

**ΑΠΟΦΑΣΗ ΑΡΙΘ. 776/2022\***

**Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ**

**ΣΕ ΟΛΟΜΕΛΕΙΑ**

Συνεδρίασε στην Αίθουσα Συνεδριάσεων του 1ου ορόφου του κτηρίου των γραφείων της, επί της οδού Κότσικα 1Α, Αθήνα, την 10<sup>η</sup> Μαΐου 2022, ημέρα Τρίτη και ώρα 14:30, με την εξής σύνθεση:

Πρόεδρος: Ιωάννης Λιανός

Μέλη: Καλλιόπη Μπενετάτου (Αντιπρόεδρος)

Παναγιώτης Φώτης,

Ιωάννης Στεφάτος

Μαρία Ιωαννίδου (Εισηγήτρια),

Σωτήριος Καρκαλάκος και

Μιχαήλ Πολέμης, λόγω κωλύματος του τακτικού μέλους Ιωάννη Πετρόγλου

Γραμματέας: Ηλιάνα Κούτρα

**Θέμα της συνεδρίασης:** Λήψη απόφασης επί της υπ' αριθ. πρωτ. 2127/4.3.2022 προηγούμενης γνωστοποίησης συγκέντρωσης κατ' άρθρο 6 παρ. 1-3 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει, από την εταιρεία με την επωνυμία «Διαμαντής Μασούτης ΑΕ-ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ» σχετικά με την απόκτηση από μέρους της του αποκλειστικού και κοινού, κατά περίπτωση, ελέγχου επί του κλάδου χονδρικού και λιανικού εμπορίου ειδών σούπερ μάρκετ του προμηθευτικού και καταναλωτικού συνεταιρισμού περιορισμένης ευθύνης με την επωνυμία «ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΙΚΟΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΚΡΗΤΗΣ» («ΣΥΝ.ΚΑ ΚΡΗΤΗΣ») που απαρτίζεται, μεταξύ

---

\* Η παρούσα απόφαση εκδίδεται σε δυο (2) επιπλέον εκδόσεις με τα διακριτικά: (1) Προς Δημοσίευση στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, (2) Έκδοση για τη γνωστοποίησή της. Από τις παραπάνω εκδόσεις έχουν αφαιρεθεί τα απόρρητα επιχειρηματικά στοιχεία (όπου η ένδειξη [...]) τα οποία δεν θα πρέπει να περιέλθουν σε γνώση του αντίστοιχου αποδέκτη της έκδοσης, σύμφωνα με το άρθρο 41 του ν. 3959/2011 (ΦΕΚ 93 Α'/20.4.2011), όπως ισχύει, και τον Κανονισμό Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ 54 Β'/16.1.2013).

άλλων, από καταστήματα λιανικής και χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, συμμετοχές σε επιχειρήσεις, συμβατικές σχέσεις, ακίνητα και άλλα περιουσιακά στοιχεία.

Πριν την έναρξη της συζήτησεως, ο Πρόεδρος όρισε Γραμματέα της υπόθεσης την υπάλληλο της Γραμματείας Προέδρου, Αντιπροέδρου και Εισηγητών, Ηλιάνα Κούτρα με αναπληρώτρια την Ευαγγελία Ρουμπή.

Στην αρχή της συζήτησης, ο Πρόεδρος έδωσε το λόγο στην Εισηγήτρια της υπόθεσης, Μαρία Ιωαννίδου, η οποία ανέπτυξε συνοπτικά το περιεχόμενο της υπ' αριθ. πρωτ. οικ. 4339/6.5.2022 γραπτής εισήγησης επί της κρινόμενης υπόθεσης και πρότεινε, για τους λόγους που αναφέρονται αναλυτικά στην Εισήγηση, να εγκριθεί η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση.

Η Επιτροπή στη συνέχεια, αφού αποχώρησαν από την αίθουσα οι υπηρεσιακοί παράγοντες, προχώρησε σε διάσκεψη επί της ως άνω υπόθεσης με τη συμμετοχή της Εισηγήτριας της υπόθεσης, Μαρίας Ιωαννίδου, η οποία δεν έλαβε μέρος στην ψηφοφορία, και αφού έλαβε υπόψη την υπ' αριθ. πρωτ οικ. 4339/6.5.2022 εισήγηση, τα στοιχεία του φακέλου της κρινόμενης υπόθεσης, τις απόψεις των μελών και το ισχύον νομικό πλαίσιο,

## **ΣΚΕΦΘΗΚΕ ΩΣ ΕΞΗΣ :**

### **I Η ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΘΕΙΣΑ ΠΡΑΞΗ**

#### **I.1 Ιστορικό**

1. Με το υπ' αριθ. πρωτ. 2127/4.03.2022 έγγραφό της, η εταιρεία με την επωνυμία «Διαμαντής Μασούτης ΑΕ-ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ» (εφεξής και «Εταιρεία» ή «ΜΑΣΟΥΤΗΣ» ή «γνωστοποιούσα») γνωστοποίησε στην Επιτροπή Ανταγωνισμού (εφεξής «Ε.Α.»), σύμφωνα με τα οριζόμενα στο άρθρο 6 παρ. 1-3 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει, την απόκτηση από μέρους της του αποκλειστικού και κοινού, κατά περίπτωση, ελέγχου επί του κλάδου χονδρικού και λιανικού εμπορίου ειδών σούπερ μάρκετ του προμηθευτικού και καταναλωτικού συνεταιρισμού περιορισμένης ευθύνης με την επωνυμία «ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΙΚΟΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΚΡΗΤΗΣ» (εφεξής «ΣΥΝ.ΚΑ ΚΡΗΤΗΣ» ή «ΣΥΝ.ΚΑ») που απαρτίζεται, μεταξύ άλλων, από καταστήματα λιανικής και χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, συμμετοχές σε επιχειρήσεις, συμβατικές σχέσεις, ακίνητα και άλλα περιουσιακά στοιχεία.
2. Συγκεκριμένα, η συγκέντρωση αφορά την απόκτηση από την γνωστοποιούσα α) κοινού ελέγχου με τον -επί του παρόντος αποκλειστικώς ελέγχοντα, ΣΥΝ.ΚΑ ΚΡΗΤΗΣ, επί τριάντα έξι (36) καταστημάτων πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ στην Κρήτη, ενός (1) καταστήματος “cash & carry” στην Κρήτη (Νομός Χανίων), αποθηκών στην Κρήτη και μίας (1) αποθήκης στον Ασπρόπυργο Αττικής, καθώς και επί των εταιρειών με την επωνυμία «ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΡΕΘΥΜΝΟΥ Α.Ε.» και «ΕΡΩΤΙΚΟΣ ΕΠΕ» που

λειτουργούν τους ραδιοφωνικούς σταθμούς τοπικής εμβέλειας «ΝΕΑ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΡΗΤΗΣ» και «ΕΡΩΣ 105 FM», αντιστοίχως, β) αποκλειστικού ελέγχου επί δεκαεννέα (19) καταστημάτων πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ και αποθηκών στην Κέρκυρα και γ) αποκλειστικού ελέγχου επί δεκατριών (13) καταστημάτων πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ στις νήσους Τήνο, Κάλυμνο, Νάξο, Πάρο, Χίο, Μήλο, Σύρο και Σαντορίνη, ενός (1) καταστήματος “cash & carry” στη νήσο Τήνο, ενός (1) καταστήματος “cash & carry” στη νήσο Πάρο και αποθηκών στα ανωτέρω νησιά. Η παρούσα αφορά στην αξιολόγηση της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης με βάση τις διατάξεις ελέγχου συγκεντρώσεων στο πλαίσιο του δικαίου του ανταγωνισμού, σύμφωνα με τις αρμοδιότητες της Επιτροπής Ανταγωνισμού, και όχι στην αξιολόγηση των επιμέρους όρων της εν λόγω μεταβίβασης ζητήματα τα οποία εκφεύγουν των αρμοδιοτήτων, και άρα της δυνατότητας διερεύνησης από μέρος της Επιτροπής Ανταγωνισμού<sup>1</sup>.

## **I.2 Ουσιώδεις όροι της συμφωνίας**

3. Στο πλαίσιο της ως άνω γνωστοποίησης, η Εταιρεία προσκόμισε αντίγραφο του από 14.02.2022 Ιδιωτικού Συμφωνητικού (εφεξής «Συμφωνητικό») που συνήφθη μεταξύ, αφενός, του ΣΥΝ.ΚΑ, ως πωλητή, και, αφετέρου, της ΜΑΣΟΥΤΗΣ, ως αγοράστριας, με αντικείμενο τις απαιτούμενες ενέργειες, διαδικασίες και υποχρεώσεις των συμβαλλόμενων κατόπιν της ολοκλήρωσης των οποίων η ΜΑΣΟΥΤΗΣ:

(α) θα λάβει στην πλήρη και αποκλειστική της κυριότητα κοινές ονομαστικές μετοχές που θα αντιστοιχούν στο 50% του συνολικού μετοχικού κεφαλαίου της νέας επωφελούμενης ανώνυμης εταιρείας που θα συσταθεί με την απόσχιση του κλάδου του χονδρικού και λιανικού εμπορίου του ΣΥΝ.ΚΑ,

(β) θα αποκτήσει την κυριότητα ποσοστού 100% των μετοχών επί των ανωνύμων εταιρειών ΓΑΛΑΞΙΑΣ Α.Ε. και ΜΑΡΚΑΤΟ Α.Ε., και

(γ) θα αποκτήσει τον πάγιο εξοπλισμό, τα αποθέματα και το εμπόρευμα καταστημάτων σε νησιά της Περιφέρειας Αιγαίου (νήσοι Τήνος, Κάλυμνος, Νάξος, Πάρος, Χίος, Μήλος, Σύρος και Σαντορίνη), ενός (1) καταστήματος cash & carry στη νήσο Τήνο και ενός (1) καταστήματος cash & carry στη νήσο Πάρο, αποθηκών δια των οποίων διενεργούνται χονδρικές πωλήσεις στα ανωτέρω νησιά, καθώς και την κυριότητα επί συγκεκριμένων ακινήτων.

4. Περαιτέρω, το Συμφωνητικό αποτυπώνει και τους βασικούς όρους για την λειτουργία της νέας ανώνυμης εταιρείας που θα συσταθεί και στην οποία θα εισφερθεί ο αποσχιζόμενος κλάδος χονδρικού και λιανικού εμπορίου του ΣΥΝ.ΚΑ και στην οποία η ΜΑΣΟΥΤΗΣ θα συμμετέχει σε ποσοστό 50% του μετοχικού της κεφαλαίου.

5. Ειδικότερα, η γνωστοποιούμενη συναλλαγή περιλαμβάνει τα εξής στάδια:

*ι) Πρώτο Στάδιο - Συμμετοχή της ΜΑΣΟΥΤΗΣ στη νέα εταιρεία που θα συσταθεί με ποσοστό 50%*

---

<sup>1</sup> [...]

6. [...]² [...]³ [...]
7. [...]
8. [...]

ii) Δεύτερο Στάδιο - Μεταβίβαση του 100% των εταιρειών ΓΑΛΑΞΙΑΣ Α.Ε. και ΜΑΡΚΑΤΟ Α.Ε. στη ΜΑΣΟΥΤΗΣ

9. [...]

iii) Τρίτο Στάδιο - Μεταβίβαση των καταστημάτων, ήτοι εξοπλισμού, παγίων, αποθεμάτων και ακινήτων στις νήσου της Περιφέρειας Αιγαίου

10. [...]

11. Η ολοκλήρωση της συναλλαγής υπόκειται στην πλήρωση ή μη των αναβλητικών και διαλυτικών αιρέσεων που προβλέπει [...], και ιδίως:

- (α) Λήψη εγκριτικής απόφασης από την Ε.Α.,
- (β) [...],
- (γ) [...],
- (δ) [...],
- (ε) [...],
- (στ) [...],
- (ζ) [...],
- (η) [...]⁴,
- (θ) [...].

12. Σύμφωνα με τον [...].

13. Σύμφωνα με τον [...], προβλέπεται [...].

14. Το συμφωνηθέν συνολικό τίμημα ανέρχεται σε [...] υπό τη μορφή, αφενός, της συμμετοχής της ΜΑΣΟΥΤΗΣ κατά 50% στη νέα εταιρεία που θα συσταθεί με την απόσχιση του κλάδου χονδρικού και λιανικού εμπορίου του ΣΥΝ.ΚΑ (μέσω αύξησης του αρχικού μετοχικού κεφαλαίου⁵), αφετέρου τιμήματος α) [...] για την αγορά του

---

<sup>2</sup> [...]

<sup>3</sup> Πρόκειται για μειοψηφικές συμμετοχές που δεν προσδίδουν έλεγχο. Βλ. σχετικά και απόφαση ΕΑ 701/2022.

<sup>4</sup> Σύμφωνα με την παράγραφο 7 του άρθρου 8 του ν. 3959/2011 «Οι αποφάσεις που εκδίδονται σύμφωνα με τις παραγράφους 3 και 6 καλύπτουν και τους περιορισμούς που συνδέονται άμεσα με την πραγματοποίηση της συγκέντρωσης και είναι απαραίτητοι γι' αυτή». Ως εκ τούτου, οι τυχόν περιορισμοί που συνδέονται άμεσα με την εκάστοτε συγκέντρωση και είναι απαραίτητοι για την πραγματοποίησή της (δευτερεύοντες/ παρεπόμενοι περιορισμοί) καλύπτονται αυτομάτως από την εγκριτική της συγκέντρωσης απόφαση. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού δεν υποχρεούται να αξιολογεί τους εν λόγω περιορισμούς κατά περίπτωση· συνιστά ωστόσο καθήκον των συμμετεχουσών επιχειρήσεων να αξιολογούν μόνες τους κατά πόσον και σε ποιο βαθμό οι συμφωνίες τους μπορούν να θεωρηθούν ως παρεπόμενες μιας πράξης συγκέντρωσης. Οι περιορισμοί που δεν μπορούν να θεωρηθούν ως άμεσα συνδεδεμένοι και απαραίτητοι για την πραγματοποίηση της συγκέντρωσης, εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής των άρθρων 1 και 2 του ν. 3959/2011 και 101 και 102 ΣΛΕΕ. Βλ. σχετικά σκέψη 21 Κανονισμού του Συμβουλίου 139/2004 της 20.01.2004, για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων («Κοινοτικός κανονισμός συγκεντρώσεων»), ΕΕ L 024 της 29/01/2004, σελ. 0001 – 0022, καθώς και Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σχετικά με τους περιορισμούς που συνδέονται άμεσα με τις συγκεντρώσεις και είναι απαραίτητοι για την πραγματοποίησή τους, παρ. 2 επ.

<sup>5</sup> Το ποσό της συμμετοχής θα ανέλθει σε [...], εκ των οποίων [...] ευρώ θα καταβληθούν για την απόκτηση του 50% του μετοχικού κεφαλαίου της νέας εταιρείας και [...] ευρώ θα καταβληθούν ως αξία υπέρ το άρτιο για την ενίσχυση των ιδίων κεφαλαίων της νέας εταιρείας ([...]).

100% των μετοχών των εταιρειών ΓΑΛΑΞΙΑΣ και ΜΑΡΚΑΤΟ<sup>6</sup> και β) [...] για την αγορά του παγίου εξοπλισμού, των αποθεμάτων εμπορευμάτων και των ακινήτων που περιγράφονται αναλυτικά στο Συμφωνητικό (Παραρτήματα ΙΙΙ και ΙV)<sup>7</sup>.

### **I.3 Λόγοι πραγματοποίησης**

15. Ως οικονομικοί και στρατηγικοί λόγοι που δικαιολογούν την πραγματοποίηση της συγκέντρωσης προβάλλονται<sup>8</sup> αφενός η επέκταση της ΜΑΣΟΥΤΗΣ σε γεωγραφικές αγορές όπου επί του παρόντος δεν διαθέτει παρουσία, αφετέρου η απόκτηση από τον ΣΥΝ.ΚΑ ενός σημαντικού συνεργάτη στο πρόσωπο της ΜΑΣΟΥΤΗΣ και η εστίαση της δραστηριότητάς του στην αγορά της Κρήτης. Ειδικότερα, σύμφωνα με τη γνωστοποίηση, τα μέρη επιδιώκουν τη δημιουργία ενός ευέλικτου εταιρικού σχήματος με επίκεντρο τον σεβασμό στον πελάτη, την ενίσχυση των τοπικών παραγωγών, τις επενδύσεις σε νέες τεχνολογίες και την παροχή καινοτόμων υπηρεσιών. Ταυτόχρονα, μέσα από την γνωστοποιούμενη συνεργασία, θα διασφαλιστούν οι υπάρχουσες και θα δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας.

## **II ΤΑ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΑ ΜΕΡΗ**

### **II.1 Προμηθευτικός και Καταναλωτικός Συνεταιρισμός Περιορισμένης Ευθύνης Μελών Ινστιτούτου Καταναλωτών<sup>9</sup>**

16. Ο ΣΥΝ.ΚΑ ιδρύθηκε το 1979, εδρεύει στα Χανιά Κρήτης (Επισκοπή Αγυιάς Θερίσου) και δραστηριοποιείται στη λειτουργία και εκμετάλλευση καταστημάτων ειδών σούπερ μάρκετ, πραγματοποιώντας λιανικές και χονδρικές πωλήσεις ειδών σούπερ μάρκετ στην Κρήτη και σε νησιωτικές περιοχές του Αιγαίου. Ο ΣΥΝ.ΚΑ ΚΡΗΤΗΣ είναι προμηθευτικός και καταναλωτικός συνεταιρισμός περιορισμένης ευθύνης. Ο Συνεταιρισμός αριθμεί περί τα 5.500 μέλη. Δεν ελέγχεται από άλλο νομικό ή φυσικό πρόσωπο.
17. Το 2019, ο ΣΥΝ.ΚΑ ολοκλήρωσε την απορρόφηση της εταιρείας «Ανώνυμης Εμπορικής Τουριστικής και Κτηματομεσιτικής Εταιρείας Βιδάλης Μάρκετ Α.Ε.» (εφεξής «ΒΙΔΑΛΗΣ»), την οποία είχε αποκτήσει το 2014<sup>10</sup>. Περαιτέρω, το 2020 ο ΣΥΝ.ΚΑ ΚΡΗΤΗΣ απέκτησε τον αποκλειστικό έλεγχο των εταιρειών με την επωνυμία «Γαλαξίας Ανώνυμη Εταιρεία Αλυσίδας Καταστημάτων Δήμητρα Μάρκετς» και «Μαρκάτο Ανώνυμη Εταιρεία Αλυσίδας Καταστημάτων» που δραστηριοποιούνται στην πώληση ειδών σούπερ μάρκετ στην Κέρκυρα<sup>11</sup>.
18. Σύμφωνα με προσκομισθέντα στοιχεία, ο Συνεταιρισμός λειτουργεί τριάντα έξι (36) καταστήματα πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ στην Κρήτη, καθώς και καταστήματα στην Κέρκυρα και σε άλλα νησιά του Αιγαίου. Παράλληλα, ο Συνεταιρισμός έχει

<sup>6</sup> [...]

<sup>7</sup> [...]

<sup>8</sup> Υπ' αριθ.πρωτ. 2127/4.03.2022 έντυπο γνωστοποίησης.

<sup>9</sup> Υπ' αριθ.πρωτ. 2127/4.03.2022 έντυπο γνωστοποίησης.

<sup>10</sup> Η εν λόγω εξαγορά είχε γνωστοποιηθεί στην Ε.Α. και εγκρίθηκε με την Απόφαση Ε.Α. 599/2014.

<sup>11</sup> Η εν λόγω εξαγορά είχε γνωστοποιηθεί στην Ε.Α. και εγκρίθηκε με την Απόφαση Ε.Α. 701/2020.

συνάψει συμβάσεις δικαιόχρησης (franchising) με επιχειρήσεις, οι οποίες εκμεταλλεύονται μικρότερα καταστήματα σούπερ μάρκετ και παντοπωλεία στην Κρήτη και τις οποίες ο Συνεταιρισμός προμηθεύει με είδη σούπερ μάρκετ. Οι εταιρείες αυτές λειτουργούν συνολικά τριάντα επτά<sup>12</sup> (37) καταστήματα σούπερ μάρκετ, υπό το σήμα «SYNKA», παράλληλα με το σήμα έκαστης επιχείρησης.

19. Ο Συνεταιρισμός πραγματοποιεί επίσης χονδρικές πωλήσεις ειδών σούπερ μάρκετ, με κυριότερο πελάτη την εταιρεία [...] <sup>13</sup>, η οποία εκμεταλλεύεται μικρότερα καταστήματα σούπερ μάρκετ και παντοπωλεία στην Κρήτη. Παράλληλα, διαθέτει δύο (2) καταστήματα Cash & Carry (σε Τήνο και Πάρο)<sup>14</sup>. Οι κεντρικές αποθήκες του Συνεταιρισμού είναι δύο (2) και βρίσκονται στα Χανιά Κρήτης και στον Ασπρόπυργο Αττικής αντίστοιχα.
20. Ο Συνεταιρισμός διοικείται από 7μελές Διοικητικό Συμβούλιο<sup>15</sup> και συμμετέχει, μεταξύ άλλων, και στις εξής εταιρείες: (α) ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΡΕΘΥΜΝΟΥ Α.Ε., με ποσοστό συμμετοχής [...] και κύκλο εργασιών το 2021 της τάξεως του [...]. Η εταιρεία έχει ως αντικείμενο την ίδρυση, εγκατάσταση και λειτουργία τοπικής εμβέλειας τηλεοπτικού σταθμού, (β) ΕΡΩΤΙΚΟΣ ΕΠΕ, με ποσοστό συμμετοχής [...] και κύκλο εργασιών το 2021 της τάξεως των [...]. Η εταιρεία έχει ως αντικείμενο την ίδρυση, εγκατάσταση και λειτουργία τοπικής εμβέλειας ραδιοφωνικού σταθμού, (γ) ΕΤΑΝΑΠ<sup>16</sup> ΑΕ, βιομηχανία εμφιαλώσεως νερού και αναψυκτικών με [...], δ) Βιοχύμ ΑΕ, βιομηχανία εμφιαλώσεως χυμών με [...], ε) ΑΝΑΤΟΛΗ ΑΕ, βιομηχανία εμφιαλώσεως ελαιόλαδου με [...], στ) ΑΝΕΚ ΑΕ, ναυτιλιακή εταιρεία με [...] (κοινές μετοχές) και [...] (προνομιούχες μετοχές) και ζ) Συνεταιριστική Τράπεζα Χανίων με [...].
21. Τέλος, ο Συνεταιρισμός είναι μέλος του ομίλου «ΕΛ.ΟΜ.Α.Σ. Ελληνικός Όμιλος Αγορών Σούπερ Μάρκετ Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης», και [...]. Στη γνωστοποίηση διευκρινίζεται ότι μετά την ολοκλήρωση της γνωστοποιούμενης συναλλαγής, η νέα εταιρεία στην οποία θα εισφερθεί ο κλάδος χονδρικής και λιανικής πώλησης του ΣΥΝ.ΚΑ και στην οποία η ΜΑΣΟΥΤΗΣ θα συμμετέχει κατά ποσοστό 50% δεν θα παραμείνει μέλος του ΕΛΟΜΑΣ.

## **Π.2 Η εταιρεία «Διαμαντής Μασούτης ΑΕ-ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ»<sup>17</sup>**

22. Η εταιρεία ΜΑΣΟΥΤΗΣ, με έδρα στη Θέρμη της Θεσσαλονίκης, ξεκίνησε τη λειτουργία της στον κλάδο του λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα το 1976. Αντικείμενό της είναι η εκμετάλλευση επιχείρησης πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ και καταναλωτικών αγαθών. Το δίκτυο πωλήσεων<sup>18</sup> της Μασούτης περιλαμβάνει:

- 311 καταστήματα λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ που λειτουργούν με την επωνυμία «ΜΑΣΟΥΤΗΣ», και

<sup>12</sup> Βλ. Παράρτημα Ζ της υπ' αριθ. πρωτ. 2889/24.3.2022 και σελ.4 της υπ' αριθ. πρωτ. 3163/1.4.2022 επιστολής της γνωστοποιούσας

<sup>13</sup> [...]

<sup>14</sup> [...]

<sup>15</sup> Τα μέλη του Δ.Σ. είναι οι: [...].

<sup>16</sup> Βλ. Παράρτημα Θ της υπ' αριθ. πρωτ. 2889/24.3.2022 απάντησης της γνωστοποιούσας

<sup>17</sup> Βλ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2127/4.03.2022 έντυπο γνωστοποίησης

<sup>18</sup> Βλ. σελ. 8 του εντύπου γνωστοποίησης

- 22 καταστήματα χονδρικής που λειτουργούν με την επωνυμία «Cash & Carry Μασούτης».
23. Περαιτέρω, η Μασούτης διατηρεί δίκτυο ειδικών συνεργατών με την επωνυμία «Express Market». Στο δίκτυο «Express Market» έχουν ενταχθεί σήμερα περί τα 200 καταστήματα λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ. Σύμφωνα με την άποψη της ΜΑΣΟΥΤΗΣ πρόκειται για ανεξάρτητες επιχειρήσεις που επωφελούνται μεν των συμφωνιών προμήθειας του ομίλου αγορών Μασούτης για μέρος των πωλούμενων προϊόντων τους, επιχειρούν όμως στην αγορά επ' ιδίω ονόματι και κινδύνω καθορίζοντας κατά τη δική τους επιχειρηματική κρίση την εμπορική τους πολιτική.
24. Η μετοχική σύνθεση της ΜΑΣΟΥΤΗΣ έχει ως ακολούθως: [...].
25. Το ΔΣ της Μασούτης είναι τριμελές και απαρτίζεται από τους: [...]

### **Π.3 Οι εταιρείες ΓΑΛΑΞΙΑΣ Α.Ε. και ΜΑΡΚΑΤΟ Α.Ε.<sup>19</sup>**

26. Οι εταιρείες ΓΑΛΑΞΙΑΣ και ΜΑΡΚΑΤΟ εδρεύουν στο Δήμο Κέρκυρας και λειτουργούν δέκα εννέα (19) καταστήματα λιανικής και χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ πάσης φύσεως. Ειδικότερα η ΓΑΛΑΞΙΑΣ διατηρεί δεκαπέντε (15) καταστήματα και η ΜΑΡΚΑΤΟ τέσσερα (4) καταστήματα, αποκλειστικά στη νήσο Κέρκυρα, υπό τα σήματα «ΔΗΜΗΤΡΑ markets» και «ΜΑΡΚΑΤΟ supermarkets» αντίστοιχα. Οι εταιρείες δραστηριοποιούνται εδώ και πολλές δεκαετίες στην τοπική αγορά<sup>20</sup>. Συγκεκριμένα, το πρώτο κατάστημα υπό το σήμα «ΔΗΜΗΤΡΑ» εγκαινιάσθηκε το 1979. Το έτος 1995 και ενόσω το δίκτυο της ΓΑΛΑΞΙΑΣ ήδη αριθμούσε έξι (6) καταστήματα, οι μέτοχοι της τελευταίας υπεισήλθαν και στο μετοχικό κεφάλαιο της ΜΑΡΚΑΤΟ, η οποία λειτουργούσε τα τέσσερα (4) καταστήματα υπό το σήμα «ΜΑΡΚΑΤΟ». Η επέκταση του δικτύου συνεχίσθηκε τα επόμενα χρόνια με το τελευταίο κατάστημα να εγκαινιάζεται υπό το σήμα «ΔΗΜΗΤΡΑ» το 2014. Η ΓΑΛΑΞΙΑΣ ήταν από τα ιδρυτικά μέλη του ΕΛ.ΟΜ.Α.Σ. το 1994 και σήμερα κατέχει [...] στον εν λόγω Όμιλο Αγορών.<sup>21</sup>
27. Κατά την ημερομηνία της γνωστοποίησης της συγκέντρωσης, το μετοχικό κεφάλαιο αφενός της ΓΑΛΑΞΙΑΣ ανέρχεται στο ποσό των [...], διαιρούμενο σε [...] μετοχές και αφετέρου της ΜΑΡΚΑΤΟ στο ποσό των [...], διαιρούμενο σε [...] μετοχές. Η μετοχική σύνθεση των δύο ως άνω εταιρειών είναι κοινή, ήτοι σε αμφότερες μοναδικός μέτοχος (100%) είναι ο ΣΥΝΚΑ ΚΡΗΤΗΣ. Το Διοικητικό Συμβούλιο των εταιρειών αποτελείται από τους<sup>22</sup>: [...]

### **Π.4 Οι εταιρείες «ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΡΕΘΥΜΝΟΥ Α.Ε.» και «ΕΡΩΤΙΚΟΣ ΕΠΕ»**

28. Η εταιρεία «ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΡΕΘΥΜΝΟΥ Α.Ε.» συστάθηκε στις 04/03/1998 και έχει ως αντικείμενο την ίδρυση, εγκατάσταση και λειτουργία του περιφερειακής εμβέλειας (νομοί

<sup>19</sup> Βλ. αναλυτικά και την υπ'αρ.πρωτ. 1225/13.2.2020 Εισήγηση επί της υπ' αριθ. πρωτ. 8609/27.12.2019 γνωστοποίησης απόκτησης αποκλειστικού ελέγχου επί των εταιρών ΓΑΛΑΞΙΑΣ ΑΕ και ΜΑΡΚΑΤΟ ΑΕ από τον ΣΥΝΚΑ ΚΡΗΤΗΣ.

<sup>20</sup> Βλ. ιστοσελίδα [www.dimitramarkets.gr](http://www.dimitramarkets.gr), ενότητα «Ιστορική Αναδρομή».

<sup>21</sup> Η ΜΑΡΚΑΤΟ δεν κατέχει μερίδα συμμετοχής στον ΕΛ.ΟΜ.Α.Σ.

<sup>22</sup> Για το διάστημα από 15/04/2020 έως 14/04/2025.

Ηρακλείου, Λασιθίου, Ρεθύμνης και Χανίων) τηλεοπτικού σταθμού ενημερωτικού χαρακτήρα «ΝΕΑ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΡΗΤΗΣ»<sup>23</sup>.

29. Η «ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΡΕΘΥΜΝΟΥ Α.Ε.» τελεί επί του παρόντος υπό τον αποκλειστικό έλεγχο του ΣΥΝ.ΚΑ ΚΡΗΤΗΣ, ο οποίος κατέχει ποσοστό περίπου [...] του μετοχικού της κεφαλαίου. Το Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρείας αποτελείται από τους<sup>24</sup>: [...].

30. Η εταιρεία «ΕΡΩΤΙΚΟΣ ΕΠΕ» συστάθηκε στις 28/11/1989 και έχει ως αντικείμενο την ίδρυση, εγκατάσταση και λειτουργία του περιφερειακής εμβέλειας (Νομός Χανίων) ραδιοφωνικού σταθμού μη ενημερωτικού χαρακτήρα «ΕΡΩΣ 105FM» (πρώην «TOP CHANNEL»).

Η «ΕΡΩΤΙΚΟΣ ΕΠΕ» τελεί επί του παρόντος υπό τον αποκλειστικό έλεγχο του ΣΥΝ.ΚΑ ΚΡΗΤΗΣ, ο οποίος κατέχει ποσοστό περίπου [...] του μετοχικού της κεφαλαίου. Διαχειριστής της εταιρείας είναι ο [...].

## II.5 Κύκλοι εργασιών των μερών

31. Σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 10 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει, ο κύκλος εργασιών καθεμίας από τις συμμετέχουσες στην υπό κρίση πράξη επιχειρήσεις τα δύο τελευταία οικονομικά έτη (2020 και 2021) στην ελληνική και παγκόσμια αγορά είχε ως εξής:

**Πίνακας 1:** Κύκλοι εργασιών των μερών 2020

<b>ΚΥΚΛΟΙ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (σε €)</b>		
<b>Εταιρείες</b>	<b>2020</b> <b>Παγκόσμια /Ελληνική αγορά</b>	<b>2021</b> <b>Παγκόσμια/Ελληνική Αγορά</b>
ΣΥΝΚΑ	[...] <sup>25</sup>	[...]
ΓΑΛΑΞΙΑΣ	[...]	[...]
ΜΑΡΚΑΤΟ	[...]	[...]
ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΡΕΘΥΜΝΟΥ ΑΕ	[...]	[...]
ΕΡΩΤΙΚΟΣ ΕΠΕ	[...]	[...]
<b>ΣΥΝΟΛΟ (Α)</b>	[...]	[...]
ΜΑΣΟΥΤΗΣ	[...]	[...]
<b>ΣΥΝΟΛΟ (Β)</b>	[...]	[...]
<b>ΣΥΝΟΛΟ Α + Β</b>	[...]	[...]

*Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ΓΛΑ, προσκομισθέντων με το υπ'αριθ.πρωτ.2127/4.03.2022 έντυπο γνωστοποίησης και τις υπ' αριθ.πρωτ. 2889/24.3.2022 και 3163/1.4.2022 επιστολές.*

<sup>23</sup> Βλ. <https://www.neatv.gr/>

<sup>24</sup> Για το διάστημα από 29.3.2018 έως 28.3.2023

<sup>25</sup> [...].



### III Η ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΘΕΙΣΑ ΠΡΑΞΗ - ΕΝΝΟΙΑ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ

#### III.1 Χαρακτηρισμός της υπό κρίση πράξης

32. Κατά το άρθρο 5 παρ. 2 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει, συγκέντρωση επιχειρήσεων πραγματοποιείται όταν προκύπτει μόνιμη μεταβολή του ελέγχου, μεταξύ άλλων στην περίπτωση κατά την οποία ένα ή περισσότερα πρόσωπα που ελέγχουν ήδη τουλάχιστον μία επιχείρηση ή περισσότερες αποκτούν άμεσα ή έμμεσα τον έλεγχο του συνόλου ή τμημάτων μιας ή περισσοτέρων άλλων επιχειρήσεων, με την αγορά τίτλων ή στοιχείων του ενεργητικού, με σύμβαση ή με άλλο τρόπο.
33. Στην υπό εξέταση περίπτωση, η γνωστοποιούμενη συγκέντρωση αποτελείται από τις ακόλουθες επιμέρους πράξεις απόκτησης ελέγχου από την γνωστοποιούσα:

α) η ΜΑΣΟΥΤΗΣ αποκτώντας συμμετοχή ύψους 50% στο μετοχικό κεφάλαιο της νέας υπό σύσταση ανώνυμης εταιρείας, στην οποία θα εισφερθεί -μετά από απόσχιση- ο κλάδος του χονδρικού και λιανικού εμπορίου του ΣΥΝ.ΚΑ, μετόχου κατά το υπόλοιπο 50% της νέας εταιρείας, αποκτά **κοινό έλεγχο** επ' αυτής, επί τριάντα έξι (36) καταστημάτων πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ στην Κρήτη, ενός (1) καταστήματος "cash & carry" στην Κρήτη (Νομός Χανίων), αποθηκών στην Κρήτη και μίας (1) αποθήκης στον Ασπρόπυργο Αττικής, καθώς και επί των εταιρειών με την επωνυμία «ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΡΕΘΥΜΝΟΥ Α.Ε.» και «ΕΡΩΤΙΚΟΣ ΕΠΕ» που λειτουργούν τους ραδιοφωνικούς σταθμούς τοπικής εμβέλειας «ΝΕΑ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΡΗΤΗΣ» και «ΕΡΩΣ 105 FM», αντιστοίχως<sup>26</sup>.

Ο έλεγχος θα ασκείται από κοινού με τον ΣΥΝ.ΚΑ καθότι:

-Η εκπροσώπηση (δικαιώματα ψήφου) των δύο μετόχων στις ΓΣ της νέας εταιρείας θα είναι σε ποσοστό 50%-50%, επομένως για την λήψη οιασδήποτε απόφασης θα απαιτείται συμφωνία μεταξύ των δύο μετόχων.

-Ως προς τη σύνθεση του ΔΣ της νέας εταιρείας, έκαστος εκ των δύο μετόχων θα έχει το δικαίωμα να επιλέγει και να υποδεικνύει στον έτερο μέτοχο ως μέλη ΔΣ δύο (2) πρόσωπα της επιλογής του. Έκαστος μέτοχος στη ΓΣ για την εκλογή μελών οφείλει να ψηφίζει και τα δύο μέλη που προτείνονται από τον άλλο μέτοχο. [...].

-Με την είσοδο της ΜΑΣΟΥΤΗΣ ως μετόχου της νέας εταιρείας, το καταστατικό αυτής θα τροποποιηθεί και θα περιλαμβάνονται συγκεκριμένοι όροι, μεταξύ των οποίων<sup>27</sup>:

(i) αποφάσεις που αφορούν [...] ανατίθενται στην αποκλειστική αρμοδιότητα της ΓΣ και απαιτούν ομοφωνία μεταξύ των δύο μετόχων.

<sup>26</sup> Τα εν λόγω καταστήματα καθώς και το σύνολο των μετοχών των εταιρειών που λειτουργούν τους εν λόγω ραδιοφωνικούς σταθμούς ανήκουν στον ΣΥΝ.ΚΑ και θα εισφερθούν λόγω της απόσχισης κλάδου στη νέα υπό σύσταση ανώνυμη εταιρεία.

<sup>27</sup> [...]

(ii) για σειρά ζητημάτων που άπτονται [...] θα αποφασίζει αποκλειστικά το ΔΣ με ομόφωνη απόφαση<sup>28</sup>.

β) η ΜΑΣΟΥΤΗΣ εξαγοράζοντας το σύνολο (100%) των κοινών ονομαστικών μετοχών των εταιρειών ΓΑΛΑΞΙΑΣ και ΜΑΡΚΑΤΟ, που σήμερα κατέχει αποκλειστικά ο ΣΥΝ.ΚΑ και θα εισφερθούν στη νέα υπό σύσταση ανώνυμη εταιρεία, αποκτά τον **αποκλειστικό έλεγχο** επ' αυτών, καθώς και επί δεκαεννέα (19) καταστημάτων πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ και αποθηκών στην Κέρκυρα<sup>29</sup>.

γ) η ΜΑΣΟΥΤΗΣ θα αποκτήσει -μέσω αγοράς του συνόλου του παγίου εξοπλισμού, των αποθεμάτων εμπορευμάτων καθώς και των ιδιόκτητων ακινήτων<sup>30</sup>- από τη νέα υπό σύσταση ανώνυμη εταιρεία, τον **αποκλειστικό έλεγχο** επί δεκατριών (13) καταστημάτων πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ στις νήσους Τήνο, Κάλυμνο, Νάξο, Πάρο, Χίο, Μήλο, Σύρο και Σαντορίνη), ενός (1) καταστήματος “cash & carry” στην νήσο Τήνο, ενός (1) καταστήματος “cash & carry” στην νήσο Πάρο και αποθηκών στα ανωτέρω νησιά<sup>31</sup>.

34. Ως εκ τούτου η γνωστοποιηθείσα συναλλαγή συνιστά συγκέντρωση κατά την έννοια της παρ. 5 του άρθρου 5 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει.

### **III.2 Αρμοδιότητα ΕΑ**

35. Η υπό κρίση συγκέντρωση υπόκειται σε προηγούμενη γνωστοποίηση, καθώς εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 6 παρ. 1 του ν. 3959/2011<sup>32</sup>, όπως ισχύει και έχει εθνική διάσταση με βάση τους γνωστοποιηθέντες, σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 10 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει, κύκλους εργασιών των συμμετεχουσών επιχειρήσεων κατά το έτος 2020 στην ελληνική και παγκόσμια αγορά, οι οποίοι παρατίθενται συνοπτικά στον ανωτέρω Πίνακα 1. Η υπό κρίση συγκέντρωση δεν έχει κοινοτική διάσταση, καθώς οι παγκόσμιοι κύκλοι εργασιών των συμμετεχουσών επιχειρήσεων δεν υπερβαίνουν τα

<sup>28</sup> Για την σημασία ομοφωνίας επί αποφάσεων σε θέματα προϋπολογισμού, επιχειρησιακού προγράμματος και σημαντικών επενδύσεων, βλ. Κωδικοποιημένη Ανακοίνωση της Επιτροπής για θέματα δικαιοδοσίας βάσει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004 για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων, ΕΕ 2008, C95, σελ. 1 (στο εξής: Κωδικοποιημένη Ανακοίνωση), παρ. 65 επ.

<sup>29</sup> Τα εν λόγω καταστήματα περιήλθαν στον ΣΥΝ.ΚΑ λόγω της προαναφερθείσας εξαγοράς των εταιρειών ΓΑΛΑΞΙΑΣ και ΜΑΡΚΑΤΟ και θα εισφερθούν λόγω της απόσχισης κλάδου στη νέα υπό σύσταση ανώνυμη εταιρεία.

<sup>30</sup> Συγκέντρωση πραγματοποιείται και στην περίπτωση απόκτησης ελέγχου επί των στοιχείων ενεργητικού, που αποτελούν το σύνολο ή τμήμα μιας επιχείρησης, δηλαδή μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας με παρουσία στην αγορά της οποίας μπορεί να προσδιοριστεί σαφώς ο κύκλος εργασιών. Βλ. Κωδικοποιημένη Ανακοίνωση, παρ. 24, με παραπομπή σε σχετική νομολογία.

<sup>31</sup> Τα εν λόγω καταστήματα περιήλθαν στον ΣΥΝ.ΚΑ λόγω της προαναφερθείσας απορρόφησης της εταιρείας ΒΙΔΑΛΗΣ και θα εισφερθούν λόγω της απόσχισης κλάδου στη νέα υπό σύσταση ανώνυμη εταιρεία.

<sup>32</sup> Σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 6 παρ. 1: «Κάθε συγκέντρωση επιχειρήσεων πρέπει να γνωστοποιείται στην Επιτροπή Ανταγωνισμού μέσα σε τριάντα ημέρες από τη σύναψη συμφωνίας ή τη δημοσίευση 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 εκατό 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».

κατώτατα όρια των άρθρων 1 παρ. 2 και 3 του Κανονισμού (ΕΚ) 139/2004<sup>33</sup>. Ενόψει των ανωτέρω, η παρούσα γνωστοποίηση υποβάλλεται αρμοδίως ενώπιον της ΕΑ.

#### IV Παραδεκτή και εμπρόθεσμη γνωστοποίηση

36. Ως προς τον εμπρόθεσμο χαρακτήρα της γνωστοποίησης, σημειώνεται ότι το έντυπο γνωστοποίησης με αριθ. πρωτ. 2127 υπεβλήθη στην Ε.Α. την 4.03.2022, ήτοι εντός 18 ημερών μετά την υπογραφή από τα μέρη του με ημερομηνία 14.02.2022 Συμφωνητικού. Ως αφετηρία της προθεσμίας των 30 ημερών προς γνωστοποίηση λογίζεται η ημερομηνία υπογραφής του Συμφωνητικού. Με το έντυπο γνωστοποίησης συνυποβλήθηκε και το προβλεπόμενο από το άρθρο 45 του ν. 3959/2011 παράβολο. Ως εκ τούτου, η εν λόγω γνωστοποίηση θεωρείται εμπρόθεσμη και παραδεκτή σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 6 παρ. 1 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει.
37. Στην προκειμένη περίπτωση, η απόκτηση ελέγχου από την ΜΑΣΟΥΤΗΣ επί των προαναφερόμενων επιχειρήσεων, καταστημάτων και συμμετοχών συνιστά **ενιαία** συγκέντρωση. Ειδικότερα, ο **αλληλένδετος** χαρακτήρας των ως άνω εξαγορών προκύπτει από τα εξής<sup>34</sup>: α) η απόκτηση ελέγχου επί των στόχων (οι οποίοι επί του παρόντος τελούν υπό τον έλεγχο της ίδιας επιχείρησης, ήτοι του ΣΥΝ.ΚΑ ΚΡΗΤΗΣ) λαμβάνει χώρα ταυτοχρόνως και στο πλαίσιο της ίδιας συμφωνίας και, αφετέρου, ο έλεγχος αποκτάται από την ίδια επιχείρηση (γνωστοποιούσα). Καθίσταται, επομένως, σαφές ότι οι υποκείμενες πράξεις έχουν ενιαίο χαρακτήρα και τελούν σε αλληλεξάρτηση τόσο από οικονομική, όσο και από νομική άποψη<sup>35</sup>, β) το γεγονός ότι σε τμήμα των επιχειρήσεων και καταστημάτων ο αποκτώμενος από τη ΜΑΣΟΥΤΗΣ έλεγχος είναι κοινός, ενώ σε έτερο τμήμα αποκλειστικός, δεν αναιρεί τον ενιαίο χαρακτήρα της γνωστοποιούμενης συγκέντρωσης,

<sup>33</sup> Βλ. άρθρο 1 παρ. 2 και 3 του Κανονισμού του Συμβουλίου 139/2004 της 20.1.2004, για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων («Κοινοτικός κανονισμός συγκεντρώσεων»), ΕΕ L 024 της 29.1.2004, σελ. 1 – 22, σύμφωνα με το οποίο: «[...] 2. Μία συγκέντρωση έχει κοινοτική διάσταση όταν: α) ο συνολικός κύκλος εργασιών που πραγματοποιούν παγκοσμίως όλες οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις υπερβαίνει τα 5 δισεκατομμύρια ευρώ και β) δύο τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν, κάθε μία χωριστά, εντός της Κοινότητας, συνολικό κύκλο εργασιών άνω των 250 εκατομμυρίων ευρώ, εκτός εάν κάθε μία από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιεί άνω των δύο τρίτων του συνολικού κοινοτικού κύκλου εργασιών της σε ένα και το αυτό κράτος μέλος. 3. Μία συγκέντρωση που δεν υπερβαίνει τα κατώτατα όρια που προβλέπονται στην παράγραφο 2 έχει κοινοτική διάσταση, εφόσον: α) ο συνολικός κύκλος εργασιών που πραγματοποιούν παγκοσμίως όλες οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις υπερβαίνει τα 2,5 δισεκατομμύρια ευρώ· β) ο συνολικός κύκλος εργασιών που πραγματοποιούν όλες οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις σε κάθε ένα από τρία τουλάχιστον κράτη μέλη, υπερβαίνει τα 100 εκατομμύρια ευρώ· γ) σε κάθε ένα από τα τρία τουλάχιστον κράτη μέλη που λαμβάνονται υπόψη για τους σκοπούς του στοιχείου β), δύο τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν κάθε μία χωριστά συνολικό κύκλο εργασιών άνω των 25 εκατομμυρίων ευρώ και δ) δύο τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν, κάθε μία χωριστά, εντός της Κοινότητας συνολικό κύκλο εργασιών άνω των 100 εκατομμυρίων ευρώ, εκτός εάν κάθε μία από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιεί άνω των δύο τρίτων του συνολικού κοινοτικού κύκλου εργασιών της σε ένα και το αυτό κράτος μέλος».

<sup>34</sup> Βλ. σχετικά, σημείο 20 της αιτιολογικής σκέψης του Κοινοτικού Κανονισμού Συγκεντρώσεων, καθώς και παρ. 36 επ. της Κωδικοποιημένης Ανακοίνωσης.

<sup>35</sup> Βλ. και το από 14.02.2022 Ιδιωτικό Συμφωνητικό (Παράρτημα 1 του εντύπου γνωστοποίησης), άρθρο 19: «[...] Η άκυρη ή μη δυνάμενη να εφαρμοσθεί διάταξη θα υποκαθίσταται από διάταξη που θα ανταποκρίνεται στην δικαιοπρακτική Βούληση και τον επιδιωκόμενο σκοπό των μερών, που είναι η συμφωνία να ισχύει μόνο εν συνόλω». Βλ. Κωδικοποιημένη Ανακοίνωση, παρ. 46. Ενδείξεις για τη de facto αλληλεξάρτηση μεταξύ των συναλλαγών, προκειμένου για τον χαρακτηρισμό τους ως μίας συγκέντρωσης, συνιστούν η σύντομη χρονική απόσταση μεταξύ της σύναψης των συναλλαγών, η επιδίωξη κοινού οικονομικού σκοπού και πιθανώς το γεγονός ότι μπορεί να συμφωνούνται υπό κοινό συμβατικό κείμενο.

δεδομένου ότι, αφενός οι επιμέρους πράξεις τελούν σε αλληλεξάρτηση και είναι αλληλένδετες κατά τα προρρηθέντα, αφετέρου η ίδια επιχείρηση (ΜΑΣΟΥΤΗΣ) που αποκτά αποκλειστικό έλεγχο αποκτά επίσης και κοινό έλεγχο<sup>36</sup>.

38. Με την υπ' αριθ. πρωτ. 2378/11.3.2022 επιστολή της, η γνωστοποιούσα κοινοποίησε στην Ε.Α. αντίτυπο του φύλλου της ημερήσιας οικονομικής εφημερίδας πανελλαδικής κυκλοφορίας «ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ» της 10.03.2022, στο οποίο δημοσίευσε την υπό κρίση συναλλαγή. Το περιεχόμενο της ως άνω δημοσίευσης αναρτήθηκε στο διαδικτυακό τόπο της Ε.Α. την 1.04.2022, κατά τα προβλεπόμενα στο άρθρο 6 παρ. 6 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει.
39. Ως προς τον προσήκοντα χαρακτήρα της γνωστοποίησης, σημειώνεται ότι, κατά την εξέταση του φακέλου, η ΓΔΑ απέστειλε απέστειλε τις υπ' αριθ. πρωτ. οικ. 2493/16.03.2022 και 2993/29.03.2022 επιστολές προς τη γνωστοποιούσα, βάσει των άρθρων 8 παρ. 11 και 38 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει, ζητώντας στοιχεία απαραίτητα για την αξιολόγηση της συγκέντρωσης, στις οποίες η γνωστοποιούσα απάντησε με τις υπ' αριθ. πρωτ. 2889/24.3.2022 και 3163/1.4.2022 επιστολές της, αντιστοίχως, οπότε η γνωστοποίηση κατέστη πλήρης και προσήκουσα.
40. Ως εκ τούτου, η προθεσμία έκδοσης απόφασης της Ε.Α. επί της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης παρέρχεται κανονικά την 3.05.2022. Ωστόσο, με το υπ' αριθ. πρωτ. 4043/26.4.2022 μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της γνωστοποιούσας, σύμφωνα με το άρθρο 8 παρ. 11 του ν.3959/11, συναίνεσε σε παράταση της ως άνω προθεσμίας μέχρι την 10.5.2022.

## **V ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ –ΜΕΡΙΑΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ**

### **V.1 Εισαγωγικά**

41. 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, όπου οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις συμμετέχουν στην προμήθεια προϊόντων ή υπηρεσιών και οι όροι του ανταγωνισμού είναι επαρκώς ομοιογενείς και η οποία μπορεί να διακριθεί από γειτονικές κυρίως περιοχές, διότι στις εν λόγω περιοχές οι όροι του ανταγωνισμού διαφέρουν σημαντικά<sup>37</sup>.

Κατά πάγια πρακτική και νομολογία (τόσο σε Ευρωπαϊκό όσο και σε εθνικό επίπεδο), η Ε.Α. επικεντρώνει την έρευνά της στις «επηρεαζόμενες» σχετικές αγορές της εκάστοτε υπό κρίση συγκέντρωσης, δηλαδή, στις αγορές εκείνες όπου παρουσιάζεται σημαντικός βαθμός επικάλυψης μεταξύ των δραστηριοτήτων των συμμετεχουσών επιχειρήσεων. Ειδικότερα,

<sup>36</sup> Βλ. Κωδικοποιημένη Ανακοίνωση, παρ. 42. Βλ. σχετικός και Απόφαση της 15ης Μαρτίου 2010ΕΕ Μ. 5637 - *Motor Oil (Hellas) Corinth Refineries / Shell Overseas Holdings*, παρ. 13-14.

<sup>37</sup> Βλ. σχετικά Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής όσον αφορά τον ορισμό της σχετικής αγοράς για τους σκοπούς του κοινοτικού δικαίου ανταγωνισμού (97/C 372/03).

ως επηρεαζόμενη αγορά για τους σκοπούς των κανόνων περί ελέγχου συγκεντρώσεων (τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε εθνικό επίπεδο) 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), 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 κάθετες σχέσεις)<sup>38</sup>.

## **V.2 Οριοθέτηση της σχετικής αγοράς προϊόντων – διανομή ειδών σούπερ μάρκετ**

42. Οι σχετικές αγορές προϊόντων της υπό κρίση συγκέντρωσης σχετίζονται με τον κλάδο της διανομής ειδών σούπερ μάρκετ. Ειδικότερα, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (Ε.Επ.) και η Ε.Α. σε προηγούμενες αποφάσεις τους<sup>39</sup> έχουν καταλήξει ότι υπάρχει μία διακριτή αγορά για τη διανομή των προϊόντων τροφίμων και λοιπών καταναλωτικών αγαθών καθημερινής κατανάλωσης (άλλως και **είδη σούπερ μάρκετ**), η οποία αποσκοπεί στην ικανοποίηση των τρεχουσών αναγκών των νοικοκυριών. Περαιτέρω, σύμφωνα με την πρακτική τόσο των εθνικών αρχών ανταγωνισμού όσο και της Ε.Επ.<sup>40</sup>, από την άποψη των δυνητικών αποτελεσμάτων στον ανταγωνισμό, ο εν λόγω κλάδος διακρίνεται κατ' αρχήν σε δύο κατηγορίες αγορών: (α) **αγορά διανομής** ειδών σούπερ μάρκετ, στην οποία οι επιχειρήσεις λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ ενεργούν ως προμηθευτές των τελικών καταναλωτών και (β) **αγορά εφοδιασμού** ειδών σούπερ μάρκετ («αγορά ζήτησης»), στην οποία οι επιχειρήσεις πώλησης τροφίμων και λοιπών καταναλωτικών αγαθών καθημερινής χρήσης ενεργούν ως αγοραστές έναντι των παραγωγών των προϊόντων που πωλούνται από αυτές στους τελικούς καταναλωτές.

43. Κατά πάγια νομολογία, οι αγορές **λιανικής και χονδρικής πώλησης** ειδών σούπερ μάρκετ αποτελούν διακριτές αγορές<sup>41</sup>.

<sup>38</sup> Βλ. σχετικά απόφαση της ΕΑ υπ' αριθ. 558/VI/2013 «Καθορισμός, σύμφωνα με το άρθρο 6 παρ. 5 και 6 του ν. 3959/2011, του ειδικότερου περιεχομένου της γνωστοποίησης συγκέντρωσης επιχειρήσεων, κατ' άρθρα 5-10 του ν. 3959/2011», Ενότητα 1.3.

<sup>39</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις Ε.Επ. COMP/M.946 INTERMARCHE/SPAR, COMP/M.991 PROMODÈS/CASINO, COMP/M.1684 CARREFOUR/PROMODES, COMP/M.1221 REWE/MEINL και COMP/M.2115 CARREFOUR/GB, καθώς και ενδεικτικά αποφάσεις της ΕΑ υπ' αριθ. 17/1995, 106/II/1999, 176/III/2001, 194/III/2001, 204/III/2001, 330/V/2007, 381/V/2008, 496/VI/2010, 544/VII/2012, 572/VII/2013, 582/VII/2013, 599/2014, 600/2015 601/2015 και 637/2017.

<sup>40</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις Ε.Επ. COMP/M.1221 – REWE/MEINL, COMP/M.4590-REWE/DELVITA. Βλ. επίσης και απόφαση Γαλλικής ΑΑ υπ' αριθ. 4-DCC-173 DIA/CARREFOUR.

<sup>41</sup> Βλ. ενδεικτικά τις υπ' αριθ. 381/V/2008, 467/VI/2009 και 601/2015 αποφάσεις ΕΑ και τις εκεί αναφερόμενες παραπομπές.

### **V.2.1 Η αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ – αγορά διανομής**

44. Τα είδη διατροφής αποτελούν το σημαντικότερο ποσοστό των προϊόντων που προσφέρονται προς αγορά στους τελικούς καταναλωτές από τα καταστήματα λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ. Πλέον των ειδών διατροφής, τα προαναφερόμενα καταστήματα συνηθίζεται να προσφέρουν στους τελικούς καταναλωτές και μια σειρά λοιπών προϊόντων καθημερινής κατανάλωσης, όπως απορρυπαντικά, καλλυντικά ευρείας κατανάλωσης, είδη προσωπικής υγιεινής, καθαριστικά, ζωοτροφές κ.λπ. (άλλως προϊόντα οικιακής χρήσης ή παντοπωλείου). Σύμφωνα με την πρακτική της Ε.Επ. και της Ε.Α., τόσο τα είδη διατροφής όσο και τα προαναφερόμενα προϊόντα οικιακής χρήσης εντάσσονται στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ/καταναλωτικών αγαθών καθημερινής χρήσης (product market for daily consumer goods – food / non-food)<sup>42</sup>. Ως προς τα «προϊόντα εκτός παντοπωλείου», όπως υφάσματα, εργαλεία, παιχνίδια, οικιακές συσκευές κ.λπ., το εύρος προϊόντων του καλαθιού μπορεί να παραμείνει ανοικτό για τους σκοπούς της παρούσας συγκέντρωσης<sup>43</sup>, δεδομένου ότι η μη συμπερίληψη αυτής της κατηγορίας στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ δεν επηρεάζει το αποτέλεσμα της υπό κρίση πράξης στον ανταγωνισμό.
45. Επιπροσθέτως, σύμφωνα με παλαιότερες αποφάσεις της ΕΑ<sup>44</sup>, η **αγορά της λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ** θα μπορούσε να διακριθεί περαιτέρω στις εξής κατηγορίες: (α) στις αλυσίδες καταστημάτων (σούπερ μάρκετ, μίνι μάρκετ και υπερμάρκετ)<sup>45, 46</sup>, (β) στα «εκπτώτικα καταστήματα» (soft discount stores and hard discount

<sup>42</sup> Βλ. ενδεικτικά COMP/M.4590-REWE/DELVITA, COMP/M.1221-REWE/MEINL, COMP/M.3905-TESCO-CARREFOUR. Βλ. επίσης απόφαση Ε.Α. 605/2015.

<sup>43</sup> Βλ. ενδεικτικά M.4590 - REWE/DELVITA, παρ. 10 επ., M.3905 – TESCO/CARREFOUR, παρ. 16 επ., καθώς και απόφαση ΕΑ υπ' αριθ. 496/VI/2010, παρ. 38. Βλ. επίσης απόφαση Γερμανικής ΑΑ υπ' αριθ. Β 2 – 333/07 EDEKA/TENGELMANN κ.ά., σελ. 26, που διακρίνει τρεις κατηγορίες προϊόντων, Food, Non-Food I (άλλως Near-Food) και Non-Food II.

<sup>44</sup> Βλ. ενδεικτικά τις υπ' αριθ. 601/2015, 600/2015, 599/2014, 582/VII/2013, 572/VII/2013, 552/VII/2012, 544/VII/2012, 496/VI/2010, 381/V/2008, 330/V/2007, 204/III/2001, 194/III/2001, 176/III/2001 και 106/III/1999 αποφάσεις της ΕΑ

<sup>45</sup> Σημειώνεται ότι σύμφωνα με την υπ' αριθ. 496/VI/2010 απόφαση της ΕΑ, τα κύρια χαρακτηριστικά των αλυσίδων καταστημάτων (σούπερ μάρκετ και υπερμάρκετ) είναι ότι απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή για μαζικές αγορές κυρίως τροφίμων, διαθέτουν μεγάλες επιφάνειες (συνήθως από 200 τ.μ.-2.500 τ.μ. τα σούπερ μάρκετ και από 2.500 τ.μ. και άνω τα υπερμάρκετ), 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. Περαιτέρω, στην εν λόγω απόφαση (βλ. παρ. 76) εξετάζονται οι ανταγωνιστικές συνθήκες για όλες τις κατηγορίες αλυσίδων καταστημάτων λιανικής πώλησης.

<sup>46</sup> Σύμφωνα με τη γαλλική νομολογία (βλ. ενδεικτικά αποφάσεις υπ' αριθ. 14-DCC-30, 14-DCC-146, 12-DCC-112, 11-DCC-05 και 14-DCC-173), τα καταστήματα λιανικής πώλησης ειδών σ/μ διακρίνονται σε: α) υπεραγορές (Υ/Μ) που περιλαμβάνει τα καταστήματα που έχουν από 2.500 τ.μ. και άνω, β) σούπερ μάρκετ (Σ/Μ) που περιλαμβάνει τα καταστήματα που έχουν από 400τ.μ. έως και 2.500 τ.μ. και γ) μίνι μάρκετ (Μ/Μ – κατάστημα γειτονιάς) που περιλαμβάνει καταστήματα που έχουν κάτω των 400 τ.μ. Σύμφωνα με την ανωτέρω νομολογία της γαλλικής αρχής, σε ορισμένες γεωγραφικές περιοχές οι καταναλωτές ενδέχεται να χρησιμοποιούν μία υπεραγορά τροφίμων, ένα σουπερμάρκετ και ένα εκπτώτικό κατάστημα ως κατάστημα γειτονιάς προς υποκατάσταση ενός μικρού καταστήματος λιανικής, ενώ το αντίθετο δεν συμβαίνει.

stores)<sup>47</sup> και (γ) στα παραδοσιακά παντοπωλεία<sup>48</sup>. Σύμφωνα με την πιο πρόσφατη νομολογία της Ε.Επ.<sup>49</sup> η σχετική αγορά προϊόντος συνίσταται κατ' αρχήν στην αγορά λιανικής πώλησης καταναλωτικών αγαθών καθημερινής χρήσης μέσω σύγχρονων δικτύων λιανικής πώλησης (υπεραγορές, σούπερ μάρκετ, μίνι μάρκετ και εκπτώτικα καταστήματα, όπως η LIDL), εξαιρουμένων λοιπών καταστημάτων λιανικής πώλησης, όπως εξειδικευμένα καταστήματα (αρτοποιεία, κρεοπωλεία, καταστήματα ηλεκτρικών συσκευών κ.λπ.), πρατήρια καυσίμων, cash and carry<sup>50</sup> κ.λπ. Ο βαθμός υποκατάστασης των υπηρεσιών που παρέχουν οι ανωτέρω κατηγορίες καταστημάτων διαφοροποιείται κατά περίπτωση και εξαρτάται και από την περιοχή αναφοράς (αστικές, ημιαστικές, αγροτικές περιοχές).

46. Για τους σκοπούς της παρούσας αξιολογείται ότι στην ελληνική επικράτεια στα καταστήματα cash and carry διενεργούνται σχεδόν αποκλειστικά χονδρικές πωλήσεις προϊόντων, απευθυνόμενες κυρίως σε επαγγελματίες, οι οποίοι αποτελούνται κατά κύριο λόγο από μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις και επομένως οι συνθήκες ζήτησης σε αυτήν την αγορά διαφέρουν ουσιωδώς από τις συνθήκες ζήτησης στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ. Συνεπώς, η αγορά των cash and carry θεωρείται διακριτή από την αγορά της λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ στο επίπεδο της διανομής.
47. Για τους σκοπούς της υπό κρίση συγκέντρωσης, ως σχετική αγορά προϊόντος ορίζεται η αγορά λιανικής πώλησης καταναλωτικών αγαθών καθημερινής χρήσης τα οποία διανέμονται μέσω υπεραγορών, σούπερ μάρκετ, μίνι μάρκετ και εκπτώτικων καταστημάτων<sup>51</sup>. Στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιούνται και οι δύο συμμετέχουσες στη συγκέντρωση επιχειρήσεις, ΣΥΝ.ΚΑ ΚΡΗΤΗΣ και ΜΑΣΟΥΤΗΣ, και συνεπώς η γνωστοποιηθείσα πράξη οδηγεί σε οριζόντιες επικαλύψεις στη συγκεκριμένη αγορά.

## **V.2.2 Η αγορά εφοδιασμού (procurement market)**

48. Η αγορά εφοδιασμού αφορά στην αμέσως προηγούμενη οικονομική βαθμίδα (upstream market) από εκείνη της διανομής ειδών σούπερ μάρκετ και περιλαμβάνει την πώληση ειδών

---

<sup>47</sup> Κύρια χαρακτηριστικά των εκπτώτικων καταστημάτων είναι οι ιδιαίτερα χαμηλές τιμές, η σχετικά μικρή ποικιλία προϊόντων (με έμφαση στα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας), το κατά κύριο λόγο μικρό μέσο εμβαδό ανά κατάσταση, ο μεγάλος αριθμός και η αντίστοιχη διασπορά καταστημάτων, καθώς και τα χαμηλά λειτουργικά έξοδα. Σχετικά με το ζήτημα αν τα εκπτώτικα καταστήματα περιλαμβάνονται στην ίδια αγορά, αρχικά η Ε.Επ. στις υποθέσεις COMP/M. 1684-CARREFOUR/PROMODES και COMP/M.1221-REWE/MEINL είχε αφήσει το θέμα ανοικτό. Ακολούθως, στις υποθέσεις COMP/M.3905-TESCO/CARREFOUR (παρ. 12), COMP/M.4590-REWE/DELVITA (παρ. 13) και COMP/M.6506-GROUPE AUCHAN / MAGYAR HIPERMARKET (παρ. 10) κατέληξε ότι τα σούπερ μάρκετ, οι υπεραγορές και τα καταστήματα discount αποτελούν άμεσους ανταγωνιστές και συγκεκριμένα αποτελούν τα «σύγχρονα κανάλια διανομής» (modern distribution channels).

<sup>48</sup> Τα παραδοσιακά παντοπωλεία 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.

<sup>49</sup> Βλ. ενδεικτικά COMP/M.4590-REWE/DELVITA, COMP/M.1221 – REWE/MEINL, COMP/M.3905-TESCO-CARREFOUR. Βλ. επίσης απόφαση ΕΑ 544/VII/2012, παρ. 45 και 572/VII/2013, 582/VII/2013, 599/2014, 600/2015 και 601/2015.

<sup>50</sup> Ιδίως ως προς τα καταστήματα cash and carry βλ. και απόφαση Γερμανικής ΑΑ υπ' αριθ. Β 2 – 333/07 EDEKA /TENGELMANN κ.α., σελ. 29.

<sup>51</sup> Βλ. την πάγια νομολογία σχετικά με την διάκριση της σχετικής αγοράς, όπως ενδεικτικά τις υπ'αρ.701/2020, 637/2017, 381/V/2008, 467/VI/2009, 601/2015 και 623/2016 αποφάσεις Ε.Α. και τις εκεί αναφερόμενες παραπομπές.

σούπερ μάρκετ από τους παραγωγούς/προμηθευτές σε πελάτες/αγοραστές, όπως οι επιχειρήσεις χονδρικού ή λιανικού εμπορίου και λοιπές επιχειρήσεις (όπως οι επιχειρήσεις του κλάδου HO.RE.CA.)<sup>52</sup>.

49. Κατά την αξιολόγηση της υποκατάστασης από την πλευρά της ζήτησης στις αγορές εφοδιασμού, λαμβάνεται υπόψη κατά πάγια πρακτική της Ε.Επ. το σύνολο των προϊόντων που οι παραγωγοί προσφέρουν ή θα μπορούσαν να προσφέρουν προς πώληση στις επιχειρήσεις πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ υπό εύλογους όρους και χωρίς υψηλά κόστη μεταστροφής. Η Ε.Επ. λαμβάνοντας υπόψη τη χαμηλή δυνατότητα των παραγωγών να μεταστρέψουν την παραγωγή τους σε διαφορετικές κατηγορίες προϊόντων, σε συνδυασμό με την ανάγκη των καταστημάτων πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ να προμηθεύονται μια ευρεία γκάμα προϊόντων κατέληξε, κατ' αρχήν, ότι η αγορά εφοδιασμού διακρίνεται περαιτέρω βάσει διαφορετικών ομάδων προϊόντων, όπως κρέας και αλλαντικά, πουλερικά και αυγά, ψωμί και αρτοσκευάσματα, γαλακτοκομικά, φρέσκα φρούτα και λαχανικά, μύρα, κρασί και οινοπνευματώδη ποτά, μη αλκοολούχα ποτά, ζεστά ποτά, γλυκά, βασικά είδη διατροφής, κατεψυγμένα προϊόντα, βρεφικές τροφές, ζωοτροφές, προϊόντα για την περιποίηση του σώματος και καλλυντικά, απορρυπαντικά και είδη καθαρισμού κ.λπ.<sup>53</sup>. Δεν αποκλείεται ορισμένες από τις αγορές εφοδιασμού των ανωτέρω ομάδων προϊόντων να διαθέτουν παρόμοια διάρθρωση και να μπορούν να εξεταστούν από κοινού<sup>54</sup>. Εξάλλου, περαιτέρω διακρίσεις είναι δυνατές ανάλογα με το αν τα προς διάθεση προϊόντα είναι επώνυμα ή ιδιωτικής ετικέτας<sup>55</sup>. Ωστόσο, εν προκειμένω, το εν λόγω ζήτημα δύναται να παραμείνει ανοιχτό, καθώς υπό οιαδήποτε θεώρηση δεν δημιουργεί διαφορετικά αποτελέσματα από τα αναφερόμενα κατωτέρω.
50. Τέλος, η αγορά εφοδιασμού δύναται να διαιρεθεί περαιτέρω ανάλογα με τα κανάλια διανομής, καθώς, κατά την αξιολόγηση των εναλλακτικών δυνατοτήτων που έχει έκαστος προμηθευτής για τη διάθεση των προϊόντων του, πέραν του λιανικού εμπορίου, λαμβάνονται υπόψη και λοιπά κανάλια διανομής, όπως το εξειδικευμένο εμπόριο, τα cash and carry, άλλες επιχειρήσεις χονδρικής, τα καταστήματα γαστρονομίας, τα καταστήματα καλλυντικών και φαρμάκων (drugstores) ή οι εξαγωγές<sup>56</sup>. Στο πλαίσιο αυτό έχει κριθεί<sup>57</sup> για παράδειγμα ότι η αγορά εφοδιασμού καταστημάτων λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ περιλαμβάνει και τα καταστήματα cash and carry, ενώ ξεχωριστή είναι η αγορά εφοδιασμού χονδρεμπόρων και μεγάλων πελατών (ξενοδοχεία, δημόσιο κ.λπ.).

<sup>52</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις Ε.Επ. COMP/M.4590 REWE/DELVITA, παρ. 15, COMP/M.1684 CARREFOUR/PROMODES, παρ. 14, COMP/M.5112 REWE PLUS/DISCOUNT, παρ. 21, και COMP/M.1221 – REWE/MEINL, παρ. 75. Βλ. επίσης και απόφαση Γαλλικής Αρχής Ανταγωνισμού υπ' αριθ. 14-DCC-173/21.11.2014 Dia France SAS/ Carrefour France SAS, παρ. 9.

<sup>53</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις Ε.Επ. M.1221 – REWE/MEINL, παρ. 76-78 και 81, M.4590 - REWE/DELVITA, παρ. 15, και M.5112 - REWE PLUS/DISCOUNT, παρ. 21, καθώς και απόφαση ΕΑ υπ' αριθ. 496/VI/2010, παρ. 40 επ.

<sup>54</sup> Βλ. ενδεικτικά απόφαση Ε.Επ. M.784 – KESKO/TUKO, παρ. 34, καθώς και Γερμανική Αρχή Ανταγωνισμού, Summary of the Final Report of the Sector Inquiry into the food retail sector, 2014.

<sup>55</sup> Βλ. Γερμανική Αρχή Ανταγωνισμού, Summary of the Final Report of the Sector Inquiry into the food retail sector, 2014.

<sup>56</sup> Βλ. ενδεικτικά απόφαση Ε.Επ. M.1221 – REWE/MEINL, παρ. 81.

<sup>57</sup> Βλ. απόφαση υπ' αριθ. B2-333/07 (EDEKA-TENGELMANN) της Γερμανικής Αρχής Ανταγωνισμού.



51. Για τους σκοπούς της υπό κρίση συγκέντρωσης, λαμβάνοντας υπόψη ότι οι συμμετέχουσες στην υπό κρίση πράξη δραστηριοποιούνται τόσο στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ (σ/μ) όσο και στην αγορά χονδρικής πώλησης μέσω καταστημάτων cash and carry αξιολογείται ότι η σχετική αγορά εφοδιασμού περιλαμβάνει τόσο τα καταστήματα λιανικής πώλησης ειδών σ/μ όσο και τα καταστήματα cash and carry.

### **V.2.3 Η αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ – αγορά διανομής**

52. Σύμφωνα με τη Στατιστική Ταξινόμηση των Κλάδων Οικονομικής Δραστηριότητας [NACE Rev1], το χονδρικό εμπόριο περιλαμβάνει επτά (7) επιμέρους διακριτούς κλάδους, μεταξύ των οποίων ο κλάδος χονδρικού εμπορίου τροφίμων, ποτών και καπνού<sup>58</sup> και ο κλάδος χονδρικού εμπορίου ειδών οικιακής χρήσης (παντοπωλείου). Οι εν λόγω αγορές μπορούν να διακριθούν περαιτέρω κατ' αρχήν ανά ειδικότερη ομάδα συναφών προϊόντων<sup>59</sup>.
53. Περαιτέρω, οι ανωτέρω αγορές (κλάδος χονδρικού εμπορίου τροφίμων, ποτών και καπνού και κλάδος χονδρικού εμπορίου ειδών οικιακής χρήσης) δύναται να διακριθούν και ανά ειδικότερο **κανάλι διανομής** (π.χ. διανομή από μεγάλες αλυσίδες, από χονδρεμπορικές εταιρείες, κ.λπ.), αναλόγως του βαθμού εναλλαξιμότητας και υποκατάστασης των υπηρεσιών που παρέχουν, σε συνάρτηση ιδίως με το εύρος και την ποικιλία των προϊόντων που προσφέρουν, την αντίληψη του τυπικού πελάτη, καθώς και την **περιοχή αναφοράς**<sup>60</sup>.
54. Ειδικότερα, η αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ αποτελεί το ενδιάμεσο στάδιο μεταξύ του προμηθευτή (παραγωγού ή εισαγωγέα) και του λιανοπωλητή. Υπό την ευρεία οριοθέτησή της, η σχετική αγορά χονδρικής πώλησης αγαθών είναι ενιαία και περιλαμβάνει α) τα παραδοσιακά πρατήρια – αποθήκες χονδρεμπορίου που απευθύνονται συνήθως σε μεγάλες επιχειρήσεις, οι οποίες αγοράζουν προϊόντα λιγότερο συχνά, σε μεγάλες ποσότητες («bulk»), πληρώνουν με πίστωση και διαθέτουν τους αντίστοιχους αποθηκευτικούς χώρους για να υποστηρίξουν την αποθήκευση του όγκου των προϊόντων που αγοράζουν κάθε φορά καθώς και β) την οργανωμένη χονδρική cash and carry στην οποία διενεργούνται σχεδόν αποκλειστικά χονδρικές πωλήσεις προϊόντων, απευθυνόμενες κυρίως σε επαγγελματίες, οι οποίοι αποτελούνται κατά κύριο λόγο από μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις<sup>61</sup>.

### **V.2.4 Οριοθέτηση της σχετικής γεωγραφικής αγοράς**

#### **V.2.4.1 Η άποψη της γνωστοποιούσας**

<sup>58</sup> Βλ. Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών: Συνθήκες αγοράς και ανταγωνισμός στην Ελληνική Οικονομία (Μέρος Α' και Μέρος Β'), Αθήνα 2011.

<sup>59</sup> Για παράδειγμα, λαμβάνοντας ιδίως υπόψη την εξειδίκευση των περισσότερων χονδρεμπόρων στη διανομή ορισμένων ειδών και τη σύναψη συμβάσεων διανομής μεταξύ αυτών και συγκεκριμένων προμηθευτών, το χονδρικό εμπόριο τροφίμων, ποτών και καπνού μπορεί να διακριθεί σε επιμέρους κατηγορίες, όπως χονδρικό εμπόριο φρούτων και λαχανικών, κρέατος και προϊόντων κρέατος, γαλακτοκομικών προϊόντων, αυγών και βρώσιμων ελαίων και λιπών, ποτών, προϊόντων καπνού, ζάχαρης, σοκολάτας, ειδών ζαχαροπλαστικής, καφέ, τσαγιού, κακάο, μπαχαρικών και άλλων τροφίμων (όπως ψάρια, καρκινοειδή και μαλάκια), καθώς και στο μη ειδικευμένο χονδρικό εμπόριο τροφίμων, ποτών και καπνού (βλ. απόφαση Ε.Α. υπ' αριθ. 536/VI/2012, παρ. 15).

<sup>60</sup> Βλ. απόφαση Ε.Α. υπ' αριθ. 536/VI/2012, παρ. 13 και Ε.Επ. COMP/M.1684 (2000) CARREFOUR/PROMODES, παρ. 21.

<sup>61</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ υπ' αριθ. 330/V/2007, υπό IV.1.B, και 536/VI/2012, παρ. 14.

55. Η γνωστοποιούσα, αναφέρει ως σχετική γεωγραφική αγορά στην υπό κρίση συγκέντρωση
- (i) την αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, η οποία από γεωγραφική άποψη καταλαμβάνει, κατ' αρχήν όλη την Ελληνική επικράτεια και, εν συνεχεία τις νήσους Κρήτη, Πάρο, Νάξο, Τήνο, Σύρο, Μήλο, Σαντορίνη, Κάλυμνο, Χίο και Κέρκυρα (περιοχές δραστηριοποίησης των καταστημάτων-στόχων),
  - (ii) την αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ μέσω καταστημάτων “cash & carry” και χονδρεμπορικών επιχειρήσεων, η οποία, από γεωγραφική άποψη, καταλαμβάνει το σύνολο της Ελληνικής επικράτειας και
  - (iii) την αγορά εφοδιασμού καταστημάτων σούπερ μάρκετ και “cash & carry”, η οποία, από γεωγραφική άποψη, καταλαμβάνει το σύνολο της Ελληνικής επικράτειας (ανάντη αγορά / αγορά «ζήτησης»).

#### ***V.2.4.2 Η γεωγραφική διάσταση της αγοράς λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ – αγορά διανομής***

56. Λαμβάνοντας υπόψη τη νομολογία της Ε.Α.<sup>62</sup> και της Ε.Επ.<sup>63</sup>, στις συνθήκες της προκειμένης υπόθεσης η σχετική γεωγραφική αγορά για την αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ σε επίπεδο διανομής ορίζεται αρχικώς σε επίπεδο νομών της χώρας<sup>64</sup>, στους οποίους δραστηριοποιούνται οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις (καθώς και, κατά περίπτωση, των όμορων νομών), αν ληφθεί ως κριτήριο η επίδραση της γνωστοποιούμενης συγκέντρωσης στον ανταγωνισμό για τον τελικό καταναλωτή<sup>65</sup>. Εν προκειμένω, κάθε νομός της ηπειρωτικής Ελλάδας μπορεί να χρησιμοποιηθεί, για τον σκοπό του ορισμού της σχετικής γεωγραφικής αγοράς, ως γεωγραφικό όριο εντός του οποίου οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις παρέχουν τις σχετικές υπηρεσίες υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού και που μπορεί να διακριθεί από άλλες γειτονικές γεωγραφικές περιοχές λόγω των διαφορετικών συνθηκών ανταγωνισμού που επικρατούν σε αυτούς. Στις περιπτώσεις των νήσων, το κάθε νησί αποτελεί διακριτή γεωγραφική αγορά, λόγω των δυσκολιών στη μετακίνηση του τελικού καταναλωτή.
57. Περαιτέρω, προκειμένου η γεωγραφική οριοθέτηση να λαμβάνει υπόψη τις ιδιαίτερες τοπικές συνθήκες ανά περίπτωση, η Ε.Επ. σε ορισμένες προηγούμενες αποφάσεις της διαπίστωσε αναφορικά με την οριοθέτηση της σχετικής γεωγραφικής αγοράς ότι, από την άποψη του καταναλωτή, οι γεωγραφικές αγορές που επηρεάζονται από μια συγκέντρωση στο λιανικό εμπόριο τροφίμων μπορεί να είναι οι τοπικές αγορές, στις οποίες οι συμμετέχουσες εταιρείες διατηρούν καταστήματα<sup>66</sup>. Αυτές οι τοπικές αγορές μπορούν να

<sup>62</sup> Βλ. ενδεικτικά τις αποφάσεις Ε.Α. 637/2017, 601/2015, 600/2015, 599/2014, 582/VII/2013, 572/VII/2013, 544/VII/2012 και 496/VI/2010.

<sup>63</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις IV/M.1085 (1998) PROMODES/CATTEU, COMP/M.1221 (1999) REWE/MEINL, COMP/M.1684 (2000) CARREFOUR/PROMODES, COMP/M.3905 (2005) TESCO/CARREFOUR.

<sup>64</sup> Με εξαίρεση τις νησιωτικές περιοχές της χώρας όπου η γεωγραφική περιοχή ενδέχεται να περιλαμβάνει όλη την έκταση ενός νησιού.

<sup>65</sup> Βλ. IV/M.803 (1996) - Rewe/Billa, COMP/M.1221 (1999) -REWE/MEINL παρ. 18 και COMP/M.1684 (2000)-CARREFOUR/PROMODES παρ. 25 η οποία άφησε το ζήτημα ανοικτό.

<sup>66</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις IV/M.1085 (1998) PROMODES/CATTEU, παρ. 14, COMP/M.1221 (1999) REWE/MEINL, παρ. 18, COMP/M.1684 (2000) CARREFOUR/PROMODES, παρ. 24, στις οποίες θεωρήθηκε ότι ένα χρονικό διάστημα από 10 έως 30 λεπτά μπορεί να θεωρηθεί εύλογο για το μέγιστο χρόνο οδήγησης που είναι διατεθειμένος να πραγματοποιήσει ο καταναλωτής για να φθάσει στο σούπερ μάρκετ και COMP/M.3905

οριστούν ως κύκλος με κέντρο το μεμονωμένο κατάστημα-στόχο και με ακτίνα απόστασης από αυτό περίπου δέκα με τριάντα λεπτά κατ' ανώτατο με το αυτοκίνητο, ανάλογα με τις συνθήκες της κάθε περίπτωσης. Η Ε.Επ. επεσήμανε ότι η γεωγραφική αγορά μπορεί να οριοθετηθεί ευρύτερα εάν ένας μεγάλος αριθμός τοπικών αγορών, οι οποίες επηρεάζονται από τη συγκέντρωση, συνδέονται λόγω της πυκνότητας των λειτουργούντων καταστημάτων και του πληθυσμού, έτσι ώστε να αλληλοεπικαλύπτονται και να καταλαμβάνουν χωρίς κενά («overlapping circles») μια μεγαλύτερη περιφέρεια ή ακόμα και ολόκληρη την επικράτεια ενός κράτους μέλους<sup>67</sup>.

58. Αντίστοιχο κριτήριο για την οριοθέτηση τοπικών γεωγραφικών αγορών σε υποθέσεις συγκεντρώσεων επιχειρήσεων λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ έχει υιοθετηθεί και από τις εθνικές αρχές ανταγωνισμού της Γαλλίας, της Ισπανίας, της Ιταλίας, της Γερμανίας και της Αγγλίας<sup>68</sup>. Σύμφωνα με τη σχετική πρακτική και νομολογία των αρχών αυτών, η ακτίνα απόστασης μειώνεται (10-15 λεπτά), όταν τα καταστήματα της επιχείρησης-στόχος λειτουργούν σε αμιγώς αστικές περιοχές ή στο κέντρο πόλεων και αντιστοίχως αυξάνεται (15-30 λεπτά), όταν τα καταστήματα βρίσκονται σε ημιαστικές ή αγροτικές περιοχές, ενώ καθοριστικό παράγοντα συνιστά και η προσβασιμότητα των περιοχών αυτών (κατάσταση οδικού δικτύου, ύπαρξη χώρου στάθμευσης, κ.λπ.). Σε γενικές γραμμές, οι καταναλωτές συνηθίζουν να μεταβαίνουν σε καταστήματα κοντά στην κατοικία τους για τις καθημερινές αγορές μικρής αξίας και να διευρύνουν την ακτίνα δράσης για τις αγορές μεγαλύτερης αξίας. Επίσης, η χρήση αυτοκινήτου για τις μετακινήσεις, ακόμη και για τις καθημερινές αγορές, είναι πιο συνήθης στις περιφερειακές συνοικίες σε αντίθεση με το κέντρο των πόλεων, όπου οι καταναλωτές συνήθως μετακινούνται πεζή ή με τα μέσα μαζικής μεταφοράς.

59. Από σχετική έρευνα της ΓΔΑ στη νομολογία τόσο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής<sup>69</sup> όσο και των λοιπών Εθνικών Αρχών Ανταγωνισμού επιβεβαιώθηκε το θέμα της οριοθέτησης της

---

TESCO/CARREFOUR (Τσεχία και Σλοβακία), όπου η τοπική γεωγραφική περιοχή ορίστηκε κατ' αρχήν με ακτίνα απόστασης 20' με το αυτοκίνητο (παρ. 18 επ., 25). Βλ. επίσης COMP/M.5112 (2008) REWE PLUS/DISCOUNT, παρ. 20.

<sup>67</sup> Βλ. λ.χ. COMP/M.3905 (2005) -TESCO / CARREFOUR (Τσεχία και Σλοβακία), παρ. 18 επ.

<sup>68</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις γαλλικής αρχής υπ' αριθ. 14-DCC-173, 14-DCC-30, 14-DCC-146, 13-DCC-90, 13-DCC-57, 12-DCC-112 και 11-DCC-05, ισπανικής αρχής υπ' αριθ. C-0001/07, γερμανικής αρχής υπ' αριθ. B2-333/07 και B9-27/05 και αγγλικής αρχής Safeway plc/Asda Group (9/2003), Somerfield plc/Wm Morrison (9/2005), Sainsbury/Asda (25 Απριλίου 2019). Η ιταλική αρχή ανταγωνισμού σε υποθέσεις συγκέντρωσης επιχειρήσεων/αλυσίδων σούπερ μάρκετ έχει αποφανθεί ότι η γεωγραφική αγορά έχει μία διάσταση τοπική, λαμβάνοντας υπόψη ότι ο καταναλωτής ενδιαφέρεται να αγοράζει από τα κοντινότερα σε αυτόν σημεία πώλησης. Η ακριβής οριοθέτηση της γεωγραφικής αγοράς εξετάζεται ανά περίπτωση, λαμβάνοντας υπόψη το «catchment area» του συνόλου των σημείων πώλησης και το επίπεδο επικάλυψής τους. Ως πρώτο σημείο προσέγγισης χρησιμοποιούνται οι διοικητικές περιφέρειες (π.χ. Μιλάνο, Κόμο, Γένοβα). Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις υπ' αριθ. C11959/2014, C11461/2012 και C11103/2011.

<sup>69</sup> Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διευκρίνισε ότι σε προηγούμενες υποθέσεις της (ενδεικτικά IV/M.1085 Promodes/Catteeu, παρ. 14, COMP/M.1221 Rewe/Meinl, παρ. 18 και COMP/M.1684 Carrefour/Promodes, παρ. 24) η γεωγραφική αγορά της λιανικής πώλησης καθημερινών καταναλωτικών αγαθών από την πλευρά της ζήτησης οριοθετούνται εντός των συνόρων μιας περιοχής όπου οι καταναλωτές μπορούν εύκολα να προσεγγίσουν τα καταστήματα (μία ακτίνα απόστασης περίπου 10 έως 30 λεπτά με το αυτοκίνητο). Η ακτίνα ωστόσο μπορεί να διαφοροποιείται με βάση διάφορα κριτήρια, όπως το μέγεθος των καταστημάτων, η υποδομή αυτών, η πρόσβαση σε αυτά με μέσα μαζικής μεταφοράς, το μέγεθος των νοικοκυριών. Σε αντίστοιχες υποθέσεις η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για τον καθορισμό της γεωγραφικής αγοράς έλαβε υπόψη της τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του κράτους μέλους, στο οποίο αφορούσε η συγκέντρωση, συμπεριλαμβανομένης και της πυκνότητας του

σχετικής αγοράς κατά αντίστοιχο τρόπο, δηλ. ότι η αγορά ορίζεται κατά κύριο λόγο τοπικά σε μία ακτίνα απόστασης (από το κατάστημα στόχου) από 10 έως 30 λεπτά με το αυτοκίνητο και σε συνάρτηση<sup>70</sup> με το μέγεθος των εξαγοραζόμενων καταστημάτων και τις ιδιαιτερότητες που μπορεί να παρουσιάζει κατ' αρχήν η εκάστη εθνική αγορά (π.χ. πληθυσμιακή πυκνότητα, συνήθειες καταναλωτών κλπ) και εν συνεχεία οι τοπικές αγορές (π.χ. προσβασιμότητα από μέσα μαζικής μεταφοράς, οδικό δίκτυο κ.λπ.).

60. Αντιστοίχως, σε πρόσφατες αποφάσεις της<sup>71</sup>, η Ε.Α. όρισε τις σχετικές γεωγραφικές αγορές αρχικά σε επίπεδο νομού και εξέτασε περαιτέρω τις τοπικές αγορές των δήμων ή/και συγκεκριμένων περιοχών εντός αυτών, όπου βρίσκονταν τα υπό εξαγορά καταστήματα, βάσει κατ' αρχήν του ταχυδρομικού κώδικα (Τ.Κ.) κάθε μεμονωμένου καταστήματος-στόχου<sup>72</sup>, εξετάζοντας αν σε αυτές λειτουργούσαν ανταγωνίστριες επιχειρήσεις τοπικής ή πανελλήνιας εμβέλειας. Σε πρόσφατες υποθέσεις συγκεντρώσεων<sup>73</sup>, η Ε.Α. προέβη στην οριοθέτηση της σχετικής γεωγραφικής αγοράς σε τοπικό επίπεδο σε ακτίνα έως 10 λεπτά με το αυτοκίνητο από το κατάστημα στόχος στις αστικές περιοχές και σε ακτίνα έως 30 λεπτά με το αυτοκίνητο σε ημι-αστικές και αγροτικές περιοχές.
61. Στην υπό εξέταση υπόθεση, κατά τα ανωτέρω, ως σχετική γεωγραφική αγορά ορίζεται κατ' αρχήν **κάθε νομός της χώρας**, στον οποίο δραστηριοποιούνται οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ως κριτήριο το αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό για τον τελικό καταναλωτή. Περαιτέρω εξετάζεται η επίδραση στον ανταγωνισμό **σε τοπικό επίπεδο**, δεδομένου ότι το κάθε κατάστημα διαθέτει μια τοπική δύναμη αγοράς, η οποία εξαρτάται από το κόστος μεταβίβασης των καταναλωτών και μεταφοράς εμπορευμάτων από τη μία τοποθεσία στην άλλη. Λαμβάνοντας υπόψη την ανωτέρω νομολογία κρίνεται απαραίτητη η περαιτέρω οριοθέτηση των τοπικών αγορών σε ακτίνα έως **10 λεπτά με το αυτοκίνητο** από το κατάστημα στόχος **για τις αστικές** περιοχές και έως **30 λεπτά για τις ημιαστικές**.

#### ***V.2.4.3 Η γεωγραφική διάσταση της αγοράς εφοδιασμού (procurement market)***

---

πληθυσμού του. Διευκρινίζεται ότι ο ορισμός της κάθε τοπικής αγοράς πρέπει να λαμβάνει χώρα κατά περίπτωση και αφού λαμβάνονται υπόψη οι εκάστοτε ειδικές τοπικές συνθήκες.

<sup>70</sup> Με εξαίρεση κάποιες περιπτώσεις Αρχών που ορίζουν πιο στενά τη γεωγραφική αγορά, π.χ. η ΑΑ της Σλοβακίας την ορίζει σε ακτίνα 5 λεπτών με το αυτοκίνητο.

<sup>71</sup> Βλ. ενδεικτικά την απόφαση Ε.Α. 637/2017 και τις εκεί αναφερόμενες παραπομπές, σχετικά με την στενότερη οριοθέτηση των τοπικών αγορών σε ακτίνα έως 10 λεπτά με το αυτοκίνητο από το κατάστημα στόχος για τις αστικές περιοχές και έως 30 λεπτά για τις ημιαστικές. Βλ. επίσης Ε.Α. 701/2020 και 665/2018.

<sup>72</sup> Κατά πάγια νομολογία της γερμανικής αρχής ανταγωνισμού, η οποία έχει επικυρωθεί από τα αρμόδια δικαστήρια, σε υποθέσεις συγκεντρώσεων επιχειρήσεων λιανικής πώλησης ειδών σ/μ, η εθνική επικράτεια διαχωρίζεται σε 345 τοπικές αγορές λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ με κριτήριο την ακτίνα 20 χλμ. απόστασης ή -ανάλογα με την περίπτωση- 20 λεπτών διαδρομής με το αυτοκίνητο από το κέντρο της εκάστοτε τοπικής αυτοδιοικητικής ενότητας (κοινότητα, δήμος κ.λπ.). Έτσι, οι τοπικές αγορές κατά περίπτωση περιλαμβάνουν δήμους ή/και κοινότητες με βάση τον Τ.Κ. κάθε καταστήματος-στόχου της υπό εξέταση συγκεντρώσης. Βλ. σχετικά απόφαση υπ' αριθ. Β2-333/07 (EDEKA-TENGELMANN).

<sup>73</sup> Βλ. ενδεικτικά την απόφαση Ε.Α. 637/2017 και τις εκεί αναφερόμενες παραπομπές, σχετικά με την στενότερη οριοθέτηση των τοπικών αγορών σε ακτίνα έως 10 λεπτά με το αυτοκίνητο από το κατάστημα στόχος για τις αστικές περιοχές και έως 30 λεπτά για τις ημιαστικές καθώς και τις αποφάσεις Ε.Α. 701/2020, 665/2018, 600/2015, 605/2015 και 607/2015.

62. Σύμφωνα με προηγούμενες αποφάσεις της ΕΑ, από γεωγραφική άποψη, η αγορά εφοδιασμού εκτείνεται στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας, με κριτήριο την υποκατάσταση από την πλευρά των προμηθευτών των επιχειρήσεων λιανικής πώλησης (βιομηχανίες, βιοτεχνίες, εισαγωγείς), καθώς η ενίσχυση του δικτύου μιας αλυσίδας αυξάνει τον όγκο των αγορών που γίνονται συνολικά και κατά συνέπεια τη θέση της και τη διαπραγματευτική της δύναμη, τη δυνατότητα επιβολής όρων και ενδεχομένως τη δημιουργία σχέσεων οικονομικής εξάρτησης των προμηθευτών της<sup>74</sup>.
63. Εν προκειμένω, ως σχετική γεωγραφική αγορά για την αγορά εφοδιασμού ορίζεται **το σύνολο της ελληνικής επικράτειας**.

#### ***V.2.4.4 Η γεωγραφική διάσταση της αγοράς χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ***

64. Σε προηγούμενες αποφάσεις της Ε.Α.<sup>75</sup> που αφορούσαν στην αγορά της χονδρικής πώλησης, η σχετική γεωγραφική αγορά είχε προσδιορισθεί ως το σύνολο της ελληνικής επικράτειας. Βάσει της δραστηριοποίησης των περισσότερων χονδρεμπορικών εταιριών σε συγκεκριμένες περιοχές της Ελλάδας, δεν μπορεί να αποκλεισθεί το ενδεχόμενο περαιτέρω κατάτμησης της γεωγραφικής αγοράς σε επίπεδο όμορων νομών ή/και περιφερειών, στον βαθμό που υφίσταται σημαντικός βαθμός εναλλαξιμότητας ή/και η ύπαρξη αλυσίδας υποκατάστασης.
65. Στην υπό κρίση συγκέντρωση δεν κρίνεται αναγκαία η περαιτέρω διερεύνηση της σχετικής γεωγραφικής αγοράς, καθώς ακόμα και στη βάση ενός υποθετικά πιο στενού ορισμού, η γνωστοποιηθείσα πράξη δεν εγείρει σημαντικά θέματα σε επίπεδο ανταγωνισμού. Ειδικότερα, η γνωστοποιούσα δραστηριοποιείται στην εν λόγω αγορά μέσω της λειτουργίας 22 καταστημάτων cash and carry σε διάφορους νομούς και νησιά της Ελλάδας, ενώ ο ΣΥΝ.ΚΑ ΚΡΗΤΗΣ μέσω δύο (2) καταστημάτων cash and carry στην Τήνο και την Πάρο και ενός (1) στα Χανιά Κρήτης.

### **V.3 Αγορές ΜΜΕ**

#### **V.3.1 Η αγορά της τηλεόρασης ενημερωτικών μέσων**

66. Η Ε.Α. σε παλαιότερες αποφάσεις της<sup>76</sup> είχε κρίνει ότι η αγορά της τηλεόρασης [άλλως και αγορά παροχής τηλεοπτικού περιεχομένου (προγράμματος)] είναι ενιαία, χωρίς περαιτέρω διάκριση, ανεξαρτήτως τόσο του περιεχομένου αναμετάδοσης όσο και τρόπου πρόσβασης στο τηλεοπτικό περιεχόμενο, δηλαδή «ελεύθεροι» και συνδρομητικοί τηλεοπτικοί σταθμοί, βάσει του άρθρου 3 παρ. 1 του Ν. 3592/2007, ως ίσχυε.
67. Μετά την τροποποίηση του Ν. 3592/2007<sup>77</sup>, «[ω]ς συγκέντρωση ελέγχου στην αγορά νοείται το ποσοστό επιρροής του κοινού από τα ενημερωτικά Μέσα κατά την έννοια της παραγράφου

<sup>74</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις Ε.Α. 637/2017, παρ. 40, Ε.Α. 582/VII/2013 υπό Δ.2, 572/VII/2013, παρ. 34, 544/VII/2012, παρ. 48, 496/VI/2010, παρ. 46 και 623/2016, παρ. 31.

<sup>75</sup> Βλ. ενδεικτικά τις υπ' αριθ. 637/2017, 536/VI/2012, 330/V/2007 και 601/2015 αποφάσεις της Ε.Α.

<sup>76</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ υπ' αρ. 393/V/2008, 397/V/2008, 409/V/2008, 415/V/2008, 422/V/2008, 461B/V/2009, 474/VI/2010, 535/VI/2012 και 538/VII/2012, παρ. 13 και άρ. 3, παρ. 1, 3 και 4 Ν. 3592/2007, ως ίσχυαν.

<sup>77</sup> Βλ. άρθρο 6 του Ν. 4279/2014 (ΦΕΚ Α' 158/8.8.2014).

5 του άρθρου 5 του νόμου αυτού ...»<sup>78</sup>. Η δε διάταξη του άρθρου 5 παρ. 5 του ίδιου νόμου ορίζει την έννοια των ενημερωτικών και μη μέσων: «[...] [ω]ς ενημερωτικά μέσα νοούνται εκείνα των οποίων το ημερήσιο πρόγραμμα περιλαμβάνει τακτά πρωτότυπα δελτία ειδήσεων καθημερινά, πολιτικό σχολιασμό και ενημερωτικές εκπομπές, όπως πολιτικής και οικονομικής επικαιρότητας. Τα ενημερωτικά μέσα διακρίνονται σε γενικού και θεματικού περιεχομένου. Γενικού περιεχομένου είναι τα ενημερωτικά μέσα, τα οποία περιέχουν προγράμματα ποικίλης ύλης. Θεματικού περιεχομένου είναι τα ενημερωτικά μέσα των οποίων το πρόγραμμα περιλαμβάνει ειδικό προσανατολισμό σε μία συγκεκριμένη κατηγορία ενημέρωσης, όπως οικονομικού, πολιτικού και θρησκευτικού περιεχομένου. Μη ενημερωτικά μέσα θεωρούνται αυτά, το πρόγραμμα των οποίων δεν έχει ενημερωτικό χαρακτήρα και αφορά αποκλειστικά σε ειδικούς τομείς ψυχαγωγίας και επιμόρφωσης, με περιεχόμενο, όπως μουσικό, αθλητικές μεταδόσεις με ή χωρίς σχολιασμό αθλητικών ειδήσεων, προβολή ταινιών, εκπαιδευτικό ντοκιμαντέρ ή παιδικές εκπομπές, περιλαμβανομένων και των μέσων που μεταδίδουν αποκλειστικά τηλεπωλήσεις, κατά τα οριζόμενα στην παρ. 22 του άρθρου 1 της Οδηγίας 97/36/EK, με την οποία τροποποιήθηκε το άρθρο 19 της Οδηγίας 89/552/EOK [...]». Συνεπώς, η έννοια «ενημερωτικό μέσο» αφορά ρητά πλέον, βάσει της παρ. 1 του άρ. 3 του ως άνω νόμου, την τηλεόραση. Άλλωστε, η Ε.Α., στην απόφαση 611/2015<sup>79</sup> έκρινε ότι υφίσταται διακριτή σχετική αγορά παροχής/μετάδοσης τηλεοπτικού περιεχομένου (προγράμματος) μη ενημερωτικών μέσων.

68. Βάσει της παρ. 13 του άρ. 5 του ίδιου νόμου, «[ό]λες ανεξαιρέτως οι επιχειρήσεις ηλεκτρονικών μέσων ενημέρωσης υποχρεούνται [...] να καταθέσουν στο Ε.Σ.Ρ. υπεύθυνη δήλωση για το χαρακτήρα του προγράμματος τους, ως ενημερωτικού ή μη ενημερωτικού, σύμφωνα με τις διατάξεις του νόμου [...]. Το Ε.Σ.Ρ. ελέγχει τις εν λόγω δηλώσεις με βάση το πρόγραμμα που μεταδίδει ο σταθμός από τη δημοσίευση του παρόντος». Το ΕΣΡ καταρτίζει ειδικούς Πίνακες, στους οποίους μεταξύ άλλων στοιχείων, περιλαμβάνεται και ο χαρακτηρισμός του μέσου ως ενημερωτικού ή μη, με βάση τη φυσιογνωμία του μεταδιδόμενου προγράμματος αυτού.
69. Συνεπώς, για τις ανάγκες της υπό εξέταση συγκέντρωσης, ως σχετική αγορά θεωρείται η αγορά της τηλεόρασης ενημερωτικών μέσων, που περιλαμβάνει τους ενημερωτικούς τηλεοπτικούς σταθμούς<sup>80</sup>, στην οποία δραστηριοποιείται η εταιρεία «ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΡΕΘΥΜΝΟΥ Α.Ε.» μέσω της λειτουργίας του ενημερωτικού τηλεοπτικού σταθμού<sup>81</sup>.
70. Σύμφωνα με το άρθρο 3 του Ν. 3592/2007, ο γεωγραφικός προσδιορισμός της σχετικής αγοράς καθορίζεται κατά περίπτωση από την εμβέλεια του τηλεοπτικού σταθμού ή παρόχου τηλεοπτικού προγράμματος, η οποία με τη σειρά της υπαγορεύεται από την άδεια

<sup>78</sup> Άρθρο 3 παρ. 1 του Ν. 3592/2007, όπως τροποποιήθηκε και ισχύει.

<sup>79</sup> Βλ. σκέψη 108, αναφορικά με το κανάλι ΟΠΑΠ TV.

<sup>80</sup> Βλ. και λίστα τηλεοπτικών σταθμών στην ιστοσελίδα του ΕΣΡ [http://www.esr.gr/arxeion-xml/pages/esr/esrSite/view?section=e5f2cfb3c0aa1e7683571826e98263e5&categ=1cc24e70d0871e7683571826e98263e5&last\\_clicked\\_id=link1](http://www.esr.gr/arxeion-xml/pages/esr/esrSite/view?section=e5f2cfb3c0aa1e7683571826e98263e5&categ=1cc24e70d0871e7683571826e98263e5&last_clicked_id=link1).

<sup>81</sup> Για τον ορισμό της αγοράς παροχής/μετάδοσης τηλεοπτικού και ραδιοφωνικού περιεχομένου βλ και Ε.Α. 611/2015, Ε.Α. 679/2019, Ε.Α. 700/2020 και Ε.Α. 728/2021.

λειτουργίας τους<sup>82</sup>, οπότε εν προκειμένω, καθώς ο εν λόγω τηλεοπτικός σταθμός είναι περιφερειακής εμβέλειας και εκπέμπει στους νομούς Ηρακλείου, Λασιθίου, Ρεθύμνης και Χανίων, ως σχετική γεωγραφική αγορά θα πρέπει να ληφθούν οι νομοί αυτοί.

### V.3.2 Η αγορά του ραδιοφώνου μη ενημερωτικών μέσων

71. Όπως προεκτέθηκε, κατόπιν της τροποποίησης του Ν. 3592/2007, προβλέπεται αφενός η διάκριση των μέσων ενημέρωσης σε ενημερωτικά και μη και αφετέρου ορίζονται οι νομοθετικές διατάξεις βάσει των οποίων υπολογίζεται η συγκέντρωση ελέγχου στην αγορά των μέσων, ανάλογα με τον χαρακτηρισμό αυτών.
72. Ενόψει των ανωτέρω και με βάση το σχετικό χαρακτηρισμό της φυσιογνωμίας του προγράμματος του ραδιοφωνικού σταθμού EROS 105FM από το ΕΣΡ ως «*ραδιοφωνικός σταθμός μη ενημερωτικού περιεχομένου*», για τις ανάγκες της υπό εξέταση συγκέντρωσης **ως σχετική αγορά θεωρείται η αγορά του ραδιοφώνου μη ενημερωτικών μέσων**, που περιλαμβάνει τους μη ενημερωτικούς ραδιοφωνικούς σταθμούς<sup>83</sup> και στην οποία δραστηριοποιείται η εταιρεία «ΕΡΩΤΙΚΟΣ ΕΠΕ», που λειτουργεί τον εν λόγω ραδιοφωνικό σταθμό.
73. Εν προκειμένω, καθώς ο εν λόγω ραδιοφωνικός σταθμός έχει λάβει άδεια λειτουργίας που καλύπτει το νομό Χανίων, ως σχετική γεωγραφική αγορά θα πρέπει να ληφθεί ο νομός Χανίων, όπου η εταιρεία παρέχει τις σχετικές υπηρεσίες υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού<sup>84</sup>.

### V.4 Εξεταζόμενες σχετικές και γεωγραφικές αγορές προϊόντος

74. Εν κατακλείδι, λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, η υπό εξέταση συγκέντρωση αφορά στις αγορές:

(α) **Λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ σε επίπεδο διανομής** (ήτοι αγορά λιανικής πώλησης καταναλωτικών αγαθών καθημερινής χρήσης μέσω υπεραγορών, σούπερ μάρκετ, μίνι μάρκετ και εκπτώτικων καταστημάτων), η οποία από γεωγραφική άποψη καταλαμβάνει κάθε νομό της χώρας στον οποίο υπάρχουν οριζόντιες επικαλύψεις. Για τους σκοπούς της παρούσας συγκέντρωσης, προκειμένου να ελεγχθούν πλήρως οι ανταγωνιστικές συνθήκες, κρίνεται σκόπιμη η περαιτέρω κατάτμηση της σχετικής γεωγραφικής αγοράς σε τοπικό επίπεδο ανά νομό και συγκεκριμένα σε ακτίνα έως 10 λεπτών με το αυτοκίνητο για τις αστικές περιοχές και έως 30 λεπτών με το αυτοκίνητο για τις ημιαστικές. **Συγκεκριμένα, οριζόντιες επικαλύψεις υπάρχουν στο νομό Χανίων καθώς και στα νησιά Κέρκυρα, Χίος, Θήρα και Νάξος.**

<sup>82</sup> Βάσει του άρ. 1 παρ. 3 του Ν. 4339/2015 «Αδειοδότηση ψηφιακής τηλεοπτικής ευρυεκπομπής, Ε.Ε.Τ.Τ. κλπ διατάξεις», «3. Οι άδειες των παρόχων περιεχομένου επίγειας ψηφιακής τηλεοπτικής ευρυεκπομπής ελεύθερης λήψης διακρίνονται σε εθνικής και περιφερειακής εμβέλειας. Εθνικής εμβέλειας είναι οι άδειες των παρόχων περιεχομένου που καλύπτουν πληθυσμιακά την επικράτεια και περιφερειακής εμβέλειας οι άδειες των παρόχων περιεχομένου που καλύπτουν πληθυσμιακά αντίστοιχες Περιφερειακές Ζώνες, όπως αυτές καθορίζονται με τους εκάστοτε ισχύοντες Χάρτες Συχνότητων, οι οποίοι καθορίζουν επίσης το ποσοστό πληθυσμιακής κάλυψης, που υποχρεούται να εξασφαλίζει στον πάροχο περιεχομένου ο πάροχος δικτύου».

<sup>83</sup> Βλ. και λίστα ραδιοφωνικών σταθμών στην ιστοσελίδα του ΕΣΡ <https://www.esr.gr/%CF%81%CE%B1%CE%B4%CE%B9%CF%8C%CF%86%CF%89%CE%BD%CE%BF/>

<sup>84</sup> Βλ. σχετικά ΕΑ 440/V/2009

(β) Χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ μέσω καταστημάτων cash & carry και χονδρεμπορικών επιχειρήσεων, η οποία, από γεωγραφική άποψη, καταλαμβάνει το σύνολο της ελληνικής επικράτειας,

(γ) Εφοδιασμού καταστημάτων σούπερ μάρκετ και cash & carry, η οποία, από γεωγραφική άποψη, καταλαμβάνει το σύνολο της ελληνικής επικράτειας, και

(δ) Ραδιοτηλεοπτικών μέσων περιφερειακής εμβέλειας.

## V.5 Μέγεθος - Μερίδια Αγοράς - Ανταγωνισμός

### V.5.1 Αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ σε επίπεδο διανομής σε εθνικό επίπεδο

75. Στον παρακάτω Πίνακα παρατίθενται τα πανελλαδικά μερίδια αγοράς των συμμετεχουσών στην υπό εξέταση συγκέντρωση εταιρειών, καθώς και των κυριότερων ανταγωνιστών τους:

**Πίνακας 2:** Μερίδια αγοράς των συμμετεχουσών εταιρειών στην ελληνική επικράτεια<sup>85</sup>

	<b>Κύκλος εργασιών 2020</b>	<b>Μερίδιο 2020</b>
ΣΥΝΚΑ	[...]	[0-5]%
ΜΑΣΟΥΤΗΣ	[...]	[5-10]%
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΣΩΝ</b>		<b>[10-15]%</b>
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ (Όμιλος)	[...]	[35-45]%
ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ	[...]	[15-25]%
ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ	[...]	[10-15]%
ΠΕΝΤΕ ΑΕ	[...]	[0-5]%
ΑΝΕΔΗΚ ΚΡΗΤΙΚΟΣ	[...]	[0-5]%
MARKET IN	[...]	[0-5]%
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ</b>	[...]	<b>100,0%</b>

Πηγή: Επεξεργασία ΓΔΑ στοιχείων του περιοδικού «Πανόραμα των Ελληνικών Σούπερ Μάρκετ 2021».

76. Από τον ανωτέρω πίνακα προκύπτει ότι το μερίδιο αγοράς του ΣΥΝΚΑ στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ είναι της τάξεως του [0-5]% στην ελληνική επικράτεια, ενώ το μερίδιο της ΜΑΣΟΥΤΗΣ ανέρχεται σε [5-10]%, οπότε το συνδυαστικό μερίδιο των μερών υπολογίζεται στο [10-15]% περίπου.

### V.5.2 Αγορά εφοδιασμού

77. Ως προς την αγορά εφοδιασμού (procurement market) και σύμφωνα με τη γνωστοποιούσα, δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία αναφορικά με το μέγεθος της αγοράς εφοδιασμού ειδών

<sup>85</sup> Στην ανάλυση του περιοδικού «Πανόραμα των Ελληνικών Σούπερ Μάρκετ» περιλαμβάνονται οι πωλήσεις τόσο των σούπερ μάρκετ όσο και των Cash & Carry των 34 κυριότερων αλυσίδων του κλάδου. Επισημαίνεται ότι οι πωλήσεις της εταιρείας Lidl (που βάσει εκτιμήσεων της αγοράς ανήλθαν σε [...] για το έτος 2020), δεν περιλαμβάνονται στις ανωτέρω.



σούπερ μάρκετ και τα σχετικά μερίδια των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση επιχειρήσεων. Ωστόσο, λαμβάνοντας υπόψη ως ένδειξη αναφοράς τα προαναφερθέντα μερίδια των συμμετεχουσών εταιρειών στην αγορά διανομής στην ελληνική επικράτεια<sup>86</sup>, εκτιμάται ότι τα αθροιστικά μερίδια των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση εταιρειών κυμαίνονται σε χαμηλά επίπεδα της τάξεως του [10-15]%<sup>87</sup>.

78. Δεδομένου ότι το αθροιστικό μερίδιο των μερών εκτιμάται ότι υπολείπεται του σχετικού κατωφλιού του 15%, η εν λόγω αγορά δεν συνιστά επηρεαζόμενη αγορά και δεν χρειάζεται να αναλυθεί περαιτέρω.

### **V.5.3 Αγορά χονδρικής**

79. Όσον αφορά την αγορά της χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, υπενθυμίζεται ότι αυτή καταλαμβάνει γεωγραφικώς το σύνολο της Ελληνικής επικράτειας. Οιαδήποτε οριζόντια επικάλυψη ένεκα της δραστηριοποίησης του ΣΥΝ.ΚΑ στην εν λόγω αγορά είναι αμελητέα και δεν δημιουργεί ζητήματα στον ανταγωνισμό. Βάσει στοιχείων της ΕΛ.ΣΤΑΤ. για το έτος 2019 το μέγεθος της αγοράς εκτιμάται περί τα 11 δις ευρώ σε αξία. Εφόσον μάλιστα συνυπολογιστούν και άλλες κατηγορίες αγαθών (π.χ. άλλα είδη οικιακής χρήσης κ.λπ.), το μέγεθος της αγοράς ξεπερνά τα 15 δις ευρώ.
80. Ο κύκλος εργασιών της Μασούτης που αφορά, ειδικώς, σε πωλήσεις χονδρικής ειδών σούπερ μάρκετ ανήλθε για το 2021 σε [...] ευρώ. Από τον ως άνω κύκλο εργασιών, η αξία των πραγματοποιηθέντων πωλήσεων χονδρικής της Μασούτης προς τα 200 περίπου καταστήματα του δικτύου «Express Market<sup>88</sup>» ανήλθε για το 2021 σε [...] ευρώ.
81. Ο κύκλος εργασιών του ΣΥΝ.ΚΑ που αφορά, ειδικώς, σε πωλήσεις χονδρικής ειδών σούπερ μάρκετ ανήλθε για το 2021 σε [...] ευρώ. Δεδομένου ότι ποσό των [...] ευρώ αφορά πωλήσεις προς συνδεδεμένα μέρη (ΓΑΛΑΞΙΑΣ Α.Ε. και ΜΑΡΚΑΤΟ Α.Ε.), ο κύκλος εργασιών που αφορά πωλήσεις προς τρίτα μέρη ανέρχεται σε [...] ευρώ.
82. Ο ΣΥΝ.ΚΑ πραγματοποιεί χονδρικές πωλήσεις ειδών σούπερ μάρκετ με κυριότερο πελάτη την εταιρεία «Συνεργαζόμενα Καταστήματα Φαιστός Α.Ε.Β.Ε.», η οποία εκμεταλλεύεται μικρότερα καταστήματα σούπερ μάρκετ και παντοπωλεία στην Κρήτη. Διαθέτει, επίσης, δύο (2) καταστήματα “cash & carry” σε Τήνο και Πάρο. Τέλος, υπενθυμίζεται ότι ο Συνεταιρισμός έχει συνάψει συμβάσεις συνεργασίας με επιχειρήσεις που εκμεταλλεύονται μικρότερα καταστήματα και τις οποίες ο Συνεταιρισμός προμηθεύει χονδρικώς με είδη σούπερ μάρκετ<sup>89</sup>.
83. Το μερίδιο του ΣΥΝ.ΚΑ είναι σε κάθε περίπτωση αμελητέο (<[0-5]%) και ως εκ τούτου η επιγενόμενη προσαύξηση στο, ούτως ή άλλως χαμηλό, μερίδιο αγοράς της Μασούτης είναι εμπίπτει στην έννοια του de minimis.
84. Δεδομένου ότι το αθροιστικό μερίδιο των μερών υπολείπεται του σχετικού κατωφλιού του 15%, η εν λόγω αγορά δεν συνιστά επηρεαζόμενη αγορά και, συνακόλουθα, δεν χρειάζεται να αναλυθεί περαιτέρω στην παρούσα γνωστοποίηση.

<sup>86</sup> Βλ. ενδεικτικά Αποφάσεις της Ε.Α. υπ’ αριθ. 701/2020, 600/2015 και 599/2014.

<sup>87</sup> [...]

<sup>88</sup> [...]

<sup>89</sup> [...]

#### V.5.4 Αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ σε επίπεδο διανομής στην Ελληνική Επικράτεια ανά Νομό/ Νησί

85. Στην υπό κρίση υπόθεση, λαμβάνοντας υπόψη τη νομολογία σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο, κατά τα προεκτεθέντα, η Υπηρεσία προχώρησε επιπροσθέτως στην εξέταση του **νομού Χανίων**, και των **νήσων Χίου, Κέρκυρας, Θήρας και Νάξου** υπολογίζοντας τα μερίδια αγοράς για τα έτη 2019, 2020 και 2021 σε τοπικό επίπεδο, σε ακτίνα 10 λεπτά με το αυτοκίνητο για τις αστικές περιοχές και έως 30 λεπτά με το αυτοκίνητο για τις ημιαστικές<sup>90,91</sup>, προκειμένου να διερευνηθούν οι συνθήκες ανταγωνισμού από την πλευρά του καταναλωτή σε τοπικό επίπεδο.
86. Εν προκειμένω στόχος της ανάλυσης είναι να διερευνηθεί πλήρως αν εγείρονται θέματα δημιουργίας ή ενίσχυσης δεσπόζουσας θέσης, στις επιμέρους σχετικές γεωγραφικές αγορές / περιοχές, στις οποίες α) τα μερίδια αγοράς της ενιαίας ενότητας μετά τη συγκέντρωση θα υπερβούν το 35-40%<sup>92</sup> και β) η αύξηση του μεριδίου της εξαγοράζουσας μετά τη συγκέντρωση θα υπερβεί το 5%<sup>93</sup>.

#### Νομός Χανίων

87. Στο νομό Χανίων σε επίπεδο διανομής, όπως προαναφέρθηκε, ο ΣΥΝ.ΚΑ δραστηριοποιείται με 26<sup>94</sup> εταιρικά καταστήματα τα οποία αποτελούν και τα καταστήματα στόχος. Αντίστοιχα η ΜΑΣΟΥΤΗΣ δραστηριοποιείται με 1 κατάστημα υπό το σήμα Express Market<sup>95</sup>. Από τα 26 καταστήματα, οριζόντια επικάλυψη παρατηρείται **μόνο με 1 κατάστημα-στόχος**, συγκεκριμένα το κατάστημα στην περιοχή Καλύβων Αρμένων στον

<sup>90</sup> Σημειώνεται ότι η κατηγοριοποίηση των δημοτικών ενοτήτων σε αστικές ή μη αστικές στην παρούσα έγινε σύμφωνα με το μεθοδολογικό σημείωμα της έρευνας κάλυψης της απογραφής του πληθυσμού κατοίκων 2011 της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής, στο οποίο η κατανομή των δημοτικών και τοπικών κοινοτήτων ανάλογα με το βαθμό αστικότητας αναλύεται σε τρία στρώματα: 1) Αστικές: πληθυσμός πάνω από 10.000 κάτοικοι 2) Ημιαστικές: πληθυσμός 2.000-9.999 κάτοικοι και 3) Αγροτικές: πληθυσμός έως 1.999 κάτοικοι. (βλ. σχετικά: [http://www.statistics.gr/documents/20181/1210503/methodological\\_note\\_census\\_coverage\\_survey\\_final.pdf/ca6a67fe-5682-4195-bf64-85bc90513b3e](http://www.statistics.gr/documents/20181/1210503/methodological_note_census_coverage_survey_final.pdf/ca6a67fe-5682-4195-bf64-85bc90513b3e)).

<sup>91</sup> Για τον υπολογισμό της ακτίνας των αποστάσεων με αυτοκίνητο μεταξύ του καταστήματος-στόχου και των ανταγωνιστών, χρησιμοποιήθηκε ως βάση η εφαρμογή «google maps» (υπολογισμός υποθετικού χρόνου οδήγησης), η οποία έχει χρησιμοποιηθεί σε ανάλογες αποφάσεις ευρωπαϊκών αρχών ανταγωνισμού.

<sup>92</sup> Σύμφωνα με την προαναφερόμενη νομολογία των εθνικών αρχών ανταγωνισμού, αξιολογούνται ως εν δυνάμει «προβληματικές» εξ επόμεως ανταγωνισμού οι τοπικές αγορές στις οποίες η εξαγοράζουσα επιχείρηση -μετά την γνωστοποιούμενη συναλλαγή- θα κατέχει μερίδια μεγαλύτερα από 35-40%. Για την αξιολόγηση της δημιουργίας δεσπόζουσας θέσης λαμβάνονται υπόψη -μεταξύ άλλων παραγόντων- η παρουσία άλλων παικτών ικανών να ασκήσουν σημαντική ανταγωνιστική πίεση στα μέρη, οι φραγμοί εισόδου (π.χ. διοικητικές άδειες), η πιθανή μελλοντική δραστηριοποίηση ανταγωνιστή κ.ά. Βλ. σχετικά και Κατευθυντήριες γραμμές, ό.π., παρ. 27 επ., 64 επ. και 68 επ.

<sup>93</sup> Βλ. ανωτέρω αποφάσεις Ε.Επ. και αποφάσεις γερμανικής και ισπανικής αρχής ανταγωνισμού.

<sup>94</sup> Σημειώνεται ότι τα 26 εταιρικά καταστήματα του ΣΥΝ.ΚΑ είναι αυτά τα οποία πωλούνται και αποτελούν τα καταστήματα στόχος και επομένως για αυτά εξετάζεται τυχόν οριζόντια επικάλυψη με καταστήματα της ΜΑΣΟΥΤΗΣ. Στο μερίδιο του ΣΥΝ.ΚΑ περιλαμβάνονται και οι πωλήσεις των 24 καταστημάτων- συνεργατών (Απόφαση 655/2018) τα οποία όμως δεν αποτελούν τμήμα της υπό εξέτασης πράξης, καθώς αποτελούν ανεξάρτητες επιχειρήσεις.

<sup>95</sup> Το συγκεκριμένο κατάστημα βρίσκεται στην Γεωργιούπολη Αποκορώνου. Σημειώνεται ότι κατά την νομολογία της Ε.Α (βλ. και την υπ' αριθ. 665/2018 Απόφαση της Ε.Α) οι πωλήσεις των καταστημάτων λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ με την επωνυμία EXPRESS MARKET, τα οποία αποτελούν το δίκτυο δικαιοχρησίας της ΜΑΣΟΥΤΗΣ προσμετρώνται στον υπολογισμό του μεριδίου αγοράς της τελευταίας.

Αποκόρωνα με ΤΚ 73003<sup>96</sup>. Το κατάστημα στόχος βρίσκεται στο Δήμο Αποκορώνου, στη δημοτική ενότητα Αρμένων η οποία βάσει της απογραφής έχει 3.255 κατοίκους. Επομένως, λαμβάνεται υπόψη το κριτήριο της ακτίνας των 30 λεπτών με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχος καθώς πρόκειται για ημιαστική περιοχή.

88. Στην εν λόγω ακτίνα 30 λεπτών με το αυτοκίνητο το υψηλότερο μερίδιο κατέχει η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με [25-35]% (8 καταστήματα) το 2021, ακολουθούμενη από την LIDL με [15-25]% (4 καταστήματα) και την ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με [5-10]% (2 καταστήματα). Ο ΣΥΝ.ΚΑ στην συγκεκριμένη ακτίνα δραστηριοποιείται με 50 καταστήματα (26 εταιρικά και 24 ΣΥΝ.ΚΑ ΣΥΝΕΡΓΑΤΗΣ) και κατέχει μερίδιο της τάξης του [35-45]% το 2021, ενώ η ΜΑΣΟΥΤΗΣ με 1 κατάστημα και μερίδιο μόλις [0-5]%.

**Πίνακας 3:** Μερίδια αγοράς σε ακτίνα 30 λεπτών από το κατάστημα στόχος Καλύβων Αρμένων στον Αποκόρωνα

<i>Μερίδια σε πωλήσεις σε ακτίνα 30 λεπτά με αυτοκίνητο</i>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
ΣΥΝ.ΚΑ ΚΡΗΤΗΣ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΑΕ	[45-55]%	[35-45]%	[35-45]%
<b>ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ</b>	<b>[45-55]%</b>	<b>[35-45]%</b>	<b>[35-45]%</b>
[0-5]% ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%
LIDL HELLAS & ΣΙΑ Ο.Ε.	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ	[15-25]%	[25-35]%	[25-35]%
ΛΟΙΠΟΙ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ΓΔΑ

### **Νήσος Χίος**

89. Στο νησί της Χίου ο ΣΥΝΚΑ δραστηριοποιείται με δύο καταστήματα εκ των οποίων το ένα βρίσκεται στην πόλη της Χίου<sup>97</sup> και το δεύτερο στην Θέση Βάγια η οποία βρίσκεται νότια από την πόλη της Χίου και σε απόσταση περίπου 15 λεπτών<sup>98</sup>. Με βάση την απογραφή του 2011, η δημοτική ενότητα Χίου έχει 26.850 κατοίκους, ενώ η δημοτική ενότητα Αγίου Μηνά έχει 3.271<sup>99</sup> κατοίκους. Επομένως, λαμβάνεται υπόψη το κριτήριο της ακτίνας των 10 λεπτών με το αυτοκίνητο γύρω από το κατάστημα-στόχο για το πρώτο κατάστημα και 30 λεπτών για το δεύτερο καθώς πρόκειται για αστική και ημιαστική περιοχή αντίστοιχα.
90. Σε ακτίνα 10 λεπτά με το αυτοκίνητο από το πρώτο κατάστημα-στόχο (Κωνσταντίνου Μονομάχου 1) δραστηριοποιείται η γνωστοποιούσα με 2 καταστήματα υπό το σήμα ΜΑΣΟΥΤΗΣ και ο ΣΥΝ.ΚΑ με 1 κατάστημα το οποίο αποτελεί και το κατάστημα στόχος.

<sup>96</sup> Τα δύο αυτά καταστήματα (ΣΥΝ.ΚΑ και Express Market) απέχουν μεταξύ τους 22 λεπτά και κατά συνέπεια βρίσκονται στην ίδια τοπική αγορά.

<sup>97</sup> Στην οδό Κωνσταντίνου Μονομάχου 1 με ΤΚ 82100.

<sup>98</sup> Επί της Λεωφόρου Αγίου Μηνά στη Θέση Βάγια με ΤΚ 82100.

<sup>99</sup> Σύμφωνα με τον πίνακα αποτελεσμάτων μόνιμου πληθυσμού απογραφής 2011 της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής: (<http://www.statistics.gr/el/2011-census-pop-hous>)

Αναφορικά με τους ανταγωνιστές στην εν λόγω τοπική αγορά δραστηριοποιείται η ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με 4 καταστήματα, η ΜΕΤΡΟ με 2 καταστήματα και η ΧΑΡΑ (που είναι τοπική αλυσίδα της ΧΙΟΥ με συνολικά 9 καταστήματα) με 5 καταστήματα.

Στην εν λόγω ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο το υψηλότερο μερίδιο κατέχει η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με [45-55]% το 2021 ακολουθούμενη από την ΧΑΡΑ και την ΜΕΤΡΟ με μερίδια [25-35]% και 15-25]% αντίστοιχα. Αναφορικά με το συνολικό μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας, αυτό θα ανέλθει σε [5-10]% μετά τη συγκέντρωση.

**Πίνακας 4:** Μερίδια αγοράς σε ακτίνα 10 λεπτών από το κατάστημα στόχος Κωνσταντίνου Μονομάχου

<i>Μερίδια σε πωλήσεις σε ακτίνα 10 λεπτά με αυτοκίνητο</i>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
ΣΥΝ.ΚΑ ΚΡΗΤΗΣ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΑΕ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ</b>	<b>[10-15]%</b>	<b>[10-15]%</b>	<b>[5-10]%</b>
ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%
ΜΕΤΡΟ Ανώνυμη Εμπορική και Βιομηχανική Εταιρεία Ειδών Διατροφής και Οικιακής Χρήσης	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
ΧΑΡΑ Α.Ε. ΠΑΡΑΓΩΓΗ – ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗ – ΕΜΠΟΡΙΑ ΕΙΔΩΝ ΒΙΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΓΚΗΣ	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ΓΔΑ

91. Σε ακτίνα 30 λεπτά με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχο στην Λεωφόρο Αγίου Μηνά στη θέση Βάγια Χίου δραστηριοποιείται η γνωστοποιούσα με 2 καταστήματα υπό το σήμα ΜΑΣΟΥΤΗΣ και ο ΣΥΝ.ΚΑ με 2 καταστήματα. Αναφορικά με τους ανταγωνιστές στην εν λόγω τοπική αγορά δραστηριοποιείται η ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με 4 καταστήματα, η ΜΕΤΡΟ με 3 καταστήματα, η LIDL με 1 κατάστημα και η ΧΑΡΑ (που είναι τοπική αλυσίδα της ΧΙΟΥ με συνολικά 9 καταστήματα) με 8 καταστήματα.
92. Στην εν λόγω ακτίνα 30 λεπτών με το αυτοκίνητο το υψηλότερο μερίδιο κατέχει η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με [25-35]% το 2021 ακολουθούμενη από την ΜΕΤΡΟ με [25-35]%, τη ΧΑΡΑ με [15-25]% και τη LIDL με [15-25]%. Αναφορικά με το συνολικό μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας, αυτό θα ανέλθει σε [5-10]% το έτος 2021 μετά τη συγκέντρωση.

**Πίνακας 5:** Μερίδια αγοράς σε ακτίνα 30 λεπτών από το κατάστημα στόχος Λ. Αγίου Μηνά

<i>Μερίδια σε πωλήσεις σε ακτίνα 10 λεπτά με αυτοκίνητο</i>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
ΣΥΝ.ΚΑ ΚΡΗΤΗΣ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΑΕ	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%
<b>ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ</b>	<b>[5-10]%</b>	<b>[5-10]%</b>	<b>[5-10]%</b>
ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%

<i>Μερίδια σε πωλήσεις σε ακτίνα 10 λεπτά με αυτοκίνητο</i>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
ΜΕΤΡΟ Ανώνυμη Εμπορική και Βιομηχανική Εταιρεία Ειδών Διατροφής και Οικιακής Χρήσης	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
LIDL HELLAS & ΣΙΑ Ο.Ε.	[15-25]%	[15-25]%	[10-15]%
ΧΑΡΑ Α.Ε. ΠΑΡΑΓΩΓΗ – ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗ – ΕΜΠΟΡΙΑ ΕΙΔΩΝ ΒΙΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΓΚΗΣ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ΓΔΑ

### Νήσος Κέρκυρα

93. Στο νησί της Κέρκυρας, ο ΣΥΝ.ΚΑ δραστηριοποιείται μέσω ενός δικτύου 19 καταστημάτων σ/μ ΜΑΡΚΑΤΟ και ΓΑΛΛΕΙΑΣ<sup>100</sup>, το οποίο εκτείνεται σε όλο το νησί. Η γνωστοποιούσα δραστηριοποιείται με 4 καταστήματα υπό το σήμα Express Market<sup>101</sup>, τα οποία βρίσκονται στο βόρειο και κεντρικό τμήμα του νησιού. Παρατηρείται οριζόντια επικάλυψη με 18 καταστήματα-στόχους.
94. Στο νομό της Κέρκυρας, συστάθηκαν με τον Καλλικράτη<sup>102</sup> οι ακόλουθοι δήμοι: 1) Δήμος Βόρειας Κέρκυρας με έδρα την Αχαράβη και αποτελούμενος από τις δημοτικές ενότητες: α. Αγίου Γεωργίου, β. Εσπερίων, γ. Θιναλίου και δ. Κασσωπαίων, 2) Δήμος Κεντρικής Κέρκυρας και Διαποντίων Νήσων, με έδρα την Κέρκυρα, αποτελούμενος από τις δημοτικές ενότητες: α. Αχίλλειων, β. Ερεικούσσης, γ. Κερκυραίων, δ. Μαθρακίου, ε. Οθωνών, στ. Παλαιοκαστριτών, ζ. Παρελίων και η. Φαιάκων, και 3) Δήμος Νότιας Κέρκυρας με έδρα τη Λευκίμμη, αποτελούμενος από τις δημοτικές ενότητες: α. Κορισσίων, β. Λευκιμμαίων και γ. Μελιτειών.
95. Στα πλαίσια εξέτασης της παρούσας συγκέντρωσης για την Κέρκυρα, λαμβάνεται υπόψη ως κριτήριο επιλογής της ακτίνας 10 λεπτών ή 30 λεπτών ο πληθυσμός της Δημοτικής Ενότητας στην οποία βρίσκεται το κάθε κατάστημα-στόχος. Επί παραδείγματι, η Δημοτική Ενότητα Εσπερίων (πληθυσμός 6.990), στην οποία υπάρχει για ένα κατάστημα-στόχο της ΣΥΝ.ΚΑ επικάλυψη με 3 καταστήματα της γνωστοποιούσας, αποτελείται από έντεκα (11) κοινότητες<sup>103</sup> μεταξύ των οποίων το Σιδάρι με 386 κατοίκους, τους Αυλιώτες με 1.276 κατοίκους και τους Καρουσάδες με 1.419 κατοίκους. Οι κοινότητες στην Βόρεια και Νότια Κέρκυρα απαρτίζονται περαιτέρω από χωριά και μεγαλοχώρια και συνεπώς πρόκειται για ημιαστικές περιοχές στις οποίες εφαρμόζεται η ακτίνα των 30 λεπτών.
96. Στον ακόλουθο πίνακα παρουσιάζονται χωριστά για κάθε κατάστημα στόχο στην Κέρκυρα, η Δημοτική ενότητα στην οποία υπάγεται, ο πληθυσμός σύμφωνα με την

<sup>100</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 701/2020 απόφαση της Ε.Α για την εξέταση και έγκριση της εν λόγω συγκέντρωσης

<sup>101</sup> Τα συγκεκριμένα καταστήματα βρίσκονται α) στους Περουλάδες, ένα μικρό χωριό στην Δημοτική ενότητα Εσπερίων στην βορειοδυτική Κέρκυρα, β) στον Άγιο Στέφανο Αυλιωτών, ο οποίος υπάγεται στην Δημοτική ενότητα Εσπερίων, γ) στην Ρόδα (Καρουσάδες), η οποία υπάγεται στην Δημοτική Ενότητα Εσπερίων και δ) στη θέση Τρίκλινο Αλεπούς, η οποία υπάγεται στην Δημοτική ενότητα Κερκυραίων.

<sup>102</sup> <https://www.kallikratis.org/dimoi-systasi-dimon-nomos-kerkyras/>

<sup>103</sup> Βλ. ΦΕΚ Β' 1327/17.4.2019 σελ. 15972-15975. Αντίστοιχα στην Δημοτική Ενότητα Θιναλίου υπάγονται 10 Κοινότητες με μέσο πληθυσμό 523 άτομα, ενώ στην Δημοτική Ενότητα Κασσωπαίων υπάγονται 4 Κοινότητες με μέσο πληθυσμό 546 άτομα.

απογραφή<sup>104</sup> του 2011 καθώς και η τυχόν οριζόντια επικάλυψη με κατάστημα υπό το σήμα EXPRESS MARKET.

**Πίνακας 6**

α/α		Διεύθυνση	Δημοτική ενότητα/ πληθυσμός	Δήμος	Επικάλυψη
1	ΣΥΝ.ΚΑ	ΣΙΔΑΡΙ ΚΕΡΚΥΡΑ	Εσπερίων (6.990 κάτοικοι)	Βόρειας Κέρκυρας	3 EXPRESS MARKET
2	ΣΥΝ.ΚΑ	ΑΧΑΡΑΒΗ ΚΕΡΚΥΡΑ	Θιναλίου (5.226 κάτοικοι)	Βόρειας Κέρκυρας	3 EXPRESS MARKET
3	ΣΥΝ.ΚΑ	ΚΑΣΣΙΩΠΗ ΣΚΡΙΠΕΡΟ ΚΕΡΚΥΡΑ	Κασσωπαίων (2.185 κάτοικοι)	Βόρειας Κέρκυρας	3 EXPRESS MARKET
4	ΣΥΝ.ΚΑ	ΚΟΜΒΟΣ ΒΡΥΩΝΗ ΚΕΡΚΥΡΑ	Αχιλλείων (10.651 κάτοικοι)	Κεντρικής Κέρκυρας	1 EXPRESS MARKET
5	ΣΥΝ.ΚΑ	ΥΠΕΡ ΕΘΝΙΚΗ ΟΔΟΣ ΛΕΥΚΙΜΜΗΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ	Κερκυραίων (39.674 κάτοικοι)	Κεντρικής Κέρκυρας	1 EXPRESS MARKET
6	ΣΥΝ.ΚΑ	ΚΑΠΟΥΚΙΝΟΙ ΕΘΝΙΚΗ ΟΔΟΣ ΠΑΛΑΙΟΚΑΣΤΡΙΤΣΗΣ 28 ΚΕΡΚΥΡΑ	Κερκυραίων (39.674 κάτοικοι)	Κεντρικής Κέρκυρας	1 EXPRESS MARKET
7	ΣΥΝ.ΚΑ	ΒΑΖΑΑΡ (ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ) ΑΛΥΚΕΣ ΠΟΤΑΜΟΥ ΚΕΡΚΥΡΑ	Κερκυραίων (39.674 κάτοικοι)	Κεντρικής Κέρκυρας	1 EXPRESS MARKET
8	ΣΥΝ.ΚΑ	ΛΑΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΓΕΡΑΣΙΜΟΥ ΜΑΡΚΟΡΑ 16 ΚΕΡΚΥΡΑ	Κερκυραίων (39.674 κάτοικοι)	Κεντρικής Κέρκυρας	1 EXPRESS MARKET
9	ΣΥΝ.ΚΑ	ΠΙΝΙΑ ΦΙΛΑΡΜΟΝΙΚΗΣ 1 ΚΕΡΚΥΡΑ	Κερκυραίων (39.674 κάτοικοι)	Κεντρικής Κέρκυρας	1 EXPRESS MARKET
10	ΣΥΝ.ΚΑ	ΠΑΛΛΑΔΑ 9Η ΠΑΡΟΔΟΣ ΙΩΑΝΝΟΥ ΘΕΟΤΟΚΗ ΚΕΡΚΥΡΑ	Κερκυραίων (39.674 κάτοικοι)	Κεντρικής Κέρκυρας	1 EXPRESS MARKET
11	ΣΥΝ.ΚΑ	ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΟ Ι.ΑΝΔΡΕΑΔΗ 16 ΚΕΡΚΥΡΑ	Κερκυραίων (39.674 κάτοικοι)	Κεντρικής Κέρκυρας	1 EXPRESS MARKET
12	ΣΥΝ.ΚΑ	ΑΛΥΚΕΣ (ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ) ΑΛΥΚΕΣ ΠΟΤΑΜΟΥ ΚΕΡΚΥΡΑ	Κερκυραίων (39.674 κάτοικοι)	Κεντρικής Κέρκυρας	1 EXPRESS MARKET
13	ΣΥΝ.ΚΑ	ΣΠΗΛΙΑ ΔΙΟΝΥΣΙΟΥ ΣΟΛΩΜΟΥ 11 ΚΕΡΚΥΡΑ	Κερκυραίων (39.674 κάτοικοι)	Κεντρικής Κέρκυρας	1 EXPRESS MARKET
14	ΣΥΝ.ΚΑ	ΜΑΝΤΟΥΚΙ ΣΤΡΑΤΗΓΟΥ ΞΕΝΟΦΩΝΤΟΣ 69 ΚΕΡΚΥΡΑ	Κερκυραίων (39.674 κάτοικοι)	Κεντρικής Κέρκυρας	1 EXPRESS MARKET
15	ΣΥΝ.ΚΑ	ΜΕΘΟΔΙΟΥ ΜΗΤΡΟΠΟΛΙΤΟΥ ΜΕΘΟΔΙΟΥ 44 ΚΕΡΚΥΡΑ	Κερκυραίων (39.674 κάτοικοι)	Κεντρικής Κέρκυρας	1 EXPRESS MARKET
16	ΣΥΝ.ΚΑ	ΑΛΕΠΟΥ(ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ) ΑΛΕΠΟΥ ΚΕΡΚΥΡΑ	Κερκυραίων (39.674 κάτοικοι)	Κεντρικής Κέρκυρας	1 EXPRESS MARKET

<sup>104</sup> Βλ. <https://www.kallikratis.org/perifereies-perifereiakes-enotites-dimoi-kallikrati-kai-plithysmos/> ΦΕΚ Β' 1327/17.4.2019. Η δημοτική Ενότητα Κερκυραίων (39.674 κάτοικοι) αποτελείται περαιτέρω από την Κοινότητα Αλεπούς (3.149), Καναλίου (4.086), Κερκυραίων (32.095 κάτοικοι) και Εβροπούλων (344 κάτοικοι).

17	ΣΥΝ.ΚΑ	ΣΑΡΟΚΟ ΠΛΑΤΕΙΑ Γ. ΘΕΟΤΟΚΗ 23 ΚΕΡΚΥΡΑ	Κερκυραίων (39.674 κάτοικοι)	Κεντρικής Κέρκυρας	1 EXPRESS MARKET
18	ΣΥΝ.ΚΑ	ΛΕΥΚΙΜΜΗ ΚΕΡΚΥΡΑ	Λευκιμμαίων (5.800 κάτοικοι)	Νότιας Κέρκυρας	ΧΩΡΙΣ ΕΠΙΚΑΛΥΨΗ
19	ΣΥΝ.ΚΑ	ΜΩΡΑΙΤΙΚΑ ΚΕΡΚΥΡΑ	Μελιτειέων (5.106 κάτοικοι)	Νότιας Κέρκυρας	1 EXPRESS MARKET

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ΓΔΑ

97. Για τα καταστήματα που βρίσκονται στις Δημοτικές Ενότητες Κερκυραίων και Αχιλλείων οι οποίες θεωρούνται αστικές περιοχές με πληθυσμό άνω των 10.000 κατοίκων θα λαμβάνεται υπόψη το κριτήριο της ακτίνας των 10 λεπτών.
98. Οι συνθήκες ανταγωνισμού στις τοπικές αγορές όπου υπάρχει κοινή παρουσία των μερών περιγράφεται αναλυτικότερα κατωτέρω.

### 1) ΣΥΝ.ΚΑ Σιδάρι Κέρκυρας

99. Σε ακτίνα 30 λεπτά με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχο δραστηριοποιούνται επίσης δύο καταστήματα της ΣΥΝ.ΚΑ στην Αχαράβη και στην Κασσιόπη, σύνολο τρία, ενώ η γνωστοποιούσα δραστηριοποιείται με 3 καταστήματα υπό το σήμα Express Market. Αναφορικά με τους ανταγωνιστές στην εν λόγω τοπική αγορά δραστηριοποιείται η αλυσίδα ΚΑΖΙΑΝΗΣ, η οποία από το 2020 δραστηριοποιείται με την επωνυμία FK FOOD LOGISTICS, με 3 καταστήματα και η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με 2 καταστήματα. Στην βόρεια Κέρκυρα δραστηριοποιούνται τοπικά σουπερμάρκετ όπως η PANDORA MARKET, KASSIOPI CENTRAL MARKET, ΝΙΚΟΣ FOOD MARKET, SIDARI MARKET, SUPERMARKET ALEXANDER.
100. Στην εν λόγω ακτίνα 30 λεπτών με το αυτοκίνητο το υψηλότερο μερίδιο το κατέχει το νέο σχήμα με [35-45]% το 2021 ακολουθούμενο από την FK FOOD LOGISTICS και την ΝΤΙΕΛΛΑΣ με [25-35]% και [15-25]% αντίστοιχα. Ωστόσο, υπάρχει πληθώρα τοπικών σουπερμάρκετ των οποίων οι πωλήσεις δεν έχουν συμπεριληφθεί στον ανωτέρω πίνακα, επομένως το μερίδιο του νέου σχήματος εκτιμάται ότι είναι χαμηλότερο από [35-45]%.

**Πίνακας 7:** Μεριδία αγοράς σε ακτίνα 30 λεπτών από το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ Σιδάρι Κέρκυρας

<i>Μεριδία σε πωλήσεις σε ακτίνα 30 λεπτά με αυτοκίνητο</i>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
ΣΥΝ.ΚΑ (Σιδάρι/στόχος+ Κασσιόπη+Αχαράβη)	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
EXPRESS MARKET (Περουλάδες, Άγιος Στέφανος, Ρόδα)	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
<b>ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ</b>	[35-45]%	[35-45]%	[35-45]%
FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ)	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
ΝΤΙΕΛΛΑΣ	[15-25]%	[25-35]%	[15-25]%
ΤΑΥΡΟΣ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
KASSIOPI CENTRAL MARKET (ΑΙΜΙΛΙΑ ΗΛΙΑ & ΣΙΑ ΟΕ)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
PANDORA MARKET Σ.ΜΟΥΖΑΚΙΤΗΣ & ΣΙΑ ΕΕ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
SIDARI MARKET	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
SUPER MARKET ALEXANDER	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΝΙΚΟΣ FOOD MARKET	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%

<i>Μερίδια σε πωλήσεις σε ακτίνα 30 λεπτά με αυτοκίνητο</i>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ΓΔΑ

## 2) ΣΥΝ.ΚΑ Κασσιόπη Κέρκυρας

101. Σε ακτίνα 30 λεπτά με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχο δραστηριοποιούνται επίσης δύο καταστήματα της ΣΥΝ.ΚΑ στην Αχαράβη και στο Σιδάρι, σύνολο τρία, ενώ η γνωστοποιούσα δραστηριοποιείται με 2 καταστήματα υπό το σήμα Express Market. Αναφορικά με τους ανταγωνιστές στην εν λόγω τοπική αγορά δραστηριοποιείται η αλυσίδα ΚΑΖΙΑΝΗΣ με 2 καταστήματα, η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με 2 καταστήματα και 1 συνεργάτης της ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ.
102. Στην εν λόγω ακτίνα 30 λεπτών με το αυτοκίνητο το υψηλότερο μερίδιο το κατέχει το νέο σχήμα με [35-45]% το 2021 ακολουθούμενη από την ΝΤΙΕΛΛΑΣ και την FK FOOD LOGISTICS με [25-35]% και [15-25]% αντίστοιχα. Ωστόσο, υπάρχει πληθώρα τοπικών σουπερμάρκετ των οποίων οι πωλήσεις δεν έχουν συμπεριληφθεί στον ανωτέρω πίνακα, επομένως το μερίδιο του νέου σχήματος εκτιμάται ότι είναι χαμηλότερο από [35-45]%.

**Πίνακας 8:** Μερίδια αγοράς σε ακτίνα 30 λεπτών από το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ Κασσιόπη Κέρκυρας

<i>Μερίδια σε πωλήσεις σε ακτίνα 30 λεπτά με αυτοκίνητο</i>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
ΣΥΝ.ΚΑ (Κασσιόπη/στόχος+ Σιδάρι+Αχαράβη)	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
EXPRESS MARKET (Περουλάδες, Ρόδα)	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%
<b>ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ</b>	<b>[35-45]%</b>	<b>[35-45]%</b>	<b>[35-45]%</b>
FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ)	[15-25]%	[15-25]%	[25-35]%
ΝΤΙΕΛΛΑΣ	[15-25]%	[25-35]%	[25-35]%
ΑΒ FOOD MARKET	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΤΑΥΡΟΣ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΚΑΣΣΙΟΠΙ CENTRAL	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
PANDORA MARKET Σ.ΜΟΥΖΑΚΙΤΗΣ & ΣΙΑ ΕΕ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
SIDARI MARKET	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
SUPER MARKET ALEXANDER	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΝΙΚΟΣ FOOD MARKET	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ΓΔΑ

## 3) ΣΥΝ.ΚΑ Αχαράβη Κέρκυρας

103. Σε ακτίνα 30 λεπτά με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχο δραστηριοποιούνται επίσης δύο καταστήματα της ΣΥΝ.ΚΑ στην Κασσιόπη και στο Σιδάρι, σύνολο τρία, ενώ η γνωστοποιούσα δραστηριοποιείται με 3 καταστήματα υπό το σήμα Express Market.



Αναφορικά με τους ανταγωνιστές στην εν λόγω τοπική αγορά δραστηριοποιείται η αλυσίδα FK FOOD LOGISTICS (ΚΑΖΙΑΝΗΣ) με 2 καταστήματα και η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με 2 καταστήματα.

104. Στην εν λόγω ακτίνα 30 λεπτών με το αυτοκίνητο το υψηλότερο μερίδιο το κατέχει το νέο σχήμα με [35-45]% το 2021 ακολουθούμενη από την ΝΤΙΕΛΛΑΣ και την FK FOOD LOGISTICS με [25-35]% και [15-25]% αντίστοιχα. Ωστόσο, υπάρχει πληθώρα τοπικών σουπερμάρκετ των οποίων οι πωλήσεις δεν έχουν συμπεριληφθεί στον ανωτέρω πίνακα, επομένως το μερίδιο του νέου σχήματος εκτιμάται ότι είναι χαμηλότερο από [35-45].

**Πίνακας 9:** Μερίδια αγοράς σε ακτίνα 30 λεπτών από το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ Αχαράβη Κέρκυρας

<i>Μερίδια σε πωλήσεις σε ακτίνα 30 λεπτά με αυτοκίνητο</i>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
ΣΥΝ.ΚΑ (Αχαράβη/στόχος+ Σιδάρι+ Κασσιόπη)	[35-45]%	[35-45]%	[25-35]%
EXPRESS MARKET (Περουλάδες, Ρόδα, Άγιος Στέφανος)	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
<b>ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ</b>	<b>[35-45]%</b>	<b>[35-45]%</b>	<b>[35-45]%</b>
F.K. FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ)	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
ΝΤΙΕΛΛΑΣ	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
ΤΑΥΡΟΣ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΚΑΣΣΙΟΠΙ CENTRAL MARKET	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
PANDORA MARKET	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
SIDARI MARKET	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
SUPER MARKET ALEXANDER	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΝΙΚΟΣ FOOD MARKET	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ΓΔΑ

#### **4) ΣΥΝ.ΚΑ ΜΩΡΑΪΤΙΚΑ**

105. Σε ακτίνα 30 λεπτών με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχο στην Νότια Κέρκυρα δραστηριοποιούνται άλλα έξι καταστήματα της ΣΥΝ.ΚΑ<sup>105</sup>, σύνολο επτά, ενώ η γνωστοποιούσα δραστηριοποιείται με 1 κατάστημα υπό το σήμα Express Market. Αναφορικά με τους ανταγωνιστές, σε ακτίνα 30 λεπτών βρίσκεται η πόλη της Κέρκυρας όπου δραστηριοποιούνται οι μεγάλες αλυσίδες σουπερμάρκετ όπως ο ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με 1 κατάστημα, η Lidl με 1 κατάστημα, η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με 1 κατάστημα και η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με 4 καταστήματα.

106. Στην εν λόγω ακτίνα 30 λεπτών με το αυτοκίνητο, το υψηλότερο μερίδιο το κατέχει το νέο σχήμα με [25-35]% το 2021 ακολουθούμενο από την LIDL με [15-25]%, την ΝΤΙΕΛΛΑΣ με [15-25]%, την ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με [10-15]% και την ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με 11,2%.

**Πίνακας 10:** Μερίδια αγοράς σε ακτίνα 30 λεπτών από το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ

<sup>105</sup> Τα λοιπά υποκαταστήματα της ΣΥΝ.ΚΑ που βρίσκονται σε ακτίνα 30 λεπτών είναι: 1) ΣΥΝ.ΚΑ ΥΠΕΡ ΕΘΝΙΚΗ ΟΔΟΣ ΛΕΥΚΙΜΜΗΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ, 2) ΣΥΝ.ΚΑ ΚΑΠΟΥΚΙΝΟΙ ΕΘΝΙΚΗ ΟΔΟΣ ΠΑΛΑΙΟΚΑΣΤΡΙΤΣΗΣ 28, 3) ΣΥΝ.ΚΑ ΛΕΥΚΙΜΜΗ, 4) ΣΥΝ.ΚΑ ΑΛΕΠΟΥ, 5) ΣΥΝ.ΚΑ ΚΟΜΒΟΣ ΒΡΥΩΝΗ και 6) ΣΥΝ.ΚΑ ΜΗΤΡΟΠΟΛΙΤΟΥ ΜΕΘΟΔΙΟΥ

**Μωραϊτικά Κέρκυρας**

<i>Μερίδια σε πωλήσεις σε ακτίνα 30 λεπτά με αυτοκίνητο</i>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
ΣΥΝ.ΚΑ (Μωραϊτικά +6 καταστήματα)	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
EXPRESS MARKET (Τρίκλινο Αλεπού)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ</b>	<b>[35-45]%</b>	<b>[25-35]%</b>	<b>[25-35]%</b>
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	[0-5]%	[5-10]%	[10-15]%
ΝΤΙΕΛΛΑΣ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
LIDL	[25-35]%	[15-25]%	[15-25]%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ΓΔΑ

**5) ΣΥΝ.ΚΑ ΛΕΥΚΙΜΜΗ**

107. Αναφορικά με το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ στην Λευκίμμη της Νότιας Κέρκυρας, δεν υπάρχει οριζόντια επικάλυψη με οποιοδήποτε κατάστημα της γνωστοποιούσας στο νησί.

**6) ΣΥΝ.ΚΑ ΚΟΜΒΟΣ ΒΡΥΩΝΗ**

108. Το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ Κόμβος Βρυώνη ανήκει στην Δημοτική Ενότητα Αχιλλείων (10.651 κάτοικοι) και θεωρείται αστική περιοχή. Σε ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχο στον Κόμβο Βρυώνη στην Κεντρική Κέρκυρα δραστηριοποιούνται άλλα 4 καταστήματα της ΣΥΝ.ΚΑ<sup>106</sup>, σύνολο πέντε, ενώ η γνωστοποιούσα δραστηριοποιείται με 1 κατάστημα υπό το σήμα Express Market. Αναφορικά με τους ανταγωνιστές, σε ακτίνα 10 λεπτών βρίσκεται η πόλη της Κέρκυρας όπου δραστηριοποιούνται μεγάλες αλυσίδες σουπερμάρκετ όπως ο ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με 1 κατάστημα, η Lidl με 1 κατάστημα, η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με 2 καταστήματα και η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με 5 καταστήματα.

109. Στην εν λόγω ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο το υψηλότερο μερίδιο το κατέχει η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με [15-25] % το 2021 ακολουθούμενη από το νέο σχήμα με [15-25]%, την LIDL με [15-25]%, την ΝΤΙΕΛΛΑΣ με [15-25]%, την ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με [10-15]% και την FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ) με [10-15]%.

**Πίνακας 11:** Μερίδια αγοράς σε ακτίνα 10 λεπτών από το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ Κόμβος Βρυώνη, Κέρκυρας

<sup>106</sup> Τα λοιπά υποκαταστήματα της ΣΥΝ.ΚΑ που βρίσκονται σε ακτίνα 10 λεπτών είναι: 1) ΣΥΝ.ΚΑ ΥΠΕΡ ΕΘΝΙΚΗ ΟΔΟΣ ΛΕΥΚΙΜΜΗΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ, 2) ΣΥΝ.ΚΑ ΜΗΤΡΟΠΟΛΙΤΟΥ ΜΕΘΟΔΙΟΥ, 3) ΣΥΝ.ΚΑ ΑΛΕΠΟΥ και 4) ΣΥΝ.ΚΑ ΣΑΡΟΚΟ ΠΛΑΤΕΙΑ Γ. ΘΕΟΤΟΚΗ

<i>Μερίδια σε πωλήσεις σε ακτίνα 10 λεπτά με αυτοκίνητο</i>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
ΣΥΝ.ΚΑ (Κόμβος Βρυώνη +4 καταστήματα)	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
EXPRESS MARKET (Τρίκλινο Αλεπού)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ</b>	<b>[15-25]%</b>	<b>[15-25]%</b>	<b>[15-25]%</b>
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
ΝΤΙΕΛΛΑΣ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
LIDL	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ)	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ΓΔΑ

### 7) ΣΥΝ.ΚΑ ΚΑΠΟΥΚΙΝΟΙ Παλαιοκαστρίτσας 28, Κέρκυρα

110. Το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ στην περιοχή Καπουκίνοι, Εθν. Οδός Παλαιοκαστρίτσας 28 ανήκει στην Δημοτική Ενότητα Κερκυραίων, η οποία είναι αστική περιοχή. Σε ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχο στους Καπουκίνους στην Κεντρική Κέρκυρα δραστηριοποιούνται άλλα 12 καταστήματα της ΣΥΝ.ΚΑ, σύνολο 13, ενώ η γνωστοποιούσα δραστηριοποιείται με 1 κατάστημα υπό το σήμα Express Market. Αναφορικά με τους ανταγωνιστές, σε ακτίνα 10 λεπτών βρίσκεται η πόλη της Κέρκυρας, όπου δραστηριοποιούνται μεγάλες αλυσίδες σουπερμάρκετ όπως ο ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με 2 καταστήματα, η FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ) με 2 καταστήματα, η Lidl με 2 καταστήματα, η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με 3 καταστήματα και η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με 8 καταστήματα.
111. Στην εν λόγω ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο, το νέο σχήμα κατέχει ίσο μερίδιο με την LIDL με [15-25]% το 2021, ακολουθούμενοι από την ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με [15-25]%, την ΝΤΙΕΛΛΑΣ με [15-25]%, την ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με [10-15]% και την FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ) με [5-10]%.

**Πίνακας 12:** Μερίδια αγοράς σε ακτίνα 10 λεπτών από το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ Καπουκίνοι, Κέρκυρας

<i>Μερίδια σε πωλήσεις σε ακτίνα 10 λεπτά με αυτοκίνητο</i>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
ΣΥΝ.ΚΑ (13 καταστήματα)	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
EXPRESS MARKET (Τρίκλινο Αλεπού)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ</b>	<b>[15-25]%</b>	<b>[15-25]%</b>	<b>[15-25]%</b>
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
ΝΤΙΕΛΛΑΣ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
LIDL	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ)	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ΓΔΑ

**8) ΣΥΝ.ΚΑ Ε.Ο. Λευκίμμης, Κέρκυρα**

112. Το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ στο 1<sup>ο</sup> χλμ Εθνικής Λευκίμμης ανήκει στην Δημοτική Ενότητα Κερκυραίων, η οποία είναι αστική περιοχή. Σε ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχο στην Κεντρική Κέρκυρα δραστηριοποιούνται άλλα 12 καταστήματα της ΣΥΝ.ΚΑ, σύνολο 13, ενώ η γνωστοποιούσα δραστηριοποιείται με 1 κατάστημα υπό το σήμα Express Market. Αναφορικά με τους ανταγωνιστές, σε ακτίνα 10 λεπτών βρίσκεται η πόλη της Κέρκυρας όπου δραστηριοποιούνται μεγάλες αλυσίδες σουπερμάρκετ όπως ο ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με 2 καταστήματα, η FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ) με 2 καταστήματα, η Lidl με 2 κατάστημα, η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με 2 καταστήματα και η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με 7 καταστήματα.
113. Στην εν λόγω ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο, το υψηλότερο μερίδιο κατέχει το νέο σχήμα για το 2021 με [15-25]%, ακολουθούμενο από την LIDL με [15-25]%, την ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με [15-25]%, την ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με [10-15]%, την ΝΤΙΕΛΛΑΣ με [10-15]%, και την FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ) με [5-10]%.

**Πίνακας 13:** Μεριδία αγοράς σε ακτίνα 10 λεπτών από το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ 1<sup>ο</sup> χλμ Εθνικής Λευκίμμης, Κέρκυρα

<i>Μεριδία σε πωλήσεις σε ακτίνα 10 λεπτά με αυτοκίνητο</i>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
ΣΥΝ.ΚΑ (13 καταστήματα)	[25-35]%	[25-35]%	[15-25]%
EXPRESS MARKET (Τρίκλινο Αλεπού)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ</b>	<b>[25-35]%</b>	<b>[25-35]%</b>	<b>[15-25]%</b>
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ	[10-15]%	[15-25]%	[15-25]%
ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
ΝΤΙΕΛΛΑΣ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
LIDL	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ)	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ΓΔΑ

**9) ΣΥΝ.ΚΑ Αλυκές Ποταμού**

114. Το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ στις Αλυκές Ποταμού ανήκει στην Δημοτική Ενότητα Κερκυραίων. Σε ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχο στην Κεντρική Κέρκυρα δραστηριοποιούνται άλλα 11 καταστήματα της ΣΥΝ.ΚΑ, σύνολο 12, ενώ η γνωστοποιούσα δραστηριοποιείται με 1 κατάστημα υπό το σήμα Express Market. Αναφορικά με τους ανταγωνιστές, σε ακτίνα 10 λεπτών βρίσκεται η πόλη της Κέρκυρας όπου δραστηριοποιούνται μεγάλες αλυσίδες σουπερμάρκετ όπως ο ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με 1 κατάστημα, η FK FOOD (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ) με 2 καταστήματα, η Lidl με 2 καταστήματα, η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με 3 καταστήματα και η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με 5 καταστήματα.

115. Στην εν λόγω ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο, το υψηλότερο μερίδιο κατέχει η LIDL το 2021 με [25-35]% και ακολουθεί η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με [25-35]%, το νέο σχήμα με [15-25]%, η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με [15-25]%, η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με [5-10]% και η FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ) με [0-5]%. **Συνεπώς δεν εγείρονται θέματα από την άποψη του ανταγωνισμού.**

**Πίνακας 14:** Μερίδια αγοράς σε ακτίνα 10 λεπτών από το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ Αλυκές Ποταμού, Κέρκυρα

<i>Μερίδια σε πωλήσεις σε ακτίνα 10 λεπτά με αυτοκίνητο</i>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
ΣΥΝ.ΚΑ (13 καταστήματα)	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
EXPRESS MARKET (Τρίκλινο Αλεπού)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ</b>	<b>[15-25]%</b>	<b>[15-25]%</b>	<b>[15-25]%</b>
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	[15-25]%	[15-25]%	[25-35]%
ΝΤΙΕΛΛΑΣ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
LIDL	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ΓΔΑ

#### **10) ΣΥΝ.ΚΑ ΒΑΖΑΑΡ Αλυκές Ποταμού**

116. Το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ ΒΑΖΑΑΡ στις Αλυκές Ποταμού ανήκει στην Δημοτική Ενότητα Κερκυραίων. Σε ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχο στην Κεντρική Κέρκυρα δραστηριοποιούνται άλλα 11 καταστήματα της ΣΥΝ.ΚΑ, σύνολο 12, ενώ η γνωστοποιούσα δραστηριοποιείται με 1 κατάστημα υπό το σήμα Express Market. Αναφορικά με τους ανταγωνιστές, σε ακτίνα 10 λεπτών βρίσκεται η πόλη της Κέρκυρας όπου δραστηριοποιούνται μεγάλες αλυσίδες σουπερμάρκετ όπως ο ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με 1 κατάστημα, η FK FOOD (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ) με 2 καταστήματα, η Lidl με 1 κατάστημα, η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με 3 καταστήματα και η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με 5 καταστήματα.
117. Στην εν λόγω ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο το υψηλότερο μερίδιο για το 2021 κατέχει η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με [25-35]% και ακολουθεί το νέο σχήμα με [25-35]%, η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με [15-25]%, η LIDL με [10-15]%, η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με [5-10]% και η FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ) με [0-5]%.

**Πίνακας 15:** Μερίδια αγοράς σε ακτίνα 10 λεπτών από το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ ΒΑΖΑΑΡ Αλυκές Ποταμού, Κέρκυρα

<i>Μερίδια σε πωλήσεις σε ακτίνα 10 λεπτά με αυτοκίνητο</i>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
ΣΥΝ.ΚΑ (12 καταστήματα)	[25-35]%	[25-35]%	[15-25]%
EXPRESS MARKET (Τρίκλινο Αλεπού)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ</b>	<b>[25-35]%</b>	<b>[25-35]%</b>	<b>[25-35]%</b>
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
ΝΤΙΕΛΛΑΣ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
LIDL	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ΓΔΑ

### **11) ΣΥΝ.ΚΑ ΛΑΪΚΗ ΑΓΟΡΑ ΓΕΡΑΣΙΜΟΥ ΜΑΡΚΟΡΑ**

118. Το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ ΒΑΖΑΑΡ στην Γερασίμου Μαρκορά ανήκει στην Δημοτική Ενότητα Κερκυραίων. Σε ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχο στην Κεντρική Κέρκυρα δεν δραστηριοποιείται κατάστημα της γνωστοποιούσας, συνεπώς δεν υπάρχει οριζόντια επικάλυψη.

### **12) ΣΥΝ.ΚΑ ΠΙΝΙΑ ΦΙΛΑΡΜΟΝΙΚΗΣ 1 ΚΕΡΚΥΡΑ**

119. Το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ ΒΑΖΑΑΡ στην Φιλαρμονικής 1, ανήκει στην Δημοτική Ενότητα Κερκυραίων και δεν δραστηριοποιείται σε ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο άλλο κατάστημα της γνωστοποιούσας, συνεπώς δεν υπάρχει οριζόντια επικάλυψη.

### **13) ΣΥΝ.ΚΑ ΠΑΛΛΑΔΑ 9η ΠΑΡΟΔΟΣ ΙΩΑΝΝΟΥ ΘΕΟΤΟΚΗ ΚΕΡΚΥΡΑ**

120. Το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ ΒΑΖΑΑΡ στην Παλλάδα, ανήκει στην Δημοτική Ενότητα Κερκυραίων. Σε ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχο στην Κεντρική Κέρκυρα δεν δραστηριοποιείται κατάστημα της γνωστοποιούσας, συνεπώς δεν υπάρχει οριζόντια επικάλυψη.

### **14) ΣΥΝ.ΚΑ ΙΟΥΛΙΑΣ ΑΝΔΡΕΑΔΗ 14, ΚΕΡΚΥΡΑ**

121. Το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ στο Παλιό Νοσοκομείο ανήκει στην Δημοτική Ενότητα Κερκυραίων. Σε ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχο στην Κεντρική Κέρκυρα δραστηριοποιούνται άλλα 13 καταστήματα της ΣΥΝ.ΚΑ, σύνολο 14, ενώ η γνωστοποιούσα δραστηριοποιείται με 1 κατάστημα υπό το σήμα Express Market.

122. Αναφορικά με τους ανταγωνιστές, σε ακτίνα 10 λεπτών βρίσκεται η πόλη της Κέρκυρας όπου δραστηριοποιούνται μεγάλες αλυσίδες σουπερμάρκετ όπως ο ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με 2 καταστήματα, η FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ) με 2

καταστήματα, η LIDL με 2 καταστήματα, η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με 2 καταστήματα και η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με 7 καταστήματα.

123. Στην εν λόγω ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο, το υψηλότερο μερίδιο κατέχει η νέα οντότητα το 2021 με [25-35]%, και ακολουθεί η LIDL με [15-25]%, η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με [15-25]%, η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με [10-15]%, η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με [10-15]% και η FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ) με [5-10]%.

**Πίνακας 16:** Μερίδια αγοράς σε ακτίνα 10 λεπτών από το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ ΠΑΛΙΟ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΟ, ΚΕΡΚΥΡΑ

<b>Μερίδια σε πωλήσεις σε ακτίνα 10 λεπτά με αυτοκίνητο</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
EXPRESS MARKET (Τρίκλινο Αλεπού)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΣΥΝ.ΚΑ (14 καταστήματα)	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
<b>ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ</b>	<b>[25-35]%</b>	<b>[25-35]%</b>	<b>[25-35]%</b>
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ	[10-15]%	[15-25]%	[15-25]%
ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
ΝΤΙΕΛΛΑΣ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
LIDL	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ)	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ΓΔΑ

#### **15) ΣΥΝ.ΚΑ ΔΙΟΝΥΣΙΟΥ ΣΟΛΩΜΟΥ 11, ΚΕΡΚΥΡΑ**

124. Το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ ΒΑΖΑΑΡ στη Σπηλιά, Διονύσιου Σολωμού 11, ο ανήκει στην Δημοτική Ενότητα Κερκυραίων. Σε ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχο στην Κεντρική Κέρκυρα δραστηριοποιούνται άλλα 13 καταστήματα της ΣΥΝ.ΚΑ, σύνολο 14, ενώ η γνωστοποιούσα δραστηριοποιείται με 1 κατάστημα υπό το σήμα Express Market. Αναφορικά με τους ανταγωνιστές, σε ακτίνα 10 λεπτών βρίσκεται η πόλη της Κέρκυρας όπου δραστηριοποιούνται μεγάλες αλυσίδες σουπερμάρκετ όπως η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με 2 καταστήματα, η FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ) με 2 καταστήματα, η LIDL με 2 καταστήματα, η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με 3 καταστήματα και η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με 6 καταστήματα.
125. Στην εν λόγω ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο, το υψηλότερο μερίδιο κατέχει η νέα οντότητα το 2021 με [15-25]%, και ακολουθεί η LIDL με [15-25]%, η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με [15-25]%, η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με [10-15]%, η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με [10-15]% και η FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ) με [5-10]%.

**Πίνακας 17:** Μερίδια αγοράς σε ακτίνα 10 λεπτών από το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ ΔΙΟΝΥΣΙΟΥ ΣΟΛΩΜΟΥ 11, ΚΕΡΚΥΡΑ

Μερίδια σε πωλήσεις σε ακτίνα 10 λεπτά με αυτοκίνητο	2019	2020	2021
ΣΥΝ.ΚΑ (14 καταστήματα)	[25-35]%	[15-25]%	[15-25]%
EXPRESS MARKET (Τρίκλινο Αλεπού)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ</b>	<b>[25-35]%</b>	<b>[15-25]%</b>	<b>[15-25]%</b>
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
ΝΤΙΕΛΛΑΣ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
LIDL	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ)	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ΓΔΑ

### 16) ΣΥΝ.ΚΑ ΜΑΝΤΟΥΚΙ ΞΕΝΟΦΩΝΤΟΣ ΣΤΡΑΤΗΓΟΥ, ΚΕΡΚΥΡΑ

126. Το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ ΒΑΖΑΑΡ στο Μαντούκι ανήκει στην Δημοτική Ενότητα Κερκυραίων. Σε ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχο στην Κεντρική Κέρκυρα δραστηριοποιούνται άλλα 13 καταστήματα της ΣΥΝ.ΚΑ, σύνολο 14, ενώ η γνωστοποιούσα δραστηριοποιείται με 1 κατάστημα υπό το σήμα Express Market. Αναφορικά με τους ανταγωνιστές, σε ακτίνα 10 λεπτών βρίσκεται η πόλη της Κέρκυρας όπου δραστηριοποιούνται μεγάλες αλυσίδες σουπερμάρκετ όπως η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με 2 καταστήματα, η FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ) με 2 καταστήματα, η LIDL με 2 καταστήματα, η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με 3 καταστήματα και η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με 6 καταστήματα.
127. Στην εν λόγω ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο, το υψηλότερο μερίδιο κατέχει η νέα οντότητα το 2021 με [15-25]%, και ακολουθεί η LIDL με [15-25]%, η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με [15-25]%, η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με [10-15]%, η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με [10-15]%, και η FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ) με [5-10]%.

**Πίνακας 18:** Μερίδια αγοράς σε ακτίνα 10 λεπτών από το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ ΜΑΝΤΟΥΚΙ ΞΕΝΟΦΩΝΤΟΣ ΣΤΡΑΤΗΓΟΥ, ΚΕΡΚΥΡΑ

Μερίδια σε πωλήσεις σε ακτίνα 10 λεπτά με αυτοκίνητο	2019	2020	2021
ΣΥΝ.ΚΑ (14 καταστήματα)	[25-35]%	[15-25]%	[15-25]%
EXPRESS MARKET (Τρίκλινο Αλεπού)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ</b>	<b>[25-35]%</b>	<b>[15-25]%</b>	<b>[15-25]%</b>
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
ΝΤΙΕΛΛΑΣ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
LIDL	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ)	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ΓΔΑ



**17) ΣΥΝ.ΚΑ ΜΗΤΡΟΠΟΛΙΤΟΥ ΜΕΘΟΔΙΟΥ 9, ΚΕΡΚΥΡΑ**

128. Το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ στην Μητροπολίτου Μεθοδίου ανήκει στην Δημοτική Ενότητα Κερκυραίων. Σε ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχο στην Κεντρική Κέρκυρα δραστηριοποιούνται άλλα 13 καταστήματα της ΣΥΝ.ΚΑ, σύνολο 14, ενώ η γνωστοποιούσα δραστηριοποιείται με 1 κατάστημα υπό το σήμα Express Market. Αναφορικά με τους ανταγωνιστές, σε ακτίνα 10 λεπτών βρίσκεται η πόλη της Κέρκυρας όπου δραστηριοποιούνται μεγάλες αλυσίδες σουπερμάρκετ όπως η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με 2 καταστήματα, η FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ) με 2 καταστήματα, η LIDL με 2 καταστήματα, η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με 2 καταστήματα και η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με 7 καταστήματα.
129. Στην εν λόγω ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο, το υψηλότερο μερίδιο κατέχει η νέα οντότητα το 2021 με [25-35]%, και ακολουθεί η LIDL με [15-25]%, η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με [15-25]%, η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με [10-15]%, η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με [10-15]% και η FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ) με [5-10]%.

**Πίνακας 19:** Μερίδια αγοράς σε ακτίνα 10 λεπτών από το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ ΜΗΤΡΟΠΟΛΙΤΟΥ ΜΕΘΟΔΙΟΥ, ΚΕΡΚΥΡΑ

<i>Μερίδια σε πωλήσεις σε ακτίνα 10 λεπτά με αυτοκίνητο</i>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
ΣΥΝ.ΚΑ (14 καταστήματα)	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
EXPRESS MARKET (Τρίκλινο Αλεπού)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ</b>	<b>[25-35]%</b>	<b>[25-35]%</b>	<b>[25-35]%</b>
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ	[10-15]%	[15-25]%	[15-25]%
ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
ΝΤΙΕΛΛΑΣ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
LIDL	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ)	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ΓΔΑ

**18) ΣΥΝ.ΚΑ ΑΛΕΠΟΥ, ΚΕΡΚΥΡΑ**

130. Το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ στην Αλεπού ανήκει στην Δημοτική Ενότητα Κερκυραίων. Σε ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχο στην Κεντρική Κέρκυρα δραστηριοποιούνται άλλα 13 καταστήματα της ΣΥΝ.ΚΑ, σύνολο 14, ενώ η γνωστοποιούσα δραστηριοποιείται με 1 κατάστημα υπό το σήμα Express Market. Αναφορικά με τους ανταγωνιστές, σε ακτίνα 10 λεπτών βρίσκεται η πόλη της Κέρκυρας όπου δραστηριοποιούνται μεγάλες αλυσίδες σουπερμάρκετ όπως η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με 2 καταστήματα, η FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ) με 2 καταστήματα, η LIDL με 2 καταστήματα, η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με 3 καταστήματα και η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με 7 καταστήματα.

131. Στην εν λόγω ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο, το υψηλότερο μερίδιο κατέχει η νέα οντότητα το 2021 με [15-25]%, και ακολουθεί η LIDL με [15-25]%, η AB ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με [15-25]%, η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με [10-15]%, η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με [10-15]% και η FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ) με [5-10]%.

**Πίνακας 20:** Μερίδια αγοράς σε ακτίνα 10 λεπτών από το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ ΑΛΕΠΟΥ, ΚΕΡΚΥΡΑ

<i>Μερίδια σε πωλήσεις σε ακτίνα 10 λεπτά με αυτοκίνητο</i>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
ΣΥΝ.ΚΑ (14 καταστήματα)	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
EXPRESS MARKET (Τρίκλινο Αλεπού)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ</b>	<b>[25-35]%</b>	<b>[15-25]%</b>	<b>[15-25]%</b>
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
AB ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
ΝΤΙΕΛΛΑΣ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
LIDL	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ)	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ΓΔΑ

#### **19) ΣΥΝ.ΚΑ ΣΑΡΟΚΟ ΠΛΑΤΕΙΑ Γ. ΘΕΟΤΟΚΗ 23, ΚΕΡΚΥΡΑ**

132. Το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ στο Σαρόκο ανήκει στην Δημοτική Ενότητα Κερκυραίων. Σε ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχο στην Κεντρική Κέρκυρα δραστηριοποιούνται άλλα 13 καταστήματα της ΣΥΝ.ΚΑ, σύνολο 14, ενώ η γνωστοποιούσα δραστηριοποιείται με 1 κατάστημα υπό το σήμα Express Market. Αναφορικά με τους ανταγωνιστές, σε ακτίνα 10 λεπτών βρίσκεται η πόλη της Κέρκυρας όπου δραστηριοποιούνται μεγάλες αλυσίδες σουπερμάρκετ όπως η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με 2 καταστήματα, η FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ) με 2 καταστήματα, η LIDL με 2 καταστήματα, η AB ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με 3 καταστήματα και η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με 7 καταστήματα.

133. Στην εν λόγω ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο, το υψηλότερο μερίδιο κατέχει η νέα οντότητα το 2021 με [15-25]%, και ακολουθεί η LIDL με [15-25]%, η AB ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με [15-25]%, η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με [10-15]%, η ΝΤΙΕΛΛΑΣ με [10-15]% και η FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ) με [5-10]%.

**Πίνακας 21:** Μερίδια αγοράς σε ακτίνα 10 λεπτών από το κατάστημα στόχος ΣΥΝ.ΚΑ ΣΑΡΟΚΟ ΠΛΑΤΕΙΑ Γ. ΘΕΟΤΟΚΗ 23, ΚΕΡΚΥΡΑ

<i>Μερίδια σε πωλήσεις σε ακτίνα 10 λεπτά με αυτοκίνητο</i>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
ΣΥΝ.ΚΑ (14 καταστήματα)	[25-35]%	[15-25]%	[15-25]%
EXPRESS MARKET (Τρίκλινο Αλεπού)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ</b>	<b>[25-35]%</b>	<b>[15-25]%</b>	<b>[15-25]%</b>
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%

Μερίδια σε πωλήσεις σε ακτίνα 10 λεπτά με αυτοκίνητο	2019	2020	2021
ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
ΝΤΙΕΛΛΑΣ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
LIDL	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
FK FOOD LOGISTICS (πρώην ΚΑΖΙΑΝΗΣ)	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ΓΔΑ

### Νήσος Θήρα

134. Στο νησί της Θήρας ο ΣΥΝΚΑ δραστηριοποιείται με ένα κατάστημα το οποίο βρίσκεται στη δημοτική ενότητα Θήρας του δήμου Θήρας<sup>107</sup> στην περιοχή Πύργος η οποία βρίσκεται νότια από το κέντρο των Φηρών σε απόσταση περίπου 8 λεπτών με το αυτοκίνητο. Με βάση την απογραφή του 2011, η δημοτική ενότητα Θήρας έχει 14.005 κατοίκους και επομένως λαμβάνεται υπόψη το κριτήριο της ακτίνας των 10 λεπτών με το αυτοκίνητο γύρω από το κατάστημα-στόχο.
135. Σε ακτίνα 10 λεπτά με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχο δραστηριοποιείται η γνωστοποιούσα με 2 καταστήματα υπό το σήμα Express Market και ο ΣΥΝ.ΚΑ με 1 κατάστημα το οποίο αποτελεί και το κατάστημα στόχος. Αναφορικά με τους ανταγωνιστές στην εν λόγω τοπική αγορά δραστηριοποιείται η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με 3 καταστήματα, η ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με 1 και η LIDL με 1 επίσης κατάστημα.
136. Στην εν λόγω ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο το υψηλότερο μερίδιο κατέχει η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με [55-65]% το 2021 ακολουθούμενη από την LIDL και την ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με [15-25]% και [15-25]% αντίστοιχα. Αναφορικά με το συνολικό μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας, αυτό θα ανέλθει σε [0-5]% το έτος 2021 μετά τη συγκέντρωση.

**Πίνακας 22:** Μερίδια αγοράς σε ακτίνα 10 λεπτών από το κατάστημα στόχος Πύργος Σαντορίνης

Μερίδια σε πωλήσεις σε ακτίνα 10 λεπτά με αυτοκίνητο	2019	2020	2021
ΣΥΝ.ΚΑ ΚΡΗΤΗΣ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΑΕ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ</b>	<b>[0-5]%</b>	<b>[0-5]%</b>	<b>[0-5]%</b>
ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
LIDL HELLAS & ΣΙΑ Ο.Ε.	[25-35]%	[15-25]%	[15-25]%
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ	[45-55]%	[55-65]%	[55-65]%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ΓΔΑ

### Νήσος Νάξος

<sup>107</sup> Στην περιοχή Πύργος Θήρας με ΤΚ 84701.

137. Στο νησί της Νάξου ο ΣΥΝΚΑ δραστηριοποιείται με δύο καταστήματα τα οποία βρίσκονται στη δημοτική ενότητα Νάξου<sup>108</sup> του Δήμου Νάξου και Μικρών Κυκλάδων. Με βάση την απογραφή του 2011, η δημοτική ενότητα Νάξου έχει 12.726 κατοίκους. Επομένως, λαμβάνεται υπόψη το κριτήριο της ακτίνας των 10 λεπτών με το αυτοκίνητο γύρω από το κατάστημα-στόχο και για τα δύο καταστήματα.
138. Σε ακτίνα 10 λεπτά με το αυτοκίνητο εκτός από τα δύο καταστήματα στόχος του ΣΥΝ.ΚΑ, στη Λ. Εγγάρων και στην Περιφερειακή οδό Χώρας Νάξου, δραστηριοποιείται η γνωστοποιούσα με 1 κατάστημα υπό το σήμα Express Market. Αναφορικά με τους ανταγωνιστές στην εν λόγω τοπική αγορά δραστηριοποιείται η ΚΟΥΤΕΛΙΕΡΗΣ, η οποία είναι μια τοπική αλυσίδα που δραστηριοποιείται Νάξο με 5 καταστήματα, η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με 1 κατάστημα και ο Όμιλος ΕΛΕΤΑ με επίσης 1 κατάστημα. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι και τα 2 καταστήματα στόχος έχουν κοινή ακτίνα.
139. Στην εν λόγω ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο το υψηλότερο μερίδιο κατέχει η ΚΟΥΤΕΛΙΕΡΗΣ με [45-55]% το 2021 ακολουθούμενη από την ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με [25-35]%. Αναφορικά με το συνολικό μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας, αυτό θα ανέλθει σε [15-25]% μετά τη συγκέντρωση.

**Πίνακας 23:** Μερίδια αγοράς σε ακτίνα 10 λεπτών από το 1<sup>ο</sup> κατάστημα στόχος Λεωφόρος Εγγάρων Χώρας Νάξου και το 2<sup>ο</sup> κατάστημα στόχος Περιφερειακής Οδού Χώρας Νάξου

Μερίδια σε πωλήσεις σε ακτίνα 10 λεπτά με αυτοκίνητο	2019	2020	2021
ΣΥΝ.ΚΑ ΚΡΗΤΗΣ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΑΕ	-	-	[0-5]%
<b>ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ</b>	<b>[10-15]%</b>	<b>[10-15]%</b>	<b>[15-25]%</b>
ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
ΚΟΥΤΕΛΙΕΡΗΣ	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ΓΔΑ

## VI ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΠΡΟΛΗΠΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ - ΟΥΣΙΑΣΤΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΥΠΟ ΚΡΙΣΗ ΠΡΑΞΗΣ

### VI.1 Εισαγωγικά

140. Σύμφωνα με το άρθρο 8 παρ. 3 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει, η ΕΑ, εφόσον διαπιστώσει ότι η υποβληθείσα συγκέντρωση, καίτοι εμπίπτουσα στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 6 παρ. 1, εντούτοις δεν προκαλεί σοβαρές αμφιβολίες ως προς το συμβατό αυτής με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού στις επιμέρους αγορές στις οποίες αφορά, με απόφασή της, που εκδίδεται εντός μηνός από την πλήρη και προσήκουσα γνωστοποίηση, εγκρίνει τη συγκέντρωση. Ουσιαστικό κριτήριο ελέγχου των

<sup>108</sup> Το πρώτο στη λεωφόρο Εγγάρων και το δεύτερο στην Περιφερειακή οδό Χώρας Νάξου με ΤΚ 84300.

συγκεντρώσεων αποτελεί, κατά το άρθρο 7 παρ. 1 του ν. 3959/2011, ο σημαντικός ή μη περιορισμός του ανταγωνισμού ως αποτέλεσμα της υπό κρίση συγκέντρωσης, στην εθνική αγορά ή σε ένα σημαντικό τμήμα της, και ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης.<sup>109</sup>

141. Κατά την αξιολόγηση των επιπτώσεων μιας συγκέντρωσης στον ανταγωνισμό, η Επιτροπή συγκρίνει τις συνθήκες ανταγωνισμού που θα προκύψουν από την κοινοποιηθείσα συγκέντρωση με εκείνες που θα επικρατούσαν χωρίς αυτήν. Οι συνθήκες ανταγωνισμού που υφίστανται κατά το χρόνο της συγκέντρωσης και, σε ορισμένες περιπτώσεις, τυχόν μελλοντικές αλλαγές που ευλόγως αναμένονται αποτελούν το στοιχείο της σύγκρισης για την αξιολόγηση των επιπτώσεων που συνδέονται αιτιωδώς με την συγκέντρωση<sup>110</sup>.
142. Κατά κανόνα, μία συγκέντρωση με επιπτώσεις μη συντονισμένης συμπεριφοράς θα εμποδίσει σημαντικά τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό με τη δημιουργία ή την ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης από μία και μόνη επιχείρηση, η οποία θα έχει συνήθως αισθητά μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς από τον επόμενο σε μέγεθος ανταγωνιστή μετά τη συγκέντρωση<sup>111</sup>, ενώ η έννοια της δεσπόζουσας θέσης έχει εφαρμοστεί και σε ολιγοπωλιακή διάρθρωση αγοράς σε περιπτώσεις συλλογικής δεσπόζουσας θέσης<sup>112</sup>.
143. Αναλυτικότερα, μία οριζόντια συγκέντρωση μπορεί να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό σε μία αγορά με την απομάκρυνση σημαντικών ανταγωνιστικών πιέσεων σε έναν ή περισσότερους παίκτες, οι οποίοι ακολούθως έχουν αυξημένη δύναμη στην αγορά, χωρίς να καταφύγουν σε συντονισμό της συμπεριφοράς τους<sup>113</sup>. Η πλέον άμεση επίπτωση μίας συγκέντρωσης στην αγορά είναι η απώλεια του ανταγωνισμού μεταξύ των μερών, ενώ οι επιχειρήσεις που δεν συμμετέχουν στη συγκέντρωση και δραστηριοποιούνται στην ίδια αγορά μπορούν επίσης να επωφεληθούν από τη μείωση της ανταγωνιστικής πίεσης που προκύπτει από τη συγκέντρωση, δεδομένου ότι η αύξηση των τιμών των συμμετεχουσών επιχειρήσεων ενδέχεται να στρέψει ένα μέρος της ζήτησης προς τις ανταγωνίστριές τους, οι οποίες με τη σειρά τους μπορεί να αυξήσουν επικερδώς τις τιμές τους. Ο περιορισμός αυτών των ανταγωνιστικών πιέσεων θα μπορούσε να οδηγήσει σε σημαντικές αυξήσεις τιμών στη σχετική αγορά. Επιπλέον, οι συγκεντρώσεις στο πλαίσιο ολιγοπωλιακών αγορών, που συνεπάγονται κατάργηση σημαντικών ανταγωνιστικών πιέσεων που ασκούσαν προηγουμένως μεταξύ τους τα μέρη, σε συνδυασμό με τη μείωση της ανταγωνιστικής πίεσης επί των υπολοίπων ανταγωνιστών μπορεί, ακόμη και αν υπάρξει ελάχιστη πιθανότητα συντονισμού μεταξύ των μελών του ολιγοπωλίου, να οδηγήσουν επίσης σε σημαντική παρακώλυση του ανταγωνισμού<sup>114</sup>. Συχνά η συγκέντρωση, εκ της

<sup>109</sup> Σύμφωνα με τις Κατευθυντήριες γραμμές για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων (2004/C 31/03), παρ. 2.

<sup>110</sup> Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων, ο.π., παρ. 9, ΓενΔΕΕ T-342/99, Ryanair/Aer Lingus v. Commission, σκ. 82, απόφαση Ε. Επιτροπής M 6381 Google/ Motorola mobility, παρ. 139, 153, 170, καθώς και N. Levy, European Merger Control Law: A guide to the merger regulation, LexisNexis, 2013, παρ. 10.04 Counterfactual, 10-24.

<sup>111</sup> Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές της Ε.Επ. για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων ό.π., παρ. 25.

<sup>112</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές της Ε.ΕΠ. για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων, ό.π., Προοίμιο, παρ. 1 επ.

<sup>113</sup> Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές της Ε.Επ. για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων, ό.π., παρ. 22(α).

<sup>114</sup> Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές, ό.π. παρ. 24 επ.

οποίας προκύπτουν μη συντονισμένα αποτελέσματα περιορίζει τον ανταγωνισμό με τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης μίας επιχείρησης, η οποία κατά κανόνα θα έχει σημαντικά μεγαλύτερο μερίδιο από τον επόμενο ανταγωνιστή μετά τη συγκέντρωση.

144. Συνεπώς, η Επιτροπή αξιολογεί κατά πόσον οι μεταβολές που επέρχονται λόγω της οριζόντιας συγκέντρωσης θα οδηγήσουν σε αποτέλεσμα σημαντικής παρεμπόδισης του αποτελεσματικού ανταγωνισμού με τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης:
- α) καταργώντας σημαντικές ανταγωνιστικές πιέσεις σε μία ή περισσότερες επιχειρήσεις, οι οποίες ως εκ τούτου θα έχουν αυξημένη ισχύ στην αγορά, χωρίς να καταφύγουν σε συντονισμό της συμπεριφοράς τους (επιπτώσεις μη συντονισμένης συμπεριφοράς) ή
  - β) μεταβάλλοντας τη φύση του ανταγωνισμού ούτως ώστε επιχειρήσεις που προηγουμένως δεν συντόνιζαν τη συμπεριφορά τους, τώρα είναι πολύ πιθανότερο να συντονίζουν και να αυξάνουν τις τιμές ή με άλλο τρόπο να βλάπτουν τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό. Μια συγκέντρωση μπορεί επίσης να καταστήσει τον συντονισμό ευκολότερο, σταθερότερο ή αποτελεσματικότερο για τις επιχειρήσεις που συντόνιζαν τη συμπεριφορά τους και πριν από τη συγκέντρωση ιδίως ως αποτέλεσμα δημιουργίας ή ενίσχυσης συλλογικής δεσπόζουσας θέσης (επιπτώσεις συντονισμένης συμπεριφοράς)<sup>115, 116</sup>.

## **VI.2 Αξιολόγηση επιπτώσεων της υπό κρίση συγκέντρωσης**

### **VI.2.1 Στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ σε επίπεδο διανομής**

145. Σύμφωνα με τα ανωτέρω, αναφορικά με την αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ σε επίπεδο διανομής, η αξιολόγηση των επιπτώσεων της εξεταζόμενης συγκέντρωσης περιορίζεται στις σχετικές γεωγραφικές αγορές<sup>117</sup>, στις οποίες οι συμμετέχουσες στη συγκέντρωση έχουν κοινή παρουσία και θα ήταν συνεπώς πιθανόν να εγείρονται θέματα δημιουργίας ή ενίσχυσης δεσπόζουσας θέσης.
146. Όπως προαναφέρθηκε, στις άλλες δύο σχετικές αγορές (αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ και αγορά εφοδιασμού) που καλύπτουν γεωγραφικώς το σύνολο της Ελληνικής Επικράτειας, η οριζόντια επικάλυψη που δημιουργείται συνεπεία της δραστηριοποίησης του ΣΥΝ.ΚΑ σε αυτές είναι ασήμαντη και δεν δύναται να δημιουργήσει ζητήματα στον ανταγωνισμό, δεδομένου ότι το μερίδιο του ΣΥΝ.ΚΑ στις εν λόγω αγορές είναι μηδαμινό ([...]) και ως εκ τούτου η επιγενόμενη προσαύξηση (“increment”) στο μερίδιο αγοράς της ΜΑΣΟΥΤΗΣ είναι σε επίπεδο de minimis. Λαμβάνοντας υπόψη ότι το αθροιστικό μερίδιο των μερών υπολείπεται κατά πολύ του σχετικού κατωφλιού του

<sup>115</sup> Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές, ό.π. παρ. 22 και παρ. 23.

<sup>116</sup> Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές, ό.π. παρ. 40 επ.

<sup>117</sup> Όπως προαναφέρθηκε, σύμφωνα με τη νομολογία της ΕΑ και της Ε.Επ., στις συνθήκες της προκείμενης υπόθεσης η σχετική γεωγραφική αγορά για την αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ σε επίπεδο διανομής ορίζεται αρχικώς σε επίπεδο νομών της χώρας, στους οποίους δραστηριοποιούνται οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις, με συνέπεια κάθε νομός της ηπειρωτικής Ελλάδας να μπορεί να χρησιμοποιηθεί, για το σκοπό του ορισμού της σχετικής γεωγραφικής αγοράς, ως γεωγραφικό όριο, εντός του οποίου οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις παρέχουν τις σχετικές υπηρεσίες υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού και που μπορεί να διακριθεί από άλλες γειτονικές γεωγραφικές περιοχές λόγω των διαφορετικών συνθηκών ανταγωνισμού που επικρατούν σε αυτούς. Προκειμένου ωστόσο η γεωγραφική οριοθέτηση να λαμβάνει υπόψη τις ιδιαίτερες τοπικές συνθήκες ανά περίπτωση, οι γεωγραφικές αγορές που επηρεάζονται από μια συγκέντρωση στο λιανικό εμπόριο τροφίμων μπορεί να είναι οι τοπικές αγορές, στις οποίες οι συμμετέχουσες εταιρείες διατηρούν καταστήματα.

- 15%, οι εν λόγω αγορές δεν συνιστούν επηρεαζόμενες αγορές και, συνακόλουθα, δεν χρειάζεται να αναλυθούν περαιτέρω.
147. Από τα στοιχεία που προσκομίστηκαν από τη γνωστοποιούσα, οι συμμετέχουσες στη συγκέντρωση επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται, αμφότερες, στο νομό Χανίων καθώς και στα νησιά Κέρκυρα, Χίο, Θήρα και Νάξο.
148. Στις εν λόγω γεωγραφικές περιοχές, όπου υπάρχει κοινή παρουσία των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση μερών, η εξέταση για πιθανές επιπτώσεις στον ανταγωνισμό από την πλευρά του καταναλωτή, γίνεται σε επίπεδο επιμέρους τοπικών αγορών, όπως ορίζονται κατά τα ανωτέρω, ήτοι σε ακτίνα έως 10 λεπτά από το κατάστημα στόχο με το αυτοκίνητο για τις αστικές περιοχές και έως 30 λεπτά με το αυτοκίνητο για τις ημιαστικές. Η αξιολόγηση πιθανόν επιπτώσεων στον ανταγωνισμό συνίσταται ουσιαστικά στη σύγκριση των ανταγωνιστικών συνθηκών που θα προκύψουν από τη γνωστοποιηθείσα συναλλαγή με τις συνθήκες που επικρατούσαν ελλείψει της συγκέντρωσης.
149. Κατά τη νομολογία των εθνικών αρχών ανταγωνισμού<sup>118</sup>, η αξιολόγηση στοχεύει στις συγκεκριμένες τοπικές σχετικές γεωγραφικές αγορές, στις οποίες α) τα μερίδια αγοράς της ενιαίας ενότητας μετά τη συγκέντρωση θα υπερβούν το 35-40%<sup>119</sup> και β) η αύξηση του μεριδίου της εξαγοράζουσας μετά τη συγκέντρωση θα υπερβεί το 5%<sup>120</sup>.
150. Για την αξιολόγηση ειδικότερα της πιθανής δημιουργίας ή ενίσχυσης δεσπόζουσας θέσης λαμβάνονται υπόψη κυρίως η παρουσία άλλων παικτών ικανών να ασκήσουν ανταγωνιστική πίεση στα μέρη, οι φραγμοί εισόδου (π.χ. διοικητικές άδειες) και η πιθανή μελλοντική δραστηριοποίηση ανταγωνιστή<sup>121</sup>.
151. Ειδικότερα, **στον Νομό Χανίων**, όπως προαναφέρθηκε, ο ΣΥΝ.ΚΑ δραστηριοποιείται με 26 καταστήματα, τα οποία αποτελούν και τα καταστήματα στόχος. Αντίστοιχα η γνωστοποιούσα ΜΑΣΟΥΤΗΣ δραστηριοποιείται με 1 κατάστημα υπό το σήμα Express Market<sup>122</sup>. Από τα 26 καταστήματα, οριζόντια επικάλυψη παρατηρείται μόνο με 1 κατάστημα-στόχος, συγκεκριμένα το κατάστημα στην περιοχή Καλύβων Αρμένων στον Αποκόρωνα με ΤΚ 73003<sup>123</sup>. Το κατάστημα στόχος βρίσκεται στο Δήμο Αποκορώνου, στη δημοτική ενότητα Αρμένων η οποία βάσει της απογραφής έχει 3.255 κατοίκους. Επομένως, λαμβάνεται υπόψη το κριτήριο της ακτίνας των 30 λεπτών με το αυτοκίνητο από το κατάστημα στόχος, καθώς πρόκειται για ημιαστική περιοχή.
152. Από την αξιολόγηση των συλλεγμένων στοιχείων, προέκυψε ότι με βάση την ακτίνα των 30 λεπτών με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχος, το μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας μετά τη συγκέντρωση θα ανέλθει σε [35-45]%, ακολουθούμενη από την ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ (με 7 καταστήματα) και την LIDL (με 4 καταστήματα) και μερίδια [25-35]% και [15-25]% αντίστοιχα. Η προσαύξηση (increment) του μεριδίου αγοράς της γνωστοποιούσας κατά μόλις [0-5] % δεν αξιολογείται σημαντική για τον ανταγωνισμό,

<sup>118</sup> Βλ. ανωτέρω Ενότητα IV.

<sup>119</sup> Με βάση τα μερίδια για το έτος 2021.

<sup>120</sup> Βλ. ανωτέρω αποφάσεις Ε.Επ. και αποφάσεις γερμανικής και ισπανικής αρχής ανταγωνισμού.

<sup>121</sup> Βλ. ανωτέρω νομολογία εθνικών αρχών ανταγωνισμού και Κατευθυντήριες γραμμές, ό.π., παρ. 27 επ., 64 επ. και 68 επ.

<sup>122</sup> Το συγκεκριμένο κατάστημα βρίσκεται στην Γεωργιούπολη Αποκορώνου.

<sup>123</sup> Τα δύο αυτά καταστήματα (ΣΥΝ.ΚΑ και Express Market) απέχουν μεταξύ τους 22 λεπτά και κατά συνέπεια βρίσκονται στην ίδια τοπική αγορά.

ενώ σημαντική ανταγωνιστική πίεση ασκείται από δύο ισχυρές αλυσίδες πανελλήνιας εμβέλειας με υψηλά μερίδια<sup>124</sup>, κατά τα ανωτέρω. Συνεπώς, εκτιμάται ότι το εν λόγω μερίδιο δεν είναι ικανό να οδηγήσει στη θεμελίωση ατομικής δεσπόζουσας θέσης εκ μέρους της ενιαίας οντότητας μετά την ολοκλήρωση της συγκέντρωσης.

153. Περαιτέρω, **στη νήσο Χίο**, όπως προαναφέρθηκε, ο ΣΥΝ.ΚΑ δραστηριοποιείται με δύο (2) καταστήματα εκ των οποίων το ένα βρίσκεται στην πόλη της Χίου<sup>125</sup> και το δεύτερο στη θέση Βάγια, η οποία βρίσκεται νότια από την πόλη της Χίου και σε απόσταση περίπου 15 λεπτών<sup>126</sup>. Με βάση την απογραφή του 2011, η δημοτική ενότητα Χίου αριθμεί 26.850 κατοίκους, ενώ η δημοτική ενότητα Αγίου Μηνά 3.271<sup>127</sup> κατοίκους. Επομένως, λαμβάνεται υπόψη το κριτήριο της ακτίνας των 10 λεπτών με το αυτοκίνητο γύρω από το κατάστημα-στόχο για το πρώτο κατάστημα και 30 λεπτών για το δεύτερο, καθώς πρόκειται για αστική και ημιαστική περιοχή αντίστοιχα.
154. Σχετικά με το **πρώτο κατάστημα-στόχο (Κωνσταντίνου Μονομάχου 1)** σε ακτίνα 10 λεπτά με το αυτοκίνητο δραστηριοποιείται η γνωστοποιούσα με 2 καταστήματα υπό το σήμα ΜΑΣΟΥΤΗΣ και ο ΣΥΝ.ΚΑ με 1 κατάστημα, το οποίο αποτελεί και το κατάστημα στόχος.
155. Στην εν λόγω τοπική αγορά δραστηριοποιούνται δύο ισχυροί ανταγωνιστές εθνικής εμβέλειας, η ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με 4 καταστήματα και η ΜΕΤΡΟ με 2 καταστήματα, καθώς και ένας σημαντικός τοπικός ανταγωνιστής, η ΧΑΡΑ, με 5 καταστήματα. Το υψηλότερο μερίδιο κατέχει η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με [45-55]% το 2021 ακολουθούμενη από την ΧΑΡΑ και την ΜΕΤΡΟ με μερίδια [25-35]% και [15-25]% αντίστοιχα. Το συνολικό μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας θα ανέλθει σε [5-10]% μετά τη συγκέντρωση και συνεπώς δεν εγείρονται ανησυχίες από την άποψη του ανταγωνισμού, καθώς το εν λόγω μερίδιο δεν είναι ικανό να οδηγήσει στη θεμελίωση ατομικής δεσπόζουσας θέσης εκ μέρους της ενιαίας οντότητας μετά την ολοκλήρωση της συγκέντρωσης.
156. Σχετικά με το **δεύτερο κατάστημα-στόχο (στην Λεωφόρο Αγίου Μηνά στη θέση Βάγια Χίου)**, σε ακτίνα 30 λεπτά με το αυτοκίνητο δραστηριοποιείται η γνωστοποιούσα με 2 καταστήματα υπό το σήμα ΜΑΣΟΥΤΗΣ και ο ΣΥΝ.ΚΑ με 2 καταστήματα.
157. Στην εν λόγω τοπική αγορά δραστηριοποιούνται τρεις ισχυροί ανταγωνιστές εθνικής εμβέλειας, η ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με 4 καταστήματα, η ΜΕΤΡΟ με 3 καταστήματα και η LIDL με 1 κατάστημα καθώς και ένας σημαντικός τοπικός ανταγωνιστής, η ΧΑΡΑ, με 8 καταστήματα. Το υψηλότερο μερίδιο κατέχει η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με [25-35]%, ακολουθούμενη από την ΜΕΤΡΟ με [25-35]%, τη ΧΑΡΑ με [15-25]% και τη LIDL με [10-15]% αντίστοιχα. Το συνολικό μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας θα ανέλθει σε [5-

<sup>124</sup> Βλ. ανωτέρω αποφάσεις Ε.Επ. και εθνικών αρχών ανταγωνισμού, σύμφωνα με τις οποίες, εφόσον στις τοπικές αγορές τα αθροιστικά μερίδια των μερών στη συγκέντρωση υπερβαίνουν το 35-40% μετά την ολοκλήρωση της συναλλαγής, οι αρχές προβαίνουν σε συνεκτίμηση και άλλων παραγόντων καθοριστικών για τη διαμόρφωση των συνθηκών ανταγωνισμού, όπως την παρουσία ανταγωνιστικών επιχειρήσεων εμβέλειας ικανής για την άσκηση ανταγωνιστικών πιέσεων.

<sup>125</sup> Στην οδό Κωνσταντίνου Μονομάχου 1 με ΤΚ 82100.

<sup>126</sup> Επί της Λεωφόρου Αγίου Μηνά στη Θέση Βάγια με ΤΚ 82100.

<sup>127</sup> Σύμφωνα με τον πίνακα αποτελεσμάτων μόνιμου πληθυσμού απογραφής 2011 της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής: (<http://www.statistics.gr/el/2011-census-pop-hous>)



10]% μετά τη συγκέντρωση και συνεπώς δεν εγείρονται ανησυχίες από την άποψη του ανταγωνισμού, καθώς το εν λόγω μερίδιο δεν είναι ικανό να οδηγήσει στη θεμελίωση ατομικής δεσπόζουσας θέσης εκ μέρους της ενιαίας οντότητας μετά την ολοκλήρωση της συγκέντρωσης.

158. Στο **νησί της Θήρας** ο ΣΥΝΚΑ δραστηριοποιείται με ένα κατάστημα-στόχο το οποίο βρίσκεται στη δημοτική ενότητα Θήρας του δήμου Θήρας<sup>128</sup> στην περιοχή Πύργος η οποία βρίσκεται νότια από το κέντρο των Φηρών σε απόσταση περίπου 8 λεπτών με το αυτοκίνητο. Με βάση την απογραφή του 2011, η δημοτική ενότητα Θήρας έχει 14.005 κατοίκους και επομένως λαμβάνεται υπόψη το κριτήριο της ακτίνας των 10 λεπτών με το αυτοκίνητο γύρω από το κατάστημα-στόχο.
159. Σε ακτίνα 10 λεπτά με το αυτοκίνητο δραστηριοποιείται η γνωστοποιούσα με 2 καταστήματα υπό το σήμα Express Market και ο ΣΥΝ.ΚΑ με 1 κατάστημα, το οποίο αποτελεί και το κατάστημα στόχος.
160. Στην εν λόγω τοπική αγορά δραστηριοποιούνται τρεις ισχυροί ανταγωνιστές εθνικής εμβέλειας, η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με 3 καταστήματα, η ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με 1 και η LIDL με 1 επίσης κατάστημα. Το υψηλότερο μερίδιο κατέχει η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με [55-65]% το 2021 ακολουθούμενη από την LIDL και την ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με [15-25]% και [15-25]% αντίστοιχα. Το συνολικό μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας θα ανέλθει σε [0-5]% μετά τη συγκέντρωση και συνεπώς δεν εγείρονται ανησυχίες από την άποψη του ανταγωνισμού, καθώς το εν λόγω μερίδιο δεν είναι ικανό να οδηγήσει στη θεμελίωση ατομικής δεσπόζουσας θέσης εκ μέρους της ενιαίας οντότητας μετά την ολοκλήρωση της συγκέντρωσης.
161. Στο **νησί της Νάξου**, όπως προαναφέρθηκε, ο ΣΥΝΚΑ δραστηριοποιείται με δύο καταστήματα-στόχους τα οποία βρίσκονται στη δημοτική ενότητα Νάξου<sup>129</sup> του Δήμου Νάξου και Μικρών Κυκλάδων. Με βάση την απογραφή του 2011, η δημοτική ενότητα Νάξου έχει 12.726 κατοίκους. Επομένως, λαμβάνεται υπόψη το κριτήριο της ακτίνας των 10 λεπτών με το αυτοκίνητο γύρω από το κατάστημα-στόχο και για τα δύο καταστήματα (κοινή ακτίνα).
162. Σε ακτίνα 10 λεπτά με το αυτοκίνητο, δραστηριοποιείται η γνωστοποιούσα με 1 κατάστημα υπό το σήμα Express Market.
163. Στην εν λόγω τοπική αγορά δραστηριοποιούνται δύο (2) ισχυροί ανταγωνιστές εθνικής εμβέλειας, η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με 1 κατάστημα και ο Όμιλος ΕΛΕΤΑ με επίσης 1 κατάστημα, καθώς και η τοπική αλυσίδα ΚΟΥΤΕΛΙΕΡΗΣ, η οποία δραστηριοποιείται στη Νάξο με 5 συνολικά καταστήματα. Το υψηλότερο μερίδιο κατέχει η ΚΟΥΤΕΛΙΕΡΗΣ με [45-55]%, ακολουθούμενη από την ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με [25-35]%. Το συνολικό μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας θα ανέλθει σε [15-25]% μετά τη συγκέντρωση και συνεπώς δεν εγείρονται ανησυχίες από την άποψη του ανταγωνισμού, καθώς το εν λόγω μερίδιο δεν είναι ικανό να οδηγήσει στη θεμελίωση ατομικής δεσπόζουσας θέσης εκ μέρους της ενιαίας οντότητας μετά την ολοκλήρωση της συγκέντρωσης.
164. Στο **νησί της Κέρκυρας**, όπως προαναφέρθηκε, ο ΣΥΝΚΑ δραστηριοποιείται με

<sup>128</sup> Στην περιοχή Πύργος Θήρας με ΤΚ 84701.

<sup>129</sup> Το πρώτο στη λεωφόρο Εγγαρών και το δεύτερο στην Περιφερειακή οδό Χώρας Νάξου με ΤΚ 84300.

δεκαεννέα καταστήματα-στόχους, τα οποία βρίσκονται σε όλη την έκταση του νησιού, ενώ η ΜΑΣΟΥΤΗΣ δραστηριοποιείται με τέσσερα καταστήματα EXPRESS MARKET.

165. Στις δεκαπέντε (15) τοπικές γεωγραφικές αγορές, όπου υπάρχει κοινή παρουσία, το αθροιστικό μερίδιο των συμμετεχουσών κυμαίνεται από [15-25]% έως [35-45]%, το οποίο δεν είναι ικανό να οδηγήσει στη θεμελίωση ατομικής δεσπόζουσας θέσης εκ μέρους της ενιαίας οντότητας μετά την ολοκλήρωση της συγκέντρωσης. Ο πραγματικός ανταγωνισμός, όπως προαναφέρθηκε, τόσο από τοπικές επιχειρήσεις (ΝΤΙΕΛΛΑΣ, FK FOOD LOGISTICS), όσο και από μεγάλες αλυσίδες (ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, LIDL) είναι υπαρκτός, καθώς ασκούνται ισχυρές ανταγωνιστικές πιέσεις από τη δραστηριοποίηση των λοιπών ανταγωνιστών στις επιμέρους αγορές και, έτσι, οι καταναλωτές, αλλά και οι προμηθευτές έχουν εναλλακτικές δυνατότητες επιλογής. Η δραστηριοποίηση στις σχετικές αγορές τόσο τοπικών επιχειρήσεων/ αλυσίδων όσο και μεγάλων πανελλήνιων ομίλων ενδεικνύει ποικιλία επιχειρηματικών μοντέλων λιανικής, τα οποία δύνανται να εξυπηρετούν τις διάφορες ανάγκες των καταναλωτών.

#### VI.2.2 Αγορές των ραδιοτηλεοπτικών μέσων ενημερωτικού και μη ενημερωτικού περιεχομένου

166. Όπως προαναφέρθηκε, ενόψει συγκεκριμένων συμμετοχών του ΣΥΝ.ΚΑ επί των οποίων μεταβάλλεται η ποιότητα του ελέγχου (από αποκλειστικό σε κοινό), η γνωστοποιηθείσα συναλλαγή αφορά παρεμπιπτόντως και τις αγορές τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών σταθμών περιφερειακής εμβέλειας.
167. Ειδικότερα, η ΜΑΣΟΥΤΗΣ θα αποκτήσει κοινό έλεγχο (από κοινού με τον, επί του παρόντος, αποκλειστικώς ελέγχοντα ΣΥΝ.ΚΑ) επί των εταιρειών «ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΡΕΘΥΜΝΟΥ Α.Ε.» και «ΕΡΩΤΙΚΟΣ ΕΠΕ».
168. Συνεπώς, η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση αφορά την απόκτηση ελέγχου επί ενημερωτικού μέσου («ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΡΕΘΥΜΝΟΥ Α.Ε.») και την απόκτηση ελέγχου επί μη ενημερωτικού μέσου («ΕΡΩΤΙΚΟΣ ΕΠΕ»).
169. Σύμφωνα με το άρθρο 3 παρ. 2 του Ν. 3592/2007: «[η] διαπίστωση της συγκέντρωσης ελέγχου στο χώρο των ενημερωτικών Μέσων, κατά την έννοια της παραγράφου 1, λαμβάνει χώρα σύμφωνα με τις διατάξεις του παρόντος και συμπληρωματικώς με τις διατάξεις του ν. 3959/2011 περί ελεύθερου ανταγωνισμού, ενώ η διαπίστωση της συγκέντρωσης ελέγχου σε μη ενημερωτικά Μέσα λαμβάνει χώρα αποκλειστικά με τις διατάξεις του ν. 3959/2011»<sup>130</sup>. Υφίσταται συνεπώς επί ενημερωτικών μέσων συμπληρωματική εφαρμογή των διατάξεων του Ν. 3959/2011, η οποία νομολογιακά<sup>131</sup> έχει εξειδικευθεί κατά τρόπο, ώστε ως προς τον ουσιαστικό έλεγχο να εφαρμόζεται η ειδική διάταξη του άρθρου 3 παρ. 7α του Ν.

<sup>130</sup> Στο χώρο των ΜΜΕ, λόγω του κοινωνικοπολιτικού τους ρόλου και της συμβολής τους στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης, ο νομοθέτης μεταθέτει το κέντρο βάρους στον έλεγχο των συγκεντρώσεων επιχειρήσεων από την οικονομική δύναμη στο ποσοστό επιρροής στο κοινό από αυτά. Ο παραπάνω στόχος του νομοθέτη αποτυπώνεται σαφώς στο άρθρο 3 παρ. 1 του Ν. 3592/2007, σύμφωνα με την οποία «Ως συγκέντρωση ελέγχου στην αγορά νοείται το ποσοστό επιρροής του κοινού από τα ενημερωτικά Μέσα ...», ήτοι η έννοια της συγκέντρωσης ελέγχου στην αγορά δεν προσδιορίζεται βάσει οικονομικών δεικτών και εννοιών, αλλά βάσει του ποσοστού επιρροής στο κοινό από τα ΜΜΕ.

<sup>131</sup> Βλ. ενδεικτικά ΕΑ 397/2008, ΕΑ 409/2008, ΕΑ 415/2008, ΕΑ 440/2009, ΕΑ 443/2009.

3592/2007, ενώ ως προς το γενικό πλαίσιο και την τηρούμενη διοικητική διαδικασία ενώπιον της Ε.Α. να εφαρμόζεται ο Ν. 3959/2011<sup>132</sup>. Επί συγκεντρώσεων επιχειρήσεων οι οποίες λειτουργούν μη ενημερωτικά μέσα εφαρμόζεται αποκλειστικά ο Ν. 3959/2011.

170. Η έννοια του ελέγχου κατά το άρθρο 5 παρ. 2 του Ν. 3959/2011, παρότι έχει πολλά κοινά εννοιολογικά στοιχεία, δεν ταυτίζεται με την έννοια του ελέγχου της διάταξης του άρθρου 3 παρ. 1 του Ν. 3592/2007, όπως τροποποιήθηκε και ισχύει, η οποία είναι ειδική σε σχέση με την πρώτη και, ως εκ τούτου, εφαρμόζεται στις συγκεντρώσεις των ενημερωτικών μέσων. Σύμφωνα με την ειδική αυτή διάταξη: «[ω]ς συγκέντρωση ελέγχου στην αγορά νοείται το ποσοστό επιρροής του κοινού από τα ενημερωτικά Μέσα κατά την έννοια της παραγράφου 5 του άρθρου 5 του νόμου αυτού, σε συνάρτηση με την ιδιοκτησία ή τη συμμετοχή σε ενημερωτικά Μέσα της αυτής ή και άλλης μορφής (τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδες και περιοδικά) στη σχετική αγορά ή στις επί μέρους σχετικές αγορές όπου δραστηριοποιείται το ενημερωτικό Μέσο ή τα ενημερωτικά Μέσα ενημέρωσης (τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδες και περιοδικά)». Από το λεκτικό της άνω ειδικής διάταξης προκύπτει ότι στην αγορά των ενημερωτικών μέσων η έννοια της συγκέντρωσης ελέγχου καθορίζεται από δύο παραμέτρους: την επιρροή στο κοινό και την ιδιοκτησία ή συμμετοχή σε ενημερωτικό μέσο.

171. Ως προς την επιρροή στο κοινό παρατηρείται ότι, παρόλο που δεν ορίζεται στο Ν. 3592/2007, ωστόσο είναι, με βάση το νόμο αυτό, μετρήσιμη. Ο Ν. 3592/2007 συνδέει την έννοια της επιρροής στο κοινό με την έννοια της συγκέντρωσης ελέγχου στην αγορά (άρθρο 3 παρ. 1), όπως προαναφέρθηκε, και αυτήν ακολούθως με την έννοια της δεσπόζουσας θέσης (άρθρο 3 παρ. 3), η οποία προσδιορίζεται κατά τεκμήριο με βάση συγκεκριμένα κατώφλια μεριδίων αγοράς (άρθρο 3 παρ. 3 στ. α και β)<sup>133</sup>, υπολογιζόμενα βάσει της διαφημιστικής δαπάνης και των εσόδων από πώληση προγραμμάτων ή εντύπων κατά περίπτωση (άρθρο 3 παρ. 4)<sup>134</sup>.

<sup>132</sup> Συνεπώς, οι ρυθμίσεις του Ν. 3959/2011 περί προθεσμιών γνωστοποίησης, των υπόχρεων προς γνωστοποίηση, των συνεπειών σε περίπτωση παράβασης της υποχρέωσης γνωστοποίησης, της τήρησης δημοσιότητας, της διαδικασίας προληπτικού ελέγχου συγκεντρώσεων, περί παράτασης των προθεσμιών κ.λπ. εφαρμόζονται και κατά την εξέταση συγκεντρώσεων υπαγόμενων στην εμβέλεια του άρθρου 3 του Ν. 3592/2007.

<sup>133</sup> Στο άρθρο 3 παρ. 3 στ. α και β του Ν. 3592/2007 ορίζονται τα ακόλουθα: «*Η συγκέντρωση ελέγχου προσδιορίζει την έννοια της δεσπόζουσας θέσης στην αγορά, η οποία υφίσταται ως ακολούθως: α) Όταν το φυσικό ή νομικό πρόσωπο δραστηριοποιείται σε ένα ή περισσότερα μέσα ενημέρωσης της αυτής μορφής, με την απόκτηση μεριδίου αγοράς άνω του τριάντα πέντε τοις εκατό (35%) στην επί μέρους σχετική αγορά (τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδες και περιοδικά) της εμβέλειας του κάθε μέσου. β) Όταν το φυσικό ή νομικό πρόσωπο δραστηριοποιείται σε δύο ή περισσότερα μέσα ενημέρωσης άλλης μορφής: β<sub>α</sub>) είτε με την απόκτηση μεριδίου αγοράς άνω του τριάντα πέντε τοις εκατό (35%) στην επί μέρους σχετική αγορά της εμβέλειας του κάθε μέσου, β<sub>β</sub>) είτε με την απόκτηση μεριδίου αγοράς: i) άνω του τριάντα δύο τοις εκατό (32%) στο σύνολο των δύο αγορών, όταν δραστηριοποιείται σε δύο διαφορετικά μέσα ενημέρωσης της ίδιας εμβέλειας, ii) άνω του είκοσι οκτώ τοις εκατό (28%) στο σύνολο των τριών αγορών, όταν δραστηριοποιείται σε τρία διαφορετικά μέσα ενημέρωσης της ίδιας εμβέλειας και iii) άνω του είκοσι πέντε τοις εκατό (25%) στο σύνολο των τεσσάρων αγορών, όταν δραστηριοποιείται σε τέσσερα διαφορετικά μέσα ενημέρωσης της ίδιας εμβέλειας».*

<sup>134</sup> Το άρθρο 3 παρ. 4 του Ν. 3592/2007 ορίζει τα ακόλουθα: «*4. Ως κριτήριο για τη διαπίστωση της δεσπόζουσας θέσης λαμβάνεται υπόψη για μεν την τηλεόραση και το ραδιόφωνο η διαφημιστική δαπάνη και τα έσοδα από πώληση στην ημεδαπή προγράμματος ή άλλων ραδιοτηλεοπτικών υπηρεσιών σε δωδεκάμηνη βάση, για δε τις εφημερίδες και τα περιοδικά το άθροισμα της διαφημιστικής δαπάνης και των εσόδων από την πώληση τους στην ημεδαπή σε δωδεκάμηνη βάση. Επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε περισσότερα μέσα ενημέρωσης της αυτής ή άλλης μορφής θα πρέπει να τηρούν χωριστούς λογαριασμούς διαφημιστικών εσόδων για κάθε μέσο και αναλόγως με την εμβέλεια του, οι οποίοι θα αναφέρονται στον ισολογισμό».*

172. Αναφορικά με την ιδιοκτησία ή συμμετοχή σε ενημερωτικό μέσο ως παράμετρο καθορισμού της έννοιας της συγκέντρωσης κατά τα προαναφερόμενα, προκύπτει από το λεκτικό του άρθρου 5 παρ. 3 στ. α του Ν. 3592/2007<sup>135</sup> ότι αυτή συμπληρώνεται από τη δυνατότητα άσκησης ουσιώδους επιρροής στη λήψη αποφάσεων σχετικά με τη διοίκηση και την εν γένει λειτουργία των επιχειρήσεων αυτών. Συνεπώς, ως πράξεις συγκέντρωσης θεωρούνται καταρχήν όλα εκείνα τα περιστατικά τα οποία οδηγούν σε μεταβολή του ιδιοκτησιακού καθεστώτος (ήτοι συγχώνευση, απόκτηση άμεσου ή έμμεσου, αποκλειστικού ή κοινού ελέγχου στο σύνολο ή σε τμήματα μίας ή περισσότερων άλλων επιχειρήσεων), αλλά επιπλέον και όλα εκείνα τα περιστατικά τα οποία άγουν φυσικό ή νομικό πρόσωπο που συμμετέχει και σε άλλο ηλεκτρονικό μέσο ενημέρωσης της ίδιας μορφής στη θέση να επηρεάζει με οποιονδήποτε τρόπο ουσιωδώς τη λήψη αποφάσεων της αποκτώμενης<sup>136</sup> επιχείρησης σχετικά με τη διοίκηση και τη λειτουργία της.
173. Στο ανωτέρω πλαίσιο και σύμφωνα με το άρθρο 3 παρ. 9 και 10 του Ν. 3592/2007<sup>137</sup>, προκειμένου να υπολογισθούν τα μερίδια αγοράς των μετόχων ή εταίρων και των τυχόν παρένθετων αυτών προσώπων, προσμετρώνται, τόσο τα μερίδια αγοράς των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση επιχειρήσεων, των συνδεδεμένων με αυτές<sup>138</sup> και των συγγενών τους επιχειρήσεων στις οποίες δραστηριοποιείται ο μέτοχος όσο και τα μερίδια αγοράς επιχειρήσεων ΜΜΕ που δεν συμμετέχουν στη συγκέντρωση, αλλά στις οποίες ο εκάστοτε ελεγχόμενος μέτοχος επίσης δραστηριοποιείται.
174. Με το άρθρο 3 παρ. 3 του Ν. 3592/2007 υιοθετείται ως μοναδικό κριτήριο για την εξειδίκευση της αόριστης νομικής έννοιας της δεσπόζουσας θέσης το μερίδιο αγοράς. Η υπέρβαση των αριθμητικών ορίων – μεριδίων αγοράς ισοδυναμεί αυτομάτως με την κατοχή δεσπόζουσας θέσης, χωρίς να απαιτείται επιπλέον μια συνολική αξιολόγηση των

---

<sup>135</sup> Το άρθρο 5 παρ. 3 στ. α του Ν. 3592/2007 ορίζει τα εξής: «α) Έλεγχος υφίσταται όταν φυσικό ή νομικό πρόσωπο, που συμμετέχει και σε άλλο ηλεκτρονικό μέσο ενημέρωσης της αυτής μορφής, επηρεάζει με οποιονδήποτε τρόπο ουσιωδώς τη λήψη αποφάσεων της επιχείρησης σχετικά με τον τρόπο διοίκησης και την εν γένει λειτουργία της. Ειδικότερα, έλεγχος υφίσταται, εφόσον το ανωτέρω φυσικό ή νομικό πρόσωπο: i) κατέχει σε περισσότερα του ενός μέσα την ιδιότητα του ιδιοκτήτη, του διευθυντικού στελέχους, του μέλους οργάνου διοίκησης, του διαχειριστή, του εταίρου ή μετόχου, ο οποίος κατατάσσεται ανάμεσα στους δέκα μεγαλύτερους μετόχους, εταίρους ή κατόχους δικαιωμάτων ψήφου της επιχείρησης, εξαιτίας του αριθμού των μετοχών, μεριδίων ή των δικαιωμάτων ψήφου που κατέχει από οποιαδήποτε αιτία στην τελευταία, πριν από την υποβολή της υποψηφιότητας, Γενική Συνέλευση ή το τελευταίο πρακτικό Συνέλευσης μετόχων ή εταίρων, υπό την προϋπόθεση ότι είναι κύριος αριθμού μετοχών, μεριδίων ή δικαιωμάτων ψήφου, είτε απευθείας είτε μέσω τρίτων, που αντιστοιχούν τουλάχιστον σε ποσοστό ένα τοις εκατό (1%) του συνολικού μετοχικού ή εταιρικού κεφαλαίου ή του συνόλου δικαιωμάτων ψήφου στη Γενική Συνέλευση ή στο πρακτικό Συνέλευσης των εταίρων της επιχείρησης ή ii) κατέχει οποιαδήποτε από τις ιδιότητες αυτές και στα δύο μέσα ή iii) έχει το δικαίωμα σε περισσότερα του ενός μέσα από το νόμο ή το καταστατικό της επιχείρησης ή μέσω εκχώρησης σχετικού δικαιώματος άλλων μετόχων ή εταίρων, να διορίζει ή να ανακαλεί τουλάχιστον ένα μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου ή διαχειριστή».

<sup>136</sup> Η απόκτηση αναφέρεται τόσο στο ιδιοκτησιακό καθεστώς όσο και στην απόκτηση ελέγχου.

<sup>137</sup> Οι παρ. 9 και 10 του άρθρου 3 του Ν. 3592/2007 ορίζουν: «9. Το ποσοστό της συγκέντρωσης ελέγχου υπολογίζεται στο σύνολο του, τόσο για την κάθε επιχείρηση μέσων ενημέρωσης, όσο και για τους μετόχους ή εταίρους αυτής, κατά την έννοια της παραγράφου 3 του άρθρου 5 και τα παρένθετα αυτών πρόσωπα, κατά την έννοια της παραγράφου 9 του άρθρου 2 του ν. 3310/2005 (ΦΕΚ 30 Α'), όπως ισχύει. 10. Αρμόδιο όργανο για τη διαπίστωση της συγκέντρωσης ελέγχου, τη λήψη μέτρων και την επιβολή των σχετικών κυρώσεων είναι η Επιτροπή Ανταγωνισμού. Κατά την άσκηση του ελέγχου, η Επιτροπή Ανταγωνισμού έχει όλες τις εξουσίες και τις αρμοδιότητες που διαθέτει κατά τις κείμενες διατάξεις».

<sup>138</sup> Βλ. άρθρο 3 παρ. 8 του Ν. 3592/2007.

χαρακτηριστικών της εκάστοτε σχετικής αγοράς.

175. Διακρίνονται δύο κατηγορίες δεσπόζουσας θέσης ανάλογα με την ποσότητα, τη μορφή και την εμβέλεια του μέσου ή των μέσων ενημέρωσης στο οποίο ή στα οποία δραστηριοποιείται το εκάστοτε ελεγχόμενο φυσικό ή νομικό πρόσωπο. Η πρώτη κατηγορία (άρθρο 3 παρ. 3 στ. α του Ν. 3592/2007) αφορά σε φυσικά ή νομικά πρόσωπα που δραστηριοποιούνται σε μέσα ενημέρωσης της ίδιας μορφής (monomedia concentration)<sup>139</sup> και υφίσταται, όταν τα εν λόγω πρόσωπα κατέχουν μερίδιο αγοράς άνω του 35% σε μία από τις τέσσερις αγορές των ΜΜΕ (τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδες και περιοδικά), ανάλογα με την εμβέλεια του κάθε μέσου. Η δεύτερη κατηγορία ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης αφορά σε φυσικά ή νομικά πρόσωπα που δραστηριοποιούνται σε μέσα ενημέρωσης διαφορετικής μορφής (multimedia concentration), περίπτωση η οποία υποδιαιρείται σε τέσσερις επιμέρους υποπεριπτώσεις, ήτοι α) απόκτηση μεριδίου αγοράς άνω του 35% στην επί μέρους σχετική αγορά της εμβέλειας κάθε μέσου, β) απόκτηση μεριδίου αγοράς άνω του 32% στο σύνολο των δύο αγορών, όταν δραστηριοποιείται σε δύο διαφορετικά μέσα ενημέρωσης της ίδιας εμβέλειας, γ) απόκτηση μεριδίου αγοράς άνω του 28% στο σύνολο των τριών αγορών, όταν δραστηριοποιείται σε τρία διαφορετικά μέσα ενημέρωσης της ίδιας εμβέλειας και δ) απόκτηση μεριδίου αγοράς άνω του 25% στο σύνολο των τεσσάρων αγορών, όταν δραστηριοποιείται σε τέσσερα διαφορετικά μέσα ενημέρωσης της ίδιας εμβέλειας.
176. Σύμφωνα με το άρθρο 3 παρ. 4 του Ν. 3592/2007, ως κριτήριο για τη διαπίστωση δεσπόζουσας θέσης κατά τα προαναφερθέντα λαμβάνεται υπόψη για την τηλεόραση και το ραδιόφωνο βάσει της διαφημιστικής δαπάνης και των εσόδων από την πώληση στην ημεδαπή προγράμματος ή άλλων ραδιοτηλεοπτικών υπηρεσιών σε δωδεκάμηνη βάση.
177. Με το άρθρο 3 παρ. 7 στ. α εδ. α του Ν. 3592/2007<sup>140</sup> εισάγεται η απαγόρευση συγκέντρωσης επιχειρήσεων στις αγορές ΜΜΕ είτε σε περίπτωση που διαπιστώνεται κατοχή δεσπόζουσας θέσης από μία ή περισσότερες από τις συμμετέχουσες στη συγκέντρωση επιχειρήσεις είτε σε περίπτωση που αποκτάται δεσπόζουσα θέση λόγω της συγκέντρωσης<sup>141</sup>.

#### **VI.2.2.1 Αναφορικά με την απόκτηση ελέγχου επί της «ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΡΕΘΥΜΝΟΥ Α.Ε»**

178. Η ΜΑΣΟΥΤΗΣ δεν δραστηριοποιείται άμεσα ούτε ελέγχει καμία επιχείρηση που δραστηριοποιείται στην αγορά των τηλεοπτικών μέσων (ενημερωτικών ή μη), συνεπώς, ελλείψει οριζόντιας επικάλυψης, ουδεμία μεταβολή θα επέλθει στη συγκεκριμένη αγορά μετά την ολοκλήρωση της συγκέντρωσης, καθώς δεν θα αυξηθεί το μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας.

<sup>139</sup> Βλ. ΕΑ 409/2009, σκ. 82.

<sup>140</sup> Το άρθρο 3 παρ. 7 στ. α εδ. α του Ν. 3592/2007 ορίζει επί λέξει τα εξής: «7. α) Απαγορεύεται η συγκέντρωση επιχειρήσεων είτε σε περίπτωση που διαπιστώνεται, κατά τα ως άνω, η κατοχή δεσπόζουσας θέσης σε μία ή περισσότερες από τις συμμετέχουσες στη συγκέντρωση επιχειρήσεις είτε σε περίπτωση που αποκτάται δεσπόζουσα θέση λόγω της συγκεντρώσεως».

<sup>141</sup> Κατά την έννοια του άρθρου 3 παρ. 3 του Ν. 3592/2007.

**VI.2.2.2 Αναφορικά με την απόκτηση ελέγχου επί της «ΕΡΩΤΙΚΟΣ ΕΠΕ»**

179. Η ΜΑΣΟΥΤΗΣ δεν δραστηριοποιείται άμεσα ούτε ελέγχει καμία επιχείρηση που δραστηριοποιείται στην αγορά των ραδιοφωνικών μέσων (ενημερωτικών ή μη), συνεπώς, ελλείψει οριζόντιας επικάλυψης, ουδεμία μεταβολή θα επέλθει στη συγκεκριμένη αγορά μετά την ολοκλήρωση της συγκέντρωσης, καθώς δεν θα αυξηθεί το μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας.

**VI.2.3 Συμπέρασμα**

180. Συμπερασματικά, η γνωστοποιούμενη συναλλαγή συγκεντρώνει τα χαρακτηριστικά της συγκέντρωσης κατ' άρθρο 5 του ν. 3959/2011 και εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 6 παρ. 1 του ν. 3959/2011, διότι οι κύκλοι εργασιών των συμμετεχουσών επιχειρήσεων υπερβαίνουν τα οριζόμενα κατώφλια σε παγκόσμιο και σε εθνικό επίπεδο, ωστόσο, η προτεινόμενη συναλλαγή δεν προκύπτει ότι θα οδηγήσει σε παρακώλυση του αποτελεσματικού ανταγωνισμού. Ο πραγματικός και δυνητικός ανταγωνισμός είναι υπαρκτός και μάλιστα σημαντικός, καθώς ασκούνται ανταγωνιστικές πιέσεις από τη δραστηριοποίηση των λοιπών ανταγωνιστών στις επιμέρους αγορές και προκύπτει ότι οι προμηθευτές και οι καταναλωτές έχουν εναλλακτικές δυνατότητες επιλογής.

181. Κατά συνέπεια, με συνεκτίμηση όλων όσων ανωτέρω εξετάθησαν, η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση δεν αναμένεται να προκαλέσει σημαντικό περιορισμό του ανταγωνισμού και εκτιμάται ότι δεν προκαλούνται σοβαρές αμφιβολίες ως προς το συμβατό αυτής με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού σε οποιαδήποτε εκ των ανωτέρω εξεταζόμενων αγορών.

**ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ**

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού, σε Ολομέλεια, ομόφωνα εγκρίνει, κατ' άρθρο 8 παρ. 3 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει, της με αριθ. πρωτ. 2127/4.3.2022 γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης που αφορά στην απόκτηση από μέρους της «ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΑΕ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ» του αποκλειστικού και κοινού, κατά περίπτωση, ελέγχου επί του κλάδου χονδρικού και λιανικού εμπορίου ειδών σούπερ μάρκετ του προμηθευτικού και καταναλωτικού συνεταιρισμού περιορισμένης ευθύνης με την επωνυμία «ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΙΚΟΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΚΡΗΤΗΣ» («ΣΥΝ.ΚΑ ΚΡΗΤΗΣ») που απαρτίζεται, μεταξύ άλλων, από καταστήματα λιανικής και χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, συμμετοχές σε επιχειρήσεις, συμβατικές σχέσεις, ακίνητα και άλλα περιουσιακά στοιχεία, δεδομένου ότι η εν λόγω συγκέντρωση, παρότι εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της παραγράφου 1 του άρθρου 6 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει, δεν προκαλεί σοβαρές αμφιβολίες ως προς το συμβατό αυτής με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού στις επιμέρους αγορές στις οποίες αφορά.

Η απόφαση εκδόθηκε την **10<sup>η</sup> Μαΐου 2022**.

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

Ο Πρόεδρος

Ιωάννης Λιανός

Η Συντάκτης της Απόφασης

Μαρία Ιωαννίδου

Η Γραμματέας

Ηλιάνα Κούτρα