

ΑΠΟΦΑΣΗ ΑΡΙΘΜ. ¹ 441/V/2009

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Συνεδρίασε στην Αίθουσα Συνεδριάσεων του 1^{ου} ορόφου του κτηρίου των γραφείων της, επί της οδού Κότσικα 1Α, Αθήνα, την 19^η Νοεμβρίου 2009, ημέρα Τετάρτη και ώρα 16:30, με την εξής σύνθεση:

Πρόεδρος: Σπυρίδων Ζησιμόπουλος

Μέλη: Νικόλαος Γεράσιμος, λόγω δικαιολογημένου κωλύματος του τακτικού μέλους, Αριστομένη Κομισσόπουλου,
Αριστέα Σινανιώτη,
Φαίδων Στράτος,
Βασίλης Πατσουράτης, λόγω δικαιολογημένου κωλύματος του τακτικού μέλους, Ιωάννη Σαμέλη,
Χρήστος Ιωάννου,
Παναγιώτης Κανελλόπουλος,
Ευθύμιος Πουρναράκης, λόγω δικαιολογημένου κωλύματος του τακτικού μέλους, Απόστολου Ρεφενέ,
Δημήτριος Γιαννέλης και
Αθανάσιος Στεφόπουλος, λόγω δικαιολογημένου κωλύματος του τακτικού μέλους, Γεωργίας Μπεχρή-Κεχαγιόγλου

Τα λοιπά τακτικά ή/ και αναπληρωματικά μέλη αν και προσκληθέντα δεν προσήλθαν λόγω δικαιολογημένου κωλύματος.

Γραμματέας: Ηλιάνα Κούτρα, λόγω κωλύματος της τακτικής Γραμματέως Όλγας-Ανίτας Ραφτοπούλου.

Θέμα της συνεδρίασης ήταν η λήψη απόφασης επί της «Παραπομπής της εταιρείας Unilever Hellas ΑΕΒΕ και των αλυσίδων σούπερ μάρκετ ΚΥΨΕΛΗ ΑΕ, ΑΤΛΑΝΤΙΚ ΑΕ, «ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ» ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ, ΟΡΑ, ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ, ΜΑΚΡΟ C&C, ΟΜΙΛΟΣ SUPER MARKET ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ, Δ. ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΑΕ για λήψη απόφασης κατ' άρθρο 9 παρ. 1 του ν. 703/77, ως ισχύει, για παράβαση του άρθρου 1 παρ. 1 του ν. 703/77.»

Η αρχικώς ορισθείσα συζήτηση της υπόθεσης για την 13^η Νοεμβρίου 2008, ανεβλήθη λόγω απεργίας των υπαλλήλων της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού(εφεξής ΓΔΑ) για την 19^η Νοεμβρίου 2008.

Κατά τη συζήτηση της 19^{ης} Νοεμβρίου 2008 εξετάσθηκαν οι προτεινόμενες δεσμεύσεις σύμφωνα με το άρθρο 13 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής

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

Ανταγωνισμού των εταιρειών: «ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ» ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ, ΚΥΨΕΛΗ ΑΕ, ΑΤΛΑΝΤΙΚ ΑΕ, Δ. ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΑΕ, οι οποίες είχαν νομίμως κλητευθεί και παρίσταντο ως εξής: α) η εταιρεία «ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ» ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ, δια των πληρεξουσίων δικηγόρων της Αναστασίας Δρίτσα, Χαράς Νικολοπούλου και Θωμά Αμοργιανιώτη, β) η εταιρεία ΚΥΨΕΛΗ ΑΕ δια των πληρεξουσίων δικηγόρων της, Ιωάννη Χατζηπροδρόμου, Ευθυμίας Κινινή, Βύρωνα Χατζηπροδρόμου και Σελίνας Αναγνώστου γ) η εταιρεία ΑΤΛΑΝΤΙΚ ΑΕ δια των πληρεξουσίων δικηγόρων της, Ιωάννη Χατζηπροδρόμου, Ευθυμίας Κινινή, Βύρωνα Χατζηπροδρόμου και Σελίνας Αναγνώστου και δ) η εταιρεία Δ. ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΑΕ δια των πληρεξουσίων δικηγόρων της Ιωάννη Δρυλλεράκη και Κλεομένη Γιαννίκα και Εμμανουήλ Δρυλλεράκη.

Στην αρχή της συζήτησης το λόγο έλαβε ο Νικόλαος Ζευγώλης, υπάλληλος ΕΕΠ του Α' Τμήματος της Διεύθυνσης Νομικών Υπηρεσιών της ΓΔΑ, κωλυομένης της Γενικής Εισηγήτριας Σοφίας Καμπερίδου, Προϊσταμένης της Α' Διεύθυνσης Εφαρμογής της ΓΔΑ, ο οποίος ανέπτυξε συνοπτικά τις με αριθμ. πρωτ. 955/7.11.2008, 956/7.11.2008, 957/7.11.2008 και 958/7.11.2008 γραπτές εισηγήσεις της Υπηρεσίας επί των προτεινόμενων δεσμεύσεων των ως άνω εταιρειών και πρότεινε, λαμβάνοντας υπόψη όσα αναφέρονται αναλυτικά στην κάθε μία εισήγηση, την απόρριψη της πρότασης ανάληψης δεσμεύσεως για την κάθε μία ως άνω εταιρεία.

Κατόπιν το λόγο έλαβαν οι πληρεξούσιοι δικηγόροι, οι οποίοι τοποθετήθηκαν επί της εισηγήσεως, ανέπτυξαν τις απόψεις τους, έδωσαν διευκρινήσεις και απάντησαν σε ερωτήσεις, που τους υπέβαλαν ο Πρόεδρος και τα μέλη της Ε.Α. και ζήτησαν την αποδοχή των δεσμεύσεων από την Επιτροπή.

Η Επιτροπή σε μυστική διάσκεψη αφού έλαβε υπόψη της τα στοιχεία του φακέλου, τις εισηγήσεις της ΓΔΑ, τις απόψεις που διατύπωσαν προφορικά τα ενδιαφερόμενα μέρη κατά τη συζήτηση και εγγράφως με τα υπομνήματά τους επί των ως άνω προτεινόμενων δεσμεύσεων αποφάσισε ομόφωνα και ο Πρόεδρός της ανακοίνωσε στα ενδιαφερόμενα μέρη, την απόρριψη των προτεινόμενων δεσμεύσεων από τις ανωτέρω εταιρείες.

Ειδικότερα η ΕΑ αποφάσισε ότι οι εν λόγω δεσμεύσεις κρίνονται μη επαρκείς, διότι η παράβαση που τους αποδίδεται στη σχετική εισήγηση της ΓΔΑ, ανάγεται στον «σκληρό πυρήνα» του δικαίου του ανταγωνισμού και των σκοπών που ικανοποιούνται με τις διατάξεις του. Επομένως, η αποδιδόμενη παράβαση πρέπει να τύχει περαιτέρω εξέτασης, οι δε προτεινόμενες δεσμεύσεις κρίνονται ανεπαρκείς εξ απόψεως της αποτελεσματικότητάς τους.

Μετά την ολοκλήρωση της συζήτησης και την ανακοίνωση της απόφασης επί των προτεινόμενων δεσμεύσεων στα ενδιαφερόμενα μέρη, ο Πρόεδρος της Επιτροπής ζήτησε και εισήλθαν στην αίθουσα και τα λοιπά ενδιαφερόμενα μέρη, τα οποία είχαν νομίμως κλητευθεί και παρίσταντο ως εξής: α) η εταιρεία Unilever Hellas AEBE διά των πληρεξουσίων δικηγόρων της Δημητρίου Τζουγανάτου, Νικολάου Κοσμίδη, Χαράλαμπου Γεωργαντά και Ιωάννη Γιαννακάκη, β) η εταιρεία ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ δια του πληρεξουσίου δικηγόρου της, Δημητρίου Σμυρνή, γ) η εταιρεία ΜΑΚΡΟ C&C διά των πληρεξουσίων δικηγόρων της Εμμανουήλ Μαστρομανώλη και Ηλία Κοϊμτζόγλου και ε) η εταιρεία ΟΜΙΛΟΣ SUPER MARKET ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ διά των πληρεξουσίων δικηγόρων της, Δημητρίου Γαλάνη, Βασίλη Δρομάζου και Θωμαΐς Ευτυχίδου.

Όσον αφορά την εταιρεία «ΟΡΑ», η οποία συμπεριλαμβάνεται στην εισήγηση της ΓΔΑ, δεν εκλητεύθη διότι έχει διαγραφεί από το Μητρώο Ανωνύμων Εταιρειών(ΦΕΚ/Τεύχος ΑΕ και ΕΠΕ 11973/1.11.2006).

Στη συνέχεια ο Πρόεδρος της ΕΑ ανακοίνωσε στα ενδιαφερόμενα μέρη ότι η επόμενη συνεδρίαση της Επιτροπής για την εξέταση της ως άνω υπόθεσης θα πραγματοποιηθεί την 28^η Νοεμβρίου 2008 ημέρα Παρασκευή και ώρα 14:00.

Η συζήτηση επί της ουσίας της υπόθεσης, η οποία άρχισε την 28^η Νοεμβρίου 2008 συνεχίστηκε μετά από αναβολή της ορισθείσας συνεδρίασεως για την 12^η Δεκεμβρίου 2008, την 23^η Δεκεμβρίου 2008 (ημέρα Τρίτη και ώρα 10:00) κατά την οποία δεν παρίστατο η εταιρεία ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ και ολοκληρώθηκε την 29^η Δεκεμβρίου 2008 (ημέρα Δευτέρα και ώρα 14:00)

Στην αρχή της συζήτησης, το λόγο έλαβε η Γενική Εισηγήτρια Σοφία Καμπερίδου, Προϊστάμενη της Α΄ Διεύθυνσης Εφαρμογής της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού, η οποία ανέπτυξε συνοπτικά τη με αριθ. πρωτ. 4131/12.8.2008 γραπτή εισήγηση της Υπηρεσίας και πρότεινε, λαμβάνοντας υπόψη όσα αναφέρονται αναλυτικά στην εισήγηση, τα εξής:

«1) Να υποχρεωθούν η εταιρία UNILEVER, καθώς και οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ ΚΥΨΕΛΗ ΑΕ, ΑΤΛΑΝΤΙΚ ΑΕ, «ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ» ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ, ΟΡΑ, ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ, ΜΑΚΡΟ C&C, ΟΜΙΛΟΣ SUPER MARKET ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ, Δ. Μασούτης ΑΕ να παύσουν τις παραβάσεις του άρθρου 1 παρ. 1 του Ν. 703/1977, όπως ισχύει, εφόσον συνεχίζονται, και να παραλείπουν αυτές στο μέλλον,

2) Να επιβληθούν στην εταιρία UNILEVER, καθώς και τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ ΚΥΨΕΛΗ ΑΕ, ΑΤΛΑΝΤΙΚ ΑΕ, «ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ» ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ, ΟΡΑ, ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ, ΜΑΚΡΟ C&C, ΟΜΙΛΟΣ SUPER MARKET ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ, Δ. Μασούτης ΑΕ πρόστιμα σύμφωνα με τη διάταξη του άρθρου 9 Ν. 703/1977, λαμβανομένων υπόψη της βαρύτητας και της διάρκειας της παράβασης και των επιβαρυντικών και ελαφρυντικών παραγόντων, που διαπιστώθηκαν,

3) Να επαπειληθεί χρηματική ποινή για κάθε ημέρα μη συμμόρφωσης εκ μέρους της εταιρίας UNILEVER, καθώς και των αλυσίδων σούπερ μάρκετ ΚΥΨΕΛΗ ΑΕ, ΑΤΛΑΝΤΙΚ ΑΕ, «ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ» ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ, ΟΡΑ, ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ, ΜΑΚΡΟ C&C, ΟΜΙΛΟΣ SUPER MARKET ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ, Δ. Μασούτης ΑΕ με την απόφασή σας και/ή συνέχισης ή επανάληψης της παράβασης.»

Κατόπιν το λόγο έλαβαν οι πληρεξούσιοι δικηγόροι των ενδιαφερομένων μερών, οι οποίοι τοποθετήθηκαν επί της εισηγήσεως, ανέπτυξαν τις απόψεις τους, έδωσαν διευκρινήσεις και απάντησαν σε ερωτήσεις, που τους υπέβαλαν ο Πρόεδρος και τα μέλη της Ε.Α. και για τη θεμελίωση των ισχυρισμών τους οι πληρεξούσιοι δικηγόροι των μερών ζήτησαν την εξέταση μαρτύρων. Η Επιτροπή αποδεχόμενη το αίτημά τους εξέτασε μάρτυρες με την ακόλουθη σειρά: 1) τον Α. Α., 2) τον Γ. Β., 3) τον Ν. Σ., 4) τον Λ. Β., 5) τον Π. Μ. και ε) τον Ε. Π.

Με την ολοκλήρωση της ακροαματικής διαδικασίας και την εξέταση των μαρτύρων οι πληρεξούσιοι δικηγόροι των μερών ζήτησαν και ο Πρόεδρος της Επιτροπής χορήγησε

προθεσμία μέχρι την 12^η Ιανουαρίου 2009, ημέρα Τετάρτη, προκειμένου να υποβάλουν τα συμπληρωματικά υπομνήματά τους.

Η Επιτροπή συνήλθε σε διάσκεψη την 12^η Φεβρουαρίου 2009 (ημέρα Πέμπτη και ώρα 11:00), η οποία συνεχίστηκε την 19^η Φεβρουαρίου 2009 (ημέρα Πέμπτη και ώρα 14:00), την 19^η Μαρτίου 2009 (ημέρα Πέμπτη και ώρα 10:00) και ολοκληρώθηκε την 27^η Μαρτίου 2009 (ημέρα Παρασκευή και ώρα 9:30) στην ως άνω αίθουσα συνεδριάσεων του 1^{ου} ορόφου των Γραφείων της, και αφού έλαβε υπόψη της τα στοιχεία του φακέλου της κρινόμενης υπόθεσης, την Εισήγηση της Γ.Δ.Α., τις απόψεις που διατύπωσαν προφορικώς τα ενδιαφερόμενα μέρη κατά την συζήτηση της υπόθεσης και με τα υπομνήματά τα οποία υπέβαλαν, καθώς και τα όσα κατέθεσαν οι μάρτυρες κατά την ακροαματική διαδικασία,

ΣΚΕΦΘΗΚΕ ΩΣ ΕΞΗΣ:

I. ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΑ ΠΕΡΙΣΤΑΤΙΚΑ

I.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο πλαίσιο αυτεπάγγελτης έρευνας που διενήργησε η Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού (εφεξής ΓΔΑ) στον κλάδο απορρυπαντικών προϊόντων οικιακής χρήσης για διερεύνηση τυχόν παραβάσεων των άρθρων 1 και 2 του νόμου 703/77, ως ισχύει και 81 και 82 ΣυνθΕΚ, απεστάλησαν ερωτηματολόγια για παροχή στοιχείων σε εταιρίες του κλάδου μεταξύ των οποίων και στη Unilever Hellas AEBE.

Κατά την έρευνα αυτή προέκυψε ότι ο όρος των συμβάσεων που είχε συνάψει η εν λόγω εταιρία με ορισμένες αλυσίδες σούπερ μάρκετ, και αφορούσε απαγόρευση πραγματοποίησης παράλληλων εισαγωγών ενδέχεται να αποτελεί παράβαση των διατάξεων του άρθρου 1 παρ. 1 του ν. 703/77 και 81 της ΣυνθΕΚ.

II. Η ΕΛΕΓΧΟΜΕΝΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΕΛΕΓΧΟΜΕΝΑ SUPER MARKET

II. 1 «UNILEVER HELLAS A.E.B.E» (εφεξής Unilever)

Ο όμιλος UNILEVER είναι σήμερα ένας από τους μεγαλύτερους παραγωγούς τυποποιημένων προϊόντων στον κόσμο και είναι προσανατολισμένος στην κάλυψη των καθημερινών αναγκών των καταναλωτών με παρουσία σε 100 χώρες σε όλο τον κόσμο. Οι μεγαλύτερες αγορές του είναι η Ευρώπη και η Αμερική ενώ επενδύει έντονα και σε ανερχόμενες αγορές. Ο όμιλος απασχολεί παγκοσμίως περί τους 179.000 εργαζομένους.

Η παρουσία της Unilever στην Ελλάδα τυπικά ξεκινά το 1962 όταν εξαγοράζει το 20% της «Ελαϊς». Οκτώ χρόνια αργότερα αποκτά το 45% της εταιρείας και το 1982 τον πλήρη έλεγχό της.

Η εταιρεία ανήκει στον διεθνή όμιλο επιχειρήσεων UNILEVER N.V και UNILEVER PLC με έδρα την Ολλανδία και την Αγγλία αντιστοίχως.

Η εταιρία Unilever Hellas AEBE ασχολείται μεταξύ των άλλων με την παραγωγή, επεξεργασία και εμπορία παντός είδους χημικών προϊόντων, απορρυπαντικών, λευκαντικών, στιλβωτικών, σαπουνιών, καλλυντικών και τροφίμων.

Στην Ελλάδα ο όμιλος Unilever, δραστηριοποιείται διά μέσου των εταιρειών τροφίμων ΕΛΛΑΪΣ-UNILEVER και KNORR-BESTFOODS HELLAS, την UNILEVER HELLAS, εταιρία ειδών οικιακής και προσωπικής φροντίδας και την ALGIDA, εταιρία παγωτών και κατεψυγμένων προϊόντων. Είναι η 3η σε μέγεθος εταιρία σε μη διαρκή καταναλωτικά προϊόντα (πλην πετρελαιοειδών) στην Ελλάδα και αποτελεί τον Νο 1 προμηθευτή στο λιανικό εμπόριο.

Κύριοι τομείς δραστηριότητας της Unilever αποτελούν ο τομέας των Τροφίμων και ο τομέας ειδών Οικιακής και Προσωπικής Φροντίδας.

Ο τομέας των ειδών Οικιακής και Προσωπικής Φροντίδας περιλαμβάνει την ευρύτερη αγορά των απορρυπαντικών / καθαριστικών προϊόντων οικιακής χρήσης. Οι επιμέρους κατηγορίες προϊόντων με τα έναντι εμπορικά σήματα αυτών της εταιρείας είναι οι ακόλουθες:

- Απορρυπαντικά ρούχων για πλύσιμο στο χέρι (Εμπορικό σήμα: Omo)
- Απορρυπαντικά ρούχων για πλύσιμο στο πλυντήριο (Εμπορικά Σήματα: Skip, Omo)
- Μαλακτικά ρούχων (Εμπορικό σήμα: Cajoline)
- Καθαριστικά πιάτων και σκευών για πλύσιμο στο χέρι (Εμπορικό σήμα: Svelto)
- Καθαριστικά πιάτων και σκευών για πλύσιμο στο πλυντήριο (Εμπορικό σήμα: Sun)
- Προϊόντα καθαρισμού σπιτιού (Εμπορικά σήματα: Cif, Klinex)
- Χλώρια (Εμπορικό σήμα: Χλωρίνη Klinex)
- Σαπούνια (Εμπορικά σήματα: Lux, Dove)

Επίσης, ο τομέας ειδών Οικιακής και Προσωπικής Φροντίδας, εκτός από την ευρύτερη αγορά των απορρυπαντικών / καθαριστικών προϊόντων οικιακής χρήσης περιλαμβάνει και α) Προϊόντα στοματικής υγιεινής (Aim), β) Προϊόντα περιποίησης μαλλιών (Organics, Ultrex), γ) Αρώματα-Αποσμητικά (Axe, Rexona).

Ο όμιλος διαθέτει παραγωγικές μονάδες σε διάφορες χώρες μεταξύ των οποίων στην Γαλλία, Γερμανία, Ουγγαρία, Ιταλία, Ολλανδία, Πολωνία, Πορτογαλία, Ρουμανία, Ρωσία, Ισπανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Βραζιλία και Τουρκία.

Η Unilever Hellas διαθέτει μία παραγωγική μονάδα εντός Ελλάδας.

Τα περισσότερα από τα προϊόντα της εταιρίας που διατίθενται στην ελληνική αγορά εισάγονται από εταιρίες του εξωτερικού και μόνο ορισμένα παράγονται στις εγκαταστάσεις της ίδιας ή σε εγκαταστάσεις τρίτων. Από τα προϊόντα που παράγει στο εργοστάσιό της ένα μικρό μέρος εξάγεται στην Αγγλία, Κύπρο, Ισπανία, Πορτογαλία, Ιταλία, Ουγγαρία και Ιρλανδία.

Ο κύκλος εργασιών της εταιρίας Unilever Hellas τα οικονομικά έτη 1999, 2000, 2001 και 2002 ανήλθε σε 229.869.722,67€, 240.010.192,2€, 254.047.380€ και 266.587.200€

αντίστοιχα. Από αυτά τα [...]€, [...]€ και [...]€ αφορούσαν τις πωλήσεις σε απορρυπαντικά / καθαριστικά οικιακής χρήσης για τα έτη 2000, 2001 και 2002 ποσοστό δηλαδή που αντιστοιχεί στο [...]%, [...]%, και [...]%, του συνολικού κύκλου εργασιών της τα 3 αυτά έτη.

Π.2. ΤΑ ΕΛΕΓΧΟΜΕΝΑ SUPER MARKET

Π.2.1. Η «ΑΤΛΑΝΤΙΚ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ Α.Ε.» (εφεξής ΑΤΛΑΝΤΙΚ)

Η ΑΤΛΑΝΤΙΚ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ δραστηριοποιείται στην εκμετάλλευση καταστημάτων Σούπερ Μάρκετ και Cash & Carry και είναι εισηγμένη στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών από το 2001. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ICAP Databank, η εταιρεία κατέλαβε με βάση τα οικονομικά στοιχεία 2003, την 4η μεταξύ των 15 μεγαλύτερων εταιρειών του κλάδου σουπερμάρκετ-πολυκαταστήματα βάσει συνόλου ενεργητικού και την 11η μεταξύ των 100 μεγαλύτερων εμπορικών εταιρειών βάσει πωλήσεων.

Ο κύκλος εργασιών της ΑΤΛΑΝΤΙΚ τα οικονομικά έτη 1999, 2000, 2001 και 2002 ανήλθε σε 234.805.719,74€, 235.028.704,33€, 281.814.436,45€ και 481.784.517€ αντίστοιχα. Από τον κύκλο εργασιών των ετών 2001 και 2002 τα [...]€ και [...]€ αντίστοιχα αφορούσαν πωλήσεις απορρυπαντικών της εταιρείας Unilever.

Π.2.2. Η «ΑΛΦΑ-ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.» (εφεξής ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ)

Η «ΑΛΦΑ-ΒΗΤΑ» ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε ιδρύθηκε το Δεκέμβριο 1969 και το 1990 εισάγεται στο Χρηματιστήριο Αθηνών, ενώ το 1992 εξαγοράζεται από τον Βελγικό Όμιλο Delhaize. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ICAP Databank, η ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ κατέλαβε σύμφωνα με τα οικονομικά στοιχεία 2003 την 2η θέση μεταξύ των 15 μεγαλύτερων εταιρειών του κλάδου σουπερμάρκετ-πολυκαταστήματα βάσει συνόλου ενεργητικού, την 5η μεταξύ των 100 μεγαλύτερων εμπορικών εταιρειών βάσει πωλήσεων, την 5η μεταξύ των 100 μεγαλύτερων εμπορικών εταιρειών βάσει συνόλου ενεργητικού και την 24η μεταξύ των 100 εμπορικών εταιρειών με τα μεγαλύτερα καθαρά κέρδη.

Ο κύκλος εργασιών της ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ τα οικονομικά έτη 1999, 2000 και 2001 ανήλθε σε 436.658.077,77 €, 499.549.840,06€, και 620.614.280€ αντίστοιχα. Από τον κύκλο εργασιών έτους 2000, τα [...] ευρώ αφορούσαν τις πωλήσεις σε απορρυπαντικά / καθαριστικά οικιακής χρήσης.

Π.2.3. Η «ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε.Β.Ε.» (εφεξής ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ)

Η εταιρεία Αφοί Βερόπουλοι ΑΕ ξεκίνησε δραστηριότητα στον κλάδο των σούπερ μάρκετ το 1973. Το δίκτυο του ομίλου στον ελληνικό χώρο αποτελείται από 207 καταστήματα (περιλαμβάνεται και η Χαλκιάδακης ΑΕ που δραστηριοποιείται στην Κρήτη), ενώ διαθέτει στα Σκόπια οκτώ καταστήματα με την επωνυμία "VERO" και στη Σερβία δύο καταστήματα.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ICAP Databank, η ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ σύμφωνα με τα οικονομικά στοιχεία 2003, κατέλαβε την 3η θέση μεταξύ των 15 μεγαλύτερων εταιρειών του κλάδου σουπερμάρκετ-πολυκαταστήματα βάσει συνόλου ενεργητικού, και την 10η μεταξύ των 100 μεγαλύτερων εμπορικών εταιρειών βάσει πωλήσεων.

Ο κύκλος εργασιών της ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ τα οικονομικά έτη 1999, 2000 και 2001 ανήλθε σε 357.885.546,59€, 364.301.443,87€, και 394.343.966€ αντίστοιχα. Από τον κύκλο εργασιών έτους 2001, τα [...] ευρώ αφορούσαν τις πωλήσεις σε απορρυπαντικά / καθαριστικά οικιακής χρήσης.

Π.2.4. «ΜΑΣΟΥΤΗΣ Δ. ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ Α.Ε.» (εφεξής ΜΑΣΟΥΤΗΣ)

Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1977 στη Θεσσαλονίκη, ύστερα από μετατροπή της ατομικής επιχείρησης Μασούτης Διαμάντης Ι. Ο όμιλος λειτουργεί περίπου 160 σούπερ μάρκετ και 15 cash and carry στις σημαντικότερες πόλεις της Βορείου Ελλάδας.

Σύμφωνα με στοιχεία της ICAP Databank, η ΜΑΣΟΥΤΗΣ κατέλαβε βάση τα οικονομικά στοιχεία 2003, την 8η μεταξύ των 15 μεγαλύτερων εταιρειών του κλάδου Σούπερ Μάρκετ – Πολυκαταστήματα βάσει συνόλου ενεργητικού και την 22η μεταξύ των 100 μεγαλύτερων εμπορικών εταιρειών βάσει πωλήσεων.

Ο κύκλος εργασιών της ΜΑΣΟΥΤΗΣ τα οικονομικά έτη 1999, 2000 και 2001 ανήλθε σε 188.872.378,58€, 212.563.371,97€, και 248.082.847€ αντίστοιχα. Από τον κύκλο εργασιών έτους 2000, τα [...] ευρώ αφορούσαν τις πωλήσεις σε απορρυπαντικά / καθαριστικά οικιακής χρήσης.

Π.2.5. «ΜΑΚΡΟ CASH AND CARRY HELLAS.» (εφεξής ΜΑΚΡΟ ΕΛΛΑΣ)

Η Makro Ελλάς ιδρύθηκε το 1988, ανήκει στον Γερμανικό Όμιλο METRO GROUP, ασχολείται με το χονδρικό εμπόριο ειδών σούπερ μάρκετ και ως εκ τούτου απευθύνεται μόνο σε εμπόρους και επαγγελματίες. Η Makro Ελλάς λειτουργεί στην Ελλάδα από το 1992 με 7 ιδιόκτητα καταστήματα. Τα καταστήματά της βρίσκονται σε Αττική, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Λάρισα και Ηράκλειο.

Ο κύκλος εργασιών της ΜΑΚΡΟ τα έτη 1999, 2000 και 2001 ανήλθε σε 364.943.533,38€, 389.747.621,42€, και 392.785.907€ αντίστοιχα. Από τον κύκλο εργασιών έτους 2000, τα [...] ευρώ αφορούσαν τις πωλήσεις σε απορρυπαντικά / καθαριστικά οικιακής χρήσης.

Π.2.6. «METRO Ανώνυμη Εμπορική και Βιομηχανική Εταιρεία Ειδών Διατροφής και Οικιακής Χρήσεως.» (εφεξής METRO)

Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1976 και προήλθε από το συνεταιρισμό οκτώ παντοπωλών. Οι πωλήσεις της εταιρίας προέρχονται αφενός από τις λιανικές πωλήσεις των καταστημάτων My Market και αφετέρου από τις πωλήσεις χονδρικής των καταστημάτων METRO Cash & Carry.

Ο κύκλος εργασιών της METRO τα οικονομικά έτη 1999, 2000 και 2001 ανήλθε σε 234.311.465,88€, 268.985.027,15€, και 318.161.966€ αντίστοιχα. Από τον κύκλο εργασιών έτους 2000, τα [...] ευρώ αφορούσαν τις πωλήσεις σε απορρυπαντικά / καθαριστικά οικιακής χρήσης.

Π.2.7. «ΚΥΨΕΛΗ Α.Ε.» (εφεξής ΚΥΨΕΛΗ)

Η ΚΥΨΕΛΗ Ιδρύθηκε το 2000 και αποτελεί όμιλο κοινών αγορών με σκοπό την παροχή πάσης φύσεως υπηρεσιών σε σούπερ μάρκετ ειδών διατροφής, σύναψη συμφωνιών με τους προμηθευτές για τις αγορές των μελών της, κλπ. Η ΑΤΛΑΝΤΙΚ συμμετέχει με ποσοστό 53% στην εταιρεία ΚΥΨΕΛΗ. Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας είναι ο μέτοχος της ΑΤΛΑΝΤΙΚ, Μανώλης Αποστόλου. Η δε μετοχική σύνθεσή της είχε ως ακολούθως:[...]

Π.2.8. «ΟΡΑ»

Η εταιρεία ΟΡΑ ιδρύθηκε το 1989, με σκοπό τη σύναψη συμφωνιών με τους προμηθευτές για τις αγορές των μελών της, την επίτευξη οικονομικών κλίμακας καθώς και τη δημιουργία προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας με την επωνυμία ΟΡΑ. Η εταιρία έχει διαγραφεί από το Μητρώο Ανωνύμων Εταιρειών (ΦΕΚ/Τεύχος ΑΕ και ΕΠΕ 11973/1.11.2006).

ΙΙΙ. ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ Γ.Δ.Α.

ΙΙΙ.1. ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ

Από τις απαντήσεις της UNILEVER σε ερωτηματολόγια που της υπέβαλλε η Γ.Δ.Α. στα πλαίσια διεξαγωγής αυτεπαγγέλτου ελέγχου και από τα προσκομισθέντα από αυτή στοιχεία διαπιστώθηκαν τα εξής:

ΙΙΙ.1.1. Το μεγαλύτερο μέρος των απορρυπαντικών/καθαριστικών οικιακής χρήσης που εμπορεύεται η Unilever εισάγεται από συγγενείς επιχειρήσεις του εξωτερικού και ένα μικρό ποσοστό παράγεται στις εγκαταστάσεις της ή σε εγκαταστάσεις τρίτων (φασόν). Η εταιρία επίσης αναφέρει ότι δεν παράγει κανένα προϊόν για λογαριασμό τρίτων.

ΙΙΙ.1.2. Όσον αφορά το δίκτυο διανομής η Unilever αναφέρει ότι η διάθεση των προϊόντων της στην αγορά γίνεται

- με απευθείας πωλήσεις από την ίδια προς τις μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων (super markets, cash and carry) και
- μέσω διανομέων – συνεργατών οι οποίοι εν συνεχεία μεταπωλούν τα προϊόντα τους στα μικρότερα καταστήματα λιανικής πώλησεως (πχ. Mini markets, ψιλικάτζίδικα κτλ) της περιοχής στην οποία ένας έκαστος εξ αυτών δραστηριοποιείται.

Το πρώτο κανάλι διανομής (super markets, cash and carry) αντιπροσωπεύει το μεγαλύτερο ποσοστό του συνόλου των απορρυπαντικών – καθαριστικών οικιακής χρήσης που διατίθενται στην Ελληνική αγορά

Οι κυριότεροι πελάτες της Unilever (άνω του [...] % του κύκλου εργασιών της) στα απορρυπαντικά / καθαριστικά οικιακής χρήσης είναι οι εξής: [...]

ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε., ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΒ Α.Ε., ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ Ι. & ΣΙΑ Ε.Ε, ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ, ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΦΟΙ ΑΕΒΕ, ΜΑΣΟΥΤΗΣ-ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ Α.Ε. CASH & CARRY και ΑΤΛΑΝΤΙΚ Α.Ε.

Για τα έτη 2004 - 2007 οι εν λόγω εταιρίες αντιπροσώπευσαν συνολικά άνω του [...] % του συνολικού κύκλου εργασιών της σε απορρυπαντικά και καθαριστικά οικιακής χρήσης.

III.2. ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ (ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ) UNILEVER ΜΕ ΤΙΣ ΜΕΓΑΛΕΣ ΑΛΥΣΙΔΕΣ SUPER MARKET

Σε συνέχεια σχετικού αιτήματος η Unilever προσκόμισε στην Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού [...] συμφωνίες (συμβάσεις) με [...] Super Market που αντιπροσωπεύουν ποσοστό άνω του [...] % του κύκλου εργασιών της στα απορρυπαντικά/καθαριστικά οικιακής χρήσης, για την περίοδο 2000-2004. Οι εν λόγω συμφωνίες εκτός των άλλων προέβλεπαν και τον παρακάτω όρο:

«Σε περίπτωση που διακινήσετε προϊόντα της Unilever Hellas που προέρχονται από τρίτους εισαγωγείς (παράλληλο εμπόριο) τότε θα πάψει να ισχύει η παρούσα συμφωνία στο σύνολό της».

Ο ως άνω όρος περιέχεται σε **συμβάσεις** της Unilever με **Super Market** και συγκεκριμένα στις συμβάσεις του έτους **2000** με τα Super Market: ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ, ΟΡΑ, ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ, ΜΑΚΡΟ C&C, ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ, Δ. ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΑΕ και τον όμιλο αγορών ΚΥΨΕΛΗ ΑΕ, καθώς και σε σύμβαση του έτους 2001 και του έτους 2002 με το Σούπερ Μάρκετ: ΑΤΛΑΝΤΙΚ.

Εν συνεχεία, στις 13.4.2007 εστάλη η με [...] επιστολή στην εταιρία Unilever με την οποία ζητήθηκαν οι ισχύουσες (πιο πρόσφατες) συμβάσεις που έχει συνάψει με τα Super Market, καθώς επίσης σε περίπτωση που η Unilever δεν διατηρεί έγγραφη συμφωνία με αλυσίδες super market, να περιγράψει λεπτομερώς τους όρους συνεργασίας.

Η Unilever απέστειλε τις συμβάσεις του έτους 2006 με τα εξής Super Market: CARREFOUR ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ - DIA HELLAS ΑΕ - SEPHORA ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕΕ (όμιλος CARREFOUR), 5ΑΕ/ΑΡΓΩ ΜΑΡΚΕΤ ΑΕΕ/ΑΣΤΗΡ ΑΕΕ, ΑΒ-DELHAIZE, ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ, ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε, ΜΑΚΡΟ C&C, ΑΤΛΑΝΤΙΚ ΑΕ, Ι&Σ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ ΑΕ, ΟΜΙΛΟΣ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ.

Στις εν λόγω συμβάσεις δεν υπήρχε όρος απαγόρευσης του παράλληλου εμπορίου.

Τέλος, η ΓΔΑ απέστειλε στις 14.6.2007 τις με [...] επιστολές της στα Super Markets: ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΜΑΚΡΟ C&C, ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε.Β.Ε, ΑΤΛΑΝΤΙΚ, ΚΥΨΕΛΗ Α.Ε, ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε, ΜΕΤΡΟ Α.Ε.Β.Ε, ώστε να διερευνήσει κατά πόσο τα ανωτέρω Super Markets πραγματοποίησαν ή όχι παράλληλες εισαγωγές από τρίτους (παράλληλο εμπόριο) για τα προϊόντα της εταιρίας Unilever Hellas για την περίοδο 2000-2004. Από τις απαντήσεις των Super Markets προκύπτουν τα εξής:

III.2.1. Η **ΑΒ Βασιλόπουλος** δήλωσε ότι [...].

III.2.2. Η **ΜΑΚΡΟ C&C** δήλωσε ότι [...].

III.2.3. Η **ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΕΒΕ** απάντησε ότι [...].

III.2.4. Η **ΑΤΛΑΝΤΙΚ** και η **ΚΥΨΕΛΗ ΑΕ** στην απάντησή τους ανέφεραν ότι [...].

III.2.5. Η **ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΑΕ** απάντησε ότι [...].

III.2.6. Η **ΜΕΤΡΟ Α.Ε.Β.Ε** δήλωσε ότι [...].

IV. Η ΣΧΕΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΚΑΙ Η ΣΧΕΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Μια αγορά ορίζεται ως ένα σύνολο προϊόντων και υπηρεσιών που θεωρούνται υποκατάστατα από καταναλωτές, ένα σύνολο καταναλωτών των οποίων οι προτιμήσεις και το εισόδημα καθορίζουν τις μέγιστες τιμές που είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες αυτές, και ένα σύνολο επιχειρήσεων / παραγωγών των οποίων η τεχνολογία και τα περιουσιακά στοιχεία καθορίζουν την ελάχιστη τιμή στην οποία είναι διατεθειμένοι να προσφέρουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες αυτές (N. Βέττας, Γ. Κατσουλάκος, (2004), *‘‘Πολιτική Ανταγωνισμού και Ρυθμιστική Πολιτική-Τα Οικονομικά των Ρυθμιστικών Παρεμβάσεων σε Αγορές με Μονοπωλιακή Δύναμη’’*, Τυπωθήτω-Γ. Δαρδανός (σελ. 271).

Ο ορισμός της σχετικής αγοράς περιλαμβάνει τον προσδιορισμό των ανταγωνιστικών προϊόντων και την γεωγραφική περιοχή μέσα στην οποία ο ανταγωνισμός μεταξύ των προϊόντων αυτών λαμβάνει χώρα καθορίζοντας και την τιμή των προϊόντων αυτών.

Προκειμένου να καθορισθούν οι επιμέρους σχετικές αγορές (αγορές προϊόντων και γεωγραφικές αγορές) για τα απορρυπαντικά οικιακής χρήσης, είναι απαραίτητο να εξεταστεί η δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ των διάφορων κατηγοριών απορρυπαντικών (απορρυπαντικά ρούχων, πιάτων, καθαριστικά γενικής χρήσης, κ.λ.π).

IV. 1 ΣΧΕΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Η σχετική αγορά προϊόντων περιλαμβάνει το προϊόν ή τα προϊόντα που αφορούν στην υπό εξέταση περίπτωση καθώς και όλα τα προϊόντα που θεωρούνται εναλλάξιμα ή δυνάμενα να υποκατασταθούν μεταξύ τους είτε από πλευράς ζήτησης ή από πλευρά προσφοράς (demand or supply substitution) λόγω των ιδιοτήτων, της τιμής τους και της χρήσης για την οποία προορίζονται, των οποίων η διαθεσιμότητα (ή δυνητική διαθεσιμότητα) εμποδίζει τις επιχειρήσεις υπό εξέταση να αυξήσουν την τιμή τους κατά ένα μικρό αλλά σημαντικό ποσοστό για αρκετά μεγάλο χρονικό διάστημα.

Σχετικά με την υποκατάσταση από την πλευρά της ζήτησης, μπορεί να υπογραμμισθεί ότι κάθε ένα από τα απορρυπαντικά αγοράζεται συνήθως από τον τελικό καταναλωτή με σκοπό την αντιμετώπιση μιας συγκεκριμένης ανάγκης καθαρισμού γι’ αυτό και η δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ των διαφόρων τύπων απορρυπαντικών / καθαριστικών οικιακής χρήσης είναι πολύ περιορισμένη. Ακόμα και στην περίπτωση όπου μια αγορά θα μπορούσε να θεωρηθεί ως ενιαία, για παράδειγμα η αγορά απορρυπαντικών ρούχων, θα πρέπει να σημειωθεί ότι απορρυπαντικά ρούχων για πλύσιμο στο χέρι δημιουργούν συνήθως υψηλό αφρισμό και κατά συνέπεια δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν στο πλυντήριο. Αντίστοιχα απορρυπαντικά με την μορφή ταμπλετών είναι αδύνατο να χρησιμοποιηθούν για πλύσιμο στο χέρι. Από την πλευρά τους τα καθαριστικά για πλύσιμο στο πλυντήριο έχουν αλκαλική σύνθεση και εάν χρησιμοποιηθούν στο χέρι θα προκαλέσουν δερματικές βλάβες και πιθανόν βλάβες των οφθαλμών. Το γεγονός αυτό καταδεικνύει ότι ακόμα και αρκετά «συναφή» προϊόντα θα πρέπει να αποτελέσουν διαφορετική σχετική αγορά. Επιπρόσθετα, σύμφωνα με μελέτες (υπόθεση συγχώνευσης No 1632 (RECKITT+COLMAN /BENCKISER) 3/9/1999) η ελαστικότητα ζήτησης ως προς την τιμή και η πίστη των καταναλωτών σε κάποιο προϊόν (σήμα) είναι διαφορετικά ανάμεσα στις διάφορες κατηγορίες προϊόντων. Για κάποια ομάδα

προϊόντων το εμπορικό σήμα έχει μεγάλη σημασία για τους καταναλωτές έναντι άλλων ομάδων προϊόντων όπου η τιμή παίζει πιο σημαντικό ρόλο. Επομένως σχετικά με την υποκατάσταση της ζήτησης, η αγορά απορρυπαντικών δεν θα πρέπει να αντιμετωπίζεται ως ενιαία αλλά να διαχωριστεί σε επιμέρους κατηγορίες (ομάδες προϊόντων).

Όσον αφορά την υποκατάσταση από πλευράς προσφοράς παρόλο που οι παραγωγοί του συγκεκριμένου κλάδου συνήθως δραστηριοποιούνται στην παραγωγή απορρυπαντικών προϊόντων οικιακής χρήσης που ανήκουν σε παραπάνω από μία από τις προαναφερθείσες σχετικές αγορές, σχεδόν κανείς δεν δραστηριοποιείται σε όλες (απόφαση No IV/M.1632-Reckitt & Colman plc/Benckiser N.V.). Οπότε ακόμα και αν δυνητικά υπήρχε δυνατότητα υποκατάστασης από πλευράς προσφοράς σε μια ενδεχόμενη αύξηση της τιμής από κάποιους παραγωγούς του κλάδου αυτή δεν θα ήταν «σχεδόν καθολική» δηλαδή τεχνολογικά εφικτή, οικονομικά βιώσιμη και άμεση για τις περισσότερες, αν όχι όλες, τις επιχειρήσεις που πωλούν ένα ή περισσότερα από αυτά τα προϊόντα. Έτσι, στην παρούσα φάση η υποκατάσταση από πλευράς προσφοράς δεν φαίνεται να διαφοροποιεί την εικόνα όσον αφορά τον ορισμό της σχετικής αγοράς.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, και με βάση τα συγκεντρωθέντα μέχρι σήμερα στοιχεία, η εν γένει αγορά των απορρυπαντικών / καθαριστικών οικιακής χρήσης θα μπορούσε να διακριθεί κατ' αρχήν σε οκτώ (8) διακριτές σχετικές αγορές τις εξής:

IV.1.1. Απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο πλυντήριο (περιλαμβάνονται απορρυπαντικά σε σκόνη, σε υγρή μορφή και σε ταμπλέτες.),

IV.1.2. Απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο χέρι (περιλαμβάνει προϊόντα υψηλού αφρισμού, προϊόντα για μάλλινα, μεταξωτά, μαύρα ρούχα, για λευκά, απορρυπαντικά με σαπούνι Μασσαλίας),

IV.1.3. Μαλακτικών ρούχων (περιλαμβάνονται και τα μαλακτικά σε μορφή ταμπλέτας ενώ δεν περιλαμβάνονται προϊόντα που χρησιμοποιούνται στο σιδέρωμα),

IV.1.4. Απορρυπαντικών πιάτων και σκευών για πλύσιμο στο χέρι,

IV.1.5. Απορρυπαντικών πιάτων και σκευών για πλύσιμο στο πλυντήριο (σκόνη, ταμπλέτες),

IV.1.6. Προϊόντων καθαρισμού σπιτιού (περιλαμβάνονται τα πολυκαθαριστικά προϊόντα, προϊόντα καθαρισμού επιφανειών, φούρνων, τζαμιών, πατωμάτων, προϊόντα φροντίδας τουαλέτας, αφαλατικά, αντισηπτικά για το σπίτι). Δεν περιλαμβάνονται τα αποφρακτικά προϊόντα, τα προϊόντα γυαλίσματος ξύλου και μετάλλων, προϊόντα για απόφραξη αποχετεύσεων, προϊόντα αρωματισμού χώρων, πανάκια καθαρισμού σπιτιού, σφουγγαράκια, προϊόντα που περιέχουν αποκλειστικά χλώριο,

IV.1.7. Χλώριων – Λευκαντικών (ενισχυτικά πλυσίματος)

IV.1.8. Σαπουνιών (περιλαμβάνονται και τα υγρά κρεμοσάπωνα)

Σημειώνεται ότι η ακριβής οριοθέτηση των αγορών παρέλκει στην υπό κρίση υπόθεση δεδομένου ότι ακόμη και η στενότερη οριοθέτηση της σχετικής αγοράς δεν θα άλλαζε το αποτέλεσμα εκτίμησης επί της υπό κρίση υπόθεσης.

IV. 2. ΣΧΕΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

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

Στη συγκεκριμένη περίπτωση σχετική γεωγραφική αγορά θεωρείται η **Ελληνική Επικράτεια**.

V. Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΩΝ ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΩΝ / ΚΑΘΑΡΙΣΤΙΚΩΝ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ - ΔΟΜΗ ΣΧΕΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Σύμφωνα με έρευνα της ICAP (2007) η παραγωγή απορρυπαντικών και σαπουνιών στην Ελλάδα ακολούθησε σε γενικές γραμμές ανοδική τάση κατά τη διάρκεια του χρονικού διαστήματος 1990-2006, με μέσο ρυθμό αύξησης της τάξης του 2,2%. Ειδικότερα, το 2006 διαμορφώθηκε σε 271,1 χιλ. τόνους (έναντι 190 χιλ. τόνων το 1990), σημειώνοντας αύξηση 3,35% σε σχέση με το προηγούμενο έτος (2005).

Παρά το γεγονός ότι στον κλάδο των απορρυπαντικών – καθαριστικών δραστηριοποιείται ένας σχετικά μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων, η εγχώρια παραγωγή απορρυπαντικών – καθαριστικών οικιακής χρήσης καλύπτεται κατά κύριο λόγο από λίγες μεγάλου μεγέθους εταιρίες που διαθέτουν ευρεία ποικιλία προϊόντων (καλλυντικά, χημικά προϊόντα, χαρτικά), σε αντίθεση με την παραγωγή σαπουνιών η οποία πραγματοποιείται από μικρότερες επιχειρήσεις που ασχολούνται παράλληλα και με την παραγωγή ελαιόλαδου και μαγειρικού λίπους. Κυρίαρχη θέση μεταξύ των μεγαλύτερων επιχειρήσεων του κλάδου καταλαμβάνουν οι θυγατρικές πολυεθνικών εταιριών, οι οποίες λειτουργούν βάσει των προτύπων που θέτουν οι μητρικές τους και προμηθεύονται από αυτές μέρος ή σύνολο των προϊόντων τους.

Το μεγαλύτερο μέρος της συνολικής παραγωγής καλύπτεται από τέσσερις μεγάλες παραγωγικές μονάδες (Colgate Palmolive (Hellas) A.B.E.E, Unilever Hellas A.E.B.E, Λάμδα Ντιτέρτζεντ ABEE, Rolco). Οι πολυεθνικές Henkel και Procter & Gamble διέκοψαν την παραγωγική τους δραστηριότητα στην Ελλάδα και εισάγουν προϊόντα από εταιρίες του ομίλου στο εξωτερικό. Επίσης η εταιρία Reckitt Benckiser Hellas εισάγει αποκλειστικά από το εξωτερικό και η S.C Johnson Hellas SA από το 2005 διέκοψε την παραγωγή της στην Ελλάδα και εισάγει όλα τα προϊόντα που εμπορεύεται στην Ελληνική αγορά.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της μελέτης της ICAP την πρώτη θέση στην συνολική αγορά για το 2006 κατέλαβε η Unilever Hellas AEBE με εκτιμώμενο μερίδιο [...]% και ακολούθησαν οι: P&G ΕΠΕ, Colgate Palmolive (Hellas) ABEE και Colgate Palmolive Εμπορική (Hellas) Μονοπρόσωπη ΕΠΕ.

Αναφορικά με την εξέλιξη της ζήτησης απορρυπαντικών, παρατηρείται μια σχετική σταθερότητα στην κατανάλωση τα τελευταία χρόνια σε όρους ποσότητας και αύξησης σε όρους αξίας, κυρίως λόγω της ανόδου των τιμών.

Σημειώνεται ότι η εξέλιξη της ζήτησης των απορρυπαντικών οικιακής χρήσης επηρεάζεται και από δύο σημαντικούς παράγοντες οι οποίοι εμφανίστηκαν τα τελευταία χρόνια και φαίνεται ότι θα την επηρεάσουν εντονότερα στο μέλλον. Συγκεκριμένα:

- Η είσοδος στην αγορά εκπαιδευτικών αλυσίδων τα οποία πωλούν προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας. Η διείσδυση των συγκεκριμένων καταστημάτων στην αγορά αναπτύσσεται με γρήγορους ρυθμούς και αναμένεται να κινηθεί εξίσου ανοδικά και στο μέλλον.
- Η εισαγωγή προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας από αλυσίδες λιανεμπορίου οι οποίες διαθέτουν παράλληλα και επώνυμα προϊόντα. Η κατανάλωση των συγκεκριμένων προϊόντων παρουσιάζει ανοδικές τάσεις και έχει περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης λόγω κυρίως της χαμηλότερης τιμής τους σε σχέση με τα ανταγωνιστικά «επώνυμα» προϊόντα, της διαχρονικά βελτιούμενης σύνθεσής τους κλπ..

V.1. ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ - ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ

Σύμφωνα με την έρευνα της Γ.Δ.Α. στον κλάδο απορρυπαντικών – καθαριστικών οικιακής χρήσης ενώ φαίνεται ότι δραστηριοποιείται ένας αρκετά σημαντικός αριθμός επιχειρήσεων ουσιαστικά το μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεων του συγκεκριμένου κλάδου (κατά μ.ο πάνω από το 75% των συνολικών πωλήσεων πραγματοποιείται από 4 κυρίως εταιρίες. Ειδικότερα οι σημαντικότερες εταιρίες που δραστηριοποιούνται στις σχετικές αγορές:

V.1.1. απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο πλυντήριο είναι οι εξής: Unilever, Procter & Gamble, Henkel,

V.1.2. απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο χέρι είναι οι εξής: Colgate, Procter & Gamble (και η Rolco μέχρι και το έτος 2004), Henkel, και Unilever,

V.1.3. μαλακτικών ρούχων είναι οι εξής: Colgate, Reckitt Benkiser, και Unilever,

V.1.4. απορρυπαντικών πιάτων και σκευών για πλύσιμο στο χέρι είναι οι εξής: Rolco (μέχρι και το 2004), Colgate, Unilever, και Procter & Gamble,

V.1.5. απορρυπαντικών πιάτων και σκευών για πλύσιμο στο πλυντήριο είναι οι εξής: Reckitt Benkiser και Unilever,

V.1.6. προϊόντων καθαρισμού σπιτιού είναι οι εξής: Colgate, Unilever, Reckitt Benkiser,

V.1.7. χλωρίων – λευκαντικών (ενισχυτικών πλυσίματος) είναι οι εξής: η Unilever, και Procter & Gamble, και η ΕΥΡΗΚΑ (στα ενισχυτικά πλυσίματος)

V.1.8. σαπουνιών είναι οι εξής: Colgate και Unilever καθώς και διάφορες άλλες εταιρίες των οποίων ηγέτιδα είναι η Παπουτσάνης η οποία παράγει και εμπορεύεται μόνο σαπούνια.

Οι πωλήσεις της Unilever στα απορρυπαντικά/καθαριστικά οικιακής χρήσης για τα έτη 2000 – 2006 ακολουθούν ανοδική πορεία.

Από τα διαθέσιμα στοιχεία προκύπτει ότι **οι πωλήσεις της Unilever στα απορρυπαντικά/καθαριστικά οικιακής χρήσης** αποτελούν το 2006 σημαντικό ποσοστό του συνόλου του κύκλου εργασιών της με βασικότερες αγορές αυτές των απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο πλυντήριο και προϊόντων καθαρισμού σπιτιού.

I. Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΩΝ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ

VI.1 ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Οι επιχειρήσεις σούπερ μάρκετ διαχωρίζονται στις παρακάτω κατηγορίες:

- Μεγάλες αλυσίδες με πανελλαδικά δίκτυα καταστημάτων (περιλαμβάνονται και τα υπερμάρκετ)
- Μικρότερες αλυσίδες που δραστηριοποιούνται τοπικά
- Μεμονωμένα καταστήματα σούπερ μάρκετ.

Πέρα από τα σούπερ μάρκετ και τα υπερμάρκετ, ο εξεταζόμενος κλάδος περιλαμβάνει και τις παρακάτω κατηγορίες καταστημάτων:

- Convenience Stores: μικρά καταστήματα γειτονιάς τα οποία διαθέτουν μια βασική γκάμα προϊόντων για τις καθημερινές ανάγκες του νοικοκυριού
- Discount Stores: συνήθως διαθέτουν περιορισμένη γκάμα προϊόντων, είτε ιδιωτικής ετικέτας είτε τρίτων σε χαμηλότερες τιμές
- Cash & Carry: καταστήματα κυρίως χονδρικής τα οποία απευθύνονται σε επαγγελματίες. Οι πελάτες πληρώνουν με μετρητά και μεταφέρουν οι ίδιοι τις αγορές τους.

Αρκετά καταστήματα σούπερ μάρκετ εντάσσονται σε ομίλους κοινών αγορών, χρησιμοποιώντας κοινό εμπορικό σήμα. Κύριος σκοπός των συγκεκριμένων ομίλων είναι οι κοινές προμήθειες προϊόντων με στόχο τη βελτίωση της διαπραγματευτικής ικανότητας των μελών τους με τους προμηθευτές.

Σύμφωνα με έρευνα της ICAP (2007), ο συνολικός αριθμός καταστημάτων σούπερ μάρκετ στην εγχώρια αγορά, αυξήθηκε κατά 3,9% το 2005/04 και ανήλθε σε 3.470 καταστήματα, εκ των οποίων ποσοστό 67% αντιστοιχεί σε καταστήματα που ανήκουν σε αλυσίδες σούπερ μάρκετ.

Η Αττική (περιοχή πρωτεύουσας και υπόλοιπο νομού Αττικής) κατέχει το μεγαλύτερο ποσοστό του συνόλου των καταστημάτων (αλυσίδων και μεμονωμένων σούπερ μάρκετ) για το 2005 (28,3%), ενώ η Βόρεια Ελλάδα (Νομός Θεσσαλονίκης, Ανατολική Μακεδονία και Θράκη, Κεντρική Μακεδονία και Δυτική Μακεδονία) καταλαμβάνει 26,3% του συνόλου. Ακολουθούν οι περιοχές της Πελοποννήσου και της Δυτικής Ελλάδας με 7,3% και 6,7% αντίστοιχα.

Η εγχώρια αγορά σούπερ μάρκετ και cash & carry (σε αξία) ακολούθησε ανοδική πορεία καθ' όλη τη διάρκεια της περιόδου 1992-2006 με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 14,7%. Παρά τη συνεχή άνοδο της αγοράς, ο ετήσιος ρυθμός μεταβολής ακολούθησε πτωτική πορεία εξαιρουμένων των περιόδων 1997/96, 2003/02 και 2006/05, όπου τα ποσοστά μεταβολής της αξίας της αγοράς παρουσίασαν αύξηση. Το 2006 η εξεταζόμενη αγορά εκτιμάται σε 11.280 εκ.

VI.2 ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΤΙΚΗ ΙΣΧΥΣ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

Οι σχέσεις των επιχειρήσεων Σούπερ Μάρκετ με τους προμηθευτές τους είναι καθοριστικές για τη διαμόρφωση των τιμών των προϊόντων, αλλά και για την κερδοφορία και περαιτέρω ανάπτυξη των εμπλεκόμενων μερών.

Οι σχέσεις αυτές ρυθμίζονται στα πλαίσια συμφωνιών συνεργασίας που υποβάλλουν οι παραγωγοί-προμηθευτές στις εταιρείες Σούπερ Μάρκετ. Το εάν οι συμφωνίες αυτές είναι έκφραση ελεύθερης βούλησης ή προϊόν επιβολής, αποκτά ιδιαίτερη σημασία στις περιπτώσεις εκείνες που μεταξύ των προτεινόμενων όρων συνεργασίας, εμπεριέχονται και διατάξεις αντιανταγωνιστικού χαρακτήρα.

Πράγματι, προκειμένου να διερευνηθεί το μέρος ευθύνης που η αποδοχή παρόμοιων όρων συνεπάγεται για τις εταιρείες Σούπερ Μάρκετ, θα πρέπει να αναδειχθεί σε ποιο βαθμό η σκοπούσα σε αντιανταγωνιστικό αποτέλεσμα διάταξη, αποτελεί δήλωση βούλησης του ενός (προμηθευτή) που συνιστά πρόσκληση για συμφωνία προς τον άλλο (Σούπερ Μάρκετ) ή εκ των πραγμάτων όρο επιβαλλόμενο από τον πρώτο προς τον δεύτερο, στα πλαίσια συνεργασίας του με αυτόν.

Καθοριστικός παράγοντας για την διάκριση αυτών των περιπτώσεων, είναι κατά βάση οι εμπορικές και οικονομικές σχέσεις δυνάμεων που ισχύουν μεταξύ των συμβαλλομένων.

Γίνεται δεκτό ότι τα μεγάλα δίκτυα διανομής διαθέτουν σημαντική διαπραγματευτική ισχύ που τους επιτρέπει να συναλλάσσονται και να επιτυγχάνουν ικανοποιητικούς όρους συνεργασίας με τους προμηθευτές («Buyer power and its impact on competition in the food retail distribution sector of the European Union» -εκπονήθηκε για λογαριασμό της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (IV/98/ETD/078, Μάιος 1999).

Η διαπραγματευτική αυτή ισχύς και η αντίστοιχη ικανότητα αντίστασης που διαθέτουν έναντι των προμηθευτών, συνδέεται άμεσα και είναι ανάλογη με τον μεγάλο όγκο πωλήσεων στα καταστήματα τους, τη γεωγραφική κάλυψη του δικτύου αυτών των καταστημάτων και την εντατική προώθηση προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας, που τους επιτρέπει να επισείουν την απειλή αποκλεισμού από τα ράφια τους προϊόντων των προμηθευτών, ακόμη και εάν αυτοί διαθέτουν προϊόντα με ισχυρή επωνυμία.

Υπό αυτό το πρίσμα, τα πλεονεκτήματα και οι δυνατότητες που διαθέτουν οι μεγάλες αλυσίδες Σούπερ Μάρκετ και οι οποίες τις καθιστούν συνυπεύθυνες στις ενδεχόμενες αντιανταγωνιστικές πρωτοβουλίες των προμηθευτών, δεν ισχύουν για τις μικρές περιφερειακές ή συνοικιακές αλυσίδες Σούπερ Μάρκετ που στερούνται αντίστοιχων μέσων επιρροής ή αντίστασης έναντι των προμηθευτών.

VII. ΝΟΜΙΚΗ ΕΚΤΙΜΗΣΗ

VII. 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Όπως ήδη αναφέρθηκε, κατόπιν έρευνας στον κλάδο των εταιριών απορρυπαντικών – καθαριστικών οικιακής χρήσης, στο πλαίσιο αυτεπάγγελτης έρευνας με σκοπό τη διαπίστωση τυχόν παραβάσεων του ν. 703/77 υπήρξε εύλογη υπόνοια ότι οι συμφωνίες των εταιριών με τις μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ ενδέχεται να περιορίζουν τις παράλληλες εισαγωγές, οι

οποίες θα μπορούσαν να μειώσουν σημαντικά το επίπεδο των τιμών. Για το λόγο τούτο η αυτεπάγγελτη έρευνα στράφηκε και προς την κατεύθυνση των σχέσεων εταιριών παραγωγής - εμπορίας απορρυπαντικών και αλυσίδων σούπερ μάρκετ.

VII. 2. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ – ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΣ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΥΜΒΑΤΙΚΩΝ ΟΡΩΝ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΑΠΑΓΟΡΕΥΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΛΛΗΛΩΝ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ ΣΕ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΑΝΑΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΑ UNILEVER ΚΑΙ ΤΙΣ ΑΛΥΣΙΔΕΣ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΑΤΛΑΝΤΙΚ ΑΕ, «ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ» ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ, ΚΥΨΕΛΗ ΑΕ, ΟΡΑ, ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ, ΜΑΚΡΟ C&C, ΟΜΙΛΟ SUPER MARKET ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ, Δ. ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΑΕ

Στο πλαίσιο της ανωτέρω έρευνας, προβληματικοί όροι απαγόρευσης των παθητικών πωλήσεων εντοπίστηκαν στις ακόλουθες συμβάσεις :

VII.2.1. Σύμβαση ανάμεσα στη UNILEVER και την αλυσίδα σούπερ μάρκετ «ΑΤΛΑΝΤΙΚ ΑΕ» με ημερομηνία 21/06/01. Όρος 8: *«Σε περίπτωση που τα μέλη διακινούν προϊόντα της UNILEVER HELLAS που προέρχονται από τρίτους εισαγωγείς (παράλληλο εμπόριο) τότε θα πάψει να ισχύει η παρούσα συμφωνία στο σύνολό της»*. Ο συγκεκριμένος όρος σαφώς απαγορεύει το παράλληλο εμπόριο και για το λόγο τούτο από πλευράς ελεύθερου ανταγωνισμού κρίνεται προβληματικός.

VII.2.2. Σύμβαση ανάμεσα στη UNILEVER και την αλυσίδα σούπερ μάρκετ «ΑΤΛΑΝΤΙΚ ΑΕ» με ημερομηνία 24/06/02. Όρος 10: *«Σε περίπτωση που τα μέλη διακινούν προϊόντα της UNILEVER HELLAS που προέρχονται από τρίτους εισαγωγείς (παράλληλο εμπόριο) τότε θα πάψει να ισχύει η παρούσα συμφωνία στο σύνολό της»*. Ο συγκεκριμένος όρος σαφώς απαγορεύει το παράλληλο εμπόριο και για το λόγο τούτο από πλευράς ελεύθερου ανταγωνισμού κρίνεται προβληματικός (επισημαίνεται πάντως ότι οι ανωτέρω δύο συμβάσεις σήμερα έχουν πάψει να ισχύουν).

VII.2.3. Σύμβαση ανάμεσα στη UNILEVER και την αλυσίδα σούπερ μάρκετ «ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ» ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ με ημερομηνία 05/07/00. Όρος 8, τρίτη παράγραφος: *«Σε περίπτωση που διακινήσετε προϊόντα της UNILEVER HELLAS που προέρχονται από τρίτους εισαγωγείς (παράλληλο εμπόριο) τότε θα πάψει να ισχύει η παρούσα συμφωνία στο σύνολό της»*. Ο συγκεκριμένος όρος σαφώς απαγορεύει το παράλληλο εμπόριο και για το λόγο τούτο από πλευράς ελεύθερου ανταγωνισμού κρίνεται προβληματικός (η εν λόγω σύμβαση σήμερα έχει πάψει να ισχύει).

VII.2.4. Σύμβαση ανάμεσα στη UNILEVER και την αλυσίδα σούπερ μάρκετ «ΚΥΨΕΛΗ ΑΕ» με ημερομηνία 30/06/00. Όρος 6 πρώτη παράγραφος: *«Σε περίπτωση που τα μέλη διακινούν προϊόντα της UNILEVER HELLAS που προέρχονται από τρίτους εισαγωγείς (παράλληλο εμπόριο) τότε θα πάψει να ισχύει η παρούσα συμφωνία στο σύνολό της»*. Ο συγκεκριμένος όρος σαφώς απαγορεύει το παράλληλο εμπόριο και για το λόγο τούτο από πλευράς ελεύθερου ανταγωνισμού κρίνεται προβληματικός (η εν λόγω σύμβαση σήμερα έχει πάψει να ισχύει).

VII.2.5. Σύμβαση ανάμεσα στη UNILEVER και την αλυσίδα σούπερ μάρκετ «ΟΡΑ» με ημερομηνία 10/05/00. Όρος 6 πρώτη παράγραφος: *«Σε περίπτωση που τα μέλη διακινούν προϊόντα της UNILEVER HELLAS που προέρχονται από τρίτους εισαγωγείς (παράλληλο εμπόριο) τότε θα πάψει να ισχύει η παρούσα συμφωνία στο σύνολό της»*. Ο συγκεκριμένος όρος σαφώς απαγορεύει το παράλληλο εμπόριο και για το λόγο τούτο από πλευράς ελεύθερου ανταγωνισμού κρίνεται προβληματικός (η εν λόγω σύμβαση σήμερα έχει πάψει να ισχύει).

VII.2.6. Σύμβαση ανάμεσα στη UNILEVER και την αλυσίδα σούπερ μάρκετ METRO ΑΕΒΕ με ημερομηνία 31/05/00. Όρος 5, πρώτη παράγραφος: *«Σε περίπτωση που η αλυσίδα σας διακινεί προϊόντα της UNILEVER HELLAS που προέρχονται από τρίτους εισαγωγείς (παράλληλο εμπόριο) τότε θα πάψει να ισχύει η παρούσα συμφωνία στο σύνολό της»*. Ο συγκεκριμένος όρος σαφώς απαγορεύει το παράλληλο εμπόριο και για το λόγο τούτο από πλευράς ελεύθερου ανταγωνισμού κρίνεται προβληματικός (η εν λόγω σύμβαση σήμερα έχει πάψει να ισχύει).

VII.2.7. Σύμβαση ανάμεσα στη UNILEVER και την αλυσίδα σούπερ μάρκετ ΜΑΚΡΟ C&C με ημερομηνία 31/05/00. Όρος 5, πρώτη παράγραφος: *«Σε περίπτωση που η αλυσίδα σας διακινεί προϊόντα της UNILEVER HELLAS που προέρχονται από τρίτους εισαγωγείς (παράλληλο εμπόριο) τότε θα πάψει να ισχύει η παρούσα συμφωνία στο σύνολό της»*. Ο συγκεκριμένος όρος σαφώς απαγορεύει το παράλληλο εμπόριο και για το λόγο τούτο από πλευράς ελεύθερου ανταγωνισμού κρίνεται προβληματικός (η εν λόγω σύμβαση σήμερα έχει πάψει να ισχύει).

VII.2.8. Σύμβαση ανάμεσα στη UNILEVER και τον «ΟΜΙΛΟ SUPER MARKET ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ» με ημερομηνία 30/06/00. Όρος 5, πρώτη παράγραφος: *«Σε περίπτωση που η αλυσίδα σας διακινεί προϊόντα της UNILEVER HELLAS που προέρχονται από τρίτους εισαγωγείς (παράλληλο εμπόριο) τότε θα πάψει να ισχύει η παρούσα συμφωνία στο σύνολό της»*. Ο συγκεκριμένος όρος σαφώς απαγορεύει το παράλληλο εμπόριο και για το λόγο τούτο από πλευράς ελεύθερου ανταγωνισμού κρίνεται προβληματικός (η εν λόγω σύμβαση σήμερα έχει πάψει να ισχύει).

VII.2.9. Σύμβαση ανάμεσα στη UNILEVER και το σούπερ μάρκετ «Δ. Μασούτης ΑΕ» με ημερομηνία 14/06/00. Όρος 7: *«Σε περίπτωση που τα μέλη διακινούν προϊόντα της UNILEVER HELLAS που προέρχονται από τρίτους εισαγωγείς (παράλληλο εμπόριο) τότε θα πάψει να ισχύει η παρούσα συμφωνία στο σύνολό της»*. Ο συγκεκριμένος όρος σαφώς απαγορεύει το παράλληλο εμπόριο και για το λόγο τούτο από πλευράς ελεύθερου ανταγωνισμού κρίνεται προβληματικός (η εν λόγω σύμβαση σήμερα έχει πάψει να ισχύει).

Από την πλευρά τους ορισμένα από τα εμπλεκόμενα στην παρούσα υπόθεση σούπερ μάρκετ αλλά και η UNILEVER, υποστήριξαν είτε ότι η διατύπωση του συγκεκριμένου όρου «εκφράζει την επιθυμία της UNILEVER να μην πριμοδοτεί τις πωλήσεις τρίτων, με την έννοια του να μην δίδει εκπτώσεις και παροχές για πωλήσεις τις οποίες δεν έχει πραγματοποιήσει η ίδια αλλά προέρχονται από έτερο προμηθευτή και αποτελούν δικό τους κύκλο εργασιών» [...], είτε ότι το γράμμα του κειμένου «μη προμήθεια από τρίτους

εισαγωγείς» σημαίνει ότι «τα εμπλεκόμενα σούπερ μάρκετ διατηρούσαν κάθε δυνατότητα να προβαίνουν τα ίδια σε απευθείας αγορές/εισαγωγές προϊόντων της UNILEVER» [...], είτε ότι το κείμενο στο οποίο αναφέρεται ο επίμαχος όρος, υπογράφεται από πρόσωπο (υπάλληλος/αγοραστή της εταιρίας) που σύμφωνα με το καταστατικό της εταιρίας δεν είναι υπεύθυνο για την εκπροσώπησή της [...], είτε ότι ο όρος αυτός απέβλεπε στο να αποτρέψει τα σούπερ μάρκετ να προμηθεύονται παραπλανητικά προϊόντα που ορισμένοι είχαν διοχετεύσει στην αγορά τα προηγούμενα χρόνια προξενώντας σημαντική ζημία στην αξιοπιστία των προϊόντων UNILEVER (UNILEVER).

Καμία από τις προαναφερθείσες ερμηνείες δεν κρίθηκε από την Ε.Α. ικανοποιητική, διότι δεν αναιρούσε την έννοια που η θεωρία, η νομολογία αλλά και η κοινή λογική αποδίδει στη διατύπωση του συγκεκριμένου όρου. Ακόμη και η επίκληση της ισχύουσας νομοθεσίας κατά τον χρόνο της εικαζόμενης παράβασης, η οποία δεν επέτρεπε κατά την UNILEVER HELLAS την πραγματοποίηση εισαγωγής απορρυπαντικών της εν λόγω εταιρίας από τρίτους, δεν απαντά στο εύλογο ερώτημα του γιατί στην περίπτωση αυτή υπήρξε πρόβλεψη της σχετικής απαγόρευσης στις συμβάσεις της συγκεκριμένης εταιρίας με τους διανομείς της. Απαγόρευσης που όπως προέκυψε κατά την προφορική διαδικασία, απαλείφθηκε μόνο μετά από σχετική παρέμβαση της μητρικής εταιρίας.

VII.3. Η ΑΠΑΓΟΡΕΥΣΗ ΠΑΡΑΛΛΗΛΩΝ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ PER SE ΠΑΡΑΒΑΣΗ ΣΤΟ ΔΙΚΑΙΟ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Η απαγόρευση των παράλληλων εισαγωγών εντάσσεται στις λεγόμενες per se παραβάσεις του κοινοτικού δικαίου του ανταγωνισμού και θεωρείται - μαζί με τα καρτέλ - η πιο επαχθής αντιανταγωνιστική πρακτική από πλευράς κοινοτικού δικαίου (βλέπε σχετικά *M. Motta, Competition Policy. Theory and practice, Cambridge University Press, 2005, σελ. 14, 495. Για το ζήτημα των παράλληλων εισαγωγών, ενδεικτικά βλέπε ad hoc G. Karydis, Les systemes de distribution des produits et le probleme des importations paralleles en droit communautaire: essai d' une approche de synthese, Revue du Marche Unique Europeen, 2/1999, p. 107-144, καθώς επίσης και Θ. Λιακόπουλο, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 2000, σελ. 125-126 και Α. Κοτσίρη, Δίκαιο Ανταγωνισμού (Αθέμιτου και Ελεύθερου), 2000, σελ. 301-302). Επειδή η πρακτική της απαγόρευσης των παράλληλων εισαγωγών θεωρείται ότι εδραιώνει ουσιαστικά μία γεωγραφική κατανομή της κοινοτικής αγοράς, αντιμετωπίζεται αυστηρά τόσο από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή όσο και από την κοινοτική νομολογία (βλέπε χαρακτηριστικά 22/71 *Beguelin Import v. G.L. Import Export*, Συλλ. 1971, σελ. 949, 8/74 *Procureur du Roi v. Dassonville*, Συλλ. 1974, σελ. 837, 56& 58/64 *Consten and Grundig v. v. Commission*, Συλλ. 1966, σελ. 299, T-43/92 *Dunlop Slazenger v. Commission*, Συλλ. Νομολ. 1994, σελ. II-441, παρ. 60, καθώς επίσης και 19/77 *Miller v. Commission*, Συλλ. 1978, σελ. 131, *Vihot/Toshiba*, EE 1991, L 287/39, T-77/92 *Parker Pen v. Commission*, Συλλ. Νομολ. 1994, σελ. II-549, *Tretorn*, EE 1994, L378/45, T-49/95 *Van Megen Sports v. Commission*, Συλλ. Νομολ. 1996, σελ. II-1799). Μάλιστα, όπως παρατηρείται (βλέπε *M. Motta, ό.π.*), η απαγόρευση παράλληλων εισαγωγών εντάσσεται στις περιπτώσεις εκείνες που στρέφονται ευθέως κατά μίας εκ των θεμελιωδών διατάξεων της Συνθήκης για την Ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, αυτής του άρθρου 3 παρ. 1 (ζ), η οποία προβλέπει ότι «για τους σκοπούς του άρθρου 2, η δράση της Κοινότητας περιλαμβάνει, σύμφωνα με τους όρους και το χρονοδιάγραμμα που προβλέπει η παρούσα Συνθήκη [...] ένα καθεστώς που εξασφαλίζει άνοθευτο ανταγωνισμό μέσα στην εσωτερική αγορά».*

Για το λόγο τούτο, στην κοινοτική νομολογία τέτοιου είδους περιπτώσεις, πρακτικών δηλαδή απαγόρευσης παράλληλων εισαγωγών, έχουν θεωρηθεί ως σοβαρές αντιανταγωνιστικές παραβάσεις (βλέπε σχετικά *C. Bellamy and G. Child, European Community Law of Competition, 5th ed., Sweet & Maxwell, 2001, παρ. 7-052*) και ως εκ τούτου έχουν αντιμετωπιστεί με την επιβολή βαρύτερων προστίμων. Σχετικό ενδεικτικό παράδειγμα αποτελεί η απόφαση του ΠΕΚ στην υπόθεση *Volkswagen v. Commission (T-62/98)* (Συλλ. Νομολ. 2000, σελ. II-2707), που κατέληξε σε επιβολή προστίμου στην εταιρεία ύψους 90 εκατομμυρίων ευρώ (το δικαστήριο δηλαδή αναγνώρισε την ορθότητα του μεγαλύτερου μέρους του προστίμου ύψους 102 εκατομμυρίων ευρώ που είχε επιβάλει στην εταιρεία η Ευρωπαϊκή Επιτροπή). Χαρακτηριστικό επίσης παράδειγμα αποτελεί η απόφαση του ΠΕΚ στην υπόθεση *General Motors and Opel v. Commission (T-368/00)*, που κατέληξε σε επιβολή προστίμου ύψους 35.475.000 ευρώ (δηλαδή και εδώ το δικαστήριο αναγνώρισε την ορθότητα του μεγαλύτερου μέρους του προστίμου ύψους 43 εκατομμυρίων ευρώ που είχε επιβάλει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή). Χαρακτηριστική επίσης είναι η υπόθεση *JCB* (βλέπε σχετικό *Press Release IP/00/1526 της 21.12.2000.*), όπου η Ευρωπαϊκή Επιτροπή επέβαλε πρόστιμο ύψους 39,6 εκατομμυρίων ευρώ.

Αν και το σύνηθες είναι οι αρχές ανταγωνισμού να επιχειρούν να συνάγουν έμμεσα (βλέπε σχετικά *C. Bellamy and G. Child, ό.π., παρ. 7-053, το κεφάλαιο με τίτλο "Indirect measures to prevent parallel imports", καθώς επίσης και V. Korah & D. O'Sullivan, Distribution Agreements under the EC Competition Rules, Hart Publishing, 2002, σελ. 58*) την απαγόρευση παράλληλων εισαγωγών εξετάζοντας άλλους επιμέρους συμβατικούς όρους, προκειμένου να καταλήξουν στο συμπέρασμα ότι αυτοί αποσκοπούν τελικά στην απαγόρευση παράλληλων εισαγωγών, στην εξεταζόμενη περίπτωση ο επίμαχος συμβατικός όρος που αναφέρεται στην απαγόρευση παράλληλων εισαγωγών και που εντοπίστηκε στις προαναφερθείσες συμβάσεις είναι με απόλυτη σαφήνεια άμεσα διατυπωμένος, έτσι ώστε να μην αφήνει κανένα περιθώριο παρερμηνείας τόσο για τη σημασία του όσο και για τις προθέσεις των συμβαλλόμενων μερών.

VII.4. ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΔΙΑΚΟΙΝΟΤΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

VII.4.1. ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 81 ΠΑΡ. 1 ΣΥΝΘΕΚ

Σύμφωνα με το άρθρο 3 παρ. 1 του Κανονισμού 1/2003 του Συμβουλίου για την εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού που προβλέπονται στα άρθρα 81 και 82 της Συνθήκης (Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1/2003 του Συμβουλίου, της 16ης Δεκεμβρίου 2002, για την εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού που προβλέπονται στα άρθρα 81 και 82 της συνθήκης, *EE L 1, 04.01.2003, σελ. 1*), οσάκις οι αρχές ανταγωνισμού των κρατών μελών ή τα εθνικά δικαστήρια εφαρμόζουν την εθνική νομοθεσία ανταγωνισμού σε συμφωνίες, αποφάσεις ενώσεων επιχειρήσεων ή εναρμονισμένες πρακτικές κατά την έννοια του άρθρου 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ, οι οποίες είναι πιθανόν να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών κατά την έννοια της διάταξης αυτής, εφαρμόζουν επίσης το άρθρο 81 ΣυνθΕΚ, στις εν λόγω συμφωνίες, αποφάσεις, ή εναρμονισμένες πρακτικές (βλέπε σχετικά *Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής — Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης, EE C 101, 27/04/2004, σελ. 81, παρ. 8 επ*). Το κριτήριο του επηρεασμού του διακοινοτικού εμπορίου προσδιορίζει το πεδίο εφαρμογής του προαναφερόμενου άρθρου 3 του Κανονισμού 1/2003.

Το κριτήριο του επηρεασμού του διακοινοτικού εμπορίου είναι αυτόνομο κριτήριο της κοινοτικής νομοθεσίας, το οποίο εκτιμάται *ad hoc*, και οριοθετεί το πεδίο εφαρμογής του κοινοτικού δικαίου του ανταγωνισμού. Το κριτήριο αυτό πληρούται όταν οι υπό εξέταση κάθε φορά συμφωνίες και πρακτικές δύνανται να έχουν ένα ελάχιστο επίπεδο διασυνοριακών επιπτώσεων στο εσωτερικό της Κοινότητας (βλέπε σχετικά *παρ. 12-13 Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου, ό.π.*). Κατά πάγια νομολογία για να μπορεί μια απόφαση, συμφωνία ή πρακτική να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών, πρέπει, βάσει ενός συνόλου νομικών και πραγματικών στοιχείων, να μπορεί να πιθανολογηθεί επαρκώς ότι μπορεί να ασκήσει άμεση ή έμμεση, πραγματική ή δυνητική επίδραση στα εμπορικά ρεύματα μεταξύ κρατών μελών, τούτο δε κατά τρόπο που να προκαλείται φόβος ότι θα μπορούσε να εμποδίσει την πραγματοποίηση ενιαίας αγοράς μεταξύ κρατών μελών (βλέπε ενδεικτικά αποφάσεις του ΔΕΚ (C-209/78 *etc*) *Van Landewyck v. Commission*, Συλλ. Νομολ. 1980, σελ. 3125, *παρ. 170*, και (C-219/95P) *Ferriere Nord v. Commission*, Συλλ. Νομολ. 1997, σελ. I-4411, *παρ. 20*). Δεν απαιτείται να αποδειχθεί ότι η κάθε φορά εξεταζόμενη συμφωνία ή πρακτική είχε τελικά το αποτέλεσμα αυτό (βλέπε σχετικά *παρ. 16 Κατευθυντήριων γραμμών σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου, ό.π.*). Επίσης είναι αδιάφορο αν η συμμετοχή μιας συγκεκριμένης επιχείρησης στη συμφωνία ή πρακτική επηρεάζει αυτοτελώς αξιολογούμενη το διακοινοτικό εμπόριο (βλέπε σχετικά *παρ. 15 Κατευθυντήριων γραμμών σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου, ό.π.*).

Η έννοια της επίδρασης στα εμπορικά ρεύματα δεν προϋποθέτει μόνο τον περιορισμό ή τη μείωση του εμπορίου αλλά οποιαδήποτε διαφοροποίηση των εμπορικών ρευμάτων, αρκεί αυτή να είναι αισθητή (βλ. σχετικά *Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου, ό.π., παρ. 34 και 77*).

Κατά συνέπεια, και στην περίπτωση συμφωνιών ή πρακτικών που καλύπτουν το έδαφος ενός μόνο κράτους μέλους θεμελιώνεται επίδραση στο εμπόριο μεταξύ κρατών μελών αρκεί να υπάρχει δυνατότητα αισθητής μεταβολής των εμπορικών ρευμάτων μεταξύ κρατών μελών.

Κατά πάγια νομολογία του ΔΕΚ, οι περιοριστικές του ανταγωνισμού πρακτικές που καλύπτουν ολόκληρο το έδαφος ενός εκ των κρατών μελών, ζωτικό δηλαδή τμήμα της κοινής αγοράς, έχουν εξ ορισμού ως αποτέλεσμα την παρακώλυση της οικονομικής αλληλοδιεισδύσεως που επιδιώκεται με τη Συνθήκη (βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΚ *Vereeniging van Cementhandelaren κατά Επιτροπής*, 8/72, Συλλ. Νομ. 1972-1973, σελ. 221, σκέψη 29, απόφαση ΔΕΚ της 16/6/1981 *Maria Salonia κατά Giorgio Poidomani και Franca Baglieri*, 126/80, Συλλ. Νομ. 1981, σελ. 1563, απόφαση ΔΕΚ της 11/6/1985 *Remia και λοιποί κατά Επιτροπής*, 42/84, Συλλ. Νομ. 1985, σελ. 2545, σκέψη 22, απόφαση ΔΕΚ της 18/6/1998 *Επιτροπή κατά Ιταλίας*, C-35/96, Συλλ. Νομ. 1998, σελ. I-3851, σκέψη 48, απόφαση ΔΕΚ της 19/2/2002, *Wouters και λοιποί*, C-309/99, Συλλ. Νομ. 2002, σελ. I-1577, σκέψη 95, απόφαση υπ' αρ. 277/IV/2005 της Επιτροπής Ανταγωνισμού, (ΣΕΣΜΕ), η οποία επικυρώθηκε από το Διοικητικό Εφετείο Αθηνών με την υπ' αριθμ. 1001/2006 απόφασή του (ΣΕΣΜΕ). Βλ. επίσης *παρ. 86-88 Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου, ό.π.* Βλ. επίσης *Μιχ. – Θεοδ. Μαρίνο, Ανακοινώσεις και Κατευθυντήριες γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στο δίκαιο του ανταγωνισμού – νομικές διαστάσεις μετά τον Κανονισμό 1/2003 και επιδράσεις στο εθνικό δίκαιο των συμβάσεων*, ΔΕΕ 7/2006, σελ. 713, όπου επισημαίνεται ότι «επειδή πολλοί περιορισμοί του ανταγωνισμού καταλαμβάνουν ολόκληρη την ελληνική επικράτεια [...] προσβάλλονται με βεβαιότητα οι κοινοτικές αυτές διατάξεις».)

Η εξέταση της παρούσας ή μέλλουσας, πραγματικής ή δυνητικής προσβολής του ενδοκοινοτικού εμπορίου πρέπει να γίνεται *in concreto* και να ληφθεί για τούτο υπόψη το νομικο-οικονομικό πλαίσιο, στο οποίο εντάσσεται η περιοριστική πρακτική (βλέπε ενδεικτικά 56/65, *LTM/MBU*, ECR [1966], 235). Προκειμένου να επιτευχθεί αυτός ο σκοπός θα πρέπει

να ληφθούν υπόψη και να συνεκτιμηθούν πρωτίστως η φύση της υπό εξέταση συμφωνίας (ή πρακτικής), το είδος των προϊόντων που αυτή καλύπτει, η θέση των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων στην αγορά, καθώς και ο όγκος των πωλήσεών τους. Όπως παρατηρείται τόσο σε θεωρία (βλέπε σχετικά Γ. Καρύδη, *Ευρωπαϊκό Δίκαιο Επιχειρήσεων και Ανταγωνισμού*, 2004, σελ. 115.) όσο και σε νομολογία (C-250/92 *Gottrup-Klim Gronvareforening v. Dansk Landbrugs Gronvareselskab AmbA (DLG)*, Συλλ. Νομολ. 1994, σελ. I-5641, παρ. 54.), η δυνατότητα επηρεασμού του ενδοκοινοτικού εμπορίου προκύπτει συνήθως (αλλά όχι πάντα) από τη συνδρομή πολλών παραγόντων, οι οποίοι, αν λαμβάνονταν υπόψη μεμονωμένα, δεν θα ήταν κατ' ανάγκη αποφασιστικοί.

Με βάση τις ανωτέρω επισημάνσεις και σε συνάρτηση με την ειδικότερη αξιολόγηση του περιεχομένου των εντοπισθέντων αντιανταγωνιστικών συμβατικών όρων, εκτιμάται ότι οι εντοπισθείσες παραβάσεις, επειδή αφορούν απαγόρευση παράλληλων εισαγωγών, έχουν *per se* κοινοτική διάσταση.

Η απαγόρευση των παράλληλων εισαγωγών θα πρέπει να ενταχθεί στις ιδιαίτερες επαχθείς εκείνες πρακτικές που αποβλέπουν σε στεγανοποίηση των εθνικών αγορών, καθιστώντας έτσι δυσκολότερη την οικονομική αλληλοδιείσδυση που επιδιώκει και για το λόγο τούτο ενθαρρύνει η Συνθήκη των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (βλέπε σχετικά και Γ. Καρύδη, *ό.π.*, σελ. 114, με παραπομπή σε αποφάσεις 56/65, *LTM/MBU*, *ECR* [1966], 235 και 85/76 *Hoffman Laroche ECR* [1979], 461, παρ. 125 & 126.). Δηλαδή, η φύση και μόνο της παράβασης που συνιστά η απαγόρευση παράλληλων εισαγωγών είναι τέτοια, που η υπό κρίση περίπτωση τεκμαίρεται ότι έχει κοινοτική διάσταση. Πολλώ δε μάλλον όταν αυτή αφορά σε καθημερινά καταναλωτικά αγαθά, όπως είναι τα απορρυπαντικά, και συνάπτεται ανάμεσα σε πολυεθνικές εταιρίες του μεγέθους της UNILEVER και αλυσίδες σούπερ μάρκετ που τεκμαίρεται – με βάση τα στοιχεία που παρατίθενται ανωτέρω και στην οικονομική ανάλυση – ότι έχουν αυξημένη διαπραγματευτική ισχύ και σε κάθε περίπτωση πάντως όχι αμελητέα (*Πρβλ. απόφαση υπ' αριθμ. 1001/2006 του Διοικητικού Εφετείου Αθηνών στην υπόθεση ΣΕΣΜΕ*).

Με βάση τα παραπάνω εκτιμάται ότι η υπόθεση έχει κοινοτική διάσταση σε ό,τι αφορά την εταιρία UNILEVER και τις αλυσίδες σουπερμάρκετ με τις οποίες η τελευταία συνήψε συμβάσεις που περιείχαν τον όρο απαγόρευσης των παράλληλων εισαγωγών.

VII.4.2. ΠΡΟΘΕΣΜΙΕΣ ΠΑΡΑΓΡΑΦΗΣ

Δεδομένου ότι οι υπό εξέταση συμφωνίες έχουν κοινοτική διάσταση, τόσο η UNILEVER όσο και εμπλεκόμενες αλυσίδες σούπερ μάρκετ, επικαλούνται τις διατάξεις της παρ. 1 του άρθρου 25 του Κοινοτικού Κανονισμού 1/2003, σύμφωνα με τις οποίες οι εξουσίες της Επιτροπής υπόκεινται στις ακόλουθες προθεσμίες παραγραφής:

α) τρία έτη για παραβάσεις διατάξεων σχετικά με τις αιτήσεις παροχής πληροφοριών ή την διενέργεια ελέγχων

β) πέντε έτη για όλες τις υπόλοιπες παραβάσεις.

Συνεπώς πέραν της πενταετίας δεν μπορεί να επιβληθεί πρόστιμο για συμφωνίες που επηρεάζουν το διακοινοτικό εμπόριο, όπως στην υπό εξέταση υπόθεση.

Σύμφωνα όμως με την παρ. 3 του άρθρου 25 του Κανονισμού 1/2003 «Η παραγραφή που ισχύει για την επιβολή προστίμων ή χρηματικών ποινών διακόπτεται από κάθε πράξη της Επιτροπής ή

της Αρχής Ανταγωνισμού ενός κράτους μέλους η οποία αποβλέπει στη διερεύνηση ή σε διαδικασίες κατά της παράβασης. Η διακοπή της παραγραφής ισχύει από την ημερομηνία κοινοποίησης της πράξης σε μία τουλάχιστον επιχείρηση ή ένωση επιχειρήσεων που μετείχε στην παράβαση» «και ισχύει για όλες τις επιχειρήσεις και ενώσεις επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην παράβαση» (παρ. 4) . Μεταξύ των πράξεων που συνεπάγονται τη διακοπή της παραγραφής συγκαταλέγονται στην υπό α) υποπερίπτωση της παραγράφου 3 του προαναφερθέντος Κοινοτικού κανονισμού, «οι γραπτές αιτήσεις της Επιτροπής ή της Αρχής Ανταγωνισμού ενός κράτους μέλους για την παροχή πληροφοριών».

Το πρώτο έγγραφο που σηματοδοτεί την έναρξη του αυτεπαγγέλτου ελέγχου της Επιτροπής Ανταγωνισμού για απαγόρευση των παράλληλων εισαγωγών στις συμβάσεις της UNILEVER, είναι το υπ' αριθμ. 5433 έγγραφο που απηύθυνε η Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού στην UNILEVER, στις 5.9.2005.

Εφόσον μέχρι αυτή την ημερομηνία (5.9.2005) δεν είχε συμπληρωθεί για την υπό εξέταση υπόθεση ο πενταετής χρόνος παραγραφής που προβλέπεται στις διατάξεις της παρ. 1 του άρθρου 25 του Κανονισμού 1/2003, η Επιτροπή κρίνει ότι οι διαπιστωθείσες για τα έτη 2000, 2001 και 2002 παραβάσεις, δεν έχουν παραγραφεί.

VII.5. ΕΠΙΒΟΛΗ ΠΡΟΣΤΙΜΟΥ

Σύμφωνα με το άρθρο 9 παρ. 2 του ν. 703/77 ο καθορισμός του ύψους του προστίμου γίνεται με βάση τη σοβαρότητα και τη διάρκεια της παράβασης, με ανώτατο όριο το 15% των ακαθάριστων εσόδων της επιχείρησης κατά την τρέχουσα ή την προηγούμενη της παράβασης χρήση.

VII.5.1 ΣΟΒΑΡΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΠΑΡΑΒΑΣΗΣ

Η συμφωνία για απαγόρευση παράλληλων εισαγωγών που ελήφθη από τα εμπλεκόμενα μέρη μέσω των ανωτέρω συμβατικών όρων αποτελεί ιδιαίτερα σοβαρή παράβαση των κανόνων ανταγωνισμού, αφού είναι μία πρακτική η οποία έχει ως αντικείμενο την παρεμπόδιση του ανταγωνισμού μέσω της κατανομής των γεωγραφικών αγορών και της μέσω αυτής εξάλειψη ή τουλάχιστον τον περιορισμό του ανταγωνισμού στις τιμές, ο οποίος αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες του ανταγωνισμού. Θα πρέπει να επισημανθεί ότι οι κάθετοι περιορισμοί ειδικά αυτού του είδους είναι ιδιαίτερα επαχθείς για τον ανταγωνισμό, σε βαθμό μάλιστα που να θεωρούνται - μαζί με τα καρτέλ - η πιο επαχθής αντιανταγωνιστική πρακτική από πλευράς κοινοτικού δικαίου (βλέπε *Motta, ό.π.*). Μάλιστα, θα πρέπει να υπογραμμιστεί ότι η διαπραγματευτική ισχύς των περισσότερων αλυσίδων σουπερμάρκετ που εμπλέκονται στην εν λόγω υπόθεση έναντι της εταιρίας UNILEVER δεν μπορεί σε καμμία περίπτωση να θεωρηθεί αμελητέα. Στην πρακτική της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και στην κοινοτική νομολογία έχει γίνει σε ανάλογες περιπτώσεις δεκτό, ότι πρόστιμα επιβάλλονται τόσο στους προμηθευτές όσο και στους διανομείς, αν και αυτά που επιβάλλονται στους προμηθευτές είναι συνήθως σε σημαντικό βαθμό μεγαλύτερα.

VII.5.2 ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΑΡΑΒΑΣΗΣ

Ως προς τη διάρκεια της αποδεδειγμένης παράβασης, με βάση τα στοιχεία που συνέλεξαν οι υπηρεσίες της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού, για τη UNILEVER και τις 8 αλυσίδες σουπερμάρκετ με τις οποίες συνεργάστηκε αποδεικνύονται τα εξής:

- η συνεργασία της UNILEVER με την αλυσίδα σουπερ μάρκετ «ΑΤΛΑΝΤΙΚ ΑΕ» διήρκεσε δύο χρόνια, αφού διαπιστώθηκε η ύπαρξη δύο μονοετών συμβάσεων με ημερομηνίες 21/06/01 και 24/06/02 αντίστοιχα.
- η συνεργασία της UNILEVER με την αλυσίδα σουπερ μάρκετ «ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ» ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ διήρκεσε ένα χρόνο, αφού διαπιστώθηκε η ύπαρξη μίας μονοετούς συμβάσεως με ημερομηνία 05/07/00.
- η συνεργασία της UNILEVER με την αλυσίδα σουπερ μάρκετ «ΚΥΨΕΛΗ ΑΕ» διήρκεσε ένα χρόνο, αφού διαπιστώθηκε η ύπαρξη μίας μονοετούς συμβάσεως με ημερομηνία με ημερομηνία 30/06/00.
- η συνεργασία της UNILEVER με την αλυσίδα σουπερ μάρκετ ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ διήρκεσε ένα χρόνο, αφού διαπιστώθηκε η ύπαρξη μίας μονοετούς συμβάσεως με ημερομηνία με ημερομηνία 31/05/00.
- η συνεργασία της UNILEVER με την αλυσίδα σουπερ μάρκετ ΜΑΚΡΟ C&C διήρκεσε ένα χρόνο, αφού διαπιστώθηκε η ύπαρξη μίας μονοετούς συμβάσεως με ημερομηνία με ημερομηνία 31/05/00.
- η συνεργασία της UNILEVER με την αλυσίδα σουπερ μάρκετ «ΟΜΙΛΟ SUPER MARKET ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ» διήρκεσε ένα χρόνο, αφού διαπιστώθηκε η ύπαρξη μίας μονοετούς συμβάσεως με ημερομηνία με ημερομηνία 30/06/00.
- η συνεργασία της UNILEVER με την αλυσίδα σουπερ μάρκετ «Δ. Μασούτης ΑΕ» διήρκεσε ένα χρόνο, αφού διαπιστώθηκε η ύπαρξη μίας μονοετούς συμβάσεως με ημερομηνία με ημερομηνία 14/06/00.
- η συνεργασία της UNILEVER με την αλυσίδα σουπερ μάρκετ «ΟΡΑ» διήρκεσε ένα χρόνο, αφού διαπιστώθηκε η ύπαρξη μίας μονοετούς συμβάσεως με ημερομηνία με ημερομηνία 10/05/00.

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού εκτιμά ότι η παράβαση όλων των ως άνω εμπλεκόμενων (προμηθεύτριας και αλυσίδων σουπερμάρκετ) έγινε εκ προθέσεως, καθώς όλοι οι εμπλεκόμενοι γνώριζαν ότι οι εν λόγω συμφωνίες αποσκοπούν στον περιορισμό του ανταγωνισμού και αυτόν τον περιορισμό επιδίωξαν. (βλέπε ενδεικτικά απόφαση ΔΕΚ της 11/7/1989 *Belasco* και λοιποί κατά *Επιτροπής*, 246/86, *Συλλ. Νομ. 1989*, σελ. 2117, σκέψη 41).

VII.5.3 ΗΓΕΤΙΚΟΣ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ UNILEVER ΣΤΙΣ ΔΙΑΠΙΣΤΩΘΕΙΣΕΣ ΑΝΤΙΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΕΣ ΣΥΜΠΡΑΞΕΙΣ

Ειδικά σε ό,τι αφορά την εταιρία UNILEVER, με δεδομένο το μέγεθος και την μακρόχρονη δραστηριότητα και εξειδίκευσή της στην αγορά των απορρυπαντικών, συνάγεται ότι διέθετε

τις γνώσεις και τα νομικοοικονομικά μέσα που χρειάζονται για να αξιολογήσει τον παράνομο χαρακτήρα της συμπεριφοράς της και των συνεπειών της από την άποψη του Δικαίου του Ανταγωνισμού (βλέπε και απόφαση υπ' αριθμ. 284/IV/2005 της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΣΕΣΜΕ-Super-Market/Πρόστιμα).

Η εταιρία UNILEVER διαδραμάτισε ηγετικό ρόλο στην υιοθέτηση και εφαρμογή της υπό εξέταση συμφωνίας και πρακτικής, ήτοι της απαγόρευσης παράλληλων εισαγωγών, καθώς είναι σαφές ότι αυτή ήταν που αφενός πρότεινε την υιοθέτησή της και αφετέρου παρακολουθούσε συστηματικά την υλοποίηση και εφαρμογή της, ασκώντας πιέσεις στις αλυσίδες σουπερμάρκετ και επαπειλώντας κυρώσεις: Είναι χαρακτηριστικό ότι για ένα έτος στις συμβάσεις που είχε συνάψει η εταιρία UNILEVER με τις 7 από τις οκτώ αλυσίδες σουπερμάρκετ και για δύο έτη στη σύμβαση που είχε συνάψει με τη μία από τις οκτώ αλυσίδες σουπερμάρκετ υπήρχε όρος που προέβλεπε ότι σε περίπτωση που διαπιστωθεί παράλληλη εισαγωγή των προϊόντων της, «τότε θα πάψει να ισχύει η παρούσα συμφωνία στο σύνολό της».

Στους ανωτέρω όρους που είναι προφανές ότι ετέθησαν εκ μέρους της εταιρίας UNILEVER θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη βαρύτητα κατά την αξιολόγησή τους, καθώς κατόπιν της αυτόνομης εκτίμησής τους καθίσταται πέραν πάσης αμφιβολίας σαφές ότι η συγκεκριμένη εταιρία διαδραμάτισε ηγετικό ρόλο στην υιοθέτηση και εφαρμογή της υπό εξέταση συμφωνίας και πρακτικής, ήτοι της απαγόρευσης παράλληλων εισαγωγών. Με βάση την παρ. 14 της Ανακοίνωσης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (βλέπε Ανακοίνωση της Επιτροπής Ανταγωνισμού της 12^{ης} Μαΐου 2006 με θέμα: «Κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό των προστίμων που επιβάλλονται δυνάμει του άρθρου 9 του ν. 703/77, όπως ισχύει»), ο ηγετικός αυτός ρόλος της εταιρίας UNILEVER συνιστά επιβαρυντική περίπτωση για τη συγκεκριμένη εταιρία.

VII.5.4. ΕΛΑΦΡΥΝΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΣΤΑΣΕΙΣ

Παρά τη σοβαρότητα του είδους της διαπιστωθείσας παράβασης, είναι γεγονός ότι αφ' ενός η μικρή της διάρκεια που στις επτά από τις οκτώ εντοπισθείσες περιπτώσεις δεν ξεπερνά το ένα έτος και αφ' ετέρου η διάρκεια του χρονικού διαστήματος που μεσολάβησε από τη διάπραξη της παράβασης και την διαπίστωσή της, είναι μαζί με τον χαρακτήρα καθέτου συμπράξεως, λόγοι που συνηγορούν υπέρ της επιεικειάς στον τρόπο υπολογισμού του όποιου προστίμου. Ως ελαφρυντική περίπτωση θα πρέπει επίσης να θεωρηθεί για ορισμένα από τα εμπλεκόμενα σούπερ μάρκετ και το μικρό μέγεθός (ως προς τον κύκλο εργασιών και τον αριθμό καταστημάτων), επειδή εξ' ορισμού δεν διαθέτουν τα αναγκαία μέσα αντίστασης που θα τα καθιστούσαν συνυπεύθυνα στις όποιες αντιανταγωνιστικές συμπεριφορές υπαγορεύουν συμφωνίες συνεργασίας προμηθευτών, όπως π.χ. συμβαίνει με τα σούπερ μάρκετ που συμμετέχουν στον Όμιλο Αγορών «ΚΥΨΕΛΗ», εκτός της εταιρείας ΑΤΛΑΝΤΙΚ.

Όσον αφορά την UNILEVER, το γεγονός ότι έστω και με την παραίνεση της μητρικής της εταιρίας εγκατέλειψε μόνη της την επίμαχη ρήτρα της απαγόρευσης των παράλληλων εισαγωγών ήδη από το 2001 στην συντριπτική πλειοψηφία των συμβάσεων που υπέγραψε με τα σούπερ μάρκετ, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη.

VII.5.5. ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΣΤΙΜΟΥ

Με βάση τα ανωτέρω, λαμβάνοντας υπόψη την σοβαρότητα της διαπιστωθείσας παράβασης, η Επιτροπή Ανταγωνισμού κρίνει ότι για μεν τα σούπερ μάρκετ το ύψος του προστίμου υπολογιζόμενο ως ποσοστό επί του κύκλου εργασιών τους στη σχετική αγορά των απορρυπαντικών το χρονικό διάστημα της διαπιστωθείσας παράβασης είναι [...], ενώ της

UNILEVER, λαμβάνοντας υπόψη τον ηγετικό της ρόλο στην εν λόγω παράβαση, [...]%. Συνυπολογίζοντας όμως τις προαναφερθείσες ελαφρυντικές περιστάσεις της μικρής διάρκειας και του χρονικού διαστήματος που έχει παρέλθει από την παύση της παράβασης, η Επιτροπή μειώνει το ποσοστό αυτό στο [...]%, για τα σούπερ μάρκετ και στο [...]%, για την UNILEVER. Το τελευταίο αυτό ποσοστό μειώνεται περαιτέρω σε [...]%, επειδή η παύση της παράβασης έγινε με πρωτοβουλία της ίδιας της UNILEVER.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού αποφασίζει τα εξής:

- α) Υποχρεώνονται οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις να παραλείπουν την διαπιστωθείσα παράβαση στο μέλλον.
- β) Σε αντίθετη περίπτωση κάθε μία από τις εταιρείες και για κάθε ημέρα μη συμμόρφωσης απειλούνται με χρηματική ποινή δέκα χιλιάδων (10.000) ευρώ.
- γ) Επιβάλλεται στην εταιρεία UNILEVER HELLAS AEBE συνολικό πρόστιμο έξι εκατομμυρίων εννιακοσίων σαράντα έξι χιλιάδων πεντακοσίων ογδόντα οκτώ ευρώ και δέκα πέντε λεπτών (6.946.588,15) ήτοι δύο εκατομμύρια εκατόν ενενήντα οκτώ χιλιάδες επτακόσια σαράντα έξι ευρώ και μηδέν πέντε λεπτά (2.198.746,05) για το 2000, δύο εκατομμύρια τριακόσιες δέκα επτά χιλιάδες τετρακόσια επτά ευρώ και εβδομήντα πέντε λεπτά (2.317.407,75) για το 2001 και δύο εκατομμύρια τετρακόσιες τριάντα χιλιάδες τετρακόσια τριάντα τέσσερα ευρώ και τριάντα πέντε λεπτά (2.430.434,35) για το 2002, για τη συμμετοχή της σε κάθετες συμπράξεις που εμπεριέχουν τον όρο απαγόρευσης παράλληλων εισαγωγών με τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ «ΑΤΛΑΝΤΙΚ Α.Ε.», «ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.», «ΟΡΑ», «METRO ΑΕΒΕ», «ΜΑΚΡΟ C&C», «ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε.Β.Ε.», «Δ. ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε.» και ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ μέλη της «ΚΥΨΕΛΗ Α.Ε.».
- δ) Επιβάλλει στην εταιρεία «ΑΤΛΑΝΤΙΚ Α.Ε.» πρόστιμο ύψους πενήντα μία χιλιάδων διακοσίων είκοσι τριών ευρώ και ενενήντα πέντε λεπτών (51.223,95) για το έτος 2001 και εβδομήντα οκτώ χιλιάδων πεντακοσίων τριάντα οκτώ ευρώ και μηδέν δύο λεπτών (78.538,02) για το 2002 για τη δική της συμμετοχή στις κάθετες συμπράξεις που εμπεριέχουν όρο απαγόρευσης παράλληλων εισαγωγών, με την εταιρία «UNILEVER HELLAS AEBE».
- ε) Επιβάλλει στην εταιρεία «ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.» πρόστιμο ύψους διακοσίων είκοσι δύο χιλιάδων τετρακοσίων σαράντα τριών ευρώ και είκοσι δύο λεπτών (222.443,22) για συμμετοχή της το έτος 2000 σε κάθετη σύμπραξη με την εταιρία «UNILEVER HELLAS AEBE» που εμπεριείχε όρο απαγόρευσης παράλληλων εισαγωγών.
- στ) Επιβάλλει στην εταιρεία «ΜΑΚΡΟ C&C» πρόστιμο ύψους εκατόν ογδόντα έξι χιλιάδων εξακοσίων ενενήντα έξι ευρώ και εξήντα πέντε λεπτών (186.696,65) για συμμετοχή της

το έτος 2000 σε κάθετη σύμπραξη με την εταιρία «UNILEVER HELLAS AEBE» που εμπεριείχε όρο απαγόρευσης παράλληλων εισαγωγών.

- ζ) Επιβάλλει στην εταιρία «ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΕΒΕ» πρόστιμο ύψους διακοσίων δέκα οκτώ χιλιάδων διακοσίων είκοσι ένα ευρώ και είκοσι λεπτών (218.221,20) για συμμετοχή της το έτος 2000 σε κάθετη σύμπραξη με την εταιρία «UNILEVER HELLAS AEBE» που εμπεριείχε όρο απαγόρευσης παράλληλων εισαγωγών.
- η) Επιβάλλει στην εταιρία «Δ. ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε.» πρόστιμο ύψους εκατόν πενήντα χιλιάδων επτακοσίων εξήντα δύο (150.762) ευρώ για συμμετοχή της το έτος 2000 σε κάθετη σύμπραξη με την εταιρία «UNILEVER HELLAS AEBE» που εμπεριείχε όρο απαγόρευσης παράλληλων εισαγωγών.
- θ) Επιβάλλει στην εταιρία «ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ» πρόστιμο ύψους εκατόν ενενήντα μία χιλιάδων τετρακοσίων ενενήντα οχτώ ευρώ και ενενήντα ενός λεπτών (191.498,91) ευρώ για συμμετοχή της το έτος 2000 σε κάθετη σύμπραξη με την εταιρία «UNILEVER HELLAS AEBE» που εμπεριείχε όρο απαγόρευσης παράλληλων εισαγωγών.
- ι) Εκτός της εταιρείας «ΑΤΛΑΝΤΙΚ ΑΕ» απαλλάσσει προστίμου τα υπόλοιπα σούπερ μάρκετ, μέλη της «ΚΥΨΕΛΗ Α.Ε.» διότι η οικονομική τους επιφάνεια και η έκταση του δικτύου τους το 2001 και το 2002 δεν τους παρείχαν επαρκή μέσα αντίστασης στους όρους που υπαγόρευε η εταιρία «UNILEVER HELLAS AEBE» στις κάθετες με αυτούς συμφωνίες τα έτη 2001 και 2002.
- κ) Μετά την διαγραφή της εταιρείας «ΟΡΑ» από το Μητρώο Ανωνύμων Εταιρειών παρέλκει ο σε βάρος της υπολογισμός προστίμου.

Η απόφαση εκδόθηκε την **27^η Μαρτίου 2009**.

Η απόφαση να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβέρνησης, σύμφωνα με το άρθρο 26 παρ. 7 του ισχύοντος Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ Β' 1890/29.12.2006).

Ο Πρόεδρος της ΕΑ

Σπυρίδων Ζησιμόπουλος

Η Αναπληρώτρια Γραμματέας

Ηλιάνα Κούτρα