΑ στις 6.7.2012 (αριθ. απόφασης 543/VII/2012).

### **III.2. Αδελφοί Μαρινόπουλοι Συμμετοχών και Διοίκησης Επιχειρήσεων Ανώνυμος Εταιρεία**

27. Η εταιρία Αδελφοί Μαρινόπουλοι έχει έδρα στην Αθήνα, είναι [...] % θυγατρική εταιρία της Marinopoulos Holding Sarl και κατέχει σήμερα το 50% του μετοχικού κεφαλαίου της CM.
28. Το αντικείμενο εργασιών της δυνάμει του Καταστατικού της, περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, την οργάνωση, διοίκηση, διαχείριση επιχειρήσεων, την παροχή κάθε είδους υπηρεσιών χρηματοοικονομικού συμβούλου και τις επενδύσεις μέσω της συμμετοχής στο κεφάλαιο ελληνικών και αλλοδαπών εταιριών.

### **III.3. Καρφούρ - Μαρινόπουλος Ανώνυμη Εταιρεία Γενικού Εμπορίου, Εκμεταλλεύσεως Εμπορικών Εγκαταστάσεων και Επιχειρήσεων**

29. Η CM αποτελεί λειτουργικά αυτόνομη κοινή επιχείρηση κατόπιν της από 26.5.2000 απόφασης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής Ανταγωνισμού<sup>14</sup>. Ιδρύθηκε στην Ελλάδα το 2002 και δραστηριοποιείται κυρίως στην ανάπτυξη και στη λιανική πώληση τροφίμων και λοιπών καταναλωτικών προϊόντων μέσω σουπερμάρκετ, υπερμάρκετ και παντοπωλείων υπό το σήμα Carrefour.

30. Η CM ελέγχεται από κοινού από τις Carrefour και Αδελφοί Μαρινόπουλοι, με ποσοστό συμμετοχής της κάθε μίας 50% επί του μετοχικού της κεφαλαίου. Η ακριβής μετοχική της σύνθεση είναι η ακόλουθη:

i. Αδελφοί Μαρινόπουλοι: 50%

ii. Carrefour: 50%

Η συμμετοχή της Carrefour διαμορφώνεται ως εξής:

[...]: [...] %

[...]: [...] %

[...]: [...] %

31. Σημειώνεται ότι η [...], απώτερη μητρική εταιρία του Ομίλου Carrefour, ελέγχει τις [...] και [...].

32. Το 2010, η CM έλαβε την έγκριση της ΕΑ για την επέκταση των δραστηριοτήτων της στην Ελλάδα με την εξαγορά της DIA Hellas AE<sup>15</sup>. Ως αποτέλεσμα της συναλλαγής, η DIA Hellas τελεί σήμερα υπό τον κοινό έλεγχο του Ομίλου Εταιριών Μαρινόπουλος και της Carrefour, μέσω της από κοινού ελεγχόμενης εταιρίας CM. Η DIA Hellas λειτουργούσε εκπρωτικά καταστήματα σουπερμάρκετ στην Ελλάδα υπό το εμπορικό σήμα DIA. Η CM μετέτρεψε τα καταστήματα

<sup>14</sup> Βλ. υπόθεση COMP/M. 1960 – Carrefour/Marinopoulos παρ. 20, EE C 123/3.5.2000, σελ. 42.

<sup>15</sup> Βλ. Απόφαση Ε.Α. υπ' αριθ. 496/VI/2010.



αυτά, κατά κύριο λόγο, σε παντοπωλεία υπό το σήμα «Carrefour Express», καθώς και σε σουπερμάρκετ υπό το σήμα «Carrefour-Marinopoulos».

33. Επιπλέον της ΔΙΑ, οι εταιρίες που ελέγχονται από ή στις οποίες συμμετέχει η CM και δραστηριοποιούνται στην ελληνική επικράτεια, είναι οι εξής:

(α) οι εταιρίες Σούπερ Μάρκετ Πειραιϊκόν ΑΕ (συμμετοχή [...] % της CM) και Σούπερ Μάρκετ Ξυνός ΑΕ (συμμετοχή [...] % της CM), οι οποίες δραστηριοποιούνται στη λιανική πώληση ειδών σούπερ μάρκετ στην Ελλάδα υπό το σήμα Carrefour.

(β) η εταιρία Κοινωνικό Παντοπωλείο (της οποίας το μετοχικό κεφάλαιο ανήκει κατά ποσοστό [...] % στη CM και [...] % στη Σούπερ Μάρκετ Ξυνός ΑΕ), η οποία αποτελεί μια αστική μη κερδοσκοπική εταιρία, και η οποία πωλεί προϊόντα σούπερ μάρκετ σε άτομα με οικονομική ανάγκη και δεν χρησιμοποιεί το σήμα Carrefour.

(γ) η Carrefour Credit ΑΕ (συμμετοχή [...] % της CM), η οποία δραστηριοποιείται, κυρίως, στην έκδοση πιστωτικών καρτών στους καταναλωτές.

(δ) η OK Anytime Market ΑΕ (μειοψηφική συμμετοχή ύψους [...] % της CM, χωρίς δικαίωμα ελέγχου οιασδήποτε μορφής), η οποία δραστηριοποιείται στην αγορά λιανικής πώλησης καταναλωτικών αγαθών πρώτης ανάγκης.

34. Επιπρόσθετα, αναφέρεται ότι η CM συμμετέχει στις εταιρίες: (α) Carrefour Marinopoulos Balkans BV, η οποία, μέσω θυγατρικών, έχει ανοίξει υπερμάρκετ και σουπερμάρκετ υπό το σήμα Carrefour στην Αλβανία και στη Βουλγαρία, β) Guedo Holding Limited και (γ) Chris Cash and Carry Limited, η οποία είναι [...]. Οι δύο τελευταίες δραστηριοποιούνται μόνο στην Κύπρο.

35. Το δίκτυο πωλήσεων της CM περιλαμβάνει [...] καταστήματα λιανικής πώλησης στην ελληνική επικράτεια. Αναλυτικά ο τύπος των καταστημάτων, τα σήματα που χρησιμοποιούνται, καθώς και το καθεστώς ιδιοκτησίας τους απεικονίζονται στον πίνακα που ακολουθεί:

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 1: Καταστήματα λιανικής πώλησης της CM<sup>16</sup>.</b>			
<b>Τύπος</b>	<b>Σήμα</b>	<b>Καθεστώς Ιδιοκτησίας</b>	<b>Αριθμός</b>
Υπερμάρκετ	Carrefour	Ιδιότητα	[...]
Σούπερ Μάρκετ	Carrefour Marinopoulos	Ιδιότητα	[...]
		Δικαιόχρηση (franchise)	[...]
Καταστήματα γειτονιάς ή Παντοπωλεία	Carrefour Express	Ιδιότητα	[...]
		Δικαιόχρηση (franchise)	[...]
	Smile	Δικαιόχρηση (franchise)	[...]
<b>Σύνολο</b>			[...]

Πηγή: Γνωστοποιούσες εταιρίες.

#### **III.4. Κύκλοι εργασιών των μερών**

36. Ο κύκλος εργασιών του Ομίλου Εταιριών Μαρινόπουλος και της CM για το οικονομικό έτος 2011 στην ελληνική και παγκόσμια αγορά, κατά δήλωση των γνωστοποιουσών εταιριών, σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 10 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει, είχε ως εξής:

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 2: Κύκλοι εργασιών έτους 2011 (σε εκατ. ευρώ)<sup>17</sup></b>		
<b>Εταιρίες</b>	<b>Παγκόσμια αγορά</b>	<b>Ελληνική αγορά</b>
Όμιλος Εταιριών Μαρινόπουλος	[...]	[...]
Carrefour Μαρινόπουλος	[...]	[...]
<b>Σύνολο</b>	[...]	[...]

Πηγή: Γνωστοποιούσες εταιρίες.

<sup>16</sup> Στον πίνακα δεν περιλαμβάνονται τα καταστήματα με σήμα «OK Anytime Markets», διότι όπως ήδη αναφέρθηκε η CM κατέχει μειοψηφικό μερίδιο, χωρίς δικαιώματα ελέγχου.

<sup>17</sup> Ο κύκλος εργασιών του Ομίλου Μαρινόπουλου συμπεριλαμβάνει τη Sephora Μαρινόπουλος καθώς και τις θυγατρικές αυτής.

#### **IV. ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΠΗΡΕΑΖΟΜΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ<sup>18</sup> - ΜΕΓΕΘΟΣ ΚΑΙ ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΩΝ**

##### **IV.1. Σχετική Αγορά Προϊόντος**

37. Η εταιρία CM, εκτός από την αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, δραστηριοποιείται στην ελληνική επικράτεια και στις ακόλουθες αγορές: (α) στην αγορά καταναλωτικής πίστης, στην οποία δραστηριοποιείται η CM μέσω της κατά [...] % θυγατρικής της εταιρίας Carrefour Credit AE, (β) στην αγορά χονδρικών πωλήσεων ειδών σούπερ μάρκετ προς τρίτους, μη συμπεριλαμβανομένων των προμηθειών της CM προς τις θυγατρικές της εταιρίες και τους δικαιοδόχους της και (γ) στην αγορά λιανικής πώλησης καυσίμων<sup>19</sup>.
38. Ομοίως, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, οι λοιπές εταιρίες του Ομίλου Εταιριών Μαρινόπουλος δραστηριοποιούνται στην ελληνική επικράτεια στις κάτωθι αγορές: (α) στην αγορά παραγωγής φαρμακευτικών και καλλυντικών προϊόντων ευρείας διανομής για λογαριασμό τρίτων (façon), μέσω του ομίλου Famar, (β) στην αγορά παροχής προς τρίτους υπηρεσιών ανασυσκευασίας, αποθήκευσης, μεταφοράς και παράδοσης, ομοίως μέσω του ομίλου Famar προς τις εταιρίες [...], (γ) στην αγορά λιανικής πώλησης ενδυμάτων (καταστήματα Gap) στην Ελλάδα και (δ) στην αγορά πώλησης προϊόντων καφέ εκλεκτής ποιότητας (αλυσίδα καταστημάτων Starbucks) στην Ελλάδα.
39. Ειδικότερα σε σχέση με την αγορά παραγωγής φαρμακευτικών και καλλυντικών προϊόντων ευρείας διανομής για λογαριασμό τρίτων (façon) σημειώνονται τα ακόλουθα: Στην αγορά αυτή στην οποία δραστηριοποιείται ο Όμιλος Εταιριών Μαρινόπουλος μέσω του ομίλου Famar, οι συμμετέχουσες στην υπό κρίση συγκέντρωση εταιρίες διατηρούν μεταξύ τους κάθετες σχέσεις. Συγκεκριμένα, η Famar παράγει προϊόντα για λογαριασμό τρίτων (façon), περιλαμβανομένων

---

<sup>18</sup> Η σχετική αγορά προϊόντων περιλαμβάνει το σύνολο των προϊόντων ή/και υπηρεσιών που θεωρούνται από τον καταναλωτή εναλλάξιμα ή δυνάμενα να υποκατασταθούν μεταξύ τους, λόγω των χαρακτηριστικών τους, των τιμών τους και της χρήσης για την οποία προορίζονται. Η σχετική γεωγραφική αγορά περιλαμβάνει την περιοχή στην οποία προσφέρουν ή ζητούν τα σχετικά προϊόντα ή παρέχουν τις σχετικές υπηρεσίες οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις 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. Ως «επηρεαζόμενη αγορά» νοείται: α) Κάθε σχετική αγορά στην οποία ασκούν επιχειρηματικές δραστηριότητες δύο ή περισσότερες από τις συμμετέχουσες στη συγκέντρωση επιχειρήσεις, εφόσον εκτιμάται ότι η συγκέντρωση θα οδηγήσει σε συνολικό μερίδιο στην αγορά αυτή ύψους τουλάχιστον 15% (η περίπτωση αφορά οριζόντιες σχέσεις), καθώς και β) Κάθε σχετική αγορά στην οποία ασκεί επιχειρηματικές δραστηριότητες οποιαδήποτε συμμετέχουσα επιχείρηση και βρίσκεται σε προηγούμενο ή επόμενο στάδιο της παραγωγικής ή εμπορικής διαδικασίας του προϊόντος σε σχέση με την αγορά στην οποία δραστηριοποιείται άλλη συμμετέχουσα επιχείρηση, και οποιοδήποτε από τα ατομικά ή συνδυασμένα μερίδια αγοράς των επιχειρήσεων αυτών, σε οποιοδήποτε στάδιο της παραγωγικής ή εμπορικής διαδικασίας, ανέρχεται σε 25% τουλάχιστον, ανεξάρτητα αν μεταξύ των μερών υφίσταται σχέση προμηθευτή/πελάτη (η περίπτωση αφορά τις κάθετες σχέσεις).

<sup>19</sup> Αφορά στις πωλήσεις καυσίμων από πρατήρια που λειτουργεί η CM δίπλα σε ορισμένα καταστήματα λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ.

καλλυντικών ευρείας διανομής που πωλούνται σε σούπερ μάρκετ και η CM διανέμει αυτά τα προϊόντα στους τελικούς καταναλωτές.

40. Η Famar παράγει καλλυντικά ευρείας διανομής, που πωλούνται στα σούπερ μάρκετ, για λογαριασμό:

[...].

41. [...].

Δεδομένου ότι η Famar δεν παρασκευάζει για δικό της λογαριασμό προϊόντα που πωλούνται σε σούπερ μάρκετ ούτε διανέμει τέτοιου είδους προϊόντα, μπορεί να θεωρηθεί ότι δεν πραγματοποιεί πωλήσεις προς σούπερ μάρκετ και δεν μπορεί να της αποδοθεί μερίδιο αγοράς στην αγορά χονδρικών πωλήσεων ειδών σούπερ μάρκετ. Για το λόγο αυτό, οι γνωστοποιούσες δεν προσκόμισαν μερίδια της Famar στην αγορά παραγωγής φαρμακευτικών και καλλυντικών προϊόντων ευρείας διανομής για λογαριασμό τρίτων.

42. Σύμφωνα με τις γνωστοποιούσες, «(...) η παρούσα συγκέντρωση αφορά στον τομέα λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ στην Ελλάδα, όπως η αγορά αυτή έχει κριθεί ότι διακρίνεται περαιτέρω γεωγραφικά κατά νομό και νησί όπου δραστηριοποιείται η Carrefour-Μαρινόπουλος, καθώς και στην αγορά εφοδιασμού καθημερινών καταναλωτικών αγαθών, η οποία περιλαμβάνει την πώληση καταναλωτικών αγαθών σε πελάτες, όπως οι επιχειρήσεις χονδρικού ή λιανικού εμπορίου και λοιπές επιχειρήσεις, όπως αυτή έχει διακριθεί περαιτέρω βάσει διαφορετικών ομάδων προϊόντων».

43. Σύμφωνα με προηγούμενες αποφάσεις της Επιτροπής Ανταγωνισμού<sup>20</sup>, η αγορά της λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ διακρίνεται :

α) Στις αλυσίδες καταστημάτων (σούπερ μάρκετ και υπερμάρκετ), των οποίων κύρια χαρακτηριστικά είναι ότι απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή για μαζικές αγορές κυρίως τροφίμων, διαθέτουν μεγάλες επιφάνειες, οι πελάτες τους αυτοεξυπηρετούνται, ο εφοδιασμός τους γίνεται μέσω κεντρικών αποθηκών, διαθέτουν μεγάλη ποικιλία προϊόντων (8.000-10.000 κωδικούς), καθώς και προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (private label) και τέλος οι τιμές λιανικής πώλησης των προϊόντων είναι γενικά χαμηλές σε σχέση με τα παραδοσιακά παντοπωλεία.

β) Στα «εκπτώτικα καταστήματα»<sup>21</sup> (soft discount stores and hard discount stores), με κύρια χαρακτηριστικά τις ιδιαίτερα χαμηλές τιμές, τη σχετικά μικρή ποικιλία

<sup>20</sup> Βλ. ενδεικτικά τις υπ' αριθ. 496/VI/2010, 381/V/2008, 330/V/2007, 204/III/2001, 194/III/2001, 176/III/2001, 106/II/1999 αποφάσεις της Ε.Α.

<sup>21</sup> Σχετικά με το ζήτημα αν τα εκπτώτικα καταστήματα περιλαμβάνονται στην ίδια αγορά, αρχικά η Ε.Ε. στις υποθέσεις COMP/M. 1684-Carrefour/Promodes και COMP/M.1221-Rewe/Meinl είχε αφήσει το θέμα ανοιχτό. Ακολούθως, στις υποθέσεις COMP/M.3905-Tesco/Carrefour και COMP/M.4590-Rewe /Delvita κατέληξε ότι οι υπεραγορές από την άποψη τιμολογιακής πολιτικής πλησιάζουν περισσότερο τα καταστήματα discount από ότι τα σούπερ μάρκετ.

προϊόντων (με έμφαση στα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας), το κατά κύριο λόγο μικρό μέσο εμβαδό ανά κατάστημα, το μεγάλο αριθμό και την αντίστοιχη διασπορά καταστημάτων, καθώς και τα χαμηλά λειτουργικά έξοδα.

γ) Στα παραδοσιακά παντοπωλεία, τα οποία παρέχουν μερικά σημαντικά πλεονεκτήματα όπως προσωπική εξυπηρέτηση, ευκολία πρόσβασης, εκτεταμένο ωράριο κ.λπ. και θα μπορούσαν να θεωρηθούν εν μέρει ανταγωνιστές των σούπερ μάρκετ στο βαθμό που αποτελούν για το μέσο καταναλωτή μία λογική εναλλακτική δυνατότητα για την κάλυψη των αναγκών του σε είδη διατροφής.

44. Ο βαθμός υποκατάστασης των υπηρεσιών που παρέχουν οι ανωτέρω κατηγορίες καταστημάτων διαφοροποιείται κατά περίπτωση και εξαρτάται από την περιοχή αναφοράς (αστικές, ημιαστικές, αγροτικές περιοχές), διότι οι ανάγκες των κατοίκων διαφορετικών περιοχών αποτυπώνουν τη διαφοροποίηση του τρόπου ζωής και των συνηθειών τους ως καταναλωτές.
45. Σύμφωνα με την πρακτική της Ε.Ε.<sup>22</sup> η σχετική αγορά προϊόντος συνίσταται κατ' αρχάς στην αγορά λιανικής πώλησης διαρκών καταναλωτικών αγαθών μέσω σύγχρονων δικτύων λιανικής πώλησης (υπεραγορές, σούπερ μάρκετ, εκπαιδευτικά καταστήματα), εξαιρουμένων λοιπών καταστημάτων λιανικής πώλησης, όπως εξειδικευμένα καταστήματα (αρτοποιεία, κρεοπωλεία, καταστήματα ηλεκτρικών συσκευών κλπ.), πρατήρια καυσίμων, cash and carry κλπ. Η δε λιανική πώληση καταναλωτικών αγαθών καθημερινής χρήσης περιλαμβάνει πλέον των τροφίμων και τα προϊόντα παντοπωλείου (συγγενή προϊόντα, π.χ. απορρυπαντικά, καλλυντικά κλπ.), χωρίς να καταλήγει για τα γνήσια προϊόντα μη τροφίμων («προϊόντα εκτός παντοπωλείου») για τα οποία αφήνει τον ορισμό ανοιχτό.
46. Η Ε.Ε., σε προηγούμενες αποφάσεις της<sup>23</sup>, διαιρεί τον ως άνω τομέα του λιανικού εμπορίου από την άποψη των δυναμικών αποτελεσμάτων στον ανταγωνισμό, σε δύο διακριτές αγορές: (α) τον κλάδο της διανομής, στον οποίο οι επιχειρήσεις λιανικής πώλησης καταναλωτικών αγαθών ενεργούν ως προμηθευτές των τελικών καταναλωτών (σύμφωνα με την πάγια πρακτική της Επιτροπής και τη νομολογία του Δικαστηρίου, ο καθορισμός της αγοράς γίνεται πρωτίστως από την άποψη του καταναλωτή) και (β) στον κλάδο του εφοδιασμού<sup>24</sup> («αγορά ζήτησης»), στην οποία οι επιχειρήσεις λιανικής πώλησης καταναλωτικών αγαθών ενεργούν ως

<sup>22</sup> Βλ. ενδεικτικά COMP/M.4590-REWE/DELVITA, COMP/M.1221 – REWE/MEINL, COMP/M.3905-TESCO-CARREFOUR.

<sup>23</sup> Βλ. ενδεικτικά υπόθεση COMP/M.1221 – REWE/MEINL.

<sup>24</sup> Οι αγορές εφοδιασμού περιλαμβάνουν την πώληση καταναλωτικών αγαθών για τις καθημερινές ανάγκες από τους παραγωγούς σε πελάτες, όπως οι επιχειρήσεις χονδρικού ή λιανικού εμπορίου και λοιπές επιχειρήσεις. Δεδομένης της χαμηλής δυναμότητας υποκατάστασης των προϊόντων από την πλευρά της προσφοράς, η Ε.Ε. κατέληξε ότι η αγορά των καθημερινών καταναλωτικών αγαθών θα πρέπει να διακριθεί βάσει διαφορετικών ομάδων προϊόντων (βλ. ενδεικτικά τις με αριθ. αποφάσεις της Ε.Ε. COMP IV/M.784 – KESKO/TUKO, COMP/M.1221 – REWE/MEINL και της Επιτροπής σας 496/VI/2010).

αγοραστές έναντι των παραγωγών των προϊόντων που πωλούνται από τα καταστήματα του λιανικού εμπορίου.

#### IV.2. Σχετική Γεωγραφική Αγορά

47. Οι γνωστοποιούσες εταιρίες θεωρούν ότι σχετικά με την αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, η γεωγραφική αγορά περιλαμβάνει χωριστά κάθε νομό και νησί της χώρας όπου δραστηριοποιούνται οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις, αν ληφθεί ως κριτήριο το αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό για τον τελικό καταναλωτή. Σε σχέση με την αγορά εφοδιασμού, αυτή περιλαμβάνει το σύνολο της ελληνικής επικράτειας, αν ληφθεί ως κριτήριο το αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό για τους προμηθευτές των αλυσίδων (βιομηχανίες, βιοτεχνίες, εισαγωγείς).
48. Λαμβάνοντας υπόψη προηγούμενες αποφάσεις της Ε.Ε. και της Επιτροπής Ανταγωνισμού, η σχετική γεωγραφική αγορά ορίζεται, για την αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, ως εξής<sup>25</sup>:

α) Κάθε νομός της χώρας, στον οποίο δραστηριοποιούνται οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις, καθώς και οι όμοροι σε αυτόν νομοί, αν ληφθεί ως κριτήριο το αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό για τον τελικό καταναλωτή<sup>26</sup>.

β) Το σύνολο της ελληνικής επικράτειας, αν ληφθεί ως κριτήριο το αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό για τους προμηθευτές των αλυσίδων (βιομηχανίες, βιοτεχνίες, εισαγωγείς), καθόσον η ενίσχυση του δικτύου μιας αλυσίδας αυξάνει τον όγκο των αγορών που γίνονται συνολικά και κατά συνέπεια τη διαπραγματευτική της δύναμη, την επιβολή όρων και ενδεχόμενα τη δημιουργία σχέσεων οικονομικής εξάρτησης των προμηθευτών της.

Σε κάθε περίπτωση, η περαιτέρω οριοθέτηση της αγοράς στην παρούσα υπόθεση παρέλκει, καθόσον το αποτέλεσμα της αξιολόγησης δεν θα διαφοροποιούνταν εν προκειμένω ως συνέπεια του εναλλακτικού ορισμού.

<sup>25</sup> Βλ. ενδεικτικά την υπ' αριθ. 496/VI/2010 Απόφαση της Ε.Α.

<sup>26</sup> Η Ε.Ε. σε προηγούμενες σχετικές αποφάσεις της (βλ. ενδεικτικά αποφάσεις IV/M.1085 Promodes/Catieu, COMP/M.1221 Rewe/Meinl, COMP/M.1684 Carrefour/Promodes, COMP/M.3905 Tesco/Carrefour) διαπίστωσε ότι από την άποψη του καταναλωτή, οι γεωγραφικές αγορές που επηρεάζονται από μια συγκέντρωση στο λιανικό εμπόριο τροφίμων είναι οι τοπικές αγορές στις οποίες οι εταιρίες διατηρούν καταστήματα. Αυτές οι τοπικές αγορές μπορούν να οριστούν ως κύκλος με κέντρο το μεμονωμένο κατάστημα και με ακτίνα απόσταση περίπου είκοσι με τριάντα λεπτά με το αυτοκίνητο. Ωστόσο, σύμφωνα με την Ε.Ε., η εξέταση που περιορίζεται στις εν λόγω τοπικές αγορές δεν θα απεικόνιζε την επίπτωση μιας συγκέντρωσης στον ανταγωνισμό, στην περίπτωση που ένας μεγάλος αριθμός τοπικών αγορών, οι οποίες επηρεάζονται από τη συγκέντρωση συνδέονται έτσι ώστε να επικαλύπτονται και να καλύπτουν χωρίς κενά μια μεγαλύτερη περιφέρεια ή ακόμα και ολόκληρη την επικράτεια ενός κράτους μέλους.

#### IV.3. Μέγεθος - Μεριδία Αγοράς - Ανταγωνισμός

49. Λαμβάνοντας υπόψη τις συνθήκες της προκείμενης συγκέντρωσης, τα στοιχεία της γνωστοποίησης και όλα τα ανωτέρω, σε σχέση με τον κλάδο εφοδιασμού<sup>27</sup>, καθώς και σε σχέση με τις άλλες αγορές στις οποίες δραστηριοποιείται η CM και ο Όμιλος Εταιριών Μαρινόπουλος στην ελληνική επικράτεια, ήτοι την αγορά καταναλωτικής πίστης, την αγορά χονδρικών πωλήσεων ειδών σούπερ μάρκετ προς τρίτους, την αγορά λιανικής πώλησης καυσίμων, την αγορά παραγωγής φαρμακευτικών και καλλυντικών προϊόντων ευρείας διανομής για λογαριασμό τρίτων (façon), την αγορά παροχής προς τρίτους υπηρεσιών ανασυσκευασίας, αποθήκευσης, μεταφοράς και παράδοσης, την αγορά λιανικής πώλησης ενδυμάτων και την αγορά πώλησης προϊόντων καφέ εκλεκτής ποιότητας (σε αρκετές εκ των οποίων το μερίδιο αγοράς των συμμετεχουσών εταιριών είναι πολύ μικρό<sup>28</sup>), εκτιμάται ότι επειδή η γνωστοποιηθείσα πράξη αφορά στη μεταβολή του ελέγχου επί της κοινής επιχείρησης CM από κοινό σε αποκλειστικό, καμία ουσιαστική αλλαγή στα μερίδια και τη δομή των επιμέρους σχετικών αγορών στην ελληνική επικράτεια δεν αναμένεται να επέλθει ως αποτέλεσμα της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης.
50. Παρόλα αυτά, εκτενέστερη αναφορά γίνεται σε σχέση με την αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ.
51. Στην αγορά της λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ δραστηριοποιείται πλήθος αλυσίδων όσο και μεμονωμένων σούπερ μάρκετ.
52. Με βάση τα οικονομικά στοιχεία<sup>29</sup> που προσκόμισαν οι γνωστοποιούσες, το συνολικό μέγεθος σε αξία της αγοράς λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ και cash & carry, στην ελληνική επικράτεια («οργανωμένο λιανεμπόριο») κατά την πενταετία 2007 – 2011 εκτιμάται σε [...] εκ. ευρώ, [...] εκ ευρώ, [...] εκ. ευρώ, [...] εκ. ευρώ και [...] εκ. ευρώ, αντίστοιχα.

Οι πωλήσεις και τα μερίδια της CM στην παραπάνω αγορά, στην ελληνική επικράτεια, παρουσιάζονται ανά έτος στον Πίνακα 3 που ακολουθεί:

<sup>27</sup> Για λόγους πληρότητας της παρούσας, σημειώνεται ότι σε εννέα ομάδες προϊόντων το μερίδιο αγοράς της CM για το έτος 2011 είναι μεγαλύτερο του 25%. Εντούτοις, όπως θα αναλυθεί, η προκείμενη συγκέντρωση δεν μπορεί να περιορίζει τον ανταγωνισμό και ως εκ τούτου να συνιστά απειλή για την εύρυθμη λειτουργία του, εφόσον δεν αλλοιώνει ουσιαστικά τη θέση των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων στην αγορά, ακόμα και αν αυτοί κατέχουν ήδη δεσπόζουσα θέση. Κατά την άποψη, δε, των γνωστοποιουσών, δεν πρόκειται, ως αποτέλεσμα της συναλλαγής, να μεταβληθούν ή, άλλως, να επηρεαστούν οι συνθήκες ανταγωνισμού στον εν λόγω κλάδο και ως εκ τούτου δεν θα ενισχυθεί η θέση ή/και η διαπραγματευτική ισχύς της CM έναντι των προμηθευτών της.

<sup>28</sup> Ενδεικτικά αναφέρεται, σύμφωνα με τα προσκομισθέντα στοιχεία, ότι το μερίδιο αγοράς της CM ανήλθε για το έτος 2011, στην ελληνική αγορά, στην αγορά καταναλωτικής πίστης σε μικρότερο [...], στην αγορά χονδρικών πωλήσεων ειδών σούπερ μάρκετ προς τρίτους σε [...] και στην αγορά καυσίμων σε μικρότερο από [...].

<sup>29</sup> Σύμφωνα με τις γνωστοποιούσες, πρόκειται για εκτιμήσεις της CM, οι οποίες βασίζονται στα επίσημα στοιχεία των «ετησίων κλαδικών μελετών της ICAP» και των εκδόσεων «Πανόραμα των Ελληνικών Σούπερ Μάρκετ».

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 3: Πωλήσεις και μερίδια της CM.</b>			
	<b>Οργανωμένο Λιανεμπόριο<sup>30</sup></b> (χιλ. €)	<b>Σύνολο Πωλήσεων CM<sup>31</sup></b> (χιλ. €)	<b>Μερίδιο Αγοράς της CM</b>
2007	[...]	[...]	[10-20]%
2008	[...]	[...]	[10-20]%
2009	[...]	[...]	[10-20]%
2010	[...]	[...]	[10-20]%
2011	[...]	[...]	[10-20]%

Πηγή: Εκτιμήσεις της CM.

53. Τα μερίδια αγοράς των ανταγωνιστών της CM για την πενταετία 2007 – 2011, στην ελληνική επικράτεια, βάσει των ετήσιων κλαδικών μελετών της ICAP, παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 4: Μερίδια αγοράς ανταγωνιστών<sup>32</sup> σε αξία, 2007-2011.</b>					
<b>Επωνυμία</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
ΑΛΦΑ - ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ Ι. & Σ. Α.Ε.Ε.	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%
ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΦΟΙ Α.Ε.Β.Ε.	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΜΕΤΡΟ Α.Ε.&Β.Ε.	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΜΑΣΟΥΤΗΣ Δ. ΣΟΥΠΕΡΜΑΡΚΕΤ Α.Ε.	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%

Πηγή: CM - Ετήσιες κλαδικές μελέτες ICAP.

<sup>30</sup> Σύμφωνα με τις γνωστοποιούσες, τα στοιχεία περί του συνόλου της αγοράς λιανικών πωλήσεων ειδών σούπερ μάρκετ περιλαμβάνουν και τις, κατ' εκτίμηση της CM, πωλήσεις των σούπερ μάρκετ LIDL.

<sup>31</sup> Όπως προκύπτει από τα προσκομισθέντα στοιχεία, στο σύνολο των λιανικών πωλήσεων της CM προσμετρούνται οι πωλήσεις της DIA Hellas Α.Ε., για κάθε ένα από τα έτη 2007 έως 2011, ενώ δεν προσμετρούνται οι πωλήσεις της OK Anytime Markets.

<sup>32</sup> Μεταξύ των ανταγωνιστών της CM είναι και η εταιρία LINTA ΕΛΛΑΣ & ΣΙΑ Ο.Ε. Σύμφωνα με απάντηση της εν λόγω εταιρίας σε επιστολή της Υπηρεσίας, η εταιρία LINTA δεν γνωρίζει το μερίδιο αγοράς που κατέχει στην ελληνική αγορά. Αντ' αυτού προσκόμισε τον κύκλο εργασιών της στη λιανική αγορά πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ για τα έτη 2007-2011 ήτοι [...], αντίστοιχα.



54. Με βάση τα ως άνω μερίδια αγοράς στην ελληνική επικράτεια, για το 2011, εκτιμάται ότι:

- Η εταιρία CM κατέχει μερίδιο της τάξεως του [10-20]%
- Οι βασικοί ανταγωνιστές της κατέχουν τα εξής μερίδια: Άλφα - Βήτα Βασιλόπουλος Α.Ε. [10-20]%, Σκλαβενίτης Ι. & Σ. ΑΕΕ [10-20]% και Βερόπουλοι Αφοί ΑΕΒΕ [5-10]%

55. Βάσει των στοιχείων που προσκόμισαν οι γνωστοποιούσες αναφορικά με το συνολικό μέγεθος της αγοράς λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ και τον κύκλο εργασιών της εταιρίας LINTA ΕΛΛΑΣ & ΣΙΑ Ο.Ε., τον οποίο προσκόμισε η τελευταία, υπολογίστηκε το μερίδιο αγοράς της εν λόγω εταιρίας για τα έτη 2007-2011, ήτοι [...] αντίστοιχα.

56. Σύμφωνα με τα προσκομισθέντα στοιχεία, τα μερίδια αγοράς της εταιρίας CM ανά διοικητική περιφέρεια για το έτος 2011, στην ελληνική επικράτεια, παρουσιάζονται στον Πίνακα 5 που ακολουθεί:

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 5: Μερίδια αγοράς CM ανά διοικητική περιφέρεια, έτος 2011.</b>	
<b>Περιφέρειες</b>	<b>Μερίδιο Αγοράς CM</b>
Ανατολική Μακεδονία & Θράκη	[20-30] %
Κεντρική Μακεδονία	[20-30] %
Δυτική Μακεδονία	[10-20] %
Θεσσαλία	[20-30] %
Ήπειρος	[20-30] %
Ιόνιοι Νήσοι	[10-20] %
Δυτική Ελλάδα	[20-30] %
Στερεά Ελλάδα	[10-20] %
Πελοπόννησος	[20-30] %
Αττικής	[10-20] %
Βόρειο Αιγαίο	[0-5] %
Νότιο Αιγαίο	[20-30] %
Κρήτη	[20-30] %
<b>Σύνολο χώρας</b>	<b>[10-20] %</b>

Πηγή: Εκτιμήσεις της CM.

57. Οι πωλήσεις της CM προς τα καταστήματα δικαιόχρησης του δικτύου της περιλαμβάνονται, βάσει και του τρόπου υπολογισμού των επίσημων διαθέσιμων στοιχείων, στις λιανικές πωλήσεις της CM και ανήλθαν, για το έτος 2011, σε €[...]<sup>33</sup>. Οι πωλήσεις των καταστημάτων δικαιόχρησης προς τους τελικούς καταναλωτές περιλαμβάνονται στο σύνολο των λιανικών πωλήσεων<sup>34</sup>.
58. Από τα προσκομισθέντα στοιχεία προκύπτει ότι στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, σε 29 νομούς και 7 νησιά η CM έχει μερίδια τα οποία ξεπερνούν το όριο του 15%. Ομοίως στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας το μερίδιο αγοράς της CM ύψους [10-20]% είναι μεγαλύτερο του 15%. Σε κάθε περίπτωση τα εν λόγω μερίδια δεν αποτελούν αποτέλεσμα της συνένωσης μεριδίων στο πλαίσιο της συγκέντρωσης, αλλά αποτελούν τα μερίδια αγοράς της CM, η οποία είναι η μόνη από τις συμμετέχουσες που δραστηριοποιείται στις συγκεκριμένες αγορές, πριν από την πραγματοποίηση αυτής.

## **V. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ**

59. Κατά την τελευταία πενταετία, στον κλάδο της λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας, υπάρχουν σημαντικές αλλαγές. Με βάση τα στοιχεία που προσκόμισαν οι γνωστοποιούσες, η αξία της αγοράς του οργανωμένου λιανεμπορίου στην ελληνική επικράτεια παρουσιάζει μείωση.
60. Σύμφωνα με το περιοδικό «Σέλφ Σέρβις»<sup>35</sup> και βάσει στοιχείων από τις εκδόσεις «Πανόραμα των Ελληνικών Σούπερ Μάρκετ»<sup>36</sup>, η εικόνα του κλάδου των σούπερ μάρκετ διαμορφώνεται ως εξής:
- Για το έτος 2008, ο συνολικός τζίρος 74 αλυσίδων σούπερ μάρκετ είχε διαμορφωθεί σε 10,24 δις ευρώ, παρουσιάζοντας αύξηση 8% σε σχέση με το έτος 2007. Το ίδιο ίσχυε και για το δίκτυο καταστημάτων, τα οποία αυξήθηκαν σε 2.544 (+1,1% σε σχέση με το έτος 2007). Ωστόσο, τα σημάδια της οικονομικής κρίσης έκαναν την εμφάνισή τους, με αποτέλεσμα να υπάρξει σημαντική στροφή στην τιμολογιακή πολιτική των αλυσίδων, που ενέτειναν τις προσφορές και τις εκπτώσεις τους.
  - Το έτος 2009 σημειώθηκαν οι πρώτες σημαντικές επιπτώσεις της κρίσης, όπου ο τζίρος των αλυσίδων αυξήθηκε κατά μόλις 1%, ενώ ο δείκτης των συνολικών εξόδων άγγιξε το 20,83% του τζίρου τους. Τα κέρδη μειώθηκαν

<sup>33</sup> Σύμφωνα με τις γνωστοποιούσες.

<sup>34</sup> Ως προς τις ακριβείς πωλήσεις των δικαιοδόχων της CM προς τους τελικούς καταναλωτές, δεν υπάρχουν επίσημα διαθέσιμα στοιχεία.

<sup>35</sup> Μηνιαία Έκδοση για το Λιανικό Εμπόριο, Ιούνιος 2012, Εκδόσεις Boussias Communications.

<sup>36</sup> Ετήσιες Εκθέσεις 2008-2011 για την αγορά των Σούπερ Μάρκετ, Εκδόσεις Boussias Communications.

κατά 26,58%. Το έτος 2009, εντάθηκε ο ανταγωνισμός στο πεδίο των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας.

- Το έτος 2010, η αλυσίδα Ατλάντικ Σουπερ Μάρκετ ΑΕ προσέφυγε στο άρθρο 99 του ν. 3588/2007 (νέος πτωχευτικός κώδικας). Επιπλέον, η Aldi Ελλάς Συμμετοχική ΕΠΕ & ΣΙΑ ΕΕ ανακοίνωσε την αποχώρησή της από την Ελλάδα. Αν και οι πωλήσεις του κλάδου παρέμειναν σταθερές<sup>37</sup>, το δίκτυο μειώθηκε κατά 17,25%, στα 2.163 καταστήματα.
- Αν και τα στοιχεία του έτους 2011 θα παρουσιαστούν στην επόμενη έκδοση του Πανοράματος, το έτος 2012, η συνεχιζόμενη ύφεση αναμένεται να επηρεάσει σημαντικά τον κλάδο των σούπερ μάρκετ.

## **VI. ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΥΠΟ ΚΡΙΣΗ ΠΡΑΞΗΣ**

61. Όπως προαναφέρθηκε, η υπό κρίση πράξη αφορά στη μεταβολή του ελέγχου επί της κοινής επιχείρησης CM, από κοινό σε αποκλειστικό, από τον Όμιλο Εταιριών Μαρινόπουλος, ως αποτέλεσμα της εξόδου από αυτήν του έτερου εκ των δύο νυν ελεγχόντων μετόχων και όχι στην απόκτηση ελέγχου επί νέας εταιρίας. Συνεπώς η γνωστοποιούμενη συναλλαγή δεν συνεπάγεται την με οποιονδήποτε τρόπο επέκταση των δραστηριοτήτων της ή/και ενίσχυση της θέσης της CM στις αγορές στις οποίες δραστηριοποιείται. Ως εκ τούτου, δεν μεταβάλλονται οι συνθήκες ανταγωνισμού στις σχετικές αγορές στις οποίες δραστηριοποιούνται τα συμμετέχοντα στη συγκέντρωση μέρη και δεν αναμένεται να ενισχυθεί η θέση και η διαπραγματευτική ισχύς της CM έναντι των προμηθευτών της.
62. Από τα στοιχεία του φακέλου, τα οποία επιβεβαιώνονται και από την έρευνα της Γ.Δ.Α. για την κρινόμενη υπόθεση, προέκυψε σε σχέση με τη σχετική αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ ότι τα μερίδια της CM τα οποία ξεπερνούν το 15% σε 29 νομούς, 7 νησιά και στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας, δεν αποτελούν αποτέλεσμα της συνένωσης μεριδίων στο πλαίσιο της συγκέντρωσης, αλλά αποτελούν τα μερίδια αγοράς της CM στις συγκεκριμένες αγορές πριν από την πραγματοποίησή της.
63. Σύμφωνα, δε, με τις γνωστοποιούσες, η γνωστοποιηθείσα συναλλαγή θα έχει ως λόγο και αποτέλεσμα την αναδιάρθρωση της CM, προκειμένου [...]. Στο πλαίσιο της γνωστοποιηθείσας συναλλαγής, έχει επίσης συμφωνηθεί η CM να συνεχίσει να έχει το αποκλειστικό δικαίωμα χρήσης του σήματος Carrefour στα καταστήματα λιανικής της στην Ελλάδα, στην Κύπρο και στις άλλες χώρες των Βαλκανίων. Οι γνωστοποιούσες αναφέρουν ότι οι υφιστάμενοι δικαιοδόχοι της CM θα μπορέσουν να συνεχίσουν τη δραστηριότητά τους και δεν πρόκειται να επηρεαστούν αρνητικά από την προτεινόμενη συναλλαγή.

<sup>37</sup> Δεν υπάρχουν στοιχεία για τις εταιρίες Ατλάντικ Σουπερ Μάρκετ ΑΕ και Μακρο Κας & Καρυ Χονδρεμπορική Ανώνυμος Εμπορική Εταιρία ΑΕ.

64. Ως προς το δίκτυο πωλήσεων εν γένει, καίτοι, επί του παρόντος, δεν έχει εκπονηθεί συγκεκριμένο σχέδιο αναδιάρθρωσης του δικτύου καταστημάτων της CM, (περιλαμβανομένων των καταστημάτων δικαιόχρησης), σκοπός των μερών, σύμφωνα με τις γνωστοποιούσες, είναι να εξασφαλίσουν τη συνέχιση της λειτουργίας των καταστημάτων της CM (περιλαμβανομένων των καταστημάτων δικαιόχρησης), το οποίο θα καταστεί δυνατό ως αποτέλεσμα της υλοποίησης της υπό κρίση πράξης και της βελτίωσης της χρηματοοικονομικής θέσης της CM.
65. Με βάση τα ανωτέρω στοιχεία, η συγκεκριμένη πράξη δεν επηρεάζει τις συνθήκες ανταγωνισμού ούτε στην ελληνική επικράτεια ούτε στις επιμέρους γεωγραφικές αγορές, όπου λαμβάνει χώρα, δεδομένου ότι *πρόκειται μόνο για μεταβολή της δομής (της ποιότητας) του ελέγχου της επιχείρησης CM*<sup>38</sup>. Αναφέρθηκε ανωτέρω ότι η CM ήδη δραστηριοποιείται στην Ελλάδα έχοντας μέχρι σήμερα αφενός στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ μερίδιο το οποίο ξεπερνά το 15%, αφετέρου στην αγορά εφοδιασμού σε εννέα ομάδες προϊόντων μερίδιο αγοράς μεγαλύτερο του 25%. Εκτιμάται ωστόσο ότι η έγκριση της υπό εξέταση πράξης δεν θα έχει ως αποτέλεσμα συγκέντρωση στον εν λόγω κλάδο που θα μπορούσε να οδηγήσει σε μονοπωλιακές ή ολιγοπωλιακές συνθήκες, καθώς επίσης και ότι δεν θα δημιουργηθεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στον κλάδο εφοδιασμού, με αποτέλεσμα την αποδυνάμωση της διαπραγματευτικής δύναμης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων ως απόρροια της υπό εξέταση συναλλαγής. Με την πραγματοποίηση της υπό κρίση συγκέντρωσης η CM δεν αναμένεται να αυξήσει την αγοραστική της δύναμη έναντι των προμηθευτών της. Αντίθετα, η ουσιαστική εξασφάλιση της εξακολούθησης της παρουσίας της CM έστω και υπό άλλη δομή (ποιότητα) ελέγχου (αποκλειστικός πλέον έλεγχος από τον Όμιλο Εταιριών Μαρινόπουλος), διατηρεί ενισχυμένο και πάντως δεν περιορίζει σε καμία περίπτωση τον υφιστάμενο ανταγωνισμό στην ελληνική επικράτεια, καθώς η CM, παρά τα [...], εξακολουθεί να παραμένει ως (σημαντικός) ανταγωνιστής στην ελληνική αγορά και [...]. Άλλωστε, από τα στοιχεία του φακέλου προκύπτει ότι η εν λόγω συγκέντρωση ουσιαστικά αποτελεί παράγοντα [...]<sup>39</sup>. Ως εκ των ανωτέρω, γίνεται δεκτό ότι η συγκεκριμένη συγκέντρωση δεν θα περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στις σχετικές αγορές που αφορά<sup>40</sup>.
66. Συνεπώς, λαμβάνοντας υπόψη ότι ο αριθμός των ανταγωνιζόμενων επιχειρήσεων και τα μερίδια αγοράς ούτως ή άλλως δεν μεταβάλλονται εκ της υπό εξέταση πράξης, αφού όπως προαναφέρθηκε, η γνωστοποιηθείσα πράξη αφορά στην αλλαγή του καθεστώτος ελέγχου από κοινό σε αποκλειστικό επί υφιστάμενης

<sup>38</sup> Σύμφωνα με τη γνωστοποίηση: "η γνωστοποιούμενη συγκέντρωση δεν αφορά στην επέκταση των δραστηριοτήτων του αποκτώντος τον έλεγχο ή της εταιρείας επί της οποίας μεταβάλλεται ο έλεγχος, και, επομένως, οι οικονομικοί κλάδοι που αφορά η συγκέντρωση είναι εκείνοι στους οποίους δραστηριοποιείται ήδη η εταιρεία [ΣτΣ: CM]...". Επίσης, "ο δείκτης HHI παραμένει αμετάβλητος".

<sup>39</sup> Σύμφωνα δε με την πρακτική της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, ως στοιχείο αξιολόγησης των επιπτώσεων μιας συγκέντρωσης στον ανταγωνισμό μπορεί ιδίως να λαμβάνεται υπόψη η πιθανότητα [...].

<sup>40</sup> Πρβλ. απόφαση 496/VI/2010, παρ. 74.

εταιρίας και όχι στην απόκτηση ελέγχου επί νέας εταιρίας ή στην εξαγορά υφιστάμενου ανταγωνιστή, εκτιμάται σε σχέση με την προκείμενη συγκέντρωση ότι δεν μπορεί να περιορίζει τον ανταγωνισμό και ως εκ τούτου να συνιστά απειλή για την εύρυθμη λειτουργία του, εφόσον δεν αλλοιώνει ουσιαστικά τη θέση των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων στην αγορά, ακόμα και στην περίπτωση που αυτοί κατέχουν ήδη δεσπίζουσα θέση.

67. Συμπερασματικώς, η εξεταζόμενη συγκέντρωση δεν αναμένεται να δημιουργήσει σημαντικά εμπόδια στις ανωτέρω αγορές, δεδομένου ότι το ποσοστό αύξησης του μεριδίου αγοράς της CM από αυτήν είναι μηδενικό, ο πραγματικός και δυνητικός ανταγωνισμός είναι, όπως προαναφέρθηκε, υπαρκτός (τόσο από τοπικές επιχειρήσεις όσο και από μεγάλες αλυσίδες) και μάλιστα σημαντικός (ύπαρξη ανταγωνιστικών πιέσεων από τη δραστηριοποίηση των λοιπών ανταγωνιστών στις επιμέρους αγορές πλην ελαχίστων πιθανών εξαιρέσεων σε μικρές τοπικές αγορές, κλάσματα της ελληνικής επικράτειας, και στενή υποκατάσταση μεταξύ των προϊόντων των συμμετεχουσών επιχειρήσεων και των ανταγωνιστών τους), ενώ δεν προκύπτουν ιδιαίτερα νομικά ή πραγματικά εμπόδια εισόδου στην αγορά, αλλά αντίθετα οι προμηθευτές και οι καταναλωτές προκύπτει ότι έχουν εναλλακτικές δυνατότητες επιλογής.
68. Πρέπει συνεπώς η αίτηση, στο πλαίσιο του άρθρου 8 παρ. 3 του ν. 3959/2011 να γίνει δεκτή, όπως στο διατακτικό.

#### ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

**Το Τμήμα της Επιτροπής Ανταγωνισμού**, το οποίο συγκροτήθηκε με την από 09.07.2012 κλήρωση, αποφάσισε ομόφωνα και **εγκρίνει** τη γνωστοποιηθείσα, κατ' άρθρο 6 του ν. 3959/2011, συγκέντρωση που αφορά στην απόκτηση αποκλειστικού ελέγχου της επιχείρησης «Καρφούρ-Μαρινόπουλος Ανώνυμη Εταιρία Γενικού Εμπορίου, Εκμεταλλεύσεως Εμπορικών Εγκαταστάσεων και Επιχειρήσεων» από τον Όμιλο Εταιριών Μαρινόπουλος, καθόσον, η εν λόγω συγκέντρωση, παρότι εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της παρ. 1 του άρθρου 6 του ίδιου νόμου, δεν προκαλεί σοβαρές αμφιβολίες ως προς το συμβατό αυτής με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού στις σχετικές αγορές στις οποίες αφορά.

Η απόφαση εκδόθηκε την **26η Ιουλίου 2012**.

Η απόφαση να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβέρνησης, σύμφωνα με το άρθρο 27 παρ. 1 του ν. 3959/2011.

Ο Πρόεδρος

Συντάκτης της Απόφασης

Δημήτριος Κυριτσάκης

Ο Πρόεδρος

Η Γραμματέας

Παρασκευή Α. Ζαχαριά