

**ΑΠΟΦΑΣΗ ΑΡΙΘΜ. \*676/2018**  
**Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ**

**ΣΕ ΟΛΟΜΕΛΕΙΑ**

Συνεδρίασε στην Αίθουσα Συνεδριάσεων του 1ου ορόφου του κτιρίου των γραφείων της, επί της οδού Κότσικα 1Α, Αθήνα, την 4<sup>η</sup> Δεκεμβρίου 2018, ημέρα Τρίτη και ώρα 10:00, με την εξής σύνθεση:

Πρόεδρος: Δημήτριος Κυριτσάκης

Μέλη: Άννα Νάκου (Αντιπρόεδρος)

Νικόλαος Ζευγώλης (Εισηγητής)

Παναγιώτης Φώτης,

Ιωάννης Πετρόγλου και

Σωτήριος Καρκαλάκος

Γραμματέας: Ηλιάνα Κούτρα.

Τα λοιπά τακτικά μέλη απουσίαζαν λόγω κωλύματος.

**Θέμα της συνεδρίασης:** Λήψη απόφασης «Αυτεπάγγελτη έρευνα της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού στην αγορά παραγωγής και εμπορίας γαλακτοκομικών προϊόντων, προκειμένου να διερευνηθεί τυχόν παράβαση των άρθρων 1 και 2 του ν. 3959/2011 περί προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού (ή/και των πρώην άρθρων 1 και 2 του ν. 703/1977 «Περί ελέγχου μονοπωλίων και ολιγοπωλίων και προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού»), καθώς και των άρθρων 101 και 102 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (εφεξής ΣΛΕΕ) από την εταιρία «ΦΡΗΣΛΑΝΤΚΑΜΠΙΝΑ ΕΛΛΑΣ ΑΕ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΠΑΙΔΙΚΩΝ ΤΡΟΦΩΝ» (με δ.τ. «FRIESLANDCAMPINA HELLAS SA»).

Πριν την έναρξη της συνεδρίασης, ο Πρόεδρος της Επιτροπής όρισε Γραμματέα της συζητήσεως την Ηλιάνα Κούτρα με αναπληρώτρια αυτής την Ευαγγελία Ρουμπή.

Στη συνεδρίαση η νομίμως κλητευθείσα εταιρία «ΦΡΗΣΛΑΝΤΚΑΜΠΙΝΑ ΕΛΛΑΣ ΑΕ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΠΑΙΔΙΚΩΝ ΤΡΟΦΩΝ» παραστάθηκε με το νόμιμο εκπρόσωπό της Κωνσταντίνο Μαγγιώρο, μετά των πληρεξουσίων δικηγόρων, Ιωάννη Σταυρόπουλο, Ευανθία Τσίρη και Ευθυμία Αρματά.

Στην αρχή της συζήτησης ο Πρόεδρος έδωσε το λόγο στον αρμόδιο Εισηγητή Νικόλαο Ζευγώλη, ο οποίος ανέπτυξε συνοπτικά την υπ' αριθ. πρωτ. 5519/20.9.2019 γραπτή εισήγησή του, και λαμβάνοντας υπόψη όσα αναφέρονται αναλυτικά στην εισήγηση, πρότεινε, τα εξής:

- i. Να διαπιστωθεί η παράβαση των άρθρων 1, 2 του ν. 703/1977 (νυν άρθρα 1, 2 του ν. 3959/2011) και 81, 82 ΣυνθΕΚ (νυν άρθρα 101, 102 ΣΛΕΕ), από την

---

\* Η παρούσα απόφαση εκδίδεται σε δύο επιπλέον εκδόσεις με τα διακριτικά: 1) Έκδοση για το ΦΕΚ, 2) Έκδοση για την εταιρία ΦΡΗΣΛΑΝΤΚΑΜΠΙΝΑ ΕΛΛΑΣ ΑΕ. 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). Όπου ήταν δυνατό τα στοιχεία που παραλείφθηκαν αντικαταστάθηκαν με ενδεικτικά ποσά και αριθμούς ή με γενικές περιγραφές (εντός [...]).

εταιρία «ΦΡΗΣΛΑΝΤ ΚΑΜΠΙΝΑ ΕΛΛΑΣ ΑΕ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΠΑΙΔΙΚΩΝ ΤΡΟΦΩΝ».

- ii. Να επιβληθεί πρόστιμο στην ανωτέρω εταιρία αναφορικά με τις διαπιστωθείσες παραβάσεις των άρθρων 1 του ν. 703/1977 (νυν άρθρο 1 ν. 3959/2011) και 81 ΣυνθΕΚ (νυν άρθρο 101 ΣΛΕΕ) για το χρονικό διάστημα 1996-2014, καθώς και για τις παραβάσεις των άρθρων 2 του ν. 703/1977 (νυν άρθρο 2 ν. 3959/2011) και 82 ΣυνθΕΚ (νυν άρθρο 102 ΣΛΕΕ) για το χρονικό διάστημα 1996-2009, υπολογιζόμενο επί των ετησίων ακαθάριστων εσόδων της επιχείρησης, στις σχετικές αγορές των προϊόντων που αφορούν οι διαπιστωθείσες παραβάσεις, για κάθε έτος της παράβασης αθροιστικά, λαμβάνοντας υπόψη τα στοιχεία που παρατίθενται στην παρούσα Εισήγηση αναφορικά με τη σοβαρότητα και διάρκεια των υπό εξέταση πρακτικών.
- iii. Να υποχρεωθεί η ανωτέρω εταιρία να παραλείπει τις διαπιστωθείσες παραβάσεις των άρθρων 1, 2 του ν. 703/1977 (νυν άρθ. 1, 2 του ν. 3959/2011) και 81, 82 ΣυνθΕΚ (νυν άρθ. 101, 102 ΣΛΕΕ), όπως αυτές περιγράφονται ειδικότερα στις Ενότητες ΙΧ και Χ της Εισήγησης, στο μέλλον.
- iv. Να απειληθεί η ανωτέρω εταιρία με πρόστιμο και χρηματική ποινή, εάν με απόφαση της Επιτροπής βεβαιώνεται η συνέχιση ή η επανάληψη των διαπιστωθεισών παραβάσεων.

Κατόπιν, το λόγο έλαβαν οι πληρεξούσιοι δικηγόροι των εταιριών και ο νόμιμος εκπρόσωπος, οι οποίοι τοποθετήθηκαν επί της προαναφερόμενης εισήγησης, ανέπτυξαν τις απόψεις τους, έδωσαν διευκρινίσεις και απάντησαν σε ερωτήσεις που τους υπέβαλαν ο Πρόεδρος και τα μέλη της Επιτροπής.

Για τη θεμελίωση των ισχυρισμών τους οι πληρεξούσιοι δικηγόροι ζήτησαν την εξέταση μαρτύρων. Η Επιτροπή, αποδεχόμενη το σχετικό αίτημά τους, εξέτασε τους μάρτυρες: 1) [...] και 2) [...].

Με την ολοκλήρωση της ακροαματικής διαδικασίας και την εξέταση των μαρτύρων οι πληρεξούσιοι δικηγόροι ζήτησαν και ο Πρόεδρος της Επιτροπής χορήγησε προθεσμία τριών (3) εργάσιμων ημερών μετά την παραλαβή των πρακτικών από το ενδιαφερόμενο μέρος, προκειμένου να υποβάλει το συμπληρωματικό υπομνήμά του.

Η Επιτροπή συνήλθε σε διάσκεψη την 21<sup>η</sup> Δεκεμβρίου 2018 (ημέρα Παρασκευή και ώρα 10:00 π.μ.), στην οποία δεν συμμετείχε το μέλος Ιωάννης Πετρόγλου λόγω δικαιολογημένου κωλύματος και δεν έλαβε μέρος στη λήψη της απόφασης, στην ως άνω αίθουσα συνεδριάσεων του 1<sup>ου</sup> ορόφου των Γραφείων της, με τη συμμετοχή του Εισηγητή Νικολάου Ζευγώλη, ο οποίος δεν έλαβε μέρος στην ψηφοφορία και αφού έλαβε υπόψη τα στοιχεία του φακέλου της κρινόμενης υπόθεσης, την Εισήγηση, τις απόψεις που διατύπωσαν προφορικώς τα ενδιαφερόμενα μέρη κατά τη συζήτηση της υπόθεσης και με τα υπομνήματα τα οποία υπέβαλαν, καθώς και τα όσα κατέθεσαν οι μάρτυρες κατά την ακροαματική διαδικασία,

**ΣΚΕΦΘΗΚΕ ΩΣ ΕΞΗΣ:**

## Ι. ΙΣΤΟΡΙΚΟ – ΜΕΤΡΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

- 1) Στις 27.12.2007 και με την υπ' αριθ. 7509 επιστολή της, η εταιρία «[...]» [...] διαβίβασε στην Επιτροπή Ανταγωνισμού (εφεξής και «ΕΑ») αντίγραφο επιστολής την οποία της απέστειλε ο υπογράφων αυτήν, [...], εκπρόσωπος της εταιρίας [...]¹,² [...], εταιρία, μεταξύ άλλων, χονδρικού εμπορίου γαλακτοκομικών προϊόντων. Σύμφωνα με τη [...], η επιστολή της [...] στάλθηκε σε αυτή μέσω τηλεομοιοτυπίας στις 21.12.2007.
- 2) Η ως άνω επιστολή της [...] απευθύνεται, πλην της [...], και στις εταιρίες [...] [...]³ και το περιεχόμενό της [...]. Ειδικότερα, ο [...] στην επιστολή του αναφέρεται [...].
- 3) Σε συνέχεια της κατά τα ανωτέρω διαβιβασθείσας επιστολής, η Υπηρεσία αποφάσισε την έναρξη αυτεπάγγελτης έρευνας με πρώτο μέτρο αυτής τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στις [...] στην έδρα της εταιρίας [...]. Κατά τον ανωτέρω έλεγχο, βρέθηκε και έτερη επιστολή της [...] προς τον [...], με ημερομηνία σύνταξης την 10η.6.2003⁴, στην οποία η [...] σημειώνει ότι [...]⁵ [...]⁶.
- 4) Πέραν του ως άνω επιτόπιου ελέγχου και σε συνέχεια των ευρημάτων, λήφθηκαν [...] ανωμοτί καταθέσεις⁷ από τον [...], εκπρόσωπο της [...] και συντάκτη της επίμαχης διαβιβασθείσας επιστολής. Σημειώνεται ότι στο πλαίσιο της δεύτερης κατάθεσής του, αναφερόμενος στην εν λόγω επιστολή, διευκρίνισε ότι [...]⁸.
- 5) Περαιτέρω και δεδομένου ότι η πλειονότητα των εγγράφων που συλλέχθηκαν στο πλαίσιο του επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας [...] αφορούσε σε επικοινωνία μεταξύ του [...] και της Friesland, το Σεπτέμβριο του 2008 η ΓΔΑ πραγματοποίησε επιτόπιο έλεγχο⁹ στα γραφεία της δεύτερης. Επίσης, πραγματοποιήθηκε δεύτερος επιτόπιος έλεγχος, στις 15.3.2018, στα γραφεία της ελεγχόμενης όπου πέραν των στοιχείων που συλλέχθηκαν, ελήφθησαν ανωμοτί καταθέσεις των [...]¹⁰ [...].
- 6) Επιπλέον, η ΓΔΑ πραγματοποίησε το 2014 επιτόπιους ελέγχους σε οκτώ χονδρεμπορικές επιχειρήσεις οι οποίες συνεργάζονταν με την Friesland τουλάχιστον κατά το διάστημα 2000- 2005¹¹. Οι ως άνω ελεγχθείσες εταιρίες επιλέχθηκαν λαμβάνοντας υπόψη το πλήθος των ευρημάτων από τον έλεγχο στα γραφεία της Friesland, καθώς και την όσο το δυνατόν ευρύτερη γεωγραφική διασπορά τους στην

¹ Σύμφωνα με την κλαδική μελέτη της ICAP Α.Ε. στα «Γαλακτοκομικά Προϊόντα» που εκδόθηκε το Νοέμβριο 2014 καθώς και το [...], η εταιρία [...].

² Σημειώνεται ότι ο συντάκτης της επιστολής [...] είναι ο Γενικός Διευθυντής και μέλος του Δ.Σ. της εταιρίας «[...]» (βλ. [...]περί σύστασης της εταιρίας και ΦΕΚ [...]περί ορισμού Δ.Σ. αυτής).

³ Μεταξύ των παραληπτών της επιστολής είναι και η εταιρία που εκπροσωπεί ο [...].

⁴ Βλ. την από 10.6.2003 επιστολή της [...] προς τη [...] που συλλέχθηκε ως στοιχείο ελέγχου «[...]» κατά τον επιτόπιο έλεγχο της [...] στη [...].

⁵ Στην επιστολή οι [...]

⁶ Σημειώνεται ότι η επιστολή φέρει στο πάνω μέρος της την επωνυμία, έδρα και στοιχεία επικοινωνίας της [...] αλλά δεν υπογράφεται από συγκεκριμένο στέλεχος αυτής.

⁷ Συγκεκριμένα στις [...] και στις [...] στα γραφεία της Υπηρεσίας.

⁸ Βλ. την από [...] κατάθεση του [...], όπου διευκρινίζει [...].

⁹ Σύμφωνα με την υπ' αριθ. πρωτ. οικ. 6212/15.9.2008 εντολή για τη διενέργεια ελέγχου.

¹⁰ [...].

¹¹ Συγκεκριμένα στις [...] πραγματοποιήθηκε επιτόπιος έλεγχος στις εταιρίες: «[...] Στις [...] πραγματοποιήθηκε επιτόπιος έλεγχος στα γραφεία των εταιριών [...] Τέλος στις [...] κλιμάκιο της ΓΔΑ πραγματοποίησε επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της [...] και στις [...] πραγματοποιήθηκε επιτόπιος έλεγχος στην εταιρία [...].

ελληνική επικράτεια. Κατά τη διενέργεια των ελέγχων ελήφθησαν και ανωμοτί καταθέσεις των [...] των εν λόγω εταιριών, οκτώ στο σύνολο<sup>12</sup>.

- 7) Επιπλέον, για τους σκοπούς της εν λόγω έρευνας στάλθηκαν επιστολές παροχής στοιχείων σε 14 επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην αγορά παραγωγής και εμπορίας γαλακτοκομικών προϊόντων<sup>13</sup>, ενώ σειρά ερωτηματολογίων στάλθηκε και στην ελεγχόμενη Friesland<sup>14</sup>.
- 8) Τέλος, για την πληρέστερη έρευνα στο πλαίσιο της παρούσας υπόθεσης και με γνώμονα την εξοικονόμηση διοικητικών πόρων της Υπηρεσίας, η ΓΔΑ έλαβε συναίνεση τόσο από εννέα εκ των ανωτέρω<sup>15</sup> όσο και από έτερες<sup>16</sup> εταιρίες που

<sup>12</sup> Ειδικότερα λήφθηκαν ανωμοτί καταθέσεις των: [...].

<sup>13</sup> Συγκεκριμένα επιστολές παροχής στοιχείων στάλθηκαν στις «NESTLE ΕΛΛΑΣ ΑΕ» (εφεξής και «NESTLE»), «ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ» (εφεξής και «ΔΕΛΤΑ»), «ΔΩΔΩΝΗ ΑΕ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΗΠΕΙΡΟΥ» (εφεξής και «ΔΩΔΩΝΗ»), «ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ- ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ» (εφεξής και «ΜΕΒΓΑΛ»), «ΝΕΟΓΑΛ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΔΡΑΜΑΣ ΑΕ» (εφεξής και «ΝΕΟΓΑΛ»), «ΣΤΑΜΟΥ ΑΒΕΕ» (εφεξής και «ΣΤΑΜΟΥ»), «ΤΥΡΑΣ ΑΕ» (εφεξής και «ΤΥΡΑΣ»), «ΦΑΓΕ ΑΕ» (εφεξής και «ΦΑΓΕ»), «ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ ΑΕ» (εφεξής και «ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ»), «LEADER ΑΕ» (εφεξής και «LEADER»), «ΓΚΑΤΕΝΙΟ Δ.Σ. & ΥΙΟΣ ΑΕ» (εφεξής και «ΓΚΑΤΕΝΙΟ»), «ΛΑΚΤΑΛΙΣ ΕΛΛΑΣ ΑΕ», «ΟΠΤΙΜΑ ΑΕ» (εφεξής και «ΟΠΤΙΜΑ») και «ARLA FOODS ΕΛΛΑΣ ΑΕΒΕΕ». Βλ. τις υπ' αριθ. πρωτ. οικ. 2261/7.4.2015, οικ. 2253/7.4.2015, οικ. 2254/7.4.2015, οικ. 2255/7.4.2015, οικ. 2256/7.4.2015, οικ. 2257/7.4.2015, οικ. 2258/7.4.2015, οικ. 2259/7.4.2015, οικ. 2260/7.4.2015, οικ. 2288/8.4.2015, οικ. 2289/8.4.2015, οικ. 2290/8.4.2015, οικ. 2291/8.4.2015, οικ. 2287/8.4.2015 επιστολές παροχής στοιχείων αντίστοιχα.

<sup>14</sup> Πρόκειται για τις επιστολές με αριθ. πρωτ. οικ. 1914/19.3.2015, οικ. 4607/16.7.2015, οικ. 5913/7.10.2015, οικ. 1165/20.2.2018, οικ.1715/14.3.2018, οικ.2983/10.5.2018 και οικ.4077/29.6.2018 καθώς και για τις απαντητικές επιστολές της Friesland με αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015, 5334/4.9.2015, 6572/6.11.2015, 3083/26.4.2016, 1640/12.3.2018, 2114/2.4.2018, 3306/24.5.2018, 3623/11.6.2018 καθώς και 4325/10.7.2018.

<sup>15</sup> Ειδικότερα, στις αναφερόμενες ως άνω επιστολές προς NESTLE, ΔΕΛΤΑ, ΔΩΔΩΝΗ, ΜΕΒΓΑΛ, ΝΕΟΓΑΛ, ΣΤΑΜΟΥ, ΤΥΡΑΣ, ΦΑΓΕ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ ζητήθηκε επιπλέον από τη ΓΔΑ και συναίνεση για τη χρήση των υποβληθέντων στοιχείων στο πλαίσιο της αξιολόγησης της από 23.5.2014 γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης δια της απόκτησης από κοινού ελέγχου επί της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ από τη ΔΕΛΤΑ. Περαιτέρω, σε επόμενο χρόνο, στάλθηκαν επιστολές για συναίνεση χρήσης των προσκομισθέντων στοιχείων στο πλαίσιο της αξιολόγησης από τη ΓΔΑ της από 15.2.2017 γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης ΜΕΒΓΑΛ - ΔΕΛΤΑ στις NESTLE, ΔΕΛΤΑ, ΔΩΔΩΝΗ, ΜΕΒΓΑΛ, ΝΕΟΓΑΛ, ΣΤΑΜΟΥ, ΦΑΓΕ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, «ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ ΑΕ» (αποτελεί διάδοχο σχήμα της ΤΥΡΑΣ). Βλ. τις υπ' αριθ. πρωτ. οικ. 1533/15.3.2017, οικ. 3730/3.7.2017, οικ. 1520/15.3.2017, οικ. 3731/3.7.2017, οικ. 1518/15.3.2017, οικ. 1526/15.3.2017, οικ. 1525/15.3.2017, οικ. 1522/15.3.2017 και οικ. 1536/15.3.2017 επιστολές παροχής στοιχείων αντίστοιχα. Αντίστοιχα συναίνεση για τη χρήση των υποβληθέντων στοιχείων στο πλαίσιο αξιολόγησης από τη ΓΔΑ της από 15.2.2017 γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης ΔΕΛΤΑ - ΜΕΒΓΑΛ ζητήθηκε και από την εταιρία ΟΠΤΙΜΑ με την υπ' αριθ. πρωτ. οικ. 1531/15.3.2017 επιστολή.

<sup>16</sup> Συγκεκριμένα επιστολές για συναίνεση για τη χρήση του συνόλου των προσκομισθέντων στοιχείων και πληροφοριών που περιλαμβάνονται στο φάκελο της υπ' αριθ. 598/2014 απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού στάλθηκαν στις «DANONE ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΑΕ» (εφεξής και «DANONE»), «ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΒΟΛΟΥ» (εφεξής και «ΕΒΟΛ»), «ΗΠΕΙΡΟΣ ΑΕΒΕ» (εφεξής και «ΗΠΕΙΡΟΣ»), «ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ - ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΑΓΕΛΑΔΟΤΡΟΦΩΝ ΓΑΛΑΚΤΟΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ & ΠΙΕΡΙΑΣ» (εφεξής και «Συνεταιρισμός ΘΕΣγάλα»), «ΚΡΙ-ΚΡΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΒΕΕ» (εφεξής και «ΚΡΙ-ΚΡΙ»), «ΣΕΡΡΑΪΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΕ» (εφεξής και «ΣΕΡΓΑΛ»), «ΤΡΙΚΚΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΡΙΚΑΛΩΝ» (εφεξής και «ΤΡΙΚΚΗ»). Βλ. τις υπ' αριθ. πρωτ. οικ. 2205/3.4.2015, οικ. 2206/3.4.2015, οικ. 2211/3.4.2015, οικ. 2207/3.4.2015, οικ. 2208/3.4.2015, οικ. 2210/3.4.2015, οικ. 2209/3.4.2015 επιστολές αντίστοιχα. Επιπλέον, επιστολές για συναίνεση των προσκομισθέντων στοιχείων στο πλαίσιο της αξιολόγησης από τη ΓΔΑ της από 15.2.2017 γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης ΜΕΒΓΑΛ - ΔΕΛΤΑ στάλθηκαν στις DANONE, ΕΒΟΛ, ΗΠΕΙΡΟΣ, Συνεταιρισμός ΘΕΣγάλα, ΚΡΙ-ΚΡΙ, ΣΕΡΓΑΛ, ΤΡΙΚΚΗ, ΓΙΩΤΗΣ (βλ. τις υπ' αριθ. πρωτ. οικ. 1519/15.3.2017, οικ. 1535/15.3.2017, οικ. 2066/4.4.2017, οικ. 1524/15.3.2017, οικ.

δραστηριοποιούνται στην αγορά παραγωγής και εμπορίας γαλακτοκομικών προϊόντων, καθώς και από σούπερ μάρκετ<sup>17</sup> για τη χρήση του συνόλου των προσκομισθέντων στοιχείων και πληροφοριών που περιλαμβάνονται στο φάκελο των υπ' αριθ. 598/2014 και 650/2017 αποφάσεων της Επιτροπής Ανταγωνισμού<sup>18</sup>.

- 9) Στο πλαίσιο της ανωτέρω αυτεπάγγελτης έρευνας της ΓΔΑ στην αγορά παραγωγής και εμπορίας γαλακτοκομικών προϊόντων, η Friesland με την υπ' αριθ. πρωτ. 3404/31.5.2018 επιστολή της προς την ΕΑ εκδήλωσε το ενδιαφέρον της για την υπαγωγή της σε διαδικασία διευθέτησης διαφορών, σύμφωνα με το άρθρο 25<sup>α</sup> του ν. 3959/2011 και τη σκέψη 14 της υπ' αριθ. 628/2016 Απόφασης ΕΑ<sup>19,20</sup>. Το τμήμα της υπόθεσης που υπήχθη στη διαδικασία της διευθέτησης διαφορών αφορά σε οριζόντια σύμπραξη κατά παράβαση των άρθρων 1 του ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 101 ΣΛΕΕ και συγκεκριμένα σε νόθευση διαγωνισμών στην αγορά προμήθειας γαλακτοκομικών προϊόντων δημοσίων φορέων μέσω της κατανομής αγοράς μεταξύ ανταγωνιστών. Πρόκειται για την πρώτη περίπτωση διευθέτησης κατά την οποία ενδιαφερόμενη εταιρία εκδήλωσε το ενδιαφέρον της για διευθέτηση πριν τη λήψη σχετικής Εισηγήσης από Εισηγητή/ΓΔΑ. Η συγκεκριμένη περίπτωση τελεσφόρησε και στο πλαίσιο αυτής εκδόθηκε η υπ' αριθ. 668/2018 απόφαση της ΕΑ.

---

1527/15.3.2017, οικ. 1529/15.3.2017, οικ. 1523/15.3.2017, οικ. 1521/15.3.2017 επιστολές παροχής στοιχείων αντίστοιχα).

<sup>17</sup> Συγκεκριμένα επιστολές για συναίνεση στάλθηκαν στα σούπερ μάρκετ «ΑΛΦΑ-ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ», «ΛΙΝΤΑ ΕΛΛΑΣ & ΣΙΑ ΟΕ», «ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΑΕ», «ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ», «ΠΕΝΤΕ ΑΕ», «Ι.Σ. ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ ΑΕΕ», «ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΕΒΕ», «ΜΑΡΤ ΚΑΣ ΚΑΙ ΚΑΡΥ ΑΕΕ» και «ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ» (βλ. τις υπ' αριθ. πρωτ. οικ. 1528/15.3.2017, οικ. 1530/15.3.2017, οικ. 1532/15.3.2017, οικ. 1534/15.3.2017, οικ. 1537/15.3.2017, οικ. 1538/15.3.2017, οικ. 1726/22.3.2017, οικ. 1725/22.3.2017 και οικ. 1727/22.3.2017, επιστολές αντίστοιχα).

<sup>18</sup> Αφορούν σε αποφάσεις επί των από 23.5.2014 και 15.2.2017 αντίστοιχα προηγούμενων γνωστοποιηθεισών συγκεντρώσεων δια της απόκτησης από κοινού ελέγχου επί της ΜΕΒΓΑΛ από τη ΔΕΛΤΑ. Εφεξής αναφέρονται και ως «Συγκέντρωση VIVARTIA – ΜΕΒΓΑΛ».

<sup>19</sup> Βάσει του άρθρου 25α του ν. 3959/2011, στο οποίο προβλέπεται η δυνατότητα της ΕΑ να θεσπίσει με απόφασή της διαδικασία διευθέτησης διαφορών με τις επιχειρήσεις ή ενώσεις επιχειρήσεων που εκούσια και με ελεύθερη βούληση παραδέχονται τη συμμετοχή τους σε αποδιδόμενη σε αυτές οριζόντια καρτελική σύμπραξη, κατά παράβαση του άρθρου 1 του ν. 3959/2011 ή/και του άρθρου 101 της ΣΛΕΕ, καθώς και να ρυθμίσει, εντός της κανονιστικής εμβέλειας που οριοθετείται με το εν λόγω άρθρο, τα εκεί ενδεικτικώς αναφερόμενα ζητήματα, αλλά και κάθε άλλη αναγκαία λεπτομέρεια που συνδέεται με τη διεξαγωγή της διαδικασίας αυτής, καθώς και βάσει του άρθρου 14 παρ. 2 περ. ιδ (εε) του ν. 3959/2011, εκδόθηκε από την ΕΑ η υπ' αριθ. 628/2016 Απόφαση «Όροι, προϋποθέσεις και διαδικασία για τη διευθέτηση διαφορών σε υποθέσεις οριζοντίων συμπράξεων κατά παράβαση του άρθρου 1 του ν. 3959/2011 ή/και του άρθρου 101 της ΣΛΕΕ» (εφεξής «Ανακοίνωση για τη Διαδικασία Διευθέτησης Διαφορών»).

<sup>20</sup> Σχετικώς ενημερώθηκε η επίσης εμπλεκόμενη επιχείρηση Μανδρέκας Α.Ε, η οποία προσκλήθηκε από τον αρμόδιο Εισηγητή να εκδηλώσει γραπτώς την πρόθεσή της για ενδεχόμενη υπαγωγή της στην ως άνω διαδικασία, κατά τα προβλεπόμενα στις παρ. 15 και 16 της υπ' αριθ. 628/2016 Απόφασης ΕΑ. Πράγματι και η εταιρία Μανδρέκας Α.Ε. ανταποκρίθηκε στην ανωτέρω πρόσκληση και εκδήλωσε επίσης το ενδιαφέρον της για την υπαγωγή της σε διαδικασία διευθέτησης διαφορών, σύμφωνα με το άρθρο 25<sup>α</sup> του ν. 3959/2011 και τη σκέψη 14 της υπ' αριθ. 628/2016 Απόφασης ΕΑ με το με αριθ. πρωτ. 3900/21.6.2018 έγγραφό της.

## II. ΟΙ ΕΛΕΓΧΟΜΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ

### II.1 Η ΕΛΕΓΧΟΜΕΝΗ ΕΤΑΙΡΙΑ «Friesland Campina Hellas SA».

- 10) Η Friesland ανήκει κατά 100% στην ολλανδική εταιρία “FrieslandCampina Hellas Holding BV”<sup>21</sup>. Η τελευταία ελέγχεται από την ολλανδική εταιρία “Koninklijke FrieslandCampina NV”, ενώ απώτερος ελέγχων μέτοχος της ως άνω ολλανδικής εταιρίας και άρα και της ελεγχόμενης είναι ο ολλανδικός συνεταιρισμός «Zuivelcoöperatie FrieslandCampina UA»<sup>22</sup>. Ο εν λόγω συνεταιρισμός που αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες εταιρίες γαλακτοκομικών προϊόντων παγκοσμίως, δραστηριοποιείται παράγοντας μεγάλη γκάμα γαλακτοκομικών προϊόντων τα οποία διανέμονται σε πάνω από 100 χώρες ενώ διαθέτει υποκαταστήματα σε 34 χώρες<sup>23</sup>.
- 11) Όπως παραθέτει η ICAP σε κλαδική μελέτη της<sup>24</sup> η Friesland ιδρύθηκε το 1983, ενώ στις 27.12.2010 απορρόφησε την εταιρία Campina Ελλάς ΑΕ.<sup>25</sup> Η τελευταία εταιρία ανήκε στον όμιλο Campina ο οποίος από το 2008 έχει συγχωνευτεί με τον όμιλο Friesland Foods, δημιουργώντας κατά τα ανωτέρω το διεθνή όμιλο με την επωνυμία Friesland Campina<sup>26</sup>. Συναφώς, οι αντίστοιχες εταιρίες<sup>27</sup> είχαν ήδη αρχίσει από το 2009 διαδικασίες συγχώνευσης. Επικουρικά αναφέρεται ότι σύμφωνα με την κλαδική μελέτη ICAP στα «Γαλακτοκομικά Προϊόντα», που εκδόθηκε το Νοέμβριο 2014, [...] <sup>28</sup>. Σύμφωνα με την ελεγχόμενη, η ίδια αποτελεί τη «μοναδική εταιρεία του ανωτέρου συνεταιρισμού στην Ελλάδα που δραστηριοποιείται στην παραγωγή, εισαγωγή ή/και χονδρική εμπορία γαλακτοκομικών προϊόντων»<sup>29</sup>. Η έδρα της βρίσκεται στο Μαρούσι Αττικής.
- 12) Οι εντός Ελλάδας δραστηριότητες της Friesland αφορούν στην «παραγωγή και εμπορία προϊόντων γάλακτος, κρέμας γάλακτος και γιαουρτιού και εμπορία άλλων γαλακτοκομικών προϊόντων, παιδικών τροφών και τυριών»<sup>30</sup>, ενώ όπως η ίδια η εταιρία διευκρινίζει [...] <sup>31</sup>. Τα εμπορικά σήματα που διακινεί και εμπορεύεται στην Ελλάδα<sup>32</sup> είναι τα: NOYNOY<sup>33</sup>, FRISO, MILNER και FINA. Παράλληλα, διακινεί προϊόντα για επαγγελματική χρήση με τις επωνυμίες FRICO, DEBIC, FRISIAN COW, BARISTA'S GOLD, MIKPH ΟΛΛΑΝΔΕΖΑ και FARM.
- 13) Τα εμπορεύματα της Friesland, εισάγονται απευθείας από τα εργοστάσια παραγωγής στην Ολλανδία και τη Γερμανία κάθε εβδομάδα, αλλά και παράγονται από το

<sup>21</sup> Σημειώνεται ότι για τις εντοπισθείσες στην παρούσα υπόθεση πρακτικές τόσο από την έρευνα της Υπηρεσίας όσο και στο πλαίσιο της ακροαματικής διαδικασίας δεν προέκυψε εμπλοκή της μητρικής εταιρίας.

<sup>22</sup> Βλ. απαντητικές επιστολές της Friesland με αριθ. πρωτ. 4579/20.6.2014 και 2522/2.5.2017.

<sup>23</sup> Βλ. σχετικά <https://www.frieslandcampina.com/en/organisation/who-we-are/>.

<sup>24</sup> Βλ. την κλαδική μελέτη της ICAP στα «Γαλακτοκομικά Προϊόντα» που εκδόθηκε το Νοέμβριο 2014.

<sup>25</sup> Σημειώνεται ότι η απορροφηθείσα Campina Ελλάς Α.Ε. είχε ιδρυθεί το 1986 συνεχίζοντας τις δραστηριότητες της Κουόλιτ Μπραντς Ιντερνάσιοναλ ΕΠΕ, η οποία προϋπήρχε από το 1979.

<sup>26</sup> Βλ. και Απόφαση της ΕΕ Μ.5046 –Friesland Foods/Campina.

<sup>27</sup> Δηλαδή η Friesland Hellas ΑΕ και η Campina Ελλάς ΑΕΒΕ.

<sup>28</sup> Βλ. σελ. 65-66 της κλαδικής μελέτης.

<sup>29</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2522/2.5.2017 επιστολή της ελεγχόμενης.

<sup>30</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 4579/20.6.2014 επιστολή της ελεγχόμενης.

<sup>31</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2522/2.5.2017 επιστολή της εταιρίας.

<sup>32</sup> Βλ. ιστοσελίδα της εταιρίας: <https://www.nounou.gr/products/Proionta.html#.Wyi8UHonaM8>.

<sup>33</sup> Ο.π. όπου αναφέρεται μεταξύ άλλων ότι: «Στην Ελλάδα, η FrieslandCampina Hellas ουσιαστικά ταυτίζεται με τα προϊόντα NOYNOY, που για περισσότερα από 80 χρόνια, καλύπτουν τις καθημερινές διατροφικές ανάγκες της ελληνικής οικογένειας».

εργοστάσιο της Πάτρας<sup>34</sup> (δηλ. μέρος της πρωτογενούς παραγωγής της Friesland γίνεται στην Ελλάδα<sup>35</sup>). Η προμήθεια των πελατών της πραγματοποιείται από τις κεντρικές αποθήκες της στον Ασπρόπυργο Αττικής, ενώ παράλληλα λειτουργεί περιφερειακά διαμετακομιστικά κέντρα στη Θεσσαλονίκη και στην Πάτρα.

- 14) Αναφορικά με τη διανομή των προϊόντων της στην ελληνική αγορά, αυτή γίνεται είτε απευθείας από την ίδια την εταιρία, είτε διαμέσω δικτύου ανεξάρτητων διανομέων<sup>36</sup>, οι οποίοι διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες, με την εξής ορολογία της εταιρίας<sup>37</sup>: **α.** συνεργάτες δικτύου<sup>38</sup>, **β.** χονδρεμπορικές επιχειρήσεις [...] <sup>39</sup> και **γ.** [...] <sup>40</sup>. Ειδικότερα, όλες οι μεγάλες αλυσίδες εξυπηρετούνται απευθείας από την ίδια την εταιρία, ενώ [...] περίπου συνεργάτες καλύπτουν την υπόλοιπη Ελλάδα<sup>41</sup>. Με τη συμβολή χονδρεμπόρων και διανομέων, η διανομή καλύπτει σχεδόν το σύνολο των 20.000 καταστημάτων τροφίμων που υπάρχουν στην Ελλάδα. Επίσης, καλύπτονται πολλά φαρμακεία και μονάδες στην επαγγελματική αγορά (ξενοδοχεία, εστιατόρια, catering κλπ.).
- 15) Όσον αφορά στις εγκαταστάσεις της ελεγχόμενης, όπως αναφέρεται στην ιστοσελίδα της, «[μ]έσα από τη σημαντική επένδυση ιδίων κεφαλαίων και τη μεταφορά τεχνογνωσίας η εταιρία υλοποίησε την μεταφορά της παραγωγής γάλακτος από την Γερμανία στην Ελλάδα, στο εργοστάσιο της FrieslandCampina Hellas στην Πάτρα. Η επένδυση αυτή εντάσσεται στα μακροχρόνια σχέδια ανάπτυξης της FrieslandCampina για την Ελλάδα. Η λειτουργία της μονάδας ξεκίνησε στις αρχές Σεπτεμβρίου 2011 και αποτελείται από 4 καινούργιες γραμμές παραγωγής γάλακτος»<sup>42</sup>. Σύμφωνα με τις πληροφορίες που παραθέτει η εταιρία στην ιστοσελίδα της, στην εν λόγω εργοστασιακή μονάδα παράγονται, με ελληνική πρώτη ύλη, γαλακτοκομικά προϊόντα (γάλατα NOYNOY FAMILY, NOYNOY CALCIPLUS, NOYNOY KID, NOYNOY Noulac) και κρέμες γάλακτος NOYNOY<sup>43</sup>.
- 16) Όσον αφορά στο συνολικό κύκλο εργασιών της εταιρίας<sup>44</sup>, το 2017 ανήλθε στο ύψος των € [...], εκ των οποίων ποσό ύψους [...] αφορά στην πώληση γαλακτοκομικών

<sup>34</sup> Βλ. ιστοσελίδα της εταιρίας [www.nounou.gr](http://www.nounou.gr).

<sup>35</sup> Επομένως, πρόκειται όχι μόνο για μεταπρατικό, αλλά και για παραγωγικό κεφάλαιο της Friesland στην Ελλάδα.

<sup>36</sup> [...] διαμέσω των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων που αποτελούν τους «συνεργάτες δικτύου» αλλά και των λοιπών συνεργαζόμενων χονδρεμπορικών επιχειρήσεων [...] (βλ. Ενót. VIII.1 της παρούσης).

<sup>37</sup> Βλ. και Ενót. VIII της παρούσας.

<sup>38</sup> [...] (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 6572/6.11.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ).

<sup>39</sup> [...] (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 6572/6.11.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ). [...] (π.χ. εστιατόρια, ζαχαροπλαστεία, καφετέριες). Βλ. και Ενót. VIII της παρούσας.

<sup>40</sup> [...].

<sup>41</sup> Βλ. ιστοσελίδα της Friesland.

<sup>42</sup> Βλ. και [https://www.nounou.gr/category/I\\_Etaireia/I\\_istoria\\_mas.html#.Wv5s10iFOM8](https://www.nounou.gr/category/I_Etaireia/I_istoria_mas.html#.Wv5s10iFOM8).

<sup>43</sup> Όπως αναφέρει η Friesland στην υπ' αριθ. πρωτ. 2522/2.5.2017 επιστολή της, [...]. Αναφερόμενη δε στους παράγοντες που καθορίζουν τη μέγιστη απόσταση βιώσιμης μεταφοράς νοπού γάλακτος, σε έτερο σημείο της εν λόγω επιστολής της αναφέρει ότι «[κ]αθοριστικοί παράγοντες για την επιλογή φαρμών και την συλλογή νοπού γάλακτος είναι η όσο το δυνατόν υψηλότερη ποιότητά του και το μέγεθος των φαρμών. Η υψηλή ποιότητα διασφαλίζει την έλλειψη προβλημάτων διαχείρισης και παραγωγής, ενώ αντίστοιχα η διαχείριση μεγάλων σε μέγεθος φαρμών σε σχέση με πολλές μικρές, συμβάλλει θετικά στην ύπαρξη οικονομικά βιώσιμων κοστολογίων, δεδομένου ότι οι μεγάλες φάρμες γεμίζουν γρήγορα και χωρίς επιπλέον κοστολόγια ενδιάμεσης μεταφοράς τα φορτηγά βυτία. Αντίστοιχα, όσο πιο κοντά είναι οι συνεργαζόμενες φάρμες μεταξύ τους, τόσο πιο συμφέρουσα και βιώσιμη (οικονομικά) γίνεται η μεταφορά του νοπού γάλακτος για την επεξεργασία. Η ζώνη γάλακτος της FrieslandCampina Hellas καλύπτει σχεδόν όλη τη χώρα από την Ροδόπη ως την Ηλεία με καθημερινά δρομολόγια συλλογής».

<sup>44</sup> Βλ. σχετικά την υπ' αριθ. πρωτ. 4325/10.7.2018 απαντητική επιστολή της ελεγχόμενης.

προϊόντων. Τα αντίστοιχα μεγέθη για το 2016 είναι [...] και [...]. Τα έσοδα δε του ολλανδικού συνεταιρισμού για το έτος 2017 ανήλθαν σε € 12,1 δις<sup>45</sup>.

- 17) Επιπλέον, ο κύκλος εργασιών της ελεγχόμενης εταιρίας στο σύνολο των γαλακτοκομικών προϊόντων για τα έτη 2009-2017 για τα οποία η εταιρία προσκόμισε σχετικά στοιχεία<sup>46</sup> έχει ως εξής:

(σε ευρώ)

Έτος	Κύκλος εργασιών γαλακτοκομικών προϊόντων
2009	[...]
2010	[...]
2011	[...]
2012	[...]
2013	[...]
2014	[...]
2015	[...]
2016	[...]
2017	[...]
<b>Σύνολο ετών 2009-2017</b>	[...]

## II.2 ΟΙ ΕΛΕΓΧΟΜΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ/ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΟΙ

- 18) Τον Ιούνιο και τον Ιούλιο του 2014, πραγματοποιήθηκαν επιτόπιοι έλεγχοι στα γραφεία και στα βιβλία<sup>47</sup> των κατωτέρω οκτώ (8) επιχειρήσεων οι οποίες αποτελούν συνεργάτες δικτύου της Friesland ή συνεργαζόμενες με αυτή χονδρεμπορικές επιχειρήσεις και [...]:

Επωνυμία Επιχείρησης	Περιοχή	Σχέση Συνεργασίας με Friesland
[...]	[...]	Συνεργάτης Δικτύου
[...]	[...]	Συνεργάτης Δικτύου
[...]	[...]	Συνεργάτης Δικτύου
[...]	[...]	Συνεργάτης Δικτύου

<sup>45</sup> Βλ. σχετικά <https://www.frieslandcampina.com/en/organisation/financials/>.

<sup>46</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 4325/10.7.2018 απαντητική επιστολή της Friesland. Τα παρατιθέμενα στοιχεία δεν περιλαμβάνουν εξαγωγές.

<sup>47</sup> Βλ. τις εντολές ελέγχου με αριθ. πρωτ. οικ. 4413/13.6.2014, 4414/13.6.2014, 4415/13.6.2014, 4416/13.6.2014, 4418/13.6.2014, 4419/13.6.2014, οικ. 4992/7.7.2014 και οικ. 5293/15.7.2014.



[...]	[...]	Συνεργάτης Δικτύου
[...]	[...]	Συνεργάτης Δικτύου
[...]	[...]	Χονδρεμπορική Εταιρία
[...]	[...]	Χονδρεμπορική Εταιρία

### III. Η ΑΓΟΡΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

#### III.1 ΖΗΤΗΣΗ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

- 19) Σύμφωνα με τα στοιχεία που παραθέτει η ICAP σε κλαδική μελέτη της<sup>48</sup> και την έρευνα της ΕΑ<sup>49</sup>, η διαχρονική εξέλιξη της εγχώριας κατανάλωσης των γαλακτοκομικών προϊόντων χαρακτηρίζεται από σχετική σταθερότητα, χωρίς δραστικές μεταβολές κατά τα έτη 2010-2013. Χαρακτηριστικά της ζήτησης γαλακτοκομικών προϊόντων είναι η σχετικά χαμηλή ελαστικότητα ως προς την τιμή και το διαθέσιμο εισόδημα, καθότι γενικότερα τα εν λόγω προϊόντα αποτελούν βασικό είδος διατροφής στην Ελλάδα. Σημειώνεται, ωστόσο, ότι κατά τα τελευταία έτη, λόγω της οικονομικής ύφεσης, η τιμή πώλησης επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τις επιλογές των καταναλωτών μεταξύ των διαφόρων εμπορικών σημάτων που διατίθενται στην αγορά.
- 20) Αξίζει να αναφερθεί ότι μετά το 2010 παρατηρείται αυξανόμενη διείσδυση των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας (own label ή private label), η οποία αναμένεται να παρουσιάσει περαιτέρω ανάπτυξη. Τα εν λόγω προϊόντα παράγονται είτε από εγχώριες εταιρίες του κλάδου, είτε στο εξωτερικό για λογαριασμό αλυσίδων super-market και φέρουν εμπορικό σήμα που ανήκει στην αλυσίδα/όμιλο super-market<sup>50</sup>. Κύριο πλεονέκτημα των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας θεωρείται η τιμή τους, η οποία είναι χαμηλότερη έναντι των «επώνυμων» προϊόντων, με αποτέλεσμα να προσελκύουν τους καταναλωτές. Σύμφωνα με εταιρίες του κλάδου<sup>51</sup>, τα συγκεκριμένα είδη μπορούν να θεωρηθούν υποκατάστατα των αντίστοιχων «επώνυμων» προϊόντων. Παρά ταύτα, μεταξύ των διαφόρων κατηγοριών γαλακτοκομικών προϊόντων, υφίστανται και ορισμένες κατηγορίες, όπως το φρέσκο παστεριωμένο και το παιδικό γάλα, στις οποίες η διείσδυση των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας δεν είναι εύκολη, τόσο λόγω της ιδιαιτερότητας του προϊόντος από πλευράς χαρακτηριστικών<sup>52</sup> αλλά και λόγω των προτιμήσεων σημαντικής μερίδας καταναλωτών σε «επώνυμα» προϊόντα, καθώς αυτό διασφαλίζει την ποιότητά τους<sup>53,54</sup>. Πάντως, όπως αναλύεται εκτενώς και σε επόμενο σημείο της παρούσας

<sup>48</sup> Βλ. την κλαδική μελέτη της ICAP Α.Ε. στα Γαλακτοκομικά Προϊόντα που ολοκληρώθηκε το Νοέμβριο 2014.

<sup>49</sup> Βλ. ενδεικτικά υπ' αριθ. 584/2014 καθώς και 650/2017 αποφάσεις ΕΑ.

<sup>50</sup> Βλ. Κλαδική Μελέτη ICAP «Γαλακτοκομικά Προϊόντα», Νοέμβριος 2014, σελ. 54.

<sup>51</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2757/5.5.2015 επιστολή της εταιρίας ΓΚΑΤΕΝΙΟ Δ.Σ. & ΥΙΟΣ Α.Ε, υπ' αριθ. πρωτ. 2588/27.4.2015 επιστολή της εταιρίας ΟΠΤΙΜΑ Α.Ε, υπ' αριθ. πρωτ. 3108/19.5.2015 επιστολή της εταιρίας ARLA FOODS Α.Ε.Β.Ε.Ε. και υπ' αριθ. πρωτ. 2858/8.5.2015 επιστολή της εταιρίας ΦΑΓΕ Α.Ε.

<sup>52</sup> Όπως για παράδειγμα η σύντομη ημερομηνία λήξης, τα ιδιαίτερα συστατικά του παιδικού γάλακτος, καθότι αποτελεί εμπλουτισμένο γάλα κλπ.

<sup>53</sup> Ως προς το παιδικό γάλα, ενδεικτικώς αναφέρονται απόψεις των ίδιων των εταιριών: η εταιρία NESTLE στην υπ' αριθ. πρωτ. 1915/29.3.2017 επιστολή της σημειώνει ότι «[σ]τα εμπλουτισμένα παιδικά γάλατα, στα οποία ουσιαστικά δραστηριοποιείται η εταιρία μας, η σημασία των εμπορικών σημάτων είναι αυξημένη». Τη θέση της αυτή υποστηρίζει η NESTLE και στην υπ' αριθ. πρωτ.

απόφασης<sup>55</sup>, η σχετικά αυξημένη παρουσία γαλακτοκομικών προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας είναι πολύ πρόσφατη, ενώ κατά το μεγαλύτερο τμήμα του εξεταζόμενου χρονικού διαστήματος που αφορά στην παρούσα υπόθεση, δηλαδή από 1996-2009, η διείσδυση τους στην τελική αγορά ήταν εξαιρετικά περιορισμένη.

- 21) Τέλος, όπως αναφέρει και η ICAP, πλην της τιμής πώλησης του προϊόντος, «[ά]λλοι παράγοντες που επηρεάζουν τους καταναλωτές είναι τα **ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των προϊόντων αυτών όπως η γεύση, η ποιότητα, η διάρκεια χρήσης τους, η θρεπτική αξία, η συσκευασία κλπ, ενίοτε δε και η ευκολία πρόσβασης στα σημεία πώλησης από τα οποία θα προμηθευτούν το προϊόν**»<sup>56</sup>.

### III.2 ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

- 22) Στον ευρύτερο κλάδο γαλακτοκομικών προϊόντων δραστηριοποιείται σχετικά μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων, οι οποίες είτε παράγουν τα γαλακτοκομικά προϊόντα που εμπορεύονται είτε τα εισάγουν, ενώ κάποιες εξ αυτών είναι ταυτόχρονα παραγωγοί και εισαγωγείς<sup>57</sup>. Στις περισσότερες κατηγορίες προϊόντων οι λίγες μεγάλες μεγάλες γαλακτοκομικές επιχειρήσεις καλύπτουν το μεγαλύτερο ποσοστό της προσφοράς γαλακτοκομικών προϊόντων και κατ' επέκταση μεγάλο μέρος της

---

4854/2.7.2014 επιστολή της, ενώ στην υπ' αριθ. πρωτ. 2991/14.5.2015 απάντησή της αναφέρεται σχετικά: «[σ]ύμφωνα με τα στοιχεία αγοράς που προμηθευόμαστε από την εταιρεία ερευνών AC Nielsen, δεν προκύπτει η ύπαρξη προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας στη σχετική αγορά του Παιδικού Γάλακτος, στην οποία δραστηριοποιούμαστε». Συναφώς, η εταιρία ΟΠΤΙΜΑ στην υπ' αριθ. πρωτ. 2588/27.4.2015 απαντητική επιστολή της αναφέρει σχετικά ότι ειδικότερα στην αγορά του παιδικού γάλακτος «η σημασία της μάρκας είναι καθοριστική, καθώς η μητέρα δεν αγοράζει εύκολα για το παιδί της κάτι που δεν είναι προϊόν γνωστής μάρκας». Περαιτέρω, κατά την εταιρία ΤΡΙΚΚΗ η σημασία του σήματος καθίσταται περαιτέρω αυξημένη στην αγορά του παιδικού γάλακτος, «λόγω της ευαίσθητης κοινωνικής ομάδας στην οποία απευθύνεται και είναι απαραίτητο να γνωρίζουν οι καταναλωτές (γονείς με νεαρά παιδικά και βρέφη) τη διαδικασία παραγωγής του εκάστοτε παιδικού γάλακτος για να αποφασίσουν ποιο είναι το καταλληλότερο για τα παιδιά τους» (βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2358/21.4.2017 απαντητική επιστολή της ΤΡΙΚΚΗ). Επιπλέον, η εταιρία ΓΚΑΤΕΝΙΟ & ΥΙΟΣ Α.Ε. σημειώνει στην υπ' αριθ. πρωτ. 2757/5.5.2015 επιστολή της ότι «απ' ότι παρατηρούμε, οι περισσότερες εταιρείες λιανεμπορίου, πωλούν προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας [...], τουλάχιστον ως προς το συμπυκνωμένο γάλα και την κρέμα γάλακτος. Για το παιδικό γάλα όμως, δεν καθίσταται εφικτή η πώληση ως προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας, αφού έως κάποιας ηλικίας, συνταγογραφείται από τους παιδίατρος και εν συνεχεία, στην ενδιάμεση ηλικία, οι γονείς στρέφονται στις αγορές βιταμινούχων προϊόντων γάλακτος». Στο ίδιο πλαίσιο, η ΔΕΛΤΑ στην υπ' αριθ. πρωτ. 2958/13.5.2015 επιστολή της παραθέτει πίνακα με προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (σχετ. 6 της απαντητικής επιστολής) σύμφωνα με τον οποίο, όμως, στην αγορά παιδικού γάλακτος δεν υφίστανται προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας. Επίσης, η ΦΑΓΕ στην υπ' αριθ. πρωτ. 2858/8.5.2015 επιστολή της, αναφέρει ότι [...].

<sup>54</sup> Συναφώς, η ICAP στην κλαδική μελέτη της αναγνωρίζει ότι «[β]εβαίως, σε ορισμένες κατηγορίες γαλακτοκομικών (όπως το φρέσκο παστεριωμένο) η διείσδυση των private label δεν είναι τόσο εύκολη, τόσο λόγω της ιδιαιτερότητας του προϊόντος (ημερομηνία λήξης) αλλά και λόγω των προτιμήσεων σημαντικής μερίδας καταναλωτών σε “επώνυμα” προϊόντα» (βλ. σελ. 54 της κλαδικής μελέτης στα «Γαλακτομικά Προϊόντα», Νοέμβριος 2014).

<sup>55</sup> Βλ. Ενót. IV.1.

<sup>56</sup> Βλ. σελ. 43 της κλαδικής μελέτης της ICAP στα «Γαλακτοκομικά Προϊόντα», Νοέμβριος 2014. Η έμφαση της κλαδικής μελέτης.

<sup>57</sup> Για παράδειγμα, η Friesland αναφέρει ότι αποτελεί τη «μοναδική εταιρεία του ανωτέρω συνεταιρισμού [ενν. ο συνεταιρισμός Ολλανδών παραγωγών γάλακτος Zuivelcooperatie FRIESLANDCAMPINA U.A.] στην Ελλάδα που δραστηριοποιείται στην παραγωγή, εισαγωγή ή/και χονδρική εμπορία γαλακτοκομικών προϊόντων» (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2522/2.5.2017 επιστολή της Friesland). Επίσης σε επόμενο σημείο της ίδιας επιστολής διευκρινίζει ότι [...].

εγχώριας ζήτησης, καθώς διαθέτουν οργανωμένα δίκτυα διανομής και καλύπτουν γεωγραφικά το σύνολο σχεδόν της χώρας<sup>58,59</sup>.

- 23) Επιπλέον, οι μεγάλοι μεγέθους εταιρίες, μεταξύ των οποίων και η Friesland, λόγω της δυνατότητάς τους να προμηθεύουν με γαλακτοκομικά προϊόντα το σύνολο της ελληνικής επικράτειας καθώς και λόγω πληθώρας λοιπών παραγόντων όπως, η εδραιωμένη μακροχρόνια παρουσία τους στον κλάδο, η ποικιλία των προϊόντων τους και τα ισχυρά εμπορικά σήματα που διαθέτουν, κατέχουν και τα μεγαλύτερα μερίδια αγοράς τόσο στην ευρύτερη αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων όσο και στις υποκατηγορίες αυτής. Όσον αφορά στις μικρότερου μεγέθους παραγωγικές επιχειρήσεις, αυτές δραστηριοποιούνται κυρίως σε τοπικό επίπεδο, ενώ η επέκταση των δραστηριοτήτων τους εκτιμάται ως δυσχερής λόγω αδυναμίας χρήσης διευρυμένου δικτύου διανομής<sup>60</sup>.
- 24) Επικουρικά αναφέρεται, τέλος, ότι ορισμένες από τις δραστηριοποιούμενες επιχειρήσεις, όπως και η ελεγχόμενη, βρίσκονται σε άμεση ή έμμεση σχέση με πολυεθνικές γαλακτοβιομηχανίες.

### III.3 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ

#### III.3.1 Δίκτυα διανομής

- 25) Τα γαλακτοκομικά προϊόντα διατίθενται σε super - markets και σε μικρά σημεία πώλησης (ορισμένα εξ αυτών), δηλαδή μίνι μάρκετ, αρτοποιεία, παντοπωλεία, περίπτερα, ενώ διατίθενται και για επαγγελματική χρήση σε εξειδικευμένα καταστήματα (καφετέριες) και σε χώρους μαζικής εστίασης<sup>61</sup>. Ο τρόπος που πραγματοποιείται η διανομή τους καθορίζεται τόσο από το μέγεθος όσο και από το βαθμό οργάνωσης των επιχειρήσεων του κλάδου. Οι μεγάλες επιχειρήσεις παραγωγής και εισαγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων διακινούν τα προϊόντα τους κυρίως μέσω ιδίου δικτύου διανομής και, εν μέρει, μέσω αντιπροσώπων και χονδρεμπόρων. Το δίκτυο των μεγάλων επιχειρήσεων καλύπτει, συνήθως, όλη την επικράτεια, ενώ οι τοπικοί αντιπρόσωποι-εταιρίες διανομής εξυπηρετούν ορισμένες περιοχές, οι οποίες είναι γεωγραφικά απομακρυσμένες από τα κέντρα διανομής και τις αποθήκες των εν λόγω εταιριών. Αντιθέτως, οι μικρότερου μεγέθους επιχειρήσεις συνεργάζονται με δίκτυα αντιπροσώπων, μεσαζόντων και χονδρεμπόρων, ενώ αρκετές εξ αυτών διαθέτουν τα προϊόντα τους απευθείας στα καταστήματά τους ή στην τοπική αγορά.
- 26) Η οργάνωση ενός δικτύου διανομής μέσω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων διαδραματίζει ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο στον αποτελεσματικό εφοδιασμό της αγοράς με τα προϊόντα της εταιρίας, διαπίστωση που συνάδει και με σχετική δήλωση του ίδιου του [...] ο οποίος επισημαίνει το οικονομικό όφελος που προκύπτει από την εν λόγω συνεργασία<sup>62</sup>. Σε ό,τι αφορά τη Friesland, η εταιρία έχει αναπτύξει είτε με ίδια μέσα, είτε διαμέσου συνεργασιών ένα ευρύ και οργανωμένο δίκτυο διάθεσης των

<sup>58</sup> Βλ. Κλαδική Μελέτη ICAP «Γαλακτοκομικά Προϊόντα», Νοέμβριος 2014, σελ. i. Τα χαρακτηριστικά αυτά διαπιστώνονται και σε προηγούμενη κλαδική μελέτη της ICAP στα «Γαλακτοκομικά Προϊόντα» τον Ιούλιο 2013.

<sup>59</sup> Όπως αναφέρθηκε και στην Ενότητα II.1 και θα αναλυθεί και σε επόμενες ενότητες της παρούσης, η ελεγχόμενη Friesland έχει συστήσει και λειτουργεί εκτεταμένο δίκτυο διανομής τόσο με ίδια μέσα όσο και μέσω συνεργατών δικτύου, χονδρεμπορικών επιχειρήσεων [...] αλλά και [...]. Όπως διευκρινίζει στην υπ' αριθ. πρωτ. 2522/2.5.2017 επιστολή της [...]

<sup>60</sup> Για παράδειγμα, η [...] αναφέρει ότι [...] (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 3042/26.5.2017 επιστολή της εταιρίας) ενώ η [...] αναφέρει ότι [...] (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2277/12.4.2017 επιστολή της εταιρίας).

<sup>61</sup> Βλ. και κλαδική μελέτη της ICAP στα Γαλακτοκομικά Προϊόντα που εκδόθηκε το Νοέμβριο 2014.

<sup>62</sup> Όπως αναφέρει ο [...]. Βλ. επίσης και Ενót. VIII.1.

προϊόντων της, καλύπτοντας άμεσα και ευχερώς το σύνολο της ελληνικής επικράτειας. Ως εκ τούτου, ένας δυναμικός ανταγωνιστής της Friesland πρέπει να συστήσει και οργανώσει εφάμιλλου μεγέθους δίκτυο, προκειμένου η είσοδος του να είναι αποτελεσματική και να ασκήσει ουσιαστική ανταγωνιστική πίεση στην ελεγχόμενη.

### III.3.2 Διαφήμιση

- 27) Στον τομέα της διάθεσης των καταναλωτικών προϊόντων, ιδιαίτερα δε των ειδών διατροφής, σημαντικότερη είναι η συμβολή της διαφήμισης στην προώθηση των προϊόντων<sup>63</sup>. Η διαφήμιση χρησιμοποιείται από τις επιχειρήσεις με σκοπό την προβολή των νέων, αλλά και των ήδη υπάρχοντων προϊόντων και την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητάς τους.
- 28) Σύμφωνα με την ICAP<sup>64</sup>, ο κλάδος των γαλακτοκομικών προϊόντων εν γένει παρουσιάζει (διαχρονικά) υψηλές δαπάνες για διαφήμιση, οι οποίες προέρχονται κυρίως από την πλευρά των μεγαλύτερων γαλακτοβιομηχανιών. Η σημασία της διαφήμισης στην προώθηση των γαλακτοκομικών προϊόντων και ιδίως στην αποτελεσματική είσοδο ενός σήματος στις σχετικές αγορές είναι τόσο μεγάλη ώστε, εν τέλει, οι επενδύσεις σε διαφημιστική προώθηση να αποτελούν σημαντικό εμπόδιο εισόδου, ακόμα και για τις εταιρίες που δραστηριοποιούνται ήδη σε άλλες σχετικές αγορές γαλακτοκομικών προϊόντων (π.χ. γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας, γιαούρτι κλπ) και διαθέτουν αντιστοιχώς οργανωμένα δίκτυα πωλήσεων στην επικράτεια.
- 29) Βάσει των στοιχείων που παραθέτει η ICAP στην κλαδική μελέτη της, η συνολική διαφημιστική δαπάνη για τα προϊόντα του κλάδου των γαλακτοκομικών προϊόντων φαίνεται να ακολουθεί πτωτική πορεία κατά την εξαετία 2008-2013. Ωστόσο, οι διαφημιστικές δαπάνες στο συμπυκνωμένο γάλα κυμαίνονται σε υψηλά επίπεδα, καθώς «[η] διαφήμιση για γάλα εβαπορέ παρουσίασε σημαντική αύξηση κατά το 2010 (σχεδόν διπλασιάστηκε) και διαμορφώθηκε στα [...]. Ωστόσο, τα επόμενα έτη μειώθηκε φθάνοντας τα [...]»<sup>65</sup>. Όσον αφορά στις διαφημιστικές δαπάνες της Friesland σε σχέση με τους ανταγωνιστές της προκύπτει ότι είναι σημαντικά υψηλότερες. Ειδικά δε στα προϊόντα/σήματα που εμπίπτουν στην αγορά του συμπυκνωμένου γάλακτος<sup>66</sup>, σχεδόν [...] των διαφημιστικών δαπανών για τα έτη 2012 και 2013 προέρχεται από τη Friesland. Συγκεκριμένα, από τα παρατιθέμενα στην κλαδική μελέτη της ICAP στοιχεία<sup>67</sup>:
- Κατά το έτος 2012 το σύνολο των [...] διαφημιστικής δαπάνης για προϊόντα γάλακτος εβαπορέ αφορούσαν στα σήματα της Friesland.
  - Αντίστοιχα από το σύνολο των διαφημιστικών δαπανών σε προϊόντα γάλακτος εβαπορέ για το έτος 2013, οι δαπάνες της Friesland αφορούσαν στο [...] αυτών (ήτοι ποσό [...] σε σχέση με τις συνολικές δαπάνες ύψους [...])<sup>68</sup>.

<sup>63</sup> Βλ. κλαδική μελέτη στα Γαλακτοκομικά Προϊόντα, Νοέμβριος 2014, σελ. 60.

<sup>64</sup> Βλ. κλαδική μελέτη ICAP στα «Γαλακτοκομικά Προϊόντα», Νοέμβριος 2014. Αντίστοιχα συμπεράσματα καταγράφονται και στην κλαδική μελέτη της ICAP στα «Γαλακτοκομικά Προϊόντα», Ιούλιος 2013 (σελ. 55).

<sup>65</sup> Βλ. κλαδική μελέτη ICAP στα «Γαλακτοκομικά Προϊόντα», Ιούλιος 2013 σελ. 57.

<sup>66</sup> Σημειώνεται ότι η ICAP ενσωματώνει στον κλάδο του συμπυκνωμένου γάλακτος και τα παιδικά συμπυκνωμένα γάλατα.

<sup>67</sup> Βλ. σελ. 62 της κλαδικής μελέτης της ICAP στα «Γαλακτοκομικά Προϊόντα» που εκδόθηκε το Νοέμβριο 2014.

<sup>68</sup> Επιπλέον, κατά το 2013, για το σήμα παιδικού γάλακτος NOULAC υψηλής θερμικής επεξεργασίας σημειώθηκε διαφημιστική δαπάνη ίση με [...], όταν η συνολική δαπάνη στην ευρύτερη κατηγορία

- 30) Τα ανωτέρω συνάδουν και με τις εκτιμήσεις ανταγωνιστών της Friesland, καθώς, για παράδειγμα, κατά την ΓΚΑΤΕΝΙΟ το σήμα ΝΟΥΝΟΥ είναι υπερβολικά διαφημισμένο<sup>69</sup>. Μάλιστα η ίδια εταιρία αναγνωρίζει την αδυναμία των σημάτων της καθώς δεν προέβη σε διαφήμιση αυτών<sup>70</sup>.

### III.3.3 Εμπορικό σήμα (brand name) – Εμπιστοσύνη στο σήμα (brand loyalty)

- 31) Σε πλήρη συνάφεια με την προηγούμενη ανάλυση, έχει διαπιστωθεί ότι στον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων, τα εμπορικά σήματα παίζουν αρκετά σημαντικό ρόλο στην επιλογή του καταναλωτή. Όσο ισχυρότερο είναι το εμπορικό σήμα ενός γαλακτοκομικού προϊόντος, τόσο υψηλότερο είναι το επίπεδο εμπιστοσύνης ανάμεσα στην προμηθεύτρια εταιρία και τους καταναλωτές της. Τούτο τεκμηριώνεται και από το γεγονός ότι οι εταιρίες παραγωγής ή/και εμπορίας γαλακτοκομικών προϊόντων διαθέτουν αρκετά σημαντικά κεφάλαια στη διαφήμιση και προώθηση των προϊόντων τους<sup>71</sup>.
- 32) Σύμφωνα με τις γαλακτοβιομηχανίες, επιβεβαιώνεται ότι τα εμπορικά σήματα μιας εταιρίας είναι πολύ σημαντικά, καθώς αντιπροσωπεύουν την καλή της φήμη, την ποιότητα των προϊόντων, καθώς και την πίστη των καταναλωτών σε αυτά<sup>72</sup>. Αυτό βρίσκει σύμφωνη και τη Friesland<sup>73</sup>, η οποία υποστηρίζει ότι «[η] σημασία ενός εμπορικού σήματος είναι ότι αντιπροσωπεύει εμπιστοσύνη στην ποιότητα, γεύση και διατροφική αξία των προϊόντων», υποδεικνύοντας πρόσθετα ότι «[η] ισχύς [ενν. του εκάστοτε σήματος] μπορεί να συσχετισθεί με τα σχετικά μερίδια αγοράς».
- 33) Τα ανωτέρω επιβεβαιώνονται και από τους ανταγωνιστές της Friesland. Ειδικότερα, σύμφωνα με την ΟΠΤΙΜΑ<sup>74</sup>, η οποία δραστηριοποιείται στην αγορά του συμπυκνωμένου γάλακτος, η σημασία των εμπορικών σημάτων είναι αρκετά μεγάλη. Επιπλέον, η ΓΚΑΤΕΝΙΟ<sup>75</sup> υπογραμμίζει τη σημασία του σήματος αναφέροντας ότι είναι «σημαντική, ιδίως όταν τα εμπορικά σήματα είναι διαφημιζόμενα. Χωρίς να έχουμε κάνει σχετική μελέτη, θεωρούμε ότι η ιστορικότητα των σημάτων και η διαφήμιση παίζουν το σημαντικότερο ρόλο». Χωρίς να διαφοροποιείται από τις ανωτέρω εταιρίες, η ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ υποστηρίζει ότι «[τ]α εμπορικά σήματα των εταιριών (brands) είναι ο κύριος λόγος προτίμησης προϊόντων από τους καταναλωτές. Κάθε καταναλωτής εμπιστεύεται διαφορετικό brand για δικούς του λόγους. Πχ κάποιος προτιμάει κάποιο brand που παραπέμπει σε μικρή τοπική εταιρία, κάποιος άλλος νιώθει πιο ασφαλής αγοράζοντας προϊόντα μεγάλης βιομηχανίας»<sup>76</sup>.
- 34) Σχετικά με την ύπαρξη «απαραίτητων» σημάτων, αρκετές ερωτηθείσες εταιρίες γαλακτοκομικών προϊόντων υποστήριξαν ότι εν γένει δεν υφίστανται τέτοια

---

γάλακτος υψηλής παστερίωσης διαμορφώθηκε σε [...]. Δηλαδή, η Friesland πραγματοποίησε το [...]της συνολικής δαπάνης.

<sup>69</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2757/5.5.2015 επιστολή της εταιρίας, όπου αναφέρει ότι «τα σήματα ΝΟΥΝΟΥ και ΒΛΑΧΑΣ έχουν την υψηλότερη δυναμική και είναι απαραίτητα, λόγω υπερβολικής διαφήμισης, για τα super markets».

<sup>70</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2757/05.05.2015 απαντητική επιστολή της ΓΚΑΤΕΝΙΟ. Εν προκειμένω η εταιρία αναφέρει ότι «[η] ισχύς των σημάτων μας ήταν και είναι μικρή, σε σχέση με αυτές των παλιών ανταγωνιστών μας, λόγω του ότι δεν ήταν ποτέ διαφημιζόμενα, αλλά οι πωλήσεις μας ήταν βασισμένες πάντα στη χαμηλή τιμή πώλησης».

<sup>71</sup> Βλ. την 515/VI/2011 απόφαση ΕΑ, σκ. 219.

<sup>72</sup> Βλ. την 598/2014 απόφαση ΕΑ, σκ. 105 καθώς και 650/2017 απόφαση ΕΑ σκ. 201.

<sup>73</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2522/2.5.2017 επιστολή της ελεγχόμενης.

<sup>74</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2588/27.4.2015 απαντητική επιστολή της ΟΠΤΙΜΑ.

<sup>75</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2757/5.5.2015 απαντητική επιστολή της ΓΚΑΤΕΝΙΟ.

<sup>76</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2202/10.4.2017 απαντητική επιστολή της ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ.

σήματα<sup>77</sup>, αναφερόμενες όμως στο σύνολο των γαλακτοκομικών προϊόντων και όχι σε συγκεκριμένα επιμέρους προϊόντα. Πάντως, μία εταιρία που δραστηριοποιείται στο συμπυκνωμένο γάλα εκτιμά ότι τα σήματα της ελεγχόμενης είναι απαραίτητα<sup>78</sup>. Επιπλέον, το σύνολο σχεδόν των σχετικά ερωτηθέντων συνεργατών δικτύου και χονδρεμπορικών επιχειρήσεων που συνεργάζονται με τη Friesland, επισήμανε ότι το ισχυρό σήμα της σε συνδυασμό με την απήχησή του στο καταναλωτικό κοινό αποτέλεσαν καθοριστικούς παράγοντες προκειμένου να επιλέξουν να συνεργαστούν μαζί της<sup>79</sup>.

- 35) Συναφώς, το κατεξοχήν σήμα ΝΟΥΝΟΥ της Friesland αποτελεί δυνατό σήμα στην αγορά, περιλαμβανομένης της αγοράς του συμπυκνωμένου γάλακτος<sup>80</sup>. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει η ελεγχόμενη στην ιστοσελίδα<sup>81</sup> της, για το συμπυκνωμένο γάλα ΝΟΥΝΟΥ: «Έχει μεγαλώσει γενιές και γενιές και αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινής διατροφής της ελληνικής οικογένειας. [...] πρωτοκυκλοφόρησε στην Ελλάδα το 1929, μέσω αντιπροσώπου και γρήγορα έγινε συνώνυμο του γάλακτος για παιδιά. Στη δεκαετία του 80, η γκάμα προϊόντων ΝΟΥΝΟΥ επεκτάθηκε με το συμπυκνωμένο γάλα ΝΟΥΝΟΥ Light και τις μερίδες γάλακτος ΝΟΥΝΟΥ. Στη δεκαετία του 90 εισήλθε στην αγορά με τα εμπλουτισμένα συμπυκνωμένα γάλατα για βρέφη και παιδιά προσχολικής ηλικίας, Noulac και ΝΟΥΝΟΥ kid. Η αγάπη και η εμπιστοσύνη, με την οποία οι Έλληνες αγκαλιάζουν τα προϊόντα γάλακτος ΝΟΥΝΟΥ, επιβεβαιώνουν τη συνέπεια με την οποία η μάρκα ανταποκρίνεται σταθερά στα ποιοτικά κριτήρια διατροφής ολόκληρης της οικογένειας εδώ και 80 χρόνια»<sup>82</sup>. Σε αυτό το πλαίσιο,

<sup>77</sup> Βλ. αναλυτικότερα τις απαντήσεις των επιχειρήσεων ΔΕΛΤΑ με αριθ. πρωτ. 3990/13.7.2017, ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ Α.Ε. με αριθ. πρωτ. 1938/30.3.2017, ΦΑΓΕ με αριθ. πρωτ. 2326/20.4.2017, ΝΕΟΓΑΛ με αριθ. πρωτ. 2195/10.4.2017, ΓΙΩΤΗΣ με αριθ. πρωτ. 2005/3.4.2017, ΟΠΤΙΜΑ με αριθ. πρωτ. 2128/6.4.2017, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ με αριθ. πρωτ. 2202/10.4.2017, ΣΕΡΓΑΛ με αριθ. πρωτ. 2277/12.4.2017, [...] με αριθ. πρωτ. [...], ΗΠΕΙΡΟΣ με αριθ. πρωτ. 2350/21.4.2017, ΤΡΙΚΚΗ με αριθ. πρωτ. 2358/21.4.2017, DANONE με αριθ. πρωτ. 2371/21.4.2017 και ΣΤΑΜΟΥ με αριθ. πρωτ. 3042/26.4.2017.

<sup>78</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2757/5.5.2015 απαντητική επιστολή της ΓΚΑΤΕΝΙΟ. Επικουρικά αναφέρεται ότι η ΦΑΓΕ από την πλευρά της δεν κατονομάζει τα σήματα της Friesland, ωστόσο σημειώνει τη σημασία του σήματος εν γένει και συνδέει τον αντίκτυπό του με το συγκεντρωθέν μερίδιο αγοράς (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2326/20.4.2017 επιστολή της εταιρίας).

<sup>79</sup> Βλ. για παράδειγμα την από [...] ανωμοτι κατάθεση του εκπροσώπου της [...], σύμφωνα με τον οποίο, η επιλογή της συνεργασίας με τη Friesland οφείλεται στις «ανάγκες της αγοράς. Η αναγνωρισιμότητα του brand name για αυτό το έχω στην γκάμα μου. Λαμβάνω υπόψη μου τον ανταγωνισμό» (η κατάθεση λήφθηκε στο πλαίσιο του επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας) καθώς και την από [...] ανωμοτι κατάθεση του εκπροσώπου της [...], ο οποίος αναφέρει ότι «[τ]ο όνομα και η φερεγγυότητα της Friesland, η ζήτηση των προϊόντων, η ποιότητα των προϊόντων με οδήγησαν στο να την επιλέξω και συνεργάζομαι μέχρι σήμερα» (αντίστοιχα η κατάθεση λήφθηκε κατά τη διάρκεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας). Αναλυτικότερα βλ. Ενδτ. IV.1.1.

<sup>80</sup> Βλ. την 598/2014 απόφαση ΕΑ, παρ. 106, σύμφωνα με την οποία «Η συντριπτική πλειοψηφία των σούπερ μάρκετ εκτιμά πως υπάρχουν απαραίτητα σήματα. Από τις απαντήσεις που έδωσαν προκύπτει ότι τέτοιου τύπου σήματα είναι:... το συμπυκνωμένο γάλα ΝΟΥΝΟΥ, ...». Ομοίως, βλ. την 515/VI/2011 απόφαση ΕΑ, παρ. 220.

<sup>81</sup> Βλ. ιδίως <https://www.nounou.gr/products/Proionta/Gala.html#.WwaWG0iFOM8>.

<sup>82</sup> Βλ. και ιστοσελίδα ομίλου, όπου αναφέρεται: *With a wide range of dairy products under the NoyNoy brand name, FrieslandCampina is firmly established on the Greek dairy market. These products vary from ready to drink milk and branded cheese to yoghurt, infant nutrition and culinary cream. NoyNoy is the largest dairy brand in Greece. NoyNoy has been available in Greece since 1929, when the first sweetened, thickened milk was exported from the Netherlands. NoyNoy brand awareness is at a staggering 100 per cent. The range of NoyNoy products has grown considerably over the years. Now there is a selection of light products, long life milk for the whole family, different types of cheese and special milk for children. And Calci Plus of course: a milk product that counteracts osteoporosis. In*

ορισμένες αλυσίδες λιανεμπορίου θεωρούν το συμπυκνωμένο γάλα ΝΟΥΝΟΥ τόσο δυνατό σε αναγνωρισιμότητα και προτίμηση των καταναλωτών σήμα, ώστε να πρέπει υποχρεωτικά να το προμηθεύεται ο κάθε λιανοπωλητής<sup>83</sup>.

### III.3.3.1 Αναγνώριση ισχύος του σήματος ΝΟΥΝΟΥ από τη Friesland

- 36) Την ισχυρή σημασία του σήματος ΝΟΥΝΟΥ αναγνωρίζει και η ίδια η Friesland κατά το σχεδιασμό της στρατηγικής της. Ειδικότερα, σε εσωτερικό της έγγραφο το οποίο φέρει όνομα [...] και αφορά στο στρατηγικό σχεδιασμό της για το έτος 2007, η εταιρία αναφέρει ότι [...]<sup>84</sup>.
- 37) Την ισχύ του σήματος ΝΟΥΝΟΥ επικαλείται και στην από Νοεμβρίου 2003 συνέντευξή του [...] της ελεγχόμενης κατά το διάστημα αυτό. Ειδικότερα, σύμφωνα με το [...] το σήμα ΝΟΥΝΟΥ τυγχάνει τεράστιας δύναμης, ενώ [...]<sup>85</sup>. Αντίστοιχα, σε αρχείο<sup>86</sup>, που εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της ελεγχόμενης, αναφέρεται ότι [...]<sup>87</sup>. Σε έτερο εσωτερικό έγγραφο<sup>88</sup> της εταιρίας το οποίο αφορά σε [...], ο συντάκτης του εγγράφου υποστηρίζει ότι [...]. Ακολούθως παρατίθεται το σχετικό απόσπασμα:

[...]

- 38) Ενδεικτική της ισχύος του σήματος ΝΟΥΝΟΥ αποτελεί και η παρουσίαση που συντάχθηκε για εσωτερικούς πιθανά σκοπούς, η οποία ανευρέθη στα ηλεκτρονικά αρχεία της Friesland. Εν προκειμένω, ο συντάκτης της παρουσίασης αυτής αναφέρεται [...]<sup>89</sup>.

### III.3.4 Λοιπά πραγματικά και νομικά εμπόδια εισόδου

- 39) Στην αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων, έχει κριθεί ότι δεν υπάρχουν ιδιαίτερα νομικά εμπόδια εισόδου<sup>90</sup>, ενώ όπως η ίδια η Friesland δηλώνει αναφορικά με τις

---

*addition, NoyNoy has developed its own nutritional system, aligned to the needs of children».*  
(<https://www.frieslandcampina.com/en/organisation/organogram/frieslandcampina-hellas/>)

<sup>83</sup> Βλ. την 515/VI/2011 απόφαση ΕΑ, παρ. 220. Βλ. επίσης και τις απόψεις των ΑΒ Βασιλόπουλος ΑΕ και ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ (βλ. σκ. 204 της υπ' αριθ. 650/2017 Απόφασης ΕΑ καθώς και την υπ' αριθ. πρωτ. 2347/21.4.2017 επιστολή της ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ).

<sup>84</sup> Βλ. το αρχείο με όνομα [...] που εντοπίστηκε στα ηλεκτρονικά αρχεία της Friesland κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 16.9.2008 στην Friesland. Το ακριβές λεκτικό του σχετικού σημείου έχει ως εξής:  
[...]

<sup>85</sup> Σημειώνεται ότι η συνέντευξη του [...] εντοπίστηκε στα ηλεκτρονικά αρχεία της εταιρίας κατά τον έλεγχο στα γραφεία της στις 16.9.2008. Το σχετικό ηλεκτρονικό αρχείο τιλοφορείται: [...] και φέρει το όνομα [...]. Η τοποθέτηση του [...] σχετικά με την ισχύ του σήματος ΝΟΥΝΟΥ έχει ως εξής:  
[...]

<sup>86</sup> Πρόκειται για το ηλεκτρονικό αρχείο με όνομα [...] που φαίνεται να έχει συνταχθεί 22.1.2008 και εντοπίστηκε στα ηλεκτρονικά αρχεία της Friesland κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της στις 16.9.2008. Σημειώνεται ότι το εν λόγω αρχείο δεν φέρει τίτλο ούτε και προσδιορίζεται ο συντάκτης του. Ωστόσο, από τη γραμματική διατύπωση του περιεχομένου του καθίσταται σαφές ότι έχει συνταχθεί από στέλεχος της ελεγχόμενης εταιρίας.

<sup>87</sup> Ειδικότερα, σύμφωνα με το εν λόγω αρχείο: [...]

<sup>88</sup> Πρόκειται για το αρχείο με όνομα [...] που συντάχθηκε από τον [...] στις 27.4.2007. Το εν λόγω έγγραφο εντοπίστηκε στα ηλεκτρονικά αρχεία της εταιρίας κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 16.9.2008 στην Friesland.

<sup>89</sup> Ειδικότερα, το σχετικό απόσπασμα έχει ως εξής: [...]. Το εν λόγω αρχείο φέρει όνομα [...] και τίτλο [...] και φαίνεται να έχει συνταχθεί την 4.8.2008. Εντοπίστηκε στα ηλεκτρονικά αρχεία της Friesland κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της.

<sup>90</sup> Βλ. αναλυτικότερα τις υπ' αριθ. 515/VI/2011 και 598/2014 Αποφάσεις της ΕΑ, καθώς και ενδεικτικά απαντήσεις των επιχειρήσεων ΔΕΛΤΑ με αριθ. πρωτ. 6993/23.11.2015, NESTLE με αριθ.

σχετικές αγορές που δραστηριοποιείται «δεν θεωρούμε ότι υπάρχουν εμπόδια στην είσοδο»<sup>91</sup>.

- 40) Ωστόσο, οι ανταγωνίστριες ερωτηθείσες εταιρίες κάνουν λόγο για ύπαρξη **πραγματικών** εμποδίων εισόδου, τα οποία αφορούν στην ευρύτερη αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων, και κατ' επέκταση ισχύουν και στις επιμέρους αγορές γάλακτος. Ειδικότερα, η ΔΩΔΩΝΗ<sup>92</sup> επισημαίνει ότι: «*Η είσοδος στην αγορά γαλακτοκομικών απαιτεί τα ακόλουθα: 1. Νέο προϊόν ελκυστικό για τους πελάτες με υψηλή αναμενόμενη ανάπτυξη και δυναμικά μεγάλες πωλήσεις. 2. Δυνατότητα παραγωγής προϊόντος τουλάχιστον με το ίδιο περιθώριο κέρδους όπως η λοιπή γκάμα υφιστάμενων προϊόντων ή συνέργειες κόστους με τα υπάρχοντα προϊόντα. 3. Δυνατότητα προμήθειας γάλακτος καθ' όλη τη διάρκεια του έτους (με συγκεκριμένες παραμέτρους ή γάλα ΠΟΠ) ώστε να διατηρούνται σταθερές οι προμήθειες και η παραγωγή. 4. Αποτελεσματική δρομολόγηση στην αγορά – δυνατότητα παράδοσης στα καταστήματα σε ένα λογικό κόστος καθώς και δυνατότητα τοποθέτησης του προϊόντος σε αλυσίδες λιανεμπορίου*». Στα ανωτέρω «εμπόδια» εισόδου, όπως τα καταγράφει η ΔΩΔΩΝΗ, πρέπει αναμφίβολα να προστεθεί και η ανάγκη για σημαντικές δαπάνες σε διαφήμιση, προκειμένου να προωθηθεί και να καθιερωθεί το «νεοεισερχόμενο» σήμα. Αυτό ισχύει ιδίως στην αγορά του συμπυκνωμένου γάλακτος όπου τα υφιστάμενα σήματα έχουν ήδη καθιερωμένη φήμη και αξιοπιστία<sup>93</sup>.
- 41) Με παρεμφερές σκεπτικό, η εταιρία ΦΑΓΕ<sup>94</sup> αναφέρει μεν ότι δεν υπάρχουν νομικά εμπόδια εισόδου, ωστόσο επισημαίνει ότι οι εταιρίες που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν στις εν λόγω αγορές πρέπει να κερδίσουν την προτίμηση και την εμπιστοσύνη του καταναλωτή στα σήματα (brands) των προϊόντων που προσφέρουν. Για να το πετύχουν αυτό χρειάζονται σχετικά μεγάλες και συνεχείς επενδύσεις σε εξειδικευμένο προσωπικό, σε άρτιο και προηγμένο μηχανολογικό εξοπλισμό, σε έρευνα και ανάπτυξη για την επίτευξη καινοτομιών, σε συστήματα διανομής καθώς και σε προώθηση και διαφήμιση για τη γνωστοποίηση των σημάτων τους. Υπό το πρίσμα αυτό, η είσοδος νέων επιχειρήσεων στο χώρο δεν είναι δύσκολη μεν, απαιτεί όμως άρτια επιχειρησιακή οργάνωση. Επίσης, η εταιρία διευκρινίζει ότι οι ως άνω συνθήκες δεν διαφοροποιήθηκαν «κατά την διάρκεια των ετών 1996 έως και σήμερα»<sup>95</sup>.
- 42) Πάντως, έτερες επιχειρήσεις δραστηριοποιούμενες στην ευρύτερη αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων κάνουν αναφορά και στις πρόσθετες δυσκολίες που

---

πρωτ. 1915/29.3.2017, ΦΑΓΕ με αριθ. πρωτ. 2326/20.4.2017, ΝΕΟΓΑΛ με αριθ. πρωτ. 2195/10.4.2017, ΔΩΔΩΝΗ με αριθ. πρωτ. 2272/12.4.2017, ΚΡΙ ΚΡΙ με αριθ. πρωτ. 2292/18.4.2017 και ΕΛΓΕΚΑ με αριθ. πρωτ. 2363/21.4.2017. Αναλυτικότερα, σύμφωνα με την Απόφαση 598/2014 της ΕΑ «Από την έρευνα της Γ.Δ.Α. προκύπτει ότι δεν υπάρχουν νομικά εμπόδια εισόδου στην αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων, εκτός από την εναρμόνιση της κείμενης ελληνικής νομοθεσίας με την αντίστοιχη ευρωπαϊκή (π.χ. η πρόσφατη μεταρρύθμιση στις ημέρες διατηρησιμότητας του γάλακτος, σε αντίθεση με την ευρωπαϊκή αγορά που, σχεδόν παντού, προσδιορίζεται μόνο με ευθύνη του παραγωγού), η οποία πραγματοποιείται με αργούς ρυθμούς, την έκδοση άδειας παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων, καθώς και, εν γένει, τη γραφειοκρατία της δημόσιας διοίκησης.»

<sup>91</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2522/2.5.2017 επιστολή της Friesland. Στη συνέχεια αναφέρει ότι «[ε]ντούτοις, εξαιτίας της μικρής διάρκειας ζωής του παστεριωμένου γάλακτος η πρώτη ύλη (νωπό γάλα) ενδείκνυται να αποκτηθεί από την εγχώρια αγορά. Αυτές οι πηγές προμήθειας πρέπει να παραμείνουν ανοικτές σε όλους τους υφιστάμενους και δυνητικούς ανταγωνιστές στην αγορά».

<sup>92</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2272/12.4.2017 απαντητική επιστολή της ΔΩΔΩΝΗ.

<sup>93</sup> Σχετικά με τα εμπόδια εισόδου στην ευρύτερη αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων βλ. και τις υπ' αριθ. 515/VI/2011 και 598/2014 Αποφάσεις της ΕΑ.

<sup>94</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2858/8.5.2015 επιστολή της ΦΑΓΕ. Την ίδια άποψη εξέφρασε και σε επόμενη επιστολή της (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2326/20.4.2017 επιστολή της εταιρίας).

<sup>95</sup> Ο. π. βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2858/8.5.2015 της ΦΑΓΕ.



υφίστανται λόγω της οικονομικής κατάστασης της χώρας καθώς και της έλλειψης ρευστότητας, οι οποίες καθιστούν περαιτέρω αποτρεπτική την αναγκαία υψηλή αρχική επένδυση για την είσοδό τους στην αγορά<sup>96</sup>. Χαρακτηριστική είναι η θέση της ΣΕΡΓΑΛ, η οποία αμφισβητεί τη δυνατότητα πραγματοποίησης εισόδου καθώς αναφέρει ότι «[π]έρα από τις γραφειοκρατικές διαδικασίες οι οποίες είναι χρονοβόρες στην χώρα μας ο πιο σημαντικός παράγοντας που επιδρά στην είσοδο νέων επιχειρήσεων στα διάφορα προϊόντα είναι η έλλειψη ρευστότητας. Επιπλέον η εύρεση προμηθευτών είτε γάλακτος είτε άλλων πρώτων υλών και η επέκταση του δικτύου διανομής είναι κάποια από τα προβλήματα που θα αντιμετωπίσει μια εταιρία κατά την είσοδο της σε οποιαδήποτε από τις σχετικές αγορές»<sup>97,98</sup>. Υπό το ίδιο σκεπτικό, η ΕΒΟΛ υποστηρίζει ότι στην παρούσα συγκυρία η είσοδος νέων παικτών είναι ουσιαστικά απίθανη. Ειδικότερα, όπως αναφέρει η εταιρία<sup>99</sup>, «[τ]ην δεδομένη στιγμή είναι πολύ δύσκολο να πραγματοποιηθεί μια είσοδος στην αγορά της γαλακτοβιομηχανίας μιας και το εθνικό οικονομικό περιβάλλον είναι το πλέον ασταθές, υπάρχει έλλειψη χρηματοδότησης, το φορολογικό περιβάλλον είναι ένας από τους αποτρεπτικούς παράγοντες και η γραφειοκρατία που επικρατεί στην χώρα μας επίσης αποτρέπει νέες επιχειρήσεις να δραστηριοποιηθούν στον Ελλαδικό χώρο». Συμπερασματικά, εκτιμάται ότι επί του παρόντος η αποτελεσματική είσοδος νέων επιχειρήσεων στις υπό κρίση σχετικές αγορές είναι δυσχερής, αλλά όχι πάντως αδύνατη.

### III.3.5 Διαπραγματευτική δύναμη πελατών

- 43) Οι βασικοί πελάτες των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον εν λόγω κλάδο είναι οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ<sup>100</sup>, οι οποίες έχουν και τη μεγαλύτερη διαπραγματευτική δύναμη<sup>101</sup>. Η «δύναμη» των αλυσίδων σούπερ μάρκετ δεν πηγάζει μόνο από τις μεγάλες ποσότητες που προμηθεύονται, και ως εκ τούτου αποτελούν σημαντικό τμήμα του τζίρου<sup>102</sup> των εταιριών παραγωγής και εμπορίας γαλακτοκομικών προϊόντων, αλλά και από τη δυνατότητα που έχουν να συμβάλουν στην ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας/σήματος ενός προϊόντος, μέσω της καλύτερης ή χειρότερης τοποθέτησής του στο ράφι/ψυγείο ή ακόμα και μέσω της πλήρους

<sup>96</sup> Βλ. για παράδειγμα τις απαντητικές επιστολές με αριθ. πρωτ. 2414/24.4.2017 της ΕΒΟΛ, 2358/21.4.2017 της ΤΡΙΚΚΗ, και 2350/21.4.2017 της ΗΠΕΙΡΟΣ.

<sup>97</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2277/12.4.2017 απαντητική επιστολή της ΣΕΡΓΑΛ.

<sup>98</sup> Επικουρικά αναφέρεται ότι κατά την ΑΛΦΑ-ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.: «Η προβλεπόμενη από την Ελληνική νομοθεσία διάρκεια ζωής του φρέσκου γάλακτος (το οποίο αποτελεί μια από τις σημαντικότερες επιμέρους υποαγορές της ευρύτερης αγοράς των γαλακτοκομικών προϊόντων) είναι σημαντικά χαμηλότερη από την αντίστοιχη διάρκεια σε άλλα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης και εκτιμούμε ότι συνιστά το σημαντικότερο νομικό εμπόδιο εισόδου στην εγχώρια αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων. Περαιτέρω και συνδυαστικά με το ανωτέρω επιχείρημα, λόγω των γεωγραφικών ιδιαιτεροτήτων της Ελληνικής επικράτειας (ορεινοί όγκοι, εκτενές επαρχιακό δίκτυο, πολλά νησιά κλπ.) η είσοδος στην εγχώρια αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων απαιτεί την ανάπτυξη μεγάλου δικτύου διανομής, γεγονός που συνιστά πραγματικό εμπόδιο εισόδου στην εν λόγω αγορά» (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2160/7.4.2017 απαντητική επιστολή της εταιρίας). Σύμφωνα πάντως με άλλα σούπερ μάρκετ που ερωτήθηκαν σχετικά, φαίνεται να μην αποκλείουν την είσοδο νέων επιχειρήσεων στον κλάδο γαλακτοκομικών προϊόντων εν γένει, ήτοι χωρίς να προσδιορίζουν σε ποιες σχετικές αγορές αυτού αφορά η απάντησή τους (βλ. την υπ' αριθ. 650/2017 Απόφαση ΕΑ, καθώς και τις απαντητικές επιστολές με αριθ. πρωτ. 2360/21.4.2017 της ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ και 2347/21.4.2017 της ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ).

<sup>99</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2414/25.4.2017 επιστολή της ΕΒΟΛ.

<sup>100</sup> Σημειώνεται ότι οι μεγαλύτερες από αυτές προμηθεύονται απευθείας τα προϊόντα από τις γαλακτοβιομηχανίες.

<sup>101</sup> Βλ. Κλαδική Μελέτη ICAP «Γαλακτοκομικά Προϊόντα», Νοέμβριος 2014, σελ. 206.

<sup>102</sup> Σύμφωνα με την ΕΒΟΛ «η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών μας εξαρτάται κυρίως από το μέγεθος (συνολικού τζίρου) του πελάτη» (υπ' αριθ. πρωτ. 2414/25.4.2017 επιστολή της ΕΒΟΛ).

εξαφάνισής τους<sup>103</sup>. Επιπλέον, στις σχετικές αγορές όπου η διάθεση προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας λαμβάνει χώρα σε όλο και μεγαλύτερο βαθμό, είναι εύλογο ότι η εν λόγω διαπραγματευτική δύναμη των αλυσίδων σούπερ μάρκετ ενισχύεται έτι περαιτέρω.

- 44) Παρά ταύτα, η άσκηση της διαπραγματευτικής τους δύναμης δεν φαίνεται να επιδρά σε ισχυρές εταιρίες του κλάδου, όπως η Friesland. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει η ΦΑΓΕ, «η έλλειψη ενός ή περισσοτέρων από τα κορυφαία σήματα της αγοράς από τα ψυγεία οποιουδήποτε λιανέμπορου μπορεί να έχει συνέπειες στις πωλήσεις του»<sup>104</sup> άποψη που συμμερίζονται και άλλες εταιρίες<sup>105</sup>. Συναφώς, κατά την ΓΚΑΤΕΝΙΟ<sup>106</sup>, το σήμα ΝΟΥΝΟΥ είναι απαραίτητο για τα σούπερ μάρκετ.
- 45) Τη δύναμη των γνωστών εμπορικών σημάτων ακόμα και απέναντι στις μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ αναγνωρίζει ουσιαστικά και η ίδια η Friesland, καθώς παρότι αναφέρει<sup>107</sup> ότι «[ε]ξαιτίας της ισχυρής αγοραστικής δύναμης, τα σούπερ μάρκετ μπορούν να καθορίζουν μόνα τους το χώρο που αφιερώνουν για κάθε προϊόν στο ράφι», παραδέχεται πως «ο εκτοπισμός ενός αρκετά γνωστού εμπορικού σήματος [ΣτΣ: όπως είναι τα σήματά της και δη το ΝΟΥΝΟΥ] δεν είναι πολύ εύκολο να συμβεί αν και παρατηρείται σε κάποιες περιστάσεις».
- 46) Σε ό,τι δε αφορά τους λοιπούς «πελάτες» της Friesland, ήτοι τους συνεργάτες δικτύου και τις λοιπές συνεργαζόμενες χονδρεμπορικές επιχειρήσεις καθώς και τα μικρά σημεία λιανικής, είναι τουλάχιστον προφανές ότι η διαπραγματευτική ισχύς της έναντι των ως άνω επιχειρήσεων είναι εξαιρετικά μεγάλη, σε σύγκριση με τη διαπραγματευτική δύναμη των σούπερ μάρκετ (που κυριαρχούν στο επίπεδο λιανικής). Όπως αναφέρθηκε και ανωτέρω<sup>108</sup>, το μέγεθος της ελεγχόμενης σε συνδυασμό με την γκάμα των προϊόντων της και την ισχύ των σημάτων της, καθιστούν τα προϊόντα που παράγει και εμπορεύεται η Friesland απαραίτητα («must have») σε επίπεδο λιανικής αγοράς και κατά συνέπεια και στις σχετικά

<sup>103</sup> Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει η ΕΒΟΛ, «[ε]ίναι στην ευχέρεια των μεγάλων αλυσίδων S/M όχι μόνο να μικρύνουν το χώρο στο ράφι ενός προϊόντος, αλλά και να το εξαφανίσουν εάν θέλουν χωρίς να υποστούν καμία συνέπεια» (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2414/25.4.2017 απαντητική επιστολή της εταιρίας). Συναφώς η ΚΡΙ ΚΡΙ αναφέρει ότι «[η] αλυσίδα super market μπορεί να εκτοπίσει [...] ένα προϊόν από το ράφι κάτι που επιφέρει απώλειες πωλήσεων, μεριδίων και κερδοφορίας στο συγκεκριμένο προϊόν/σήμα/μάρκα. Το μέγεθος της απώλειας εξαρτάται από το ποσοστό συμμετοχής του προϊόντος/σήματος/μάρκας στο συνολικό τζίρο της εταιρίας» (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2292/18.4.2017 επιστολή της εταιρίας). Επίσης, η NESTLE επισημαίνει ότι «είναι αναμφισβήτητος ο κίνδυνος που διατρέχει ένα σημαντικό προϊόν ("leading brand") εφόσον παραμείνει εκτός αγοράς μεγάλου λιανοπωλητή να απολέσει τη φήμη και αναγνωρισιμότητά του στους καταναλωτές» (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1915/29.3.2017 επιστολή της εταιρίας). Σημειώνεται ωστόσο ότι αντικείμενο της παρούσης υπόθεσης δεν αποτελούν τυχόν συμπράξεις μεταξύ αλυσίδων σούπερ μάρκετ και της ελεγχόμενης επιχείρησης ή τυχόν ανταγωνιστών αυτής.

<sup>104</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2326/20.4.2017 επιστολή της ΦΑΓΕ.

<sup>105</sup> Για παράδειγμα, η ΝΕΟΓΑΛ επισημαίνει ότι «[τ]α σούπερ μάρκετ μπορούν να μειώσουν το χώρο στο ράφι αλλά δεν μπορούν να εκτοπίσουν ένα αρκετά γνωστό εμπορικό σήμα» (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2195/10.4.2017 επιστολή της εταιρίας), η ΣΤΑΜΟΥ σημειώνει ότι «[σ]υνήθως αποφεύγουν τα super market να μειώσουν το χώρο ή να εκτοπίσουν ένα αρκετά γνωστό εμπορικό σήμα» (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 3042/26.5.2017 επιστολή της εταιρίας) ενώ κατά τη ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ «[ε]φόσον τα super market μειώσουν το ράφι κάποιου γνωστού εμπορικού σήματος, ενδεχομένως να αντιμετωπίσουν θέμα ελλείψεων (stock out) και κατά συνέπεια χαμένων τζιρών. Εφόσον εκτοπίσουν κάποιο γνωστό εμπορικό σήμα ενδεχομένως να χάσουν πελάτες που αποτελούν πιστούς καταναλωτές του σήματος αυτού» (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2202/10.4.2017 επιστολή της εταιρίας).

<sup>106</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2757/5.5.2015 επιστολή της εταιρίας.

<sup>107</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2522/2.5.2017 απαντητική επιστολή της Friesland. Συναφής είναι η απάντησή της και στην υπ' αριθ. πρωτ. 4579/20.6.2014 επιστολή της.

<sup>108</sup> Βλ. Ενót. ΙΙΙ.3.3.

δραστηριοποιούμενες σε χονδρικό επίπεδο επιχειρήσεις. Ωστόσο, το ισχυρό σήμα της Friesland, ακόμη και αν αυτό υποτεθεί ότι την καθιστά για κάποιες έστω περιπτώσεις «*αναπόφευκτο εμπορικό εταίρο*», από μόνο του ωστόσο δεν επαρκεί για να προσδώσει στη Friesland το χαρακτηρισμό της δεσπόζουσας επιχείρησης, καθόσον δεν πληρούνται για κάτι τέτοιο τα κριτήρια που έχει θέσει η σχετική νομολογία και θεωρία επί σειρά πολλών ετών για τον εν λόγω χαρακτηρισμό: Μία επιχείρηση θεωρείται ότι έχει δεσπόζουσα θέση τόσο κατά την έννοια του άρθρου 2 του ν. 3959/2011, όσο και κατά του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, όταν κατέχει θέση οικονομικής ισχύος που της επιτρέπει να εμποδίζει τη διατήρηση αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην οικεία αγορά και της επιτρέπει να συμπεριφέρεται σε σημαντικό βαθμό ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές, τους πελάτες της και τελικά τους καταναλωτές.<sup>109</sup> Σημασία δεν έχει η υποκειμενική πρόθεση, ούτε η πραγματική παρακώλυση του ανταγωνισμού, αλλά η αντικειμενική δυνατότητα μίας τέτοιας παρακώλυσεως. Συνεπώς, θα πρέπει να αναζητηθεί αν η ελεγχόμενη Friesland κατέχει στην οικεία αγορά θέση οικονομικής ισχύος που αντικειμενικά της παρέχει τη δυνατότητα να παρακωλύει τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό, συμπεριφερόμενη σε σημαντικό βαθμό ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές, τους πελάτες της και τελικά τους καταναλωτές. Ακόμη και αν γίνει δεκτή μία απολύτως στενή οριοθέτηση της οικείας αγοράς, έτσι ώστε αυτή να καταλαμβάνει μόνο το συμπυκνωμένο γάλα, και πάλι θα ήταν εσφαλμένο να προσδοθεί στη Friesland δεσπόζουσα θέση, διότι αυτή δεν δύναται ακόμη και σε μία τέτοια περίπτωση στενής οριοθέτησης να συμπεριφερθεί σε σημαντικό βαθμό ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές, τους πελάτες της και τελικά τους καταναλωτές. Σημειώνεται δε ότι, από πλευράς ζήτησης, πελάτες της Friesland - είτε σε επίπεδο λιανικής είτε σε επίπεδο χονδρικής - που να αγοράζουν από τη Friesland μόνο συμπυκνωμένο γάλα και όχι γκάμα προϊόντων δεν εντοπίζονται.

#### IV. ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΣΧΕΤΙΚΩΝ ΑΓΟΡΩΝ

- 47) Η σχετική αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών περιλαμβάνει το σύνολο των προϊόντων ή υπηρεσιών που θεωρούνται από τον καταναλωτή εναλλάξιμα ή δυνάμενα να υποκατασταθούν μεταξύ τους, λόγω των χαρακτηριστικών τους, της τιμής τους ή της σκοπούμενης χρήσης τους. Στη σχετική αγορά προϊόντων περιλαμβάνονται το προϊόν (ή προϊόντα) που αφορούν στην υπό εξέταση υπόθεση καθώς και όλα τα προϊόντα που είναι υποκατάστατά τους είτε από πλευράς ζήτησης είτε από πλευράς προσφοράς και των οποίων η διαθεσιμότητα (ή δυναμική διαθεσιμότητα) εμποδίζει τις ελεγχόμενες επιχειρήσεις να αυξήσουν επικερδώς την τιμή τους κατά ένα μικρό αλλά σημαντικό ποσοστό για αρκετά μεγάλο χρονικό διάστημα. Αντίστοιχα, η σχετική γεωγραφική αγορά περιλαμβάνει την περιοχή στην οποία οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις παλούν τα σχετικά προϊόντα υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού<sup>110</sup>.

<sup>109</sup> Βλ. Ζιάμου, σε Β. Σκουρή, Ερμηνεία Συνθηκών για την Ευρωπαϊκή Ένωση και την Ευρωπαϊκή Κοινότητα, 2003, σελ. 716. Βλ. επίσης αποφάσεις ΔΕΕ, υπόθ. 78/70 *Deutsche Grammophon κατά Επιτροπής* Συλλ. 1971 σ. 487, υπόθ. 6/72 *Europemballage Corporation and Continental Can Company Inc κατά Επιτροπής* Συλλ. 1973 σ. 313, υπόθ. 27/76 *United Brands Company and United Brands Continental BV κατά Επιτροπής* Ειδ. Ελλην. Συλλ. σ. 75, παρ. 65, υπόθ. 85/76 *Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής* Συλλ. 1979 σ. 461, παρ. 38-39.

<sup>110</sup> Βλ. Ανακοίνωση της Ευρ.Επ. «*όσον αφορά τον ορισμό της σχετικής αγοράς για τους σκοπούς του κοινοτικού δικαίου ανταγωνισμού*», Επίσημη εφημερίδα (ΕΕ) αριθ. C 372 της 9.12.1997.

#### IV.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΣΧΕΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΙΚΩΝ ΑΓΟΡΩΝ

- 48) Σύμφωνα με την αρχική της τοποθέτηση, η Friesland<sup>111</sup> υποστηρίζει ότι δεν θα πρέπει όλες οι κατηγορίες του λευκού γάλακτος να αποτελούν μία ενιαία αγορά προϊόντος. Από την άποψη της υποκατάστασης τόσο από την πλευρά της προσφοράς όσο και από την πλευρά της ζήτησης, η Friesland εξέφρασε την άποψη ότι στον τομέα των προϊόντων λευκού γάλακτος οι αγορές προϊόντος μπορούν να διακριθούν στις ακόλουθες υπο-αγορές:
- (i) Ready-to-Drink, RTD (κατηγορία στην οποία περιλαμβάνονται το γάλα ημέρας, το παστεριωμένο γάλα και το γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας)
  - (ii) Γάλα μακράς διάρκειας (UHT) και
  - (iii) Συμπυκνωμένο γάλα.
- 49) Ωστόσο, σε ό,τι αφορά ιδίως το παιδικό γάλα καθώς και την πιθανή διάκριση του λευκού γάλακτος σε υπο-κατηγορίες, η Friesland φαίνεται να διαφοροποιεί τις απόψεις της. Ειδικότερα, η ελεγχόμενη αρχικά αποδέχεται την κατηγορία του παιδικού γάλακτος ως διακριτής σχετικής προϊοντικής αγοράς καθώς υποστηρίζει ότι *«[θ]εωρούμε ότι στην κατηγορία του παιδικού γάλακτος εντάσσονται τα τροποποιημένα (εμπλουτισμένα) αγελαδινά γάλατα (είτε φρέσκα, είτε υψηλής παστερίωσης, είτε σε μορφή συμπυκνωμένου γάλακτος) που προορίζονται για κατανάλωση από παιδιά νηπιακής ηλικίας, ήτοι παιδιά ενός (1) έτους και άνω»<sup>112</sup>*. Μάλιστα επισημαίνει ότι *«[σ]υνεπώς, θεωρούμε ότι το παιδικό συμπυκνωμένο γάλα συμπεριλαμβάνεται στην αγορά του παιδικού γάλακτος»<sup>113</sup>* και όχι στην υπο-αγορά του συμπυκνωμένου γάλακτος. Εντούτοις, σε επόμενη επιστολή της<sup>114</sup> στο πλαίσιο παροχής στοιχείων κατά την εξέταση από την Υπηρεσία της εντός του 2017 γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης των εταιριών ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ, αναφέρει ότι *«[δ]εν θεωρούμε ότι η αγορά του παιδικού γάλακτος αποτελεί σχετική διακριτή αγορά»* παραπέμποντας σε προηγούμενο σημείο της απάντησής της σύμφωνα με το οποίο, η Friesland *«διακρίνει και παρακολουθεί τη δραστηριότητά της στις παρακάτω κατηγορίες: [...] I. Λευκό γάλα. Περιλαμβάνει όλα τα λευκά γάλατα. Ειδικά στην κατηγορία αυτή, θα μπορούσε κανείς να διακρίνει τρεις υποκατηγορίες i) έτοιμα προς πόση γάλατα (παστεριωμένο ή υψηλής παστερίωσης) ii) συμπυκνωμένο γάλα και iii) γάλα μακράς διάρκειας με βάση προϊοντικά χαρακτηριστικά. Εντούτοις, εμείς τη θεωρούμε ενιαία αγορά, καθώς όλα τα ως άνω προϊόντα είναι κυρίως γάλατα προς πόση και πλήρως υποκατάστατα μεταξύ τους από πλευράς ζήτησης»*.
- 50) Επί των ανωτέρω πρέπει να σημειωθεί ότι ο τρόπος που για σκοπούς καλύτερης παρακολούθησης της εξέλιξης των πωλήσεων της αποφασίζει μια εταιρία να «οριοθετήσει» τις κατηγορίες των προσφερόμενων από αυτήν προϊόντων, δεν συνάδει κατ' ανάγκη με τα κριτήρια που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη από τις Αρχές Ανταγωνισμού για την οριοθέτηση των σχετικών αγορών. Επιπλέον, ως προς το εάν η συγκεκριμένη πρακτική της εταιρίας ακολουθείται και στο πλαίσιο της παρακολούθησης της εμπορικής της λειτουργίας, αξίζει να σημειωθεί ότι σε εσωτερικά έγγραφα της εταιρίας η Friesland εμφανίζεται να παρακολουθεί διακριτά επιμέρους κατηγορίες λευκού γάλακτος. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι στο

<sup>111</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 4579/20.6.2014 επιστολή της Friesland.

<sup>112</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή της Friesland.

<sup>113</sup> Ο. π. βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή της Friesland.

<sup>114</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2522/2.5.2017 επιστολή της Friesland.

μηχανογραφημένο έγγραφο με τίτλο «*ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ*»<sup>115</sup> η Friesland καταγράφει (και παρακολουθεί για εσωτερικούς σκοπούς) τα μερίδιά της στις διακριτές κατηγορίες λευκού γάλακτος, ήτοι το συμπυκνωμένο (εβαπορέ) γάλα, το γάλα υψηλής παστερίωσης κλπ.

- 51) Λαμβάνοντας υπόψη τις παλαιότερες αποφάσεις της Επιτροπής Ανταγωνισμού<sup>116</sup>, οι σχετικές αγορές και υποαγορές στις οποίες φαίνεται να διακρίνονται τα προϊόντα γάλακτος είναι, κατά βάση, οι εξής:

1. Λευκό γάλα

1.1. Παστεριωμένο γάλα<sup>117</sup> (φρέσκο γάλα)

<sup>115</sup> Πρόκειται για έγγραφο με όνομα [...] το οποίο λήφθηκε από τα ηλεκτρονικά αρχεία της εταιρίας κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 16.9.2008 στη Friesland. Στο εν λόγω έγγραφο καταγράφονται τα μερίδια αγοράς [...] για τα έτη 2007 και 2008.

<sup>116</sup> Βλ. ενδεικτικά Αποφάσεις ΕΑ 310/V/2006 ΔΕΛΤΑ-ΒΛΑΧΑΣ, 314/V/2006 Συγκέντρωση ΔΕΛΤΑ - CHIPITA, 369/V/2007 & 373/V/2007 Αυτεπάγγελτη έρευνα σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή και εμπορία γαλακτοκομικών προϊόντων, 394/V/2008 Συγκέντρωση EVEREST, OLYMPIC CATERING – VIVARTIA, 515/VI/2011 Συγκέντρωση VIVARTIA – ΜΕΒΓΑΛ, 598/2014 Συγκέντρωση VIVARTIA – ΜΕΒΓΑΛ καθώς και 650/2017 Συγκέντρωση VIVARTIA – ΜΕΒΓΑΛ. Ειδικότερα, ιδίως για τις αποφάσεις εκείνες της ΕΑ που έχουν εκδοθεί κατά το κρίσιμο χρονικό διάστημα για το ζήτημα της δεσπόζουσας θέσης (από πριν και μέχρι το 2009), σημειώνονται τα εξής: Όπως αναφέρεται χαρακτηριστικά στην υπ' αριθ. ΕΑ 310/V/2006 ΔΕΛΤΑ-ΒΛΑΧΑΣ (σελ. 8), «Οι γνωστοποιούμενες εταιρείες εκτιμούν ότι η επηρεαζόμενη σχετική αγορά στην υπό κρίση υπόθεση είναι η συνολική αγορά του λευκού γάλακτος, το οποίο - αναλόγως του τρόπου παραγωγής του - κατηγοριοποιείται από τη βιομηχανία σε γάλα παστεριωμένο (φρέσκο), υψηλής παστερίωσης, UHT και σε συμπυκνωμένο. Ως σχετική γεωγραφική αγορά θεωρούν το σύνολο της Ελληνικής επικράτειας. Μελέτες εταιρειών έρευνας και του Πανεπιστημίου Πειραιά (που εκπονήθηκε για τις ανάγκες της Επιτροπής Ανταγωνισμού την 19.12.2005) διακρίνουν την αγορά του λευκού γάλακτος σε τέσσερις βασικές κατηγορίες: (α) το φρέσκο παστεριωμένο, (β) το υψηλής παστερίωσης, (γ) το μακράς διάρκειας και (δ) το εβαπορέ. Οι απόψεις των πελατών και των ανταγωνιστριών εταιρειών των μερών, σε ότι αφορά τον βαθμό υποκαταστασιμότητας μεταξύ των διάφορων κατηγοριών γάλακτος δίστανται.». Επίσης, ακόμη πιο χαρακτηριστική είναι η διατύπωση της ΕΑ στην υπ' αριθ. 314/V/2006 Συγκέντρωση ΔΕΛΤΑ - CHIPITA απόφασή της, όπου επί λέξει αναφέρονται τα εξής: «Η αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων, στην οποία δραστηριοποιείται από τα μέρη μόνον ο Ομίλος ΔΕΛΤΑ με την εταιρεία ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ, διακρίνεται, κατ' αρχήν, στις επιμέρους αγορές των: (i) Λευκού γάλακτος, (ii) Σοκολατούχου γάλακτος, (iii) Κρέμας γάλακτος, (iv) Επιδορπίων με βάση το γάλα και (v) Γιαουρτιού.[έμφαση δίδεται από το ίδιο το κείμενο της απόφασης], ενώ στην ίδια σελίδα (4) της απόφασης αναφέρεται ότι α) Ο ευρύτερος κλάδος γάλακτος περιλαμβάνει τους υπο-κλάδους: (i) του φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος, (ii) του γάλακτος υψηλής παστερίωσης, (iii) του γάλακτος μακράς διάρκειας και (iv) του συμπυκνωμένου γάλακτος.». Τέλος, με βάση τα αναφερόμενα στην υπ' αριθ. 394/V/2008 Συγκέντρωση EVEREST, OLYMPIC CATERING – VIVARTIA απόφαση ΕΑ, η Επιτροπή προβαίνει στην εξής βασική διάκριση ως προς τις επηρεαζόμενες αγορές που αφορά η συγκέντρωση και που σχετίζονται με την εξεταζόμενη υπόθεση: «[...] 2. Αγορά λευκού γάλακτος Πρόκειται για επηρεαζόμενη αγορά λόγω καθέτων σχέσεων, δεδομένου ότι οι EVEREST και OLYMPIC CATERING έχουν ως πραγματικό ή δυνητικό προμηθευτή τη VIVARTIA σε αγορά όπου η τελευταία έχει μερίδιο αγοράς άνω του 25%.

3. Αγορά σοκολατούχου γάλακτος

Πρόκειται για επηρεαζόμενη αγορά λόγω καθέτων σχέσεων, δεδομένου ότι η EVEREST έχει ως πραγματικό ή δυνητικό προμηθευτή τη VIVARTIA σε αγορά όπου η τελευταία έχει μερίδιο αγοράς άνω του 25%» (σελ. 8). Είναι δε χαρακτηριστικό ότι ειδικά στη συγκεκριμένη απόφαση δεν εντοπίζεται κάποια αναφορά είτε σε συμπυκνωμένο είτε σε εβαπορέ γάλα.

<sup>117</sup> Για τον ορισμό του παστεριωμένου γάλακτος, βλ. συγκεκριμένα άρθρο 2, υποπαρ. Α.3, παρ. 1 του ν. 4336/2015 «Συνταξιοδοτικές διατάξεις - Κύρωση του Σχεδίου Σύμβασης Οικονομικής Ενίσχυσης από τον Ευρωπαϊκό Μηχανισμό Σταθερότητας και ρυθμίσεις για την υλοποίηση της Συμφωνίας Χρηματοδότησης» (ΦΕΚ Α' 94/14.8.2015), σύμφωνα με το οποίο «... Ως «παστεριωμένο γάλα» νοείται το γάλα το οποίο έχει υποβληθεί σε επεξεργασία που περιλαμβάνει την έκθεση σε υψηλή θερμοκρασία για μικρό χρονικό διάστημα (+71,7 βαθμούς C τουλάχιστον για 15 δευτερόλεπτα) ή σε χαμηλή θερμοκρασία για μεγάλο χρονικό διάστημα (+63 βαθμούς C τουλάχιστον για 30 λεπτά) ή σε διαδικασία παστερίωσης

1.2. Γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας<sup>118</sup> (γάλα υψηλής παστερίωσης)

1.3. Παιδικό γάλα<sup>119</sup>

που χρησιμοποιεί διαφορετικούς συνδυασμούς χρόνου και θερμοκρασίας μεταξύ των δύο παραπάνω συνθηκών για την επίτευξη ισοδύναμου αποτελέσματος, παρουσιάζει αρνητική αντίδραση στη δοκιμασία φωσφατάσης και θετική στη δοκιμασία υπεροξειδάσης, αμέσως δε μετά την παστερίωση ψύχεται το συντομότερο δυνατόν σε θερμοκρασία που δεν υπερβαίνει τους +6 βαθμούς C, στην οποία θερμοκρασία και συντηρείται, η δε διάρκεια συντήρησής του καθορίζεται με ευθύνη του παρασκευαστή και υπόκειται σε έλεγχο των αρμόδιων αρχών του Υπουργείου Παραγωγικής Ανασυγκρότησης, Περιβάλλοντος και Ενέργειας.

Στη συσκευασία του παστεριωμένου γάλακτος πρέπει να αναγράφονται σε εμφανές σημείο και με ευδιάκριτους χαρακτήρες οι ενδείξεις «**παστεριωμένο**» και «**γάλα**», η ημερομηνία παστερίωσης, η ημερομηνία λήξης, το σήμα καταλληλότητας του προϊόντος και η θερμοκρασία συντήρησής του. Στη συσκευασία πρέπει να αναγράφεται σε σαφή μορφή και εμφανές σημείο στο ίδιο οπτικό πεδίο με το σήμα του προϊόντος η διάρκεια ζωής του γάλακτος σε ημέρες. Το παστεριωμένο γάλα που συσκευάζεται σε τελική συσκευασία εντός 24 ωρών από την άμεξη χωρίς να έχει υποστεί διαδικασία θέρμησης ή άλλη ισοδύναμη επεξεργασία προ της παστερίωσης και η διάρκεια συντήρησής του δεν υπερβαίνει τις δύο ημέρες από την ημερομηνία παστερίωσης, μπορεί, πέραν των αναφερόμενων στο προηγούμενο εδάφιο, να φέρει και την ένδειξη «**γάλα ημέρας**».

<sup>118</sup> Βλ. συγκεκριμένα υποπερ. 2α της υποπαρ. ΣΤ8 της παρ. ΣΤ του πρώτου άρθρου του ν. 4254/2014 «Μέτρα στήριξης και ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας στο πλαίσιο εφαρμογής του ν. 4046/2012 και άλλες διατάξεις» (ΦΕΚ Α' 85/7.4.2014), σύμφωνα με την οποία «Ως «γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας» νοείται το γάλα το οποίο έχει υποβληθεί σε επεξεργασία που περιλαμβάνει την έκθεση σε υψηλή θερμοκρασία στους +85 βαθμούς έως +127 βαθμούς C σε τέτοιες συνθήκες θερμοκρασίας και χρόνου ώστε η δοκιμασία υπεροξειδάσης να είναι αρνητική, αμέσως δε μετά τη θερμοκή της επεξεργασία ψύχεται, το συντομότερο δυνατόν σε θερμοκρασία που δεν υπερβαίνει τους +6 βαθμούς C. Η συντήρηση του γάλακτος υψηλής θερμικής επεξεργασίας γίνεται σε θερμοκρασία που δεν υπερβαίνει τους +6 βαθμούς C η δε διάρκεια συντήρησής του καθορίζεται με ευθύνη του παρασκευαστή και υπόκειται σε έλεγχο των αρμόδιων αρχών κατά τις προβλέψεις του ενωσιακού δικαίου. Στη συσκευασία του γάλακτος υψηλής θερμικής επεξεργασίας πρέπει να αναγράφονται σε εμφανές σημείο και με ευδιάκριτους χαρακτήρες οι ενδείξεις «**γάλα**» και «**υψηλής θερμικής επεξεργασίας**», η ημερομηνία επεξεργασίας, η ημερομηνία λήξης, το σήμα καταλληλότητας του προϊόντος και η θερμοκρασία συντήρησής του. Στη συσκευασία πρέπει να αναγράφεται σε σαφή μορφή και εμφανές σημείο στο ίδιο οπτικό πεδίο με το σήμα του προϊόντος η διάρκεια ζωής του γάλακτος σε ημέρες. Απαγορεύεται η με οποιονδήποτε τρόπο και σε οποιοδήποτε σημείο της συσκευασίας του προϊόντος αναγραφή της ένδειξης «παστεριωμένο». Το γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας τοποθετείται σε ευδιάκριτα ξεχωριστό σημείο από το παστεριωμένο γάλα σε όλα τα σημεία διάθεσης».

<sup>119</sup> Υπέρ της μη διάκρισης της αγοράς παιδικού γάλακτος σε υψηλής παστερίωσης, εβαπορέ κλπ είναι και οι δύο μεγάλες σχετικά δραστηριοποιούμενες εταιρίες. Ειδικότερα υπενθυμίζεται ότι η ελεγχόμενη στην υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή της αναφέρει «[θ]εωρούμε ότι στην κατηγορία του παιδικού γάλακτος εντάσσονται τα τροποποιημένα (εμπλουτισμένα) αγελαδινά γάλατα (είτε φρέσκα, είτε υψηλής παστερίωσης, είτε σε μορφή συμπυκνωμένου γάλακτος) που προορίζονται για κατανάλωση από παιδιά νηπιακής ηλικίας, ήτοι από παιδιά ενός (1) έτους και άνω. Συνεπώς, θεωρούμε ότι το παιδικό συμπυκνωμένο γάλα συμπεριλαμβάνεται στην αγορά του παιδικού γάλακτος». Επιπλέον, η ΔΕΛΤΑ στην υπ' αριθ. πρωτ. 3990/13.7.2017 επιστολή της αναφέρει ότι «[κ]ατά την άποψή μας, η αγορά παιδικού γάλακτος δεν δύναται να διακριθεί σε επιμέρους χωριστές αγορές ανάλογα με το εάν πρόκειται για παστεριωμένο γάλα ή συμπυκνωμένο, γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας ή γάλα μακράς διάρκειας. Η διαφοροποίηση στην τιμή δεν είναι σημαντική μεταξύ αυτών των κατηγοριών, ενώ μια αύξηση της τιμής στην μία κατηγορία θα οδηγούσε σε στροφή σημαντικού μέρους της κατανάλωσης στην άλλη. Η στροφή στην παρασκευή των επιμέρους κατηγοριών παιδικού γάλακτος δεν απαιτεί υψηλές επενδύσεις, ώστε η προσαρμογή στην αντίστοιχη κατηγορία του παιδικού γάλακτος με αυτή τη μέθοδο παρασκευής να είναι οικονομικά δυσχερές. Από την πλευρά της ζήτησης, το βασικό ζητούμενο της θερμοδικής αξίας του παιδικού γάλακτος βρίσκεται σε όλες τις επιμέρους αυτές κατηγορίες». Αντιθέτως, οι εταιρίες NESTLE και ΦΑΓΕ εκτιμούν ότι υφίστανται διακριτές αγορές στο παιδικό γάλα. Σύμφωνα με τη NESTLE, «[θ]εωρούμε ότι οι παραπάνω υπό-αγορές [ενν. παστεριωμένου, υψηλής θερμικής επεξεργασίας, συμπυκνωμένου και παιδικού γάλακτος] είναι διακριτές για τους καταναλωτές δεδομένου ότι υπάρχει σαφής και ευδιάκριτος διαχωρισμός τόσο σε επίπεδο σήμανσης στη συσκευασία, στην τιμή, στη θέση στο ράφι, στις συνθήκες συντήρησης και ενδεχομένως και σε άλλα χαρακτηριστικά» (υπ' αριθ. πρωτ. 1915/29.3.2017 επιστολή της εταιρίας). Αντίστοιχα η ΦΑΓΕ σημειώνει ότι «οι διαφορετικές τεχνολογίες παραγωγής [...] [ενν. του παιδικού γάλακτος] και η προσαρμογή του μίγματος προϊόντος

- 1.4. Λειτουργικό/Εμπλουτισμένο γάλα
- 1.5. Προβιοτικό γάλα (ξυνόγαλο, κεφίρ, αριάνι)
- 1.6. Γάλα μακράς διάρκειας (Μ.Δ. ή U.H.T.)
- 1.7. Συμπυκνωμένο γάλα (εβαπορέ και ζαχαρούχο)
2. Σοκολατούχο γάλα<sup>120</sup>
3. Γάλα με προσθήκη καφέ
4. Γιαούρτι
  - 4.1. Χύμα γιαούρτι
  - 4.2. Τυποποιημένο γιαούρτι
    - 4.2.1. Τυποποιημένο λευκό γιαούρτι (χωρίς πρόσθετα συστατικά)
    - 4.2.2. Τυποποιημένο γιαούρτι με πρόσθετα συστατικά<sup>121</sup>.

---

(*product mix*) σε διαφορετικές κάθε φορά ανάγκες των καταναλωτών καθιστούν δυνατή την διάκρισή του στις υποκατηγορίες παστεριωμένου, υψηλής θερμικής επεξεργασίας και συμπυκνωμένου παιδικού γάλακτος. Προφανώς οι παραπάνω διαφοροποιήσεις έχουν συνέπειες στο κόστος, την τιμή, και την παραγωγή». Ωστόσο αναγνωρίζει ότι «[δ]εν διαθέτουμε στοιχεία τεκμηρίωσης για τα παραπάνω και ως εκ τούτου δεν μπορούμε να εκτιμήσουμε αυτές τις παραμέτρους αναλυτικά» (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2326/20.4.2017 επιστολή της εταιρίας).

<sup>120</sup> Η διάκριση της εν λόγω αγοράς από την ευρύτερη αγορά γάλακτος δεν βρίσκει σύμφωνες όλες τις γαλακτοκομικές εταιρίες. Συγκεκριμένα, η ΔΕΛΤΑ σύμφωνα με τις υπ' αριθ. 650/2017 και 598/2014 Αποφάσεις της ΕΑ, θεωρεί ότι το σοκολατούχο γάλα δεν συνιστά διακριτή αγορά, καθώς η κατανάλωσή του διέπεται από υψηλό βαθμό εναλλαξιμότητας όχι μόνο με το λευκό γάλα αλλά και με τα διάφορα προϊόντα γάλακτος, γιαουρτιού, επιδορπίων ή φρουτοποτών τύπου *freddoccino* (μείγμα καφέ, γάλακτος και ζάχαρης), *smoothies* κλπ. Εναλλαξιμότητα με το λευκό μόνο γάλα (ήτοι όχι και με τα λοιπά προϊόντα γάλακτος) εντοπίζει και η ΣΕΡΓΑΛ (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2277/12.4.2017 επιστολή της ΣΕΡΓΑΛ) θέση που βρίσκει σύμφωνο και το Συνεταιρισμό ΘΕΣγάλα, καθώς στην υπ' αριθ. πρωτ. 1863/28.3.2017 απαντητική επιστολή του Συνεταιρισμού, αναφέρει ότι «[η] ζήτηση για συγκεκριμένης εταιρίας σοκολατούχο γάλα θεωρούμε ότι σχετίζεται αρκετά με την προτίμηση του ίδιου καταναλωτή σε λευκό αγελαδινό». Αντιθέτως, όπως χαρακτηριστικά επισημαίνει η ΦΑΓΕ, «[τ]ο σοκολατούχο γάλα είναι μια διακριτή κατηγορία έτοιμοι για κατανάλωση γάλακτος με κακάο, συνήθως με γλυκιά γεύση, και η ανάγκη που ικανοποιεί δεν καλύπτεται από άλλα προϊόντα "αυθόρμητης κατανάλωσης", ως εκ τούτου δεν θεωρούμε ότι υφίσταται σημαντική εναλλαξιμότητα μεταξύ αυτού και οποιασδήποτε άλλης κατηγορίας προϊόντος, στα πλαίσια μιας επαρκούς και ελεύθερης αγοράς» (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2326/20.4.2017 επιστολή της ΦΑΓΕ). Υπέρ της διάκρισης της εν λόγω αγοράς τάσσονται και οι εταιρίες ΣΤΑΜΟΥ (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 3042/26.5.2017 επιστολή της ΣΤΑΜΟΥ), ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2202/10.4.2017 επιστολή της ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ), ΔΩΔΩΝΗ (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2272/12.4.2017 επιστολή της ΔΩΔΩΝΗ), ΤΡΙΚΚΗ (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2358/21.4.2017 επιστολή της ΤΡΙΚΚΗ), ΝΕΟΓΑΛ (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2195/10.4.2017 επιστολή της ΝΕΟΓΑΛ) και ΚΡΙ ΚΡΙ (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2292/18.4.2017 επιστολή της ΚΡΙ ΚΡΙ), ενώ όπως επισημαίνει η ελεγχόμενη στην υπ' αριθ. πρωτ. 2522/2.5.2017 επιστολή της «[τ]ο σοκολατούχο γάλα κατά την άποψή μας είναι μια ξεχωριστή κατηγορία με διαφορετικό καταναλωτικό κοινό σε σχέση με τα προϊόντα γιαουρτιού, επιδορπίων, ή φρουτοποτών. Τα κύρια χαρακτηριστικά του σοκολατούχου γάλακτος που επηρεάζουν την ζήτηση είναι η γεύση και η επικοινωνία του προϊόντος που συνήθως αναφέρεται σε νεότερους καταναλωτές».

<sup>121</sup> Επίσης, τα τυποποιημένα γιαούρτια με πρόσθετα συστατικά διαχωρίζονται περαιτέρω με βάση τη σκοπούμενη χρήση τους σε τρεις διακριτές αγορές: i) γιαούρτια με γεύσεις, ii) παιδικά γιαούρτια και iii) λειτουργικά γιαούρτια. Περαιτέρω, αναλόγως δε του τρόπου παρασκευής τους, τα γιαούρτια μπορούν να διακριθούν σε: (α) Στραγγισμένα, τα οποία προκύπτουν από την αφαίρεση του ορού γάλακτος, (β) *Set*, των οποίων η πήξη πραγματοποιείται μέσα στο κύπελλο και (γ) *Stirred*, τα οποία αναδεύονται μετά την πήξη τους και στα οποία είναι δυνατόν να προστεθούν χυμοί ή κομμάτια φρούτων. Τέλος, η αγορά μπορεί να διακριθεί περαιτέρω αναλόγως της χρησιμοποιούμενης πρώτης ύλης (γάλα αγελάδος ή πρόβειο) και της περιεκτικότητας του προϊόντος σε λιπαρά (πλήρες, άπαχο κ.ά.).

5. Κρέμα γάλακτος
6. Επιδόρπια με βάση το γάλα
- 52) Με την ως άνω οριοθέτηση των σχετικών προϊόντικών αγορών συντάσσονται και οι απόψεις της συντριπτικής πλειοψηφίας των ερωτηθεισών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων<sup>122</sup>, με την εταιρία ΔΕΛΤΑ μόνο να εκφράζει την άποψη ότι η αγορά λευκού γάλακτος είναι ενιαία. Σύμφωνα και με προηγούμενες αποφάσεις της ΕΑ<sup>123</sup>, η επιλογή του τύπου γάλακτος από τους καταναλωτές βασίζεται κυρίως στη διάρκεια ζωής των διαφόρων τύπων γάλακτος, στην προτίμηση γεύσης και στην τιμή. Οι διαφοροποιήσεις των τύπων γάλακτος προσδιορίζονται από τη μέθοδο θερμικής επεξεργασίας, που ακολουθείται ανάλογα με την επιδιωκόμενη διάρκεια ζωής. Όσο μεγαλύτερη είναι η θερμική επεξεργασία, τόσο μεγαλύτερη είναι η διάρκεια ζωής, αλλά και η διαφοροποίηση στη γεύση. Κατά συνέπεια, η αγορά λευκού γάλακτος περιλαμβάνει τις εξής υπό-αγορές: α) φρέσκο παστεριωμένο γάλα, β) γάλα υψηλής παστερίωσης ή υψηλής θερμικής επεξεργασίας (Υ.Π. ή ΗΡ), γ) γάλα μακράς διάρκειας (Μ.Δ. ή U.H.T.), δ) συμπυκνωμένο γάλα (εβαπορέ), ε) παιδικό γάλα, στ) λειτουργικό/εμπλουτισμένο γάλα.
- 53) Σύμφωνα με την ως άνω οριοθέτηση των σχετικών αγορών έχει και η εταιρία ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ ΑΕ (ΤΥΡΑΣ ΑΕ) με τη μόνη επισήμανση να συνίσταται στη δυνητική συμπερίληψη της υπογοράς του προϊόντος «βούτυρο» στην ευρύτερη αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων<sup>124</sup>. Τέλος, η εταιρία ΓΚΑΤΕΝΙΟ Δ.Σ. & ΥΙΟΣ ΑΕ επίσης συμφωνεί με την ανωτέρω διάκριση των επιμέρους σχετικών αγορών και μάλιστα κρίνει ως αντιπροσωπευτικότερο το διαχωρισμό της αγοράς συμπυκνωμένου γάλακτος σε περαιτέρω υποκατηγορίες<sup>125</sup>.
- 54) Ομοίως, η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων σούπερ μάρκετ<sup>126</sup> συμφωνεί με τον εν λόγω προσδιορισμό των σχετικών αγορών, κατά την άποψη των οποίων υφίσταται διαφοροποίηση βάσει χαρακτηριστικών (π.χ. διάρκεια ζωής), τιμής,

<sup>122</sup> Βλ. επιστολές με αριθ. πρωτ. 1915/29.3.2017 της NESTLE ΕΛΛΑΣ ΑΕ, 2272/12.4.2017 της ΔΩΔΩΝΗ ΑΕ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΗΠΕΙΡΟΥ, 2195/10.4.2017 της ΝΕΟΓΑΛ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΔΡΑΜΑΣ ΑΕ, 2326/20.4.2017 της ΦΑΓΕ ΑΕ, 2202/10.4.2017 της ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ ΑΕ, 2371/21.4.2017 της DANONE ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΑΒΕΕ, 2350/21.4.2017 της ΗΠΕΙΡΟΣ ΑΕΒΕ, 2292/18.4.2017 της ΚΡΙ-ΚΡΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΒΕΕ, 2277/12.4.2017 της ΣΕΡΡΑΪΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΕ, 2358/21.4.2017 της ΤΡΙΚΚΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΡΙΚΑΛΩΝ, 2005/3.4.2017 της ΓΙΩΤΗΣ ΑΕ, 2128/6.4.2017 της ΟΠΤΙΜΑ ΑΕ.

<sup>123</sup> Βλ. τις υπ' αριθ. 369/V/2007, 373/V/2007, 509/VI/2010, 515/VI/2011, 598/2014 και 650/2017 αποφάσεις της ΕΑ.

<sup>124</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1938/30.3.2017 επιστολή.

<sup>125</sup> Συγκεκριμένα η εταιρία ΓΚΑΤΕΝΙΟ Δ.Σ. & ΥΙΟΣ ΑΕ θεωρεί ότι ως προς το συμπυκνωμένο γάλα, αντιπροσωπευτικότερος διαχωρισμός των αγορών είναι ο εξής: α. Χάρτινη συσκευασία, β. Μεταλλική συσκευασία, και εν συνεχεία στις υποκατηγορίες: α.1. γάλα με 7,5% λιπαρά, α.2. γάλα με 4% λιπαρά, β.1. γάλα με 7,5% λιπαρά, β.2. γάλα με 4% λιπαρά, β.3. γάλα μερίδες αλουμινίου σε διχτάκια, ενώ ως προς τις υπόλοιπες αγορές γάλακτος δεν διατύπωσε την άποψή της (βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2757/5.5.2015 επιστολή).

<sup>126</sup> Βλ. επιστολές με αριθ. πρωτ. 2160/7.4.2017 της ΑΛΦΑ-ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ, [...], 2347/21.4.2017 της ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ, 2360/21.4.2017 της Ι. & Σ. ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ ΑΕΕ. Σημειώνεται ότι η ΠΕΝΤΕ ΑΕ με την υπ' αριθ. πρωτ. 2269/12.4.2017 επιστολή της, παρόλο που συμφωνεί κατά μεγάλο ποσοστό με τον προσδιορισμό των επιμέρους αγορών προϊόντων, δεν συμφωνεί απόλυτα με το βαθμό της περαιτέρω διάκρισης (π.χ. παιδικό γάλα κλπ).



σκοπούμενης χρήσης κ.ά, μεταξύ των φρέσκων γαλακτοκομικών προϊόντων και των γαλακτοκομικών προϊόντων μακράς διάρκειας<sup>127</sup>.

- 55) Περαιτέρω, όπως προαναφέρθηκε, και η ίδια η ελεγχόμενη σε εσωτερικά έγγραφα της αποτυπώνει και αξιολογεί στοιχεία σχετικά με τα μερίδια αγοράς και την πορεία των πωλήσεων της λαμβάνοντας υπόψη τα επιμέρους μεγέθη του εβαπορέ, παστεριωμένου, υψηλής παστερίωσης, ακόμη και του λειτουργικού γάλακτος ως διαφορετικές κατηγορίες<sup>128</sup>. Η συγκεκριμένη διαχείριση ωστόσο, από επιχειρηματικής άποψης, εκτιμάται ότι είναι απολύτως λογική και, ως εκ τούτου, δικαιολογημένη.

#### ***Τυχόν διάκριση μεταξύ επώνυμων και ιδιωτικής ετικέτας γαλακτοκομικών προϊόντων***

- 56) Σε ό,τι αφορά τυχόν διάκριση μεταξύ επώνυμων γαλακτοκομικών προϊόντων και προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας, η ΕΑ με τις προηγούμενες αποφάσεις της διαπιστώνει στοιχεία που ενισχύουν την εκτίμηση ότι τα εν λόγω προϊόντα ανήκουν στην ίδια αγορά. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την υπ' αριθ. 515/VI/2011 απόφαση της ΕΑ, το σύνολο των γαλακτοβιομηχανιών και των σούπερ μάρκετ επιβεβαίωσαν ότι τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας ανταγωνίζονται τα επώνυμα προϊόντα στο επίπεδο της λιανικής πώλησης, αν και η όποια ισχυροποίησή τους αφορά ιδίως στην τελευταία πενταετία, καθώς η έως τότε διείσδυσή τους στην αγορά ήταν χαμηλή<sup>129</sup>.
- 57) Σύμφωνα με τις υπ' αριθ. 650/2017 και 598/2014 αποφάσεις της ΕΑ, βάσει των προσκομισθέντων στοιχείων των σούπερ μάρκετ, προέκυψε ότι τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας αποσπούν σχετικά σημαντικό ποσοστό των συνολικών πωλήσεων ιδίως αναφορικά με το γάλα υψηλής παστερίωσης και μακράς διάρκειας και λιγότερο το συμπυκνωμένο και το φρέσκο<sup>130</sup>. Συναφώς, σύμφωνα με τις εν λόγω αποφάσεις ΕΑ<sup>131</sup>, η συντριπτική πλειοψηφία των σούπερ μάρκετ εκτιμά ότι σημαντικός αριθμός καταναλωτών θα στραφεί προς τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας σε περίπτωση μόνιμης αύξησης της τιμής των αντίστοιχων επώνυμων, καθώς και ότι οι εν λόγω δύο κατηγορίες προϊόντων ανταγωνίζονται στο ράφι, κυρίως λόγω της σημαντικά χαμηλότερης τιμής των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας. Την εν γένει ισχυρότερη διείσδυση κατά τα

<sup>127</sup> Διαφορετική ως προς αυτό υπήρξε μόνο η άποψη της Ι. & Σ. ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ ΑΕΕ σύμφωνα με την οποία οι ανωτέρω κατηγορίες γαλακτοκομικών προϊόντων δεν διαφοροποιούνται.

<sup>128</sup> Βλ. ενδεικτικά παρουσίαση με όνομα [...] και [...] που βρέθηκε στα ηλεκτρονικά αρχεία του [...] καθώς και παρουσίαση με όνομα [...] και τίτλο [...] που εντοπίστηκε στα ηλεκτρονικά αρχεία του [...] τα οποία συλλέχθηκαν κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 16.9.2008 στη Friesland. Στο ηλεκτρονικό αρχείο μάλιστα με τίτλο [...] το οποίο επίσης συλλέχθηκε στο πλαίσιο του ίδιου ελέγχου παρατίθενται μερίδια αγοράς ξεχωριστά για την κατηγορία του λειτουργικού γάλακτος.

<sup>129</sup> Βλ. σκ. 69-75 απόφασης ΕΑ 515/VI/2011. Βλ. ιδίως σκ. 74 όπου αναφέρεται ότι «...Με βάση τα στοιχεία από την κατανομή πωλήσεων των οκτώ (8) μεγαλύτερων σούπερ μάρκετ στην Ελλάδα για το έτος 2009, η μεγαλύτερη συμμετοχή ιδιωτικής ετικέτας προϊόντος στο σύνολο των πωλήσεων όλων των σούπερ μάρκετ σημειώνεται στην κατηγορία γιαουρτιού με ποσοστό [...]%, ακολουθούμενη από το συμπυκνωμένο γάλα με ποσοστό [...]»%. Αντίστοιχα σε μηχανογραφημένο έγγραφο της ελεγχόμενης αναφέρεται ότι [...]. Το εν λόγω έγγραφο εντοπίστηκε στα ηλεκτρονικά αρχεία της εταιρίας κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 16.9.2008 στην Friesland, με όνομα [...] και τίτλο [...]. Τέλος, όπως αναφέρεται στην Απόφαση ΕΑ 650/2017 σκ. 178: «Σύμφωνα με σχετικές απαντήσεις που έδωσαν ανταγωνίστριες εταιρίες, οι βασικές αλλαγές, που σημειώθηκαν την τελευταία τριετία στον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων είναι [...] η ανάπτυξη των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας».

<sup>130</sup> Βλ. ιδίως σκ. 283 της υπ' αριθ. 650/2017 Απόφασης ΕΑ και σκ. 166 της υπ' αριθ. 598/2014 Απόφασης ΕΑ.

<sup>131</sup> Βλ. ιδίως σκ. 285 της υπ' αριθ. 650/2017 Απόφασης ΕΑ και σκ. 168 της υπ' αριθ. 598/2014 Απόφασης ΕΑ.

τελευταία έτη των γαλακτοκομικών προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας στις επιμέρους αγορές αναγνωρίζει και η Friesland, η οποία επισημαίνει ότι «[π]αρατηρήθηκε ανάπτυξη νεοεισερχόμενων επιχειρήσεων (Όλυμπος, Κουκάκης, μικρότεροι παίκτες) καθώς και προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας (Private labels) και αντίστοιχες πιέσεις σε παλαιότερους παίκτες»<sup>132</sup>, ενώ και σε επόμενη απάντησή της επισημαίνει ότι «[σ]το επίπεδο της λιανικής πώλησης, τα επώνυμα προϊόντα και τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας των ως άνω αγορών (συμπυκνωμένου γάλακτος και κρέμας γάλακτος) είναι υποκατάστατα και πλήρως εναλλάξιμα. Δεδομένου του αυστηρού νομοθετικού πλαισίου στον τομέα των τροφίμων, τόσο για τα επώνυμα όσο και για τα αντίστοιχα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας ισχύουν ίδιες προδιαγραφές αναφορικά με την ποιότητα, την ασφάλεια και την υγιεινή. Διαφοροποιήσεις μπορούν να παρατηρηθούν σε προδιαγραφές, επι παραδείγματι συσκευασίας, όπως άλλωστε συμβαίνει και μεταξύ των επώνυμων προϊόντων»<sup>133</sup>.

- 58) Ως εκ τούτου, και λαμβάνοντας υπόψη την ισχυρή ανταγωνιστική πίεση που δέχονται τα επώνυμα προϊόντα των γαλακτοκομικών εταιριών από τα ιδιωτικής ετικέτας προϊόντα, εκ πρώτης όψεως δεν φαίνεται ότι μπορεί να δικαιολογηθεί η μεταξύ τους διάκριση.

#### **Τυχόν διάκριση μεταξύ λιανικής και επαγγελματικής αγοράς**

- 59) Επιπλέον, αναφορικά με την αναγκαιότητα διάκρισης μεταξύ λιανικής και επαγγελματικής αγοράς, σημειώνεται ότι παρόλο που οι προηγούμενες αποφάσεις της ΕΑ<sup>134</sup> αναγνωρίζουν τα διαφορετικά χαρακτηριστικά μεταξύ των προϊόντων που διατίθενται στις δύο αγορές, η Επιτροπή στις πρόσφατες αποφάσεις συγκεντρώσεων<sup>135</sup> αφήνει το ζήτημα του εν λόγω διαχωρισμού ανοιχτό<sup>136</sup>. Επίσης, αναγνωρίζει ότι το μέγεθος της επαγγελματικής αγοράς εκτιμάται ότι είναι κατά πολύ μικρότερο από αυτό της λιανικής και ότι υπάρχει έλλειψη στοιχείων για την πληρέστερη ανάλυση της επαγγελματικής αγοράς, γεγονός το οποίο επιβεβαιώνεται και από την έρευνα της Υπηρεσίας στην παρούσα υπόθεση. Αναλυτικότερα, όπως προέκυψε από την έρευνα της Επιτροπής δεν συντρέχουν λόγοι περαιτέρω διαχωρισμού της αγοράς κατά τα ανωτέρω, άποψη στην οποία φαίνεται να συντείνει και σχετική δήλωση του [...] στο πλαίσιο της ανωμοτί κατάθεσής του, παρά τη σχετική προγενέστερη δήλωση της Friesland ότι [...]»<sup>137</sup>. Ειδικότερα, όπως χαρακτηριστικά δηλώνει ο [...], στο πλαίσιο της από 15.3.2018 ανωμοτί κατάθεσής του<sup>138</sup>, «[υ]πάρχει αλληλοεπικάλυψη [ενν. μεταξύ καταστημάτων λιανικής και επαγγελματικής αγοράς]. Εστιατόρια, καφετέριες, ζαχαροπλαστεία ανήκουν και στην επαγγελματική αγορά. Δεν μπορείς να τα διαχωρίσεις από τη λιανική». Επιπλέον, σε επόμενο σημείο της κατάθεσής του αναγνωρίζει την πλήρη εναλλαξιμότητα μεταξύ των προϊόντων που απευθύνονται στην επαγγελματική και λιανική αγορά. Συγκεκριμένα, ο [...] αναφέρει ότι «τα ίδια προϊόντα μπορούν αν [να] εξυπηρετήσουν και την επαγγελματική και τη λιανική αγορά. Εάν ο χονδρέμπορος θέλει να πωλήσει ή

<sup>132</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 4579/20.6.2014 απαντητική επιστολή της Friesland. Τη θέση αυτή επαναλαμβάνει και σε επόμενο σημείο της απάντησής της.

<sup>133</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της εταιρίας.

<sup>134</sup> Βλ. και αποφάσεις ΕΑ 314/2006, 369/V/2007 και 373/V/2007.

<sup>135</sup> Βλ. και αποφάσεις ΕΑ 515/VI/2011, 598/2014 και 650/2017.

<sup>136</sup> Σημειώνεται, όπως θα αναφερθεί αναλυτικότερα και στη συνέχεια και η Απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής COMP/M.5046 – Friesland Foods/Campina αφήνει ανοικτή τη διάκριση μεταξύ λιανικής και επαγγελματικής αγοράς.

<sup>137</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 6572/6.11.2015 επιστολή της Friesland.

<sup>138</sup> Η εν λόγω κατάθεση λήφθηκε από στελέχη της ΓΔΑ κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της ελεγχόμενης στις 15.3.2018.

το κατάστημα θέλει να προμηθευτεί, μπορεί<sup>139</sup>. Τα προϊόντα της ίδιας κατηγορίας χονδρικά δεν έχουν διαφορές. Παράλληλα υπάρχουν προϊόντα επαγγελματικής χρήσης πχ τις κρέμες γάλακτος *debiс* τις οποίες μπορεί να προμηθευτεί κάποιος από *cash and carry*»<sup>140</sup>. Επισημαίνεται δε ότι η εν λόγω θέση του [...] επιβεβαιώνεται και από την έρευνα της Υπηρεσίας.

- 60) Ειδικότερα, όπως προκύπτει από τις σχετικές δηλώσεις των ερωτηθεισών συνεργαζόμενων με την Friesland χονδρεμπορικών επιχειρήσεων (συνεργατών δικτύου και λοιπών χονδρεμπορικών επιχειρήσεων [...]), οι ίδιες εξυπηρετούν κατά κανόνα τόσο καταστήματα λιανικής όσο και καταστήματα επαγγελματικής αγοράς<sup>141</sup> επιβεβαιώνοντας ότι το ίδιο δίκτυο διανομής δύναται να εξυπηρετήσει αποτελεσματικά και επαρκώς τελικά σημεία πώλησης και των δύο κατηγοριών. Το ίδιο μάλιστα δηλώνει και συνεργαζόμενη χονδρεμπορική επιχείρηση η οποία κατά την Friesland δραστηριοποιείται κυρίως στην επαγγελματική αγορά<sup>142</sup>.
- 61) Περαιτέρω, η ανωτέρω θέση του [...]περί του ότι τα ίδια προϊόντα δύνανται να εξυπηρετήσουν εξίσου σημεία πώλησης της λιανικής και επαγγελματικής αγοράς, επίσης επιρρωνύεται, τόσο από στοιχεία που προσκόμισε η ίδια η εταιρία όσο και από σχετικά ευρήματα ελέγχου. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι, όπως συνάγεται από το περιεχόμενο κεντρικών συμφωνιών που συνάπτει η Friesland με ομίλους αγορών, η

<sup>139</sup> Διευκρινίζεται ότι σε προηγούμενο σημείο της κατάθεσής του ο [...]σημειώνει ότι «[η] Friesland [...]». Ως προς τη διάκριση μεταξύ συνεργατών δικτύου και λοιπών χονδρεμπορικών επιχειρήσεων βλ. επόμενη Ενότητα της παρούσης (Ενót. VIII).

<sup>140</sup> Βλ. ο.π. την από 15.3.2018 ανωμοτί κατάθεση του [...]που λήφθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της εταιρίας.

<sup>141</sup> Για παράδειγμα, ο εκπρόσωπος της [...] στο πλαίσιο της από [...]ανωμοτί κατάθεσής του αναφέρει ότι προμηθεύει τόσο την επαγγελματική όσο και τη λιανική αγορά, καθώς σύμφωνα με αυτόν, «[μ]εταπωλώ τα προϊόντα που μου προμηθεύει η Friesland σε χώρους μαζικής εστίασης (καφετέριες, εστιατόρια, ξενοδοχεία) στο HORECA, σε παντοπωλεία και σούπερ μάρκετ της τοπικής αγοράς όχι σε εθνικές αλυσίδες (δηλαδή [...]), ψιλικά, περίπτερα και σε άλλους χονδρέμπορους». Ο εκπρόσωπος της [...] αναφέρει ότι «[τ]α κανάλια διάθεσης είναι οι καφετέριες, ξενοδοχεία, *cash and carry* καταστήματα και μικρά σημεία λιανικής όπως *mini market*», υποδεικνύοντας ότι δραστηριοποιείται τόσο στη λιανική όσο και στην επαγγελματική αγορά (βλ. την από [...] ανωμοτί κατάθεση του εκπροσώπου της [...]που λήφθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της), ενώ σύμφωνα με τη δήλωση του εκπροσώπου της [...] προκύπτει ότι η εταιρία διακινεί τα προϊόντα που προμηθεύεται από τη Friesland τόσο στην επαγγελματική όσο και στη λιανική αγορά καθώς, όπως αναφέρει, «[α]πό το [...] μέχρι το [...] εκτός από τις μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ τις οποίες εξυπηρετούσε η ίδια η Friesland, η εταιρία μας διένεμε τα προϊόντα της Friesland [...]» (βλ. την από [...] ανωμοτί κατάθεση του εκπροσώπου της [...] που λήφθηκε κατά τη διάρκεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της). Αντίστοιχα, οι εκπρόσωποι των [...] και [...]αναφέρουν ότι διαθέτουν τα προϊόντα της Friesland τόσο στη λιανική όσο και στην επαγγελματική αγορά (βλ. τις από [...] ανωμοτί καταθέσεις αυτών που λήφθηκαν κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία των εταιριών). Μοναδική εξαίρεση φαίνεται να είναι [...] καθώς βάσει της σχετικής δήλωσης του εκπροσώπου της, η εταιρία φαίνεται να προμηθεύει με προϊόντα της Friesland μόνο σημεία της επαγγελματικής αγοράς (ειδικότερα, ο εκπρόσωπος της εταιρίας στην από [...] ανωμοτί κατάθεσή του αναφέρει ότι «[δ]ιένεμα τα γαλακτοκομικά προϊόντα που προμηθεύομαι από την Friesland σε καφετέριες ξενοδοχεία και χονδρεμπόριο (όχι *cash & carry*)». Η εν λόγω κατάθεση λήφθηκε από κλιμάκιο της ΓΔΑ στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας. Οι κατά τα ανωτέρω θέσεις των ερωτηθέντων συνεργατών δικτύου επιβεβαιώνονται και από τις συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας που είχε συνάψει η Friesland με τους συνεργάτες δικτύου κατά τα έτη 1996-2016 οι οποίες αναφέρονται όχι μόνο στα προϊόντα συμυκνωμένου γάλακτος που απευθύνονται στη λιανική αγορά αλλά και στα αντίστοιχα προϊόντα (FRISIAN COW και χύμα μερίδες NOYNOY 7,5 γρ.) που αφορούν κυρίως επαγγελματική χρήση.

<sup>142</sup> Βλ. περίπτωση [...].

εταιρία εμφανίζεται να προμηθεύει καταστήματα ομίλων λιανικής με το σήμα συμπτκνωμένου γάλακτος επαγγελματικής χρήσης FRISIAN COW<sup>143</sup>, ενώ αντιστοίχως το εβαπορέ γάλα NOYNOY εμφανίζεται να πωλείται και στο δίκτυο της επονομαζόμενης επαγγελματικής αγοράς.

- 62) Αναλυτικότερα, όπως προκύπτει από ηλεκτρονική επικοινωνία αναφορικά με την εμπορική συμφωνία της Friesland [...]για το 2013, [...] εμφανίζεται να προμηθεύεται ως εβαπορέ γάλα το σήμα NOYNOY<sup>144</sup>. Επιπλέον, από προσκομισθέντα και συλλεχθέντα τιμολόγια πωλήσεων [...] της Friesland, επιβεβαιώνεται η πώληση σημάτων «λιανικής» στην επαγγελματική αγορά αντί αυτών που θεωρητικά προορίζονται για την επαγγελματική αγορά<sup>145</sup>. [...] <sup>146</sup>.
- 63) Περαιτέρω, πρέπει να τονισθεί ότι όπως αναφέρει και ο [...] στην ανωτέρω ανωμοτί κατάθεσή του πρόκειται για όμοια προϊόντα. Όπως άλλωστε έχει προεκτεθεί, η ίδια η

<sup>143</sup> Με την υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή της η εταιρία προσκόμισε [...]. Επιπλέον, κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην εταιρία [...] εντοπίστηκε επιστολή της Friesland προς τους «Ε/Σ» [ήτοι, τους συνεργάτες δικτύου της] θέμα της οποίας είναι η «Τοποθέτηση Frisian Cow 410gr [...] Από την εν λόγω επιστολή συνάγεται ότι το γάλα FRISIAN COW, το οποίο προορίζεται αποκλειστικά για την επαγγελματική αγορά, τοποθετείται και προσφέρεται και σε σημεία λιανικής πώλησης, όπως [...], ο οποίος αποτελεί [...]. Το σχετικά αναφερόμενο έγγραφο είναι το στοιχείο ελέγχου με κωδικοποίηση [...] στη λίστα των ληφθέντων εγγράφων.

<sup>144</sup> Κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της [...] λήφθηκε το στοιχείο ελέγχου με κωδικοποίηση [...] στη λίστα των ληφθέντων εγγράφων, το οποίο αφορά σε ενημέρωση της τελευταίας από την ελεγχόμενη επί των όρων της «[...]» μέσω του από 19.8.2013 μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Με βάση την εν λόγω συμφωνία, η εταιρία [...], που αποτελεί [...] (ήτοι εντάσσεται στην επαγγελματική αγορά), θα προμηθεύεται από τη Friesland «1. [...]».

<sup>145</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 4209/4.7.2018 απαντητική επιστολή της [...]. Η εταιρία προσκόμισε αντίγραφο τιμολογίων πώλησης γαλακτοκομικών προϊόντων (συγκεκριμένα γάλακτος υψηλής παστερίωσης, συμπτκνωμένου και κρέμας γάλακτος) για τα έτη 2013 και 2014 σε τρεις δικαιούχους της αλυσίδας [...] καθώς και τιμολόγια πώλησης γάλακτος υψηλής παστερίωσης και συμπτκνωμένου σε δύο δικαιούχους της αλυσίδας [...]. Από την ανάλυση των εν λόγω τιμολογίων διαπιστώνεται ότι συχνά η [...] εφοδιάζει τους εν λόγω δικαιούχους με τα αντίστοιχα σήματα «λιανικής», ήτοι NOYNOY Family και NOYNOY εβαπορέ, αντί των Barista's Gold και FRISIAN COW, αντίστοιχα. Συναφώς, από τα προσκομισθέντα τιμολόγια της [...] προς πελάτες της (βλ. σχετ. την [...] υποβολή στοιχείων), προκύπτει ότι η εταιρία προμηθεύει με γάλα εβαπορέ NOYNOY, ήτοι κωδικό λιανικής, σημεία επαγγελματικής, όπως καφετέριες και αναψυκτήρια (βλ. για παράδειγμα το από 30.11.2012 τιμολόγιο πώλησης προς την [...], το από 24.12.2012 τιμολόγιο πώλησης προς την [...] καθώς και το από 25.11.2012 τιμολόγιο πώλησης προς το [...]). Αντίστοιχα, από τα ενδεικτικά τιμολόγια που συλλέχθηκαν κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της [...], εντοπίστηκαν τιμολόγια προς την [...] με τα οποία προκύπτει ότι η [...] προμηθεύει την εταιρία με γάλα εβαπορέ NOYNOY σε δίκτυο, ήτοι σήμα που απευθύνεται στη λιανική αγορά (βλ. τα από 14.1.2011 και 19.9.2011 τιμολόγια πώλησης προς την εν λόγω [...]). Επικουρικά σημειώνεται ότι η πώληση προϊόντων και κωδικών λιανικής σε σημεία που υπάγονται στην επαγγελματική αγορά δεν αφορούν μόνο στο συμπτκνωμένο γάλα αλλά και στο γάλα υψηλής παστερίωσης. Για παράδειγμα στα τιμολόγια πώλησης της [...] που συλλέχθηκαν κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της εταιρίας, εντοπίστηκαν μεταξύ άλλων και τιμολόγια πώλησης γάλακτος NOYNOY Family (ήτοι κωδικού προοριζόμενου για τη λιανική αγορά) σε εταιρίες εστίασης, πχ καφετέριες, ήτοι εταιρίες ανήκουσες στην επαγγελματική αγορά (βλ. για παράδειγμα το από 3.2.2012 τιμολόγιο πώλησης προς την [...]) (στοιχείο ελέγχου υπό την κωδικοποίηση «[...]» στη λίστα εγγράφων), καθώς και τα από 30.10.2013 τιμολόγια πώλησης προς την [...], το [...] και το [...] (όλα ως στοιχείο ελέγχου υπό την κωδικοποίηση «[...]» στη λίστα εγγράφων).

<sup>146</sup> Οι τιμοκατάλογοι της Friesland προσκομίσθηκαν από την ίδια την εταιρία στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολής της προς τη ΓΔΑ.

Friesland επικαλείται το αυστηρό νομοθετικό πλαίσιο στον τομέα των τροφίμων το οποίο υπαγορεύει την εφαρμογή ιδίων προδιαγραφών ποιότητας, ασφάλειας και υγιεινής μεταξύ των προϊόντων, με τις όποιες διαφοροποιήσεις να εντοπίζονται σε λοιπές παραμέτρους του προϊόντος, όπως επί παραδείγματι τη συσκευασία<sup>147</sup>. Επιπροσθέτως, ως προς τη συσκευασία των προϊόντων συμπυκνωμένου γάλακτος παρατηρούνται ομοιότητες<sup>148</sup>. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι τόσο το εβαπορέ γάλα υπό το σήμα NOYNOY όσο και το αντίστοιχο υπό το σήμα FRISIAN COW διατίθενται κατά βάση στη συσκευασία των 410 γρ. Το τελευταίο διατίθεται μεν και σε μεγαλύτερη συσκευασία (1 kg)<sup>149</sup>, ωστόσο όπως προέκυψε από τη δειγματοληπτική συλλογή στοιχείων για συγκεκριμένο αριθμό συνεργαζόμενων χονδρεμπορικών επιχειρήσεων [...] οι τελευταίες, κατά τα έτη 2009-2015 για τα οποία υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία<sup>150</sup>, εμφανίζονται να έχουν επιλέξει σε πολλές περιπτώσεις αποκλειστικά τη συσκευασία FRISIAN COW των 410 γρ. Στις δε λοιπές περιπτώσεις όπου εμφανίζονται να διακινούν και τις δύο συσκευασίες, η ποσοστιαία αναλογία διακίνησης της κοινής συσκευασίας των 410 γρ. εμφανίζεται υψηλότερη του [...]. Στη δε περίπτωση της επιχείρησης [...] η οποία κατά την Friesland δραστηριοποιείται κυρίως στην επαγγελματική αγορά, στα πέντε εκ των επτά ετών της περιόδου 2009-2015 η εταιρία εμφανίζεται να διακινεί αποκλειστικά τη συσκευασία των 410 γρ., ενώ για τα υπόλοιπα δύο έτη (2010 και 2011) η αναλογία της ως άνω συσκευασίας σε σχέση με τη μεγαλύτερη του 1 kg είναι εξίσου υψηλή ([...] κατά το 2010 και [...] κατά το 2011). Σημειώνεται επίσης ότι, αντιστοίχως η ίδια συσκευασία εβαπορέ υπό το σήμα NOYNOY (ήτοι των 410 γρ.) εμφανίζεται με βάση τα ίδια στοιχεία να διακινείται από το δείγμα των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων σε ποσοστό ανώτερο του [...] σε σχέση με την έτερη συσκευασία των 170 γρ. Ως εκ τούτου, με βάση τους εν λόγω δειγματοληπτικούς υπολογισμούς προκύπτει ότι τα δύο σήματα διακινούνται κατά κύριο λόγο διαμέσου της ίδιας συσκευασίας.

- 64) Ενισχυτικά στα ανωτέρω επισημαίνεται ότι από τα συλλεχθέντα στοιχεία δεν εντοπίστηκε κανένα έγγραφο βάσει του οποίου να προκύπτει ότι η εταιρία προβαίνει σε διάκριση μεταξύ λιανικής και επαγγελματικής αγοράς στο πλαίσιο αξιολόγησης της πορείας της τουλάχιστον όσον αφορά στα προϊόντα / κατηγορίες λευκού γάλακτος (π.χ. μέσω υπολογισμού μεριδίων αγοράς χωριστά σε επαγγελματική και λιανική αγορά<sup>151</sup>).
- 65) Αξίζει να σημειωθεί ότι οι περισσότερες εκ των ανωτέρω διαπιστώσεις υπήρξαν και τα βασικά επιχειρήματα εκ μέρους των γνωστοποιούντων μερών στο πλαίσιο εξέτασης από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή της συγκέντρωσης του ομίλου της ελεγχόμενης Friesland (Friesland Foods U.A.) με την Zuivelcoöperatie Campina U.A. προς ενίσχυση του ισχυρισμού τους περί μη αναγκαίας διάκρισης της αγοράς σε λιανική και επαγγελματική στην αγορά του γάλακτος μακράς διάρκειας τα προϊόντα

<sup>147</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ.

<sup>148</sup> Όπως προκύπτει από τα παρατιθέμενα προϊόντα στους τιμοκαταλόγους της Friesland οι οποίοι προσκομίσθηκαν από την ίδια την εταιρία στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολής της προς τη ΓΔΑ.

<sup>149</sup> Παλαιότερα διατίθετο και σε συσκευασία των 2 kg.

<sup>150</sup> Βλ. σχετ. στοιχεία που υποβλήθηκαν στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 6572/6.11.2015 επιστολής της Friesland προς τη ΓΔΑ.

<sup>151</sup> Βλ. για παράδειγμα το αρχείο με τίτλο [...] και όνομα [...] που εντοπίστηκε στα ηλεκτρονικά αρχεία που λήφθηκαν κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 16.3.2008 στα γραφεία της, επί του οποίου καταγράφονται τα μερίδια αγοράς [...] [αριθ. πρωτ. 834/14.12.2018].

της οποίας προσομοιάζουν περισσότερο στο συμπυκνωμένο γάλα σε σχέση με τις λοιπές σχετικές προϊόντικές αγορές που εξετάστηκαν<sup>152</sup>.

- 66) Επιπλέον αναφέρεται ότι και η [...] ανταγωνίστρια της Friesland στην αγορά του συμπυκνωμένου γάλακτος ΔΕΛΤΑ υποστηρίζει ότι η λιανική και επαγγελματική αγορά αποτελούν ενιαία αγορά. Συγκεκριμένα, όπως αναφέρεται στις υπ' αριθ. 650/2017 και 598/2014 Αποφάσεις ΕΑ, σε ό,τι αφορά το διαχωρισμό μεταξύ λιανικής και επαγγελματικής αγοράς η εν λόγω εταιρία αναφέρει ότι: «η αγορά είναι ενιαία στο μέτρο που: (α) οι συνθήκες ανταγωνισμού των γαλακτοβιομηχανιών δεν τροποποιούνται με βάση την ανωτέρω διάκριση, (β) οι περισσότερες εταιρίες του κλάδου δραστηριοποιούνται και στις δύο υποκατηγορίες πελατών και (γ) το μέγεθος της επαγγελματικής αγοράς είναι υποπολλαπλάσιο της λιανικής [...], με συνέπεια να καθίσταται άσκοπη η χωριστή μελέτη των επιπτώσεων της παρούσας συγκέντρωσης στις δύο υποκατηγορίες προϊόντος».
- 67) Με βάση τα ανωτέρω και λαμβάνοντας υπόψη ότι, τόσο η [...] <sup>153</sup> όσο και η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθειςών εταιριών παραγωγής και εμπορίας γαλακτοκομικών προϊόντων αναφέρουν ότι τουλάχιστον στις κατηγορίες λευκού γάλακτος η επαγγελματική αγορά αποτελεί εξαιρετικά μικρό τμήμα των πωλήσεών τους<sup>154,155</sup>, συνάγεται ότι δεν απαιτείται η διάκριση της ευρύτερης αγοράς σε λιανική

<sup>152</sup> Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στην απόφαση COMP/M.5046 – Friesland Foods/Campina αφήνει ανοικτή τη διάκριση μεταξύ λιανικής και επαγγελματικής αγοράς (βλ. σκ. 414). Όπως αναφέρεται στην εν λόγω απόφαση, τα γνωστοποιούντα μέρη Friesland Foods και Campina αν και αναγνωρίζουν τη δυνατότητα διάκρισης μεταξύ λιανικής και επαγγελματικής αγοράς, εκτιμούν ότι λαμβάνοντας υπόψη: α) τα πωληθέντα προϊόντα σε λιανική και επαγγελματική είναι όμοια, β) ως ένα βαθμό η λιανική και επαγγελματική αγορά αφορούν στους ίδιους πελάτες, γ) υπάρχει υψηλός βαθμός αλληλοεπικάλυψης μεταξύ των δύο καναλιών, δ) οι τιμές των προϊόντων που απευθύνονται σε λιανική και επαγγελματική εξελίσσονται με τον ίδιο τρόπο, ενώ η απουσία προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας στην επαγγελματική αγορά δεν είναι καθοριστική και ε) η παροχή υπηρεσιών εφοδιασμού καθώς και λοιπών πρόσθετων υπηρεσιών είναι κατά ένα μεγάλο βαθμό οι ίδιες, η αγορά μπορεί να θεωρηθεί ως ενιαία (βλ. σκ. 197-198).

<sup>153</sup> Σύμφωνα με την υπ' αριθ. πρωτ. 4579/20.6.2014 επιστολή της ελεγχόμενης, από τα γαλακτοκομικά προϊόντα που παράγει και εμπορεύεται, το [...] απευθύνεται στη λιανική αγορά και το [...] στην επαγγελματική, ενώ σε επόμενη επιστολή της διευκρινίζει ότι [...] (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή της Friesland). Αντίστοιχα, στην υπ' αριθ. πρωτ. 2113/2.4.2018 απαντητική επιστολή της, η εταιρία παραθέτει το ποσοστό των συνολικών πωλήσεών της που απευθύνεται σε χονδρεμπόρους, [...], για τα έτη 2009-2017. Σύμφωνα με τα εν λόγω στοιχεία, το ποσοστό των πωλήσεων σε χονδρεμπορικές επιχειρήσεις κατά τα έτη αυτά κυμαίνεται μεταξύ [...]. Από αυτό το ποσοστό, όμως, λαμβάνοντας υπόψη τις δηλώσεις των ίδιων των χονδρεμπόρων, εκτιμάται ότι στην επαγγελματική αγορά καταλήγει ένα μέρος αυτού, καθώς οι χονδρέμποροι διανέμουν τα προϊόντα της Friesland και σε σημεία λιανικής.

<sup>154</sup> Για παράδειγμα, η NESTLE στην υπ' αριθ. πρωτ. 1915/29.3.2017 επιστολή της επισημαίνει ότι «[η] εταιρία μας πωλεί περιορισμένες ποσότητες γάλακτος σε σκόνη για χρήση σε επαγγελματικές, αυτόματες μηχανές ροφημάτων καφέ από επιχειρήσεις μαζικής εστίασης», ο Συνεταιρισμός ΘΕΣΓΑΛΑ αναφέρει ότι «[...]» (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1863/28.3.2017 απαντητική επιστολή) ενώ η ΣΕΡΓΑΛ υποστηρίζει ότι το ποσοστό των προϊόντων της που απευθύνεται στην επαγγελματική αγορά υπολείπεται του [...] % (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2277/12.4.2017 επιστολή της εταιρίας). Συναφώς, το ποσοστό επί των συνολικών πωλήσεων της ΦΑΓΕ που απευθύνεται στην επαγγελματική αγορά δεν υπερβαίνει το [...] % (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2326/20.4.2017 επιστολή της εταιρίας), [...] με τη Friesland, η ΚΡΙ ΚΡΙ αναφέρει ότι [...] (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2292/18.4.2017 επιστολή της εταιρίας) ενώ η ΟΠΤΙΜΑ χωρίς να είναι σε θέση να διακρίνει επακριβώς μεταξύ λιανικής και επαγγελματικής αγοράς, εκτιμά ότι το [...] (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2128/6.4.2017 επιστολή της εταιρίας). Σύμφωνα με την υπ' αριθ. πρωτ. 2202/10.4.2017 επιστολή της ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, το [...] % των πωλήσεων φρέσκου γάλακτος απευθύνεται σε εταιρίες catering [...]. Τέλος, οι εταιρίες ΓΙΩΤΗΣ, ΣΤΑΜΟΥ, ΝΕΟΓΑΛ, ΤΡΙΚΚΗ, DANONE, ΔΩΔΩΝΗ και ΕΒΟΛ αναφέρουν ότι [...] (βλ. υπ' αριθ. πρωτ.

και επαγγελματική. Εξάλλου, ακόμα και εάν ήθελε θεωρηθεί ότι υφίσταται η διάκριση αυτή, δεδομένου ότι για όλες τις γαλακτοβιομηχανίες η επαγγελματική αγορά αποτελεί εξίσου ένα μικρό μόνο τμήμα των συνολικών πωλήσεών τους, τα συμπεράσματα της ανάλυσης δεν θα διαφοροποιούνταν, καθώς τα μερίδια αγοράς των δραστηριοποιούμενων εταιριών θα ήταν παρεμφερή στη λιανική και επαγγελματική αγορά.

#### IV.1.1 Τελική οριοθέτηση προϊόντικών αγορών

68) Ενόψει των ανωτέρω, βάσει της δραστηριότητας της Friesland, η ΕΑ θεωρεί ότι διακρίνονται οι ακόλουθες σχετικές επιμέρους προϊόντικές αγορές:

- (α) αγορά γάλακτος υψηλής θερμικής επεξεργασίας
- (β) αγορά παιδικού γάλακτος
- (γ) αγορά λειτουργικού/εμπλουτισμένου γάλακτος
- (δ) αγορά συμπυκνωμένου γάλακτος
- (ε) αγορά σοκολατούχου γάλακτος
- (στ) αγορά γιαούρτης και υπο-αγορές αυτής
- (ζ) αγορά κρέμας γάλακτος.

69) Οι υπό (α) – (ζ) ανωτέρω σχετικές αγορές καταλαμβάνουν όλα τα κανάλια διανομής, δηλαδή τόσο τις απευθείας πωλήσεις από τις γαλακτοπαραγωγούς εταιρίες όσο και τις πωλήσεις που πραγματοποιούνται μέσω των συνεργαζόμενων χονδρεμπορικών επιχειρήσεων. Περαιτέρω, τα κανάλια διανομής μπορούν να θεωρηθούν αλληλένδετα καθότι τα αποτελέσματα οποιασδήποτε πρακτικής στο χονδρεμπορικό κανάλι αντανακλώνται στο λιανεμπορικό. Επιπρόσθετα αναφέρεται ότι η από μέρους της Friesland χρήση χονδρεμπορικών καναλιών διάθεσης των προϊόντων της είναι αναγκαία, κυρίως λόγω του υψηλού κόστους διανομής των προϊόντων της στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας. Όπως παραδέχεται και ο [...] <sup>156</sup>. Περαιτέρω, η σημασία που καταλαμβάνει το χονδρεμπορικό κανάλι διανομής αποτυπώνεται και σε εσωτερικά έγγραφα της Friesland <sup>157</sup>. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι [...] <sup>158</sup>.

70) Εξ άλλου, δεν μπορεί να παραβλεφθεί ότι η ζήτηση των καταναλωτών, όπως εκφράζεται μέσω των τελικών σημείων πώλησης, αναμφίβολα αντανακλάται και στα προηγούμενα στάδια πώλησης, ήτοι στο χονδρεμπόριο. Ως εκ τούτου, ανεξάρτητα της πιθανής εμπορικής πολιτικής της εκάστοτε παραγωγού/προμηθεύτριας εταιρίας, αναφορικά με τη διάθεση και διανομή των προϊόντων της (π.χ. μέσω απευθείας πωλήσεων ή μέσω χονδρεμπόρων ή αντιπροσώπων/συνεργατών), η απήχηση και

---

2005/3.4.2017, 3042/26.5.2017, 2195/10.4.2017, 2358/21.4.2017, 2371/21.4.2017, 2272/12.4.2017 και 2414/25.4.2017 επιστολές των ως άνω εταιριών αντίστοιχα).

<sup>155</sup> Επικουρικά αναφέρεται ότι βάσει των στοιχείων πωλήσεων συμπυκνωμένου, παιδικού γάλακτος και κρέμας γάλακτος που προσκόμισε η ΔΕΛΤΑ με την υπ' αριθ. πρωτ. 2958/13.5.2015 επιστολή της, οι πωλήσεις συμπυκνωμένου γάλακτος που αφορούν στην επαγγελματική αγορά αποσπούν λιγότερο από το [...] των συνολικών πωλήσεων συμπυκνωμένου γάλακτος που πραγματοποίησε η εταιρία κατά τα έτη 2007-2014.

<sup>156</sup> Βλ. την από 15.3.2018 ανωμοτί κατάθεση του [...] που λήφθηκε στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της Friesland.

<sup>157</sup> Βλ. και Ενότ. VIII.

<sup>158</sup> Ειδικότερα, βλ. το μηχανογραφημένο έγγραφο με τίτλο [...] και ημερομηνία σύνταξης εντός του Απριλίου 2008 που εντοπίστηκε στα ηλεκτρονικά αρχεία κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 16.9.2008 στην Friesland. [...]. Ειδικότερα, στο εν λόγω έγγραφο αναφέρεται ότι [...].

ζήτηση των σημάτων της στους τελικούς καταναλωτές διαμορφώνει εν τέλει και την αναγκαιότητα των χονδρεμπόρων να συνεργάζονται μαζί της. Με άλλα λόγια, ένα «must have» σήμα για το τελικό σημείο πώλησης αποτελεί ταυτόχρονα και «must have» σήμα για τον «ενδιάμεσο» χονδρέμπορο, ειδάλως θα στερείται σημαντικού τμήματος των ζητούμενων από τους πελάτες του (λιανοπωλητές) σημάτων. Ωστόσο, στην εξεταζόμενη περίπτωση αυτό που ιδίως εντοπίζεται είναι ότι η Friesland δεν αποτελεί αναπόφευκτο εμπορικό εταίρο των αλυσίδων σούπερ μάρκετ, οι οποίες συνιστούν τον βασικό δίαυλο διανομής για όλα τα γαλακτοκομικά προϊόντα της. Αντίθετα, αυτό που προκύπτει από τα διαθέσιμα στοιχεία είναι ότι καθεμία από τις μεγάλες αυτές αλυσίδες (ΑΒ, Σκλαβενίτης κλπ) αντιπροσωπεύει περίπου 20% του τζίρου της Friesland ενώ αντίστοιχα η εν λόγω εταιρία αντιπροσωπεύει μόλις ένα ποσοστό της τάξεως του 0,5% περίπου του συνολικού τζίρου της αλυσίδας. Υπό αυτή την έννοια καθίσταται σαφές ότι ειδικά οι μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ είναι εκείνες που τελικά αποτελούν αναπόφευκτο εμπορικό εταίρο της Friesland και όχι το αντίστροφο, γεγονός που αντικατοπτρίζεται πέραν πάσης αμφιβολίας στη μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη που διαθέτουν απέναντι στην Friesland<sup>159</sup> τα εν λόγω σούπερ μάρκετ (αλυσίδες).

- 71) Κάποιοι από τους συνεργάτες δικτύου και τις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις που συνεργάζονται με τη Friesland, οι οποίοι επέλεξαν εξ αρχής να συνεργαστούν με την ελεγχόμενη λόγω του σήματός της και της υψηλής ζήτησης των προϊόντων της ανέφεραν σχετικά τα εξής: Ειδικότερα, ο εκπρόσωπος της [...] αναφέρει ότι «[η] επιλογή της Friesland έγινε λόγω ηχηρού brand name»<sup>160</sup>, παράγοντας που ήταν καθοριστικός και για την [...], καθώς, σύμφωνα με τον εκπρόσωπό της, η επιλογή της προμηθεύτριας γαλακτοπαραγωγού εταιρίας γίνεται «[β]άσει του ονόματος του προμηθευτή, του μεγέθους του, της γκάμας των προϊόντων και του πελατολογίου του»<sup>161</sup>. Κατά τον εκπρόσωπο της [...] <sup>162</sup> η επιλογή της προμηθεύτριας Friesland οφείλεται στις «ανάγκες της αγοράς. Η αναγνωρισιμότητα του brand name για αυτό το έχω στην γκάμα μου. Λαμβάνω υπόψη μου τον ανταγωνισμό», άποψη που συνάδει και με τη θέση της [...], σύμφωνα με τον εκπρόσωπο της οποίας: «Το όνομα και η φερεγγυότητα της Friesland, η ζήτηση των προϊόντων, η ποιότητα των προϊόντων με οδήγησαν στο να την επιλέξω και συνεργάζομαι μέχρι σήμερα»<sup>163</sup>. Στο ίδιο σκεπτικό με τους ανωτέρω, ο εκπρόσωπος της [...] αναφέρει ότι «[ο] λόγος που επιλέξαμε τη Friesland ήταν η αναγνωρισιμότητα και η καλή ποιότητα των προϊόντων»<sup>164</sup> ενώ τέλος ο εκπρόσωπος της [...], αναφερόμενος στην επιλογή της Friesland ως προμηθεύτριας εταιρίας, σημειώνει ότι «[τ]ην επιλογή μας την βασίζαμε στο εμπορικό σήμα της προμηθεύτριας εταιρείας»<sup>165</sup>.

<sup>159</sup> Βλ. και παρ. 42 συμπληρωματικού υπομνήματος Friesland [αριθ. πρωτ. 834/14.12.2018].

<sup>160</sup> Βλ. την από [...] ανωμοτί κατάθεση του εκπροσώπου της [...] που λήφθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της εταιρίας.

<sup>161</sup> Βλ. την από [...] ανωμοτί κατάθεση του εκπροσώπου της [...] που λήφθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της εταιρίας.

<sup>162</sup> Βλ. την από [...] ανωμοτί κατάθεση του εκπροσώπου της [...] που λήφθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της εταιρίας.

<sup>163</sup> Βλ. την από [...] ανωμοτί κατάθεση του εκπροσώπου της [...] που λήφθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της εταιρίας.

<sup>164</sup> Βλ. την από [...] ανωμοτί κατάθεση του εκπροσώπου της [...] που λήφθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της εταιρίας.

<sup>165</sup> Βλ. την από [...] ανωμοτί κατάθεση του εκπροσώπου της [...] που λήφθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της εταιρίας.



- 72) Ορθώς παρατηρήθηκε, ωστόσο, κατά τη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας ότι εάν το ΝΟΥΝΟΥ ήταν «must have» σήμα με την έννοια που του αποδίδεται στην Εισηγήση, «δεν θα μπορούσε κανένα σημείο να μην έχει ΝΟΥΝΟΥ, κάτι το οποίο δεν ισχύει. Απόδειξη αποτελεί η αλυσίδα LIDL, η οποία καθ' όλη την 20ετή δραστηριοποίησή της στην Ελλάδα δεν συνεργάστηκε με την Εταιρεία (Friesland) και δεν διέθετε προϊόντα ΝΟΥΝΟΥ στα καταστήματά της - τουλάχιστον μέχρι τον περασμένο Σεπτέμβριο. Εντούτοις, αυτό δεν την εμπόδισε να είναι από τις πλέον ανερχόμενες αλυσίδες σούπερ μάρκετ, με συνεχή ανάπτυξη και κέρδη μεριδίων στην ελληνική αγορά»<sup>166</sup>. Ως εκ τούτου, η αναφορά και μόνο σε «ηχηρό» σήμα από ορισμένους συνεργάτες και χονδρεμπόρους δεν αρκεί από μόνη της, ώστε να προσδώσει στο σήμα ΝΟΥΝΟΥ το χαρακτήρα «must have», ασχέτως αν το συγκεκριμένο σήμα σαφώς είναι αναγνωρίσιμο. Σε κάθε περίπτωση, ακόμη και αν υποθεθεί ότι η Friesland διαθέτει σήμα που είναι «must have», ο ορισμός ενός σήματος ως «must have» δεν είναι ικανός από μόνος του να προσδώσει σε μία επιχείρηση το χαρακτηρισμό της δεσπόζουσας, αλλά απαιτούνται και άλλα κριτήρια<sup>167</sup>.

#### IV.2 ΣΧΕΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

- 73) Σύμφωνα με την άποψη της Friesland, για όλα τα προϊόντα που έχουν διάρκεια ζωής στο **ράφι** (όχι τα προϊόντα ψυγείου) μεγαλύτερη των επτά (7) ημερών, η σχετική γεωγραφική αγορά είναι η ευρωπαϊκή και, σε κάθε περίπτωση, ευρύτερη από την ελληνική επικράτεια<sup>168</sup>, καθώς όπως αναφέρει, «[...] εξαιτίας διαφόρων παραγόντων, όπως (α) μακρά διάρκεια ζωής στο ράφι που επιτρέπει μεταφορά από μεγαλύτερες αποστάσεις, (β) ευρέως ομοειδές προϊόν, (γ) σημαντική διείσδυση της Ελληνικής αγοράς από αλλοδαπούς προμηθευτές. Ομοίως, με εξαίρεση την αγορά λευκών τυριών, όπου υπάρχει ισχυρή προτίμηση για Ελληνική φέτα, στα κίτρινα τυριά η σχετική γεωγραφική αγορά είναι η Ευρωπαϊκή και σε κάθε περίπτωση, ευρύτερη της Ελληνικής επικράτειας»<sup>169</sup>.
- 74) Ως προς την οριοθέτηση της σχετικής γεωγραφικής αγοράς, η Επιτροπή Ανταγωνισμού στις πιο πρόσφατες αποφάσεις της<sup>170</sup>, έχει κρίνει ότι για όλες τις ανωτέρω υπό IV.1.1 σχετικές προϊόντικές αγορές ως σχετική γεωγραφική αγορά, θεωρείται το σύνολο της ελληνικής επικράτειας, νοουμένου ότι εντός της ελληνικής επικράτειας αναπτύσσονται επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες αναφορικά με τη δραστηριότητα των εταιριών παραγωγής και εμπορίας των ανωτέρω γαλακτοκομικών προϊόντων. Συναφώς, όπως άλλωστε χαρακτηριστικά επισημαίνει η DANONE, [...]»<sup>171</sup>. Αντίστοιχα, η συντριπτική πλειοψηφία των σχετικά ερωτηθεισών εταιριών παραγωγής και εμπορίας γαλακτοκομικών προϊόντων, εκτιμά ότι η σχετική

<sup>166</sup> Βλ. παρ. 41 συμπληρωματικού υπομνήματος Friesland [αριθ. πρωτ. 834/14.12.2019].

<sup>167</sup> Βλ. ανάλυση στη συνέχεια.

<sup>168</sup> Προς την ίδια κατεύθυνση κινείται και η άποψη της εταιρίας ΓΚΑΤΕΝΙΟ ΔΣ & ΥΙΟΣ ΑΕ. Συγκεκριμένα στην υπ' αριθ. πρωτ. 2757/5.5.2015 επιστολή της, η εν λόγω εταιρία αναφέρει: «Δεδομένου ότι η Ελλάδα είναι κατά βάση εισαγωγική στα γαλακτοκομικά προϊόντα, οι δε βασικοί παραγωγοί εδράζονται σε άλλα κράτη-μέλη της Ε.Ε., κρίνουμε ότι η γεωγραφική αγορά είναι η ενωσιακή». Επιπλέον, η ίδια εταιρία συμπληρώνει ότι αυτό ισχύει ειδικότερα για τις επιμέρους αγορές: γάλα μακράς διάρκειας, συμπυκνωμένο, παιδικό και σοκολατούχο γάλα, γάλα με προσθήκη καφέ, επιδόρπια με βάση το γάλα και κρέμα γάλακτος, διευκρινίζοντας ότι η άποψή της είναι εμπορική και όχι επιστημονικά τεκμηριωμένη.

<sup>169</sup> Βλ. αντίστοιχα την υπ' αριθ. πρωτ. 4579/20.6.2014 επιστολή της Friesland. Τις εν λόγω επιφυλάξεις της ως προς την οριοθέτηση σχετικών προϊόντικών και γεωγραφικών αγορών επικαλέστηκε και σε επόμενη επιστολή της (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή της Friesland).

<sup>170</sup> Βλ. τις υπ' αριθ. 515/VI/2011, 598/2014 και 650/2017 Αποφάσεις της ΕΑ.

<sup>171</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2371/21.4.2017 απαντητική επιστολή της DANONE.

γεωγραφική αγορά είναι η ελληνική επικράτεια<sup>172</sup> για κάθε μία εκ των ανωτέρω σχετικών προϊόντικών αγορών, ενώ κάποιες εταιρίες εκτιμούν ότι θα μπορούσε να οριστεί και ακόμα στενότερα<sup>173</sup>. Επιπλέον, με την άποψη της ΕΑ αναφορικά με τον καθορισμό της γεωγραφικής αγοράς συντάσσονται και τα σχετικά ερωτηθέντα σούπερ μάρκετ<sup>174</sup>.

- 75) Η οριοθέτηση της σχετικής γεωγραφικής αγοράς ως το σύνολο της ελληνικής επικράτειας ενισχύεται περαιτέρω, εάν ληφθούν υπόψη οι απαντήσεις των ερωτηθεισών εταιριών παραγωγής και εμπορίας γαλακτοκομικών προϊόντων επί του ενδεχόμενου επέκτασης της δραστηριότητάς τους σε γειτονική γεωγραφική περιοχή, εφόσον στην περιοχή αυτή αυξανόταν μόνιμα η τιμή πώλησης των προϊόντων τους κατά 5%-10%. Συγκεκριμένα, πλην της ελεγχόμενης (η οποία συνυπολογίζει διάφορους παράγοντες για την επέκτασή της)<sup>175</sup> και μίας ακόμη εταιρίας<sup>176</sup>, η πλειοψηφία των εταιριών υπογράμμισε ότι η τιμή δεν αποτελεί το μοναδικό παράγοντα που πρέπει να ληφθεί υπόψη σε ένα τέτοιο ενδεχόμενο, καθώς το απαιτούμενο μεταφορικό κόστος είναι πιθανό να καταστήσει ασύμφορη μια τέτοια στρατηγική<sup>177</sup>. Μάλιστα, δεν έλειψαν και οι εταιρίες που θεώρησαν εξ αρχής άπιθανο να επεκταθούν σε γεωγραφικές περιοχές πέραν της ελληνικής επικράτειας<sup>178</sup>. Εξ

<sup>172</sup> Για παράδειγμα, η ΦΑΓΕ στην υπ' αριθ. πρωτ. 2326/20.4.2017 επιστολή της αναφέρει ότι «ως σχετική γεωγραφική αγορά σε κάθε περίπτωση θα πρέπει να ληφθεί η ελληνική επικράτεια». Σύμφωνα με την οριοθέτηση της ελληνικής επικράτειας ως σχετικής γεωγραφικής αγοράς τάσσονται και οι εταιρίες ΟΠΤΙΜΑ (υπ' αριθ. πρωτ. 2128/6.4.2017 επιστολή), ΚΡΙ ΚΡΙ (υπ' αριθ. πρωτ. 2292/18.4.2017 επιστολή), ΓΙΩΤΗΣ ΑΕ (υπ' αριθ. πρωτ. 2005/3.4.2017 επιστολή), NESTLE (υπ' αριθ. πρωτ. 1915/29.3.2017 επιστολή), ο Συνεταιρισμός ΘΕΣΓάλα (υπ' αριθ. πρωτ. 1863/28.3.2017 επιστολή), η ΝΕΟΓΑΛ (υπ' αριθ. πρωτ. 2195/10.4.2017 επιστολή), η ΕΒΟΛ (υπ' αριθ. πρωτ. 2414/25.4.2017 επιστολή), η ΤΡΙΚΚΗ (υπ' αριθ. πρωτ. 2358/21.4.2017 επιστολή), η ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ (υπ' αριθ. πρωτ. 2202/10.4.2017 επιστολή) και η ΔΩΔΩΝΗ (υπ' αριθ. πρωτ. 2272/12.4.2017 επιστολή). Υπέρ του συνόλου της ελληνικής επικράτειας ως σχετικής γεωγραφικής αγοράς τάσσεται και η ΔΕΛΤΑ (βλ. σκ. 173, 231, 271 και 342 της υπ' αριθ. 598/2014 Απόφασης ΕΑ).

<sup>173</sup> Για παράδειγμα η ΣΕΡΓΑΛ στην υπ' αριθ. πρωτ. 2277/12.4.2017 επιστολή της αναφέρει ότι «θεωρούμε ότι για την γεωγραφική οριοθέτηση της αγοράς προμήθειας νωπού γάλακτος πρέπει να ληφθεί υπόψη μια στενότερη γεωγραφική οριοθέτηση π.χ. ανά νομό της χώρας επειδή έτσι υπάρχει πιο έγκυρη ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού και γίνεται ταυτόχρονα τόνωση της τοπικής γαλακτοπαραγωγής».

<sup>174</sup> Βλ. επιστολές με αριθ. πρωτ. 2160/7.4.2017 της ΑΛΦΑ-ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ, [...], 2347/21.4.2017 της ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ, 2360/21.4.2017 της Ι. & Σ. ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ ΑΕΕ. Σημειώνεται ότι η ΠΕΝΤΕ ΑΕ με την υπ' αριθ. πρωτ. 2269/12.4.2017 επιστολή της, συμφωνεί με τον προσδιορισμό της γεωγραφικής αγοράς και επισημαίνει ότι «Επίσης θα πρέπει να ληφθούν υπόψη και οι ιδιαιτερότητες ανά περιοχή, η προτίμηση των καταναλωτών στις τοπικού χαρακτήρα επιχειρήσεις».

<sup>175</sup> Σύμφωνα με τη Friesland, «[δ]εν αποκλείουμε να επεκταθούμε σε γειτονικές γεωγραφικές περιοχές εάν ελκυστικοί παράγοντες (πχ τιμή, ρυθμοί ανάπτυξης, γεωγραφική θέση στρατηγικής σημασίας κλπ) διαμορφωθούν στις περιοχές αυτές» (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2522/2.5.2017 επιστολή της εταιρίας).

<sup>176</sup> Συγκεκριμένα, η ΣΤΑΜΟΥ αναφέρει ότι «[θ]α το εξετάζαμε θετικά» το ενδεχόμενο επέκτασης σε έτερη γεωγραφική περιοχή αν σε αυτή αυξάνονταν οι τιμές των γαλακτοκομικών προϊόντων κατά 5%-10% (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 3042/26.5.2017 απάντηση της εταιρίας).

<sup>177</sup> Για παράδειγμα, [...].

<sup>178</sup> [...]. Χαρακτηριστική είναι και η απάντηση της ΦΑΓΕ, η οποία απαντώντας στο ίδιο ερώτημα αναφέρει ότι «[η] ΦΑΓΕ διαθέτει ένα εκτεταμένο δίκτυο διανομής των προϊόντων της με επακόλουθο την αποτελεσματική κάλυψη όλης της ελληνικής επικράτειας. Έτσι, η ΦΑΓΕ προσφέρει σήμερα τα προϊόντα της σε όλους τους Έλληνες καταναλωτές παρέχοντας ουσιαστικά πλήρη γεωγραφική κάλυψη» (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2326/20.4.2017 απαντητική επιστολή της ΦΑΓΕ), υπονοώντας ότι για το σύνολο των παραγόμενων από την ίδια προϊόντων η γεωγραφική αγορά δεν ξεπερνά τα όρια της ελληνικής επικράτειας. Κατά τη DANONE, η επέκτασή της εκτός ελληνικής επικράτειας σε περίπτωση αύξησης των τιμών σε γειτονικές περιοχές αποτελεί «μη εφαρμοστέα» περίπτωση (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2371/21.4.2017 επιστολή της εταιρίας). Τέλος, στην υπ' αριθ. πρωτ. 2005/3.4.2017 επιστολή της η ΓΙΩΤΗΣ σημειώνει ότι «[η] γεωγραφική κάλυψη των προϊόντων [...] είναι πανελλαδική άρα η μεταβολή

άλλου, το υψηλό κόστος μεταφοράς αναγνωρίζεται και από την ίδια τη Friesland [...] <sup>179</sup>. Συνεπώς, δεν μπορεί να θεωρηθεί πιθανή η άμεση και αποτελεσματική επέκτασή της σε γειτονική γεωγραφική περιοχή, καθώς αυτό θα απαιτούσε χρόνο και υψηλό κόστος σύστασης, οργάνωσης και διαχείρισης δικτύου αντιπροσώπων και χονδρεμπόρων.

- 76) Κατόπιν των ανωτέρω, στην υπό κρίση υπόθεση, για την κάθε μία εκ των ανωτέρω υπό IV.1.1 σχετικών προϊόντων αγορών, ως σχετική γεωγραφική αγορά δύναται καταρχάς να θεωρηθεί το σύνολο της ελληνικής επικράτειας <sup>180</sup>, όπου αναπτύσσεται το δίκτυο και η δραστηριότητα της Friesland και των ανταγωνιστών της και όπου οι δραστηριοποιούμενες γαλακτοκομικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν ομοιογενείς συνθήκες ζήτησης και μεταξύ τους ανταγωνισμού.

## V. ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΑΓΟΡΩΝ – ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ

- 77) Εν συνεχεία παρατίθενται βασικές πληροφορίες για κάθε μία εκ των υπό την ενότητα IV.1.1 ορισθεισών σχετικών αγορών προϊόντος και παρατίθενται τα μερίδια αγοράς που συγκεντρώνουν οι σχετικά δραστηριοποιούμενες εταιρίες.

### V.1 Η ΑΓΟΡΑ ΣΥΜΠΥΚΝΩΜΕΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

- 78) Στην αγορά του συμπυκνωμένου γάλακτος περιλαμβάνονται το λευκό γάλα εβαπορέ (κοινό και τροποποιημένο), το οποίο έχει υποστεί συμπύκνωση με ή χωρίς μείωση των λιπαρών του και το συμπυκνωμένο ζαχαρούχο, το οποίο έχει υποστεί συμπύκνωση και κορεσμό με ζάχαρη <sup>181</sup>. Στην εν λόγω αγορά **δεν** περιλαμβάνεται το συμπυκνωμένο γάλα που απευθύνεται σε βρέφη και σε παιδιά ενός έτους και άνω.
- 79) Η συνολική εγχώρια κατανάλωση συμπυκνωμένου γάλακτος (εβαπορέ και ζαχαρούχο), όπως εμφανίζεται και στο παρακάτω Διάγραμμα 1, παρουσιάζει πτωτική τάση από το 2010 έως και το 2014. Στο εν λόγω διάγραμμα αντικατοπτρίζονται μεγέθη που προορίζονται τόσο για επαγγελματική (καφετέριες, ζαχαροπλαστεία κλπ) όσο και για οικιακή κατανάλωση. Η εν λόγω πτώση προέρχεται, σύμφωνα με τη μελέτη της ICAP <sup>182</sup>, από τη μείωση της κατανάλωσης στο επαγγελματικό κανάλι, ενώ στη λιανική αγορά (super markets) δεν παρουσιάζονται σημαντικές διακυμάνσεις <sup>183</sup>.

### Διάγραμμα 1

[...]

---

*της τιμής κατά 5-10% σε γειτονική περιοχή δεν θα είχε κανένα απολύτως αποτέλεσμα στην γεωγραφική παρουσία των προϊόντων της εταιρείας».*

<sup>179</sup> Όπως προαναφέρθηκε, [...], αναγνωρίζει στην από 15.3.2018 κατάθεσή του ότι [...].

<sup>180</sup> Σε ό,τι αφορά όμως ειδικά το συμπυκνωμένο γάλα, αλλά και τις κρέμες γάλακτος μακράς διάρκειας, η αγορά θα πρέπει να οριοθετηθεί ευρύτερα για τους λόγους που θα αναλυθούν στη συνέχεια.

<sup>181</sup> Βλ. τις υπ' αριθ. 515/VI/2011, 598/2014 και 650/2017 Αποφάσεις της ΕΑ.

<sup>182</sup> Βλ. Κλαδική Μελέτη ICAP «Γαλακτοκομικά Προϊόντα», Νοέμβριος 2014, σελ. 159 και 167. Σύμφωνα με την ICAP, η οποία επικαλείται «εκτιμήσεις» της αγοράς, υψηλό μερίδιο κατανάλωσης συμπυκνωμένου γάλακτος απορροφάται από την επαγγελματική χρήση. Σε επόμενο δε σημείο της ανάλυσής της, η ICAP αναφέρει ότι «[ε]κτιμάται ότι η εν λόγω αγορά συμπυκνωμένου γάλακτος είναι μοιρασμένη μεταξύ επαγγελματικής και οικιακής χρήσης».

<sup>183</sup> Ενδεικτικά, σύμφωνα με την Κλαδική Μελέτη «Γαλακτοκομικά Προϊόντα» για το 2014 στο κανάλι λιανικής, προβλεπόταν ότι θα υπάρξει μία μικρή πτώση του [...].

Πηγή: Κλαδική Μελέτη ICAP «Γαλακτοκομικά Προϊόντα», Νοέμβριος 2014

- 80) Στην εν λόγω σχετική αγορά ως έχει σήμερα διαμορφωθεί, οι δραστηροποιούμενες εταιρίες διανέμουν και εμπορεύονται ως επί το πλείστον εισαγόμενο συμπυκνωμένο γάλα, όπως εξάλλου πράττει και η [...] <sup>184</sup>. Παράλληλα αλυσίδες σούπερ μάρκετ διαθέτουν προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, τα οποία, όπως σημειώνει η ICAP στην κλαδική μελέτη της, θεωρούνται αρκετά ανταγωνιστικά σε σχέση με τα «επώνυμα» συμπυκνωμένα γάλατα, κυρίως λόγω χαμηλότερης τιμής <sup>185</sup>.
- 81) Σύμφωνα με την έρευνα της Υπηρεσίας, ο αριθμός των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην εν λόγω αγορά είναι σχετικά περιορισμένος, καθώς πλην της ελεγχόμενης δραστηριοποιούνται μόνο η ΔΕΛΤΑ <sup>186</sup> (κατόπιν απόσχισης κλάδου βιομηχανικής παραγωγής του εβαπορέ γάλακτος και του σήματος ΒΛΑΧΑΣ από τη NESTLE στον Όμιλο Vivartia το 2006 <sup>187</sup>) και μικρές εταιρίες όπως η ΟΠΤΙΜΑ <sup>188</sup>, η ΓΚΑΤΕΝΙΟ <sup>189</sup> και η LEADER <sup>190</sup>. Ως εκ τούτου, η όποια ανταγωνιστική πίεση δύναται να ασκήσουν αναμένεται να είναι ασθενής. Σε ό,τι αφορά τα συμπυκνωμένα γάλατα ιδιωτικής ετικέτας που διαθέτουν κάποιες αλυσίδες σούπερ μάρκετ <sup>191</sup>, σημειώνεται ότι η παρουσία τους κατά το μεγαλύτερο εκ του εξεταζόμενου διαστήματος ήταν ασθενής, ωστόσο η θέση τους στην αγορά αρχίζει να ισχυροποιείται τα τελευταία έτη <sup>192</sup>. Μάλιστα, είναι πιθανό οι δραστηροποιούμενες με «επώνυμα» προϊόντα εταιρίες να είναι και αυτές που τροφοδοτούν τα σούπερ μάρκετ με προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας: όπως χαρακτηριστικά αναφέρει η Friesland, [...] <sup>193</sup>, ενώ η εταιρία λειτουργίας σούπερ μάρκετ ΑΒ Βασιλόπουλος διευκρινίζει ότι μία εκ των εταιριών που την τροφοδοτεί με συμπυκνωμένο γάλα για το προϊόν ιδιωτικής ετικέτας της (με το σήμα ΑΒ) είναι η [...] <sup>194</sup>.

<sup>184</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2522/2.5.2017 απαντητική επιστολή της ελεγχόμενης σύμφωνα με την οποία [...].

<sup>185</sup> Βλ. σελ. 160 της κλαδικής μελέτης της ICAP στα «Γαλακτοκομικά Προϊόντα» που εκδόθηκε το Νοέμβριο 2014. Την εν γένει αύξηση τα τελευταία έτη των ανταγωνιστικών πιέσεων από τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας έχουν σημειώσει και εταιρίες παραγωγής και εμπορίας γαλακτοκομικών προϊόντων (βλ. Ενότ. ΙΙΙ της παρούσας).

<sup>186</sup> Με τα εμπορικά σήματα ΒΛΑΧΑΣ ΔΕΛΤΑ και ΔΕΛΤΑ ΕASY. Σημειώνεται ότι για τα έτη πριν από το 2006 το σήμα ΒΛΑΧΑΣ, εμπορευόταν η εταιρία NESTLE ΕΛΛΑΣ Α.Ε. Σύμφωνα με την εν λόγω εταιρία (βλ. επιστολή με αριθ. πρωτ. 4854/2.7.2014) «Η δραστηριότητά μας στον κλάδο του εβαπορέ και σοκολατούχου γάλακτος έχει ουσιαστικά αδρανήσει μετά την κατά το έτος 2006 απόσχιση του κλάδου βιομηχανικής παραγωγής και την μεταβίβαση του σήματος ΒΛΑΧΑΣ στον Όμιλο Vivartia».

<sup>187</sup> Βλ. σχετικά και υπ' αριθ. πρωτ. 4854/2.7.2014 απαντητική επιστολή της NESTLE.

<sup>188</sup> Με το εμπορικό σήμα ADORO.

<sup>189</sup> Η εν λόγω εταιρία από το 2002 δεν εμπορεύεται συμπυκνωμένο γάλα σε μεταλλική συσκευασία, αλλά σε χάρτινη. Τα εμπορικά της σήματα είναι τα εξής: VITAMILK, MOS, ΚΡΙΝΟΣ, FRANCELAIT.

<sup>190</sup> Με το εμπορικό σήμα OLDENBURGER.

<sup>191</sup> Σύμφωνα με στοιχεία που προσκόμισε η Friesland με την υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της, καθώς και από τις επιστολές που προσκόμισαν τα super market, τα συμπυκνωμένα γάλατα ιδιωτικής ετικέτας είναι τα εξής: 1. ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ (εμπορικό σήμα: ΑΒ, PRIVA), 2. ΕΝΑ CASH & CARRY (εμπορικό σήμα: PRIVA), 3. ΜΑΚΡΟ (εμπορικά σήματα: ΑΡΟ, FINE FOOD), 4. ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ (εμπορικό σήμα: ΠΙΕΣΤΟ), 5. ΜΥ MARKET (εμπορικό σήμα: ΑΛΤΑ), 6. ΜΕΤΡΟ C&C (εμπορικό σήμα: ΑΛΤΑ GUSTO), 7. ΓΑΛΑΞΙΑΣ (εμπορικό σήμα: ΓΑΛΑΞΙΑΣ), 8. ΜΑΣΟΥΤΗΣ (εμπορικό σήμα: MR. GRAND), 9. LIDL (εμπορικό σήμα: ΓΑΛΠΟ).

<sup>192</sup> Σύμφωνα με την ICAP η θέση των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας ενισχύεται, ωστόσο για την αγορά του συμπυκνωμένου γάλακτος η ICAP, επικαλούμενη εκτιμήσεις των παικτών της αγοράς, αναφέρει ότι το «αυξημένο» αποσπώμενο μερίδιό τους για το έτος 2013 διαμορφώνεται στο [...] (βλ. κλαδική μελέτη ICAP στα «Γαλακτοκομικά Προϊόντα», Νοέμβριος 2014).

<sup>193</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 4579/20.6.2014 απαντητική επιστολή της Friesland.

<sup>194</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2160/7.4.2017 απαντητική επιστολή της ΑΒ Βασιλόπουλος [...].

- 82) Η ελεγχόμενη δραστηριοποιείται στην εν λόγω αγορά με τα εμπορικά σήματα NOYNOY και FRISIAN COW, το οποίο σύμφωνα με τα προεκτεθέντα αλλά και με στοιχεία που παραθέτει η Friesland στην ιστοσελίδα της, απευθύνεται κυρίως στην επαγγελματική αγορά. Επικουρικά αναφέρεται ότι οι πωλήσεις που πραγματοποίησε η εταιρία στα προϊόντα συμπυκνωμένου γάλακτος για τα έτη 2009-2017, βάσει των στοιχείων που η ίδια προσκόμισε<sup>195</sup>, έχουν ως εξής:

Έτος	Κύκλος εργασιών συμπυκνωμένου γάλακτος
2009	[...]
2010	[...]
2011	[...]
2012	[...]
2013	[...]
2014	[...]
2015	[...]
2016	[...]
2017	[...]
<b>Σύνολο ετών 2009-2017</b>	[...]

#### V.1.1 Μεριδία αγοράς συμπυκνωμένου γάλακτος

- 83) Στον ακόλουθο πίνακα παρατίθενται τα μερίδια αγοράς (σε όρους όγκου) των δραστηριοποιούμενων επιχειρήσεων στην εν λόγω αγορά, όπως αυτά προσκομίστηκαν από τη Friesland<sup>196</sup>.

Μεριδία αγοράς συμπυκνωμένου γάλακτος <sup>197</sup> , 2005-2017	
ΕΤΟΣ	Σε όρους όγκου

<sup>195</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 4325/10.7.2018 απαντητική επιστολή της Friesland. Οι εν λόγω πωλήσεις δεν περιλαμβάνουν εξαγωγές.

<sup>196</sup> Βλ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 3306/24.5.2018 και 1640/12.3.2018 επιστολές της Friesland. Υπογραμμίζεται ότι όλοι οι υπολογισμοί μεριδίων στις σχετικές αγορές που παραθέτει η Friesland στηρίζονται στα στοιχεία της IRI. Σύμφωνα με τις ως άνω επιστολές, η IRI τηρεί στοιχεία πωλήσεων που πραγματοποιήθηκαν από: «*Geography: Mainland & Crete. Channels: S/H Markets with 2 or more cashiers - Traditional Food Stores - Convenience Stores*». Η εταιρία είχε προσκομίσει μερίδια αγοράς βάσει όγκου μέχρι και το έτος 2014 στο πλαίσιο προηγούμενης απαντητικής επιστολής της (υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015) τα οποία επικαιροποίησε με τις ως άνω μεταγενέστερες επιστολές της. Σημειώνεται ότι και στις προηγούμενες επιστολές της η Friesland συγκεντρώνει [...] μερίδια αγοράς στο συμπυκνωμένο γάλα. Διευκρινίζεται ότι η εταιρία έχει χρησιμοποιήσει για τους υπολογισμούς των μεριδίων αγοράς στοιχεία από την IRI.

<sup>197</sup> Όπως σημειώνει η εταιρία στην υπ' αριθ. πρωτ. 1640/12.3.2018 επιστολή της, τα εν λόγω μεγέθη δεν περιλαμβάνουν τις πωλήσεις σε ζαχαρούχο συμπυκνωμένο γάλα, καθώς δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία.

	FRIESLAND	ΔΕΛΤΑ	ΛΟΙΠΟΙ <sup>198</sup>
2005	55-65%	25-35%	25-35%
2006	55-65%	25-35%	25-35%
2007	55-65%	15-25%	25-35%
2008	55-65%	15-25%	25-35%
2009	55-65%	15-25%	25-35%
2010	55-65%	15-25%	25-35%
2011	55-65%	10-15%	25-35%
2012	55-65%	10-15%	25-35%
2013	55-65%	10-15%	25-35%
2014	45-55%	10-15%	25-35%
2015	55-65%	10-15%	25-35%
2016	55-65%	10-15%	25-35%
2017	55-65%	10-15%	25-35%

Πηγή: Friesland (IRI)

- 84) Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του ανωτέρω πίνακα, σε όρους όγκου μεριδίων αγοράς, η Friesland συγκεντρώνει στην αγορά συμπυκνωμένου γάλακτος, κατά τα έτη 2005-2017, σταθερά περισσότερο από το [...] της αγοράς, με τη δεύτερη κατά σειρά εταιρία ΔΕΛΤΑ να ακολουθεί με σημαντικά μικρότερα, και μειούμενα διαχρονικά, μερίδια αγοράς (από [...] το έτος 2005 σε [...] το 2017). Επίσης, όπως προκύπτει από τα στοιχεία, η ενίσχυση του μεριδίου αγοράς των λοιπών εταιριών που καταγράφεται στη διάρκεια της περιόδου 2009 – 2017, δεν επηρέασε τη Friesland, η οποία διατήρησε τη θέση της στην αγορά. Αναφορικά με τα προηγούμενα έτη, σύμφωνα με εκτιμήσεις της Friesland<sup>199</sup>, «δεν υφίστανται σημαντικοί λόγοι διαφοροποίησης του ύψους των μεριδίων της εταιρίας μας κατά τα έτη 1996-2004, συγκριτικά με τα επόμενα έτη».
- 85) Τα ως άνω μερίδια επιβεβαιώνονται και από τα προσκομισθέντα στοιχεία της [...] ανταγωνίστριας, [...], η οποία παραθέτοντας τους υπολογισμούς της βάσει της IRI, καταλήγει ότι το μερίδιο αγοράς της Friesland για τα έτη 2011-2014 κυμαίνεται μεταξύ [...] <sup>200</sup> και είναι σταθερά αυξανόμενο. Σε επόμενη επιστολή της η [...] παραθέτει στοιχεία μεριδίων αγοράς και για τα έτη 2015-2017 αντλώντας στοιχεία από τη βάση δεδομένων της A.C. Nielsen βάσει των οποίων η ελεγχόμενη συγκεντρώνει σταθερά περισσότερο από το [...] % της αγοράς <sup>201</sup>. Ως προς τον

<sup>198</sup> Από την έρευνα της ΓΔΑ, διαπιστώθηκε ότι στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιούνται και οι εταιρίες ΟΠΤΙΜΑ, ΓΚΑΤΕΝΙΟ και LEADER. Πιθανόν η Friesland να έχει ενσωματώσει τα μερίδιά τους στους «ΛΟΙΠΟΥΣ».

<sup>199</sup> Συγκεκριμένα, βλ. επιστολή της Friesland με αριθ. πρωτ. 6572/6.11.2015.

<sup>200</sup> Βλ. σχετικά υπ' αριθ. πρωτ. [...] απαντητική επιστολή της [...].

<sup>201</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. [...] επιστολή της [...] η οποία παραθέτει στοιχεία μεριδίων αγοράς στο συμπυκνωμένο γάλα χρησιμοποιώντας για τους υπολογισμούς της τη βάση δεδομένων της Nielsen AC. Σημειώνεται ότι, όπως διευκρινίζεται στο οικείο σημείο της απάντησης της [...], η βάση δεδομένων της A.C. Nielsen τηρεί στοιχεία πωλήσεων που πραγματοποιήθηκαν σε «SM [super markets] + SPT [superettes] + CONVENIENCE + KIOSKS» στο σύνολο της Ελληνικής Επικράτειας. Σύμφωνα με τα παρατιθέμενα μερίδια, η Friesland συγκεντρώνει σε όρους όγκου το 2015 το [...] % της αγοράς συμπυκνωμένου γάλακτος, το 2016 το [...] %, ενώ για το διάστημα του 2017 που είναι διαθέσιμα τα στοιχεία (αρχή έτους μέχρι Ιούλιο 2017) το μερίδιο αγοράς της ελεγχόμενης ανέρχεται σε [...] %. Τα αντίστοιχα μεγέθη σε αξία διαμορφώνονται ως εξής: το 2015 το [...] % της αγοράς συμπυκνωμένου γάλακτος, το 2016 το [...] %, ενώ για το διάστημα του 2017 που είναι διαθέσιμα τα στοιχεία (αρχή έτους μέχρι Ιούλιο 2017) το μερίδιο αγοράς της ελεγχόμενης ανέρχεται σε [...] %.

υπολογισμό των μεριδίων αγοράς των δραστηριοποιούμενων εταιριών σημειώνεται ότι από τις ως άνω εταιρίες, μόνον η [...] και η Friesland προσκόμισαν στοιχεία για τα μερίδια στην αγορά συμπυκνωμένου γάλακτος<sup>202</sup>. Επίσης, η ΓΚΑΤΕΝΙΟ αναγνωρίζει ότι: «Για την περίοδο 1996-2002, το μεγαλύτερο μερίδιο στο πλήρες συμπυκνωμένο γάλα σε μεταλλικές συσκευασίες κατείχε η εταιρία Friesland (μάρκα ΝΟΥΝΟΥ) με δεύτερη την εταιρία Nestle (μάρκα ΒΛΑΧΑΣ)»<sup>203</sup>.

- 86) Σημειώνεται ότι οι ανωτέρω εκτιμήσεις της Friesland, οι οποίες αντλούνται από τους σχετικούς υπολογισμούς της IRI, αφορούν στα μερίδια αγοράς της ίδιας και των ανταγωνιστών της στη λιανική αγορά. Παρόλα αυτά, όπως αναφέρει η Friesland, το [...] των συνολικών πωλήσεων της στα γαλακτοκομικά προϊόντα προορίζονται για τη λιανική αγορά<sup>204</sup> και [...]απευθύνονται στην επαγγελματική, αναλογία η οποία [...]»<sup>205</sup>. Εξ άλλου, και η ΔΕΛΤΑ, η βασική ανταγωνίστρια της Friesland στην εν λόγω αγορά, επισημαίνει σύμφωνα με τις υπ' αριθ. 650/2017 και 598/2014 Αποφάσεις ΕΑ επί γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης ότι «το μέγεθος της επαγγελματικής αγοράς είναι υποπολλαπλάσιο της λιανικής [...], με συνέπεια να καθίσταται εν πολλοίς άσκοπη η χωριστή μελέτη των επιπτώσεων της παρούσας συγκέντρωσης στις δύο υποκατηγορίες προϊόντος»<sup>206</sup>. [...]»<sup>207</sup>, [...]»<sup>208</sup>. Ως εκ τούτου, η ανωτέρω εκτεθείσα εικόνα των μεριδίων αγοράς δεν αναμένεται να διαφοροποιείται ως προς το σύνολο της αγοράς, ήτοι περιλαμβανομένων και των πωλήσεων που απευθύνονται στην επαγγελματική αγορά, γεγονός που επιρρωνύεται και από τους υπολογισμούς που έχουν λάβει χώρα στο πλαίσιο σχετικής έρευνας της Υπηρεσίας. Σε κάθε δε περίπτωση, και όπως ήδη έχει επισημανθεί αναφορικά με την επαγγελματική αγορά, με βάση υπολογισμούς της ΕΑ, βάσει των διαθέσιμων στοιχείων πωλήσεων αποκλειστικά για το συμπυκνωμένο γάλα FRISIAN COW, που αναμφίβολα υποτιμούν το πραγματικό μερίδιο της Friesland καθώς, όπως ήδη έχει αναφερθεί, προϊόντα που προορίζονται για τη λιανική αγορά εξυπηρετούν και την επαγγελματική, η ελεγχόμενη εξακολουθεί να κατέχει διαχρονικά την υψηλότερη θέση στην οικεία αγορά με μερίδιο που υπερβαίνει το [...] τουλάχιστον κατά τα έτη 2009 -2014<sup>209,210</sup>.
- 87) Αντιστοίχως υψηλά μερίδια έχουν διαπιστωθεί και στο πλαίσιο προηγούμενης έρευνας της ΕΑ στην εν λόγω αγορά<sup>211</sup>.

<sup>202</sup> Επισημαίνεται ότι οι εταιρίες LEADER (βλ. επιστολή με αριθ. πρωτ. 3187/21.5.2015) και ΓΚΑΤΕΝΙΟ (βλ. επιστολή με αριθ. πρωτ. 2757/5.5.2015) δεν προσκόμισαν στοιχεία για τα μερίδια της εν λόγω αγοράς. Στοιχεία δεν προσκόμισε ούτε η εταιρία ΟΠΤΙΜΑ, καθότι σύμφωνα με την ίδια «[...]» (βλ. επιστολή με αριθ. πρωτ. 2588/27.4.2015).

<sup>203</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2757/5.5.2015 απαντητική επιστολή της εταιρίας.

<sup>204</sup> Βλ. επιστολή με αριθ. πρωτ. 4579/20.6.2014 της Friesland.

<sup>205</sup> Βλ. επιστολή με αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 της Friesland.

<sup>206</sup> Βλ. Ενót. IV.1.

<sup>207</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 3493/4.6.2018 επιστολή παροχής στοιχείων της ΔΕΛΤΑ.

<sup>208</sup> Υπενθυμίζεται ότι όπως αναφέρθηκε και στην προηγούμενη Ενότητα, η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθεισών εταιριών παραγωγής και εμπορίας γαλακτοκομικών προϊόντων υπογραμμίζουν ότι τουλάχιστον στις κατηγορίες λευκού γάλακτος η επαγγελματική αγορά αποτελεί εξαιρετικά μικρό τμήμα των πωλήσεών τους.

<sup>209</sup> Βλ. ανωτέρω Ενót. IV.1 παρ. 67.

<sup>210</sup> Αξίζει να σημειωθεί ότι η Friesland δεν διαθέτει στοιχεία μεριδίων στην επαγγελματική αγορά ωστόσο σύμφωνα με εκτίμησή της [...] (βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της προς τη ΓΔΑ). Σημειώνεται ότι η Friesland [...] Αναλυτικότερα, στην υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή η ελεγχόμενη σημειώνει ότι [...] Αντίστοιχα, στην υπ' αριθ. πρωτ. 2522/2.5.2017 επιστολή της αναφέρει ότι [...].

<sup>211</sup> Βλ. για παράδειγμα την υπ' αριθ. 515/VI/2011 απόφαση ΕΑ σύμφωνα με την οποία τα μερίδια αγοράς συμπυκνωμένου γάλακτος της Friesland κατά τα έτη 2008-2009 κυμαίνονταν μεταξύ 60%-70%. Αντίστοιχα, στην υπ' αριθ. 598/2014 απόφαση ΕΑ η Friesland φαίνεται να συγκεντρώνει το υψηλότερο από τους ανταγωνιστές της μερίδιο αγοράς, το οποίο κατά τα έτη 2011-2014

- 88) Προς την ίδια κατεύθυνση κινούνται και τα συμπεράσματα που προκύπτουν και από τους υπολογισμούς που πραγματοποίησε η ΕΑ στο πλαίσιο της υπό κρίση υπόθεσης, με βάση τα στοιχεία πωλήσεων που προσκόμισαν οι βασικότερες δραστηριοποιούμενες εταιρίες<sup>212</sup>. Ειδικότερα, σύμφωνα με τους εν λόγω υπολογισμούς, το μερίδιο αγοράς της Friesland κατά τα έτη 2007<sup>213</sup>-2014 μεταξύ των κύριων ανταγωνιστών της διαμορφώνεται ως εξής<sup>214</sup>:

Μερίδια αγοράς συμπυκνωμένου γάλακτος, 2007-2014*					
	Σε όρους όγκου				
	FRIESLAND	ΔΕΛΤΑ	ΟΠΤΙΜΑ	ΓΚΑΤΕΝΙΟ	LEADER
2007	65-75%	25-35%	0-5%	0-5%	0-5%
2008	65-75%	25-35%	0-5%	0-5%	0-5%
2009	65-75%	25-35%	0-5%	0-5%	0-5%
2010	65-75%	25-35%	0-5%	0-5%	0-5%
2011	65-75%	25-35%	0-5%	0-5%	0-5%
2012	65-75%	15-25%	0-5%	0-5%	0-5%
2013	75-85%	15-25%	0-5%	0-5%	0-5%
2014	75-85%	15-25%	0-5%	0-5%	0-5%

\* Σημειώνεται ότι στους υπολογισμούς δεν έχουν συμπεριληφθεί οι συνολικές πωλήσεις συμπυκνωμένου γάλακτος ιδιωτικής ετικέτας.

Πηγή: Έρευνα της Υπηρεσίας

- 89) Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του ανωτέρω πίνακα, η Friesland συγκεντρώνει σταθερά καθ'όλο το διάστημα των ετών 2007-2014 το υψηλότερο μερίδιο αγοράς, με [...]. Ειδικότερα, με βάση τα συλλεχθέντα από τη ΓΔΑ στοιχεία (στα οποία δεν συμπεριλαμβάνονται τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας), το μερίδιο αγοράς της υπερβαίνει το [...] σε όρους κάλυψης της αγοράς που φθάνει σχεδόν το [...]. Ακόμα, όμως, και εάν συμπεριληφθούν στους ως άνω υπολογισμούς τα προϊόντα ιδιωτικής

διαμορφώνεται γύρω στο 55%-65% σε όρους αξίας. Πρέπει να σημειωθεί εν προκειμένω ότι στις ως άνω αποφάσεις η ΕΑ έχει χρησιμοποιήσει στοιχεία και υπολογισμούς που παρέθεσε η ΔΕΛΤΑ. Ωστόσο, όπως αναφέρεται και από την ΕΑ, δεν είναι σαφές κατά πόσο η ΔΕΛΤΑ έχει ενσωματώσει και το συμπυκνωμένο παιδικό γάλα στους υπολογισμούς της.

<sup>212</sup> Βλ. σχετικά υπ' αριθ. πρωτ. 2958/13.5.2018, 3187/21.5.2015, 2757/5.5.2015 απαντητικές επιστολές των ΔΕΛΤΑ, LEADER και ΓΚΑΤΕΝΙΟ αντίστοιχα, όπως επίσης και τις υπ' αριθ. πρωτ. 2588/27.4.2015 και 2645/29.4.2015 απαντητικές επιστολές της ΟΠΤΙΜΑ. Τα στοιχεία πωλήσεων της Friesland λήφθηκαν από τις υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 και 2114/2.4.2018 επιστολές της.

<sup>213</sup> Δεν κατέστη εφικτό να συγκεντρωθούν στοιχεία από όλες τις δραστηριοποιούμενες εταιρίες για τα έτη πριν το 2007.

<sup>214</sup> Σημειώνεται ότι δεν κατέστη εφικτό να συγκεντρωθούν στοιχεία για τις συνολικές πωλήσεις προϊόντων συμπυκνωμένου γάλακτος ιδιωτικής ετικέτας. Συγκρίνοντας όμως το άθροισμα των μεριδίων των ερωτηθεισών εταιριών με βάση τα σχετικά στοιχεία της IRI που προσκόμισε η ίδια η Friesland κατά τα ανωτέρω αναφερθέντα, προκύπτει ότι οι εν λόγω εταιρίες καλύπτουν κατά την περίοδο 2007 – 2014 κατά μέσο όρο σχεδόν το [...] της υπό κρίση αγοράς. Συνεπώς, το υπόλοιπο [...] αναμένεται να αφορά κατά κύριο λόγο στα προϊόντα συμπυκνωμένου γάλακτος ιδιωτικής ετικέτας. Συναφώς, σύμφωνα με τη σχετική κλαδική μελέτη της ICAP, οι πωλήσεις προϊόντων συμπυκνωμένου γάλακτος ιδιωτικής ετικέτας υπολογίζονται γύρω στο [...] για το 2013 (βλ. ιδίως σελ. 160 της κλαδικής μελέτης της ICAP στα Γαλακτοκομικά Προϊόντα εκδοθείσα το Νοέμβριο 2014). Περαιτέρω, πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι οι ανωτέρω υπολογισμοί περιλαμβάνουν και τις πωλήσεις των ερωτηθεισών εταιριών στην επαγγελματική αγορά, γεγονός όμως που δεν επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό το μέγεθος της αγοράς και κατ'έκταση τα εξαχθέντα μερίδια, καθώς οι πωλήσεις αυτές αποτελούν κατά κανόνα, όπως ήδη έχει προεκτεθεί (βλ. Ενότ. IV), [...] τμήμα των συνολικών τους πωλήσεων. Εξάλλου, σύμφωνα και με σχετική εκτίμηση της ΔΕΛΤΑ «το μέγεθος της επαγγελματικής αγοράς είναι υποπολλαπλάσιο της λιανικής».



ετικέτας, το μέγεθος των οποίων αφορά κυρίως στο υπολειπόμενο [...] της αγοράς κατά τα εν λόγω έτη, η Friesland παραμένει η ισχυρότερη στην αγορά εταιρία, με μερίδια που δεν υπολείπονται του [...] αυτής, φτάνοντας σχεδόν το [...] της αγοράς κατά το έτος 2014. Ο δε δεύτερος παίκτης στην εν λόγω αγορά, ήτοι η εταιρία ΔΕΛΤΑ, συγκεντρώνει καθ' όλο το διάστημα των ετών 2007-2014 σημαντικά μικρότερα και διαχρονικά μειούμενα μερίδια έναντι της Friesland, τα οποία υπολείπονται των μεριδίων της Friesland κατά περίπου [...] (ή και ακόμα παραπάνω κατά τα τελευταία έτη). Σε ό,τι δε αφορά τους λοιπούς παίκτες της εν λόγω αγοράς, η παρουσία τους, όπως διαφαίνεται και από τα σχετικά παρατιθέμενα στοιχεία, είναι εξαιρετικά ασθενής και σε καμία περίπτωση το μέγεθός τους δεν είναι ικανό ώστε να θεωρηθεί ότι δύνανται να ασκήσουν ανταγωνιστική πίεση στην ελεγχόμενη.

- 90) Συνεπώς, τόσο από τους υπολογισμούς και τις εκτιμήσεις της Friesland, όσο και από τους υπολογισμούς και τις εκτιμήσεις των ανταγωνιστών της, καθώς και βάσει των πραγματικών δεδομένων πωλήσεων των δραστηριοποιούμενων στην αγορά εταιριών, προκύπτει ότι η ελεγχόμενη κατείχε καθόλη τη διάρκεια της περιόδου 2005 - 2017 την πρώτη θέση στο συμπυκνωμένο γάλα με μερίδια αγοράς, σταθερά άνω του [...], με αυξητική πορεία και με σημαντική διαφορά από την ανταγωνίστριά της ΔΕΛΤΑ.
- 91) Η ισχυρή θέση της Friesland στο συμπυκνωμένο γάλα επιβεβαιώνεται ακόμα και αν ληφθούν υπόψη οι πωλήσεις που πραγματοποιεί αποκλειστικά μέσω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων, όπως προκύπτει από τα στοιχεία του κάτωθι πίνακα, στον οποίο παρουσιάζονται τα μερίδια αγοράς της ελεγχόμενης και των εταιριών ΔΕΛΤΑ και ΟΠΤΙΜΑ, καθώς είναι οι μόνες που προσκόμισαν<sup>215</sup> στοιχεία πωλήσεων συμπυκνωμένου γάλακτος διακριτά για το κανάλι των πωλήσεων μέσω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων και αυτό που αφορά τις απευθείας πωλήσεις<sup>216</sup>.

<b>Μερίδια αγοράς χονδρεμπορικών πωλήσεων συμπυκνωμένου γάλακτος, 2007-2014<sup>217</sup></b>			
	<b>Σε όρους όγκου</b>		
	<b>FRIESLAND</b>	<b>ΔΕΛΤΑ</b>	<b>ΟΠΤΙΜΑ</b>
<b>2007</b>	65-75%	15-25%	5-10%
<b>2008</b>	65-75%	25-35%	0-5%
<b>2009</b>	65-75%	15-25%	0-5%
<b>2010</b>	65-75%	15-25%	5-10%
<b>2011</b>	65-75%	15-25%	0-5%

<sup>215</sup> Διευκρινίζεται ότι οι άλλες δύο εταιρίες που δραστηριοποιούνται στην υπό κρίση σχετική αγορά, ήτοι οι ΓΚΑΤΕΝΙΟ και LEADER, προσκόμισαν συνολικά στοιχεία πωλήσεων, χωρίς να διακρίνουν μεταξύ απευθείας πωλήσεων και μέσω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων.

<sup>216</sup> Βλ. σχετικά υπ' αριθ. πρωτ. 2958/13.5.2018 απαντητική επιστολή της ΔΕΛΤΑ και τις υπ' αριθ. πρωτ. 2588/27.4.2015 και 2645/29.4.2015 απαντητικές επιστολές της ΟΠΤΙΜΑ. Τα στοιχεία πωλήσεων της Friesland λήφθηκαν από τις υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 και 2114/2.4.2018 επιστολές της. Σημειώνεται ότι δεν ήταν εφικτή η συγκέντρωση στοιχείων πωλήσεων από το σύνολο των ερωτηθειςών εταιριών για τα έτη πριν το 2007, για το λόγο αυτό παρατίθενται τα μερίδια για το διάστημα 2007-2014.

<sup>217</sup> Τα σχετικά μερίδια έχουν υπολογιστεί για το σύνολο των πωλήσεων συμπυκνωμένου γάλακτος μέσω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων, χωρίς να έχουν συμπεριληφθεί οι πωλήσεις συμπυκνωμένου γάλακτος των εταιριών LEADER και ΓΚΑΤΕΝΙΟ, οι οποίες δεν προσκόμισαν διακριτά τις πωλήσεις τους ανά κανάλι διανομής. Ωστόσο, τα μεγέθη των δύο εταιριών είναι [...] περιορισμένα καθώς αθροιστικά το μερίδιό τους υπολείπεται του [...] % για όλα τα έτη 2007-2014 επί του συνόλου των πωλήσεων συμπυκνωμένου γάλακτος. Ως προς αυτό, αναφέρεται επικουρικά ότι ακόμα και εάν συμπεριληφθούν οι πωλήσεις των εν λόγω εταιριών, τα σχετικά μερίδια αγοράς της Friesland διαμορφώνονται ως εξής: 2007: [...] 2008: [...] 2009: [...] 2010: [...] 2011: [...] 2012: [...] 2013: [...] και 2014: [...].

Μερίδια αγοράς χονδρεμπορικών πωλήσεων συμπυκνωμένου γάλακτος, 2007-2014 <sup>217</sup>			
	Σε όρους όγκου		
	FRIESLAND	ΔΕΛΤΑ	ΟΠΤΙΜΑ
2012	75-85%	15-25%	0-5%
2013	75-85%	15-25%	0-5%
2014	75-85%	10-15%	0-5%

Πηγή: Έρευνα της Υπηρεσίας

- 92) Τα ανωτέρω αναφερθέντα επιβεβαιώνουν την εν γένει ισχυρή θέση της Friesland στο συμπυκνωμένο γάλα, όπως αποτυπώνεται τόσο στις συνολικές πωλήσεις όσο και στις πωλήσεις που πραγματοποιούνται μέσω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων. Ειδικότερα, από τα συλλεχθέντα από τις εταιρίες παραγωγής και εμπορίας γάλακτος στοιχεία, η Friesland κατέχει [...] μερίδια αγοράς και στο χονδρεμπορικό κανάλι διανομής του συμπυκνωμένου γάλακτος που υπερβαίνει καθόλο το διάστημα των ετών 2007-2014 το [...].

## V.2 Η ΑΓΟΡΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΥΨΗΛΗΣ ΘΕΡΜΙΚΗΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ<sup>218</sup>

- 93) Ως γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας ορίζεται το γάλα που έχει υποστεί θερμική επεξεργασία<sup>219</sup>, αμέσως δε μετά τη θερμική του επεξεργασία και το συντομότερο δυνατόν ψύχεται<sup>220</sup>. Η συντήρηση του γάλακτος υψηλής θερμικής επεξεργασίας γίνεται σε θερμοκρασία που δεν υπερβαίνει τους +6 °C, η δε διάρκεια συντήρησής του καθορίζεται με ευθύνη του παρασκευαστή και υπόκειται σε ελέγχους των αρμόδιων αρχών κατά τις προβλέψεις του ενωσιακού δικαίου<sup>221</sup>.
- 94) Στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιείται η Friesland με το σήμα NOYNOY Family και σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της το μερίδιο αγοράς της, κυμαίνεται για το χρονικό διάστημα των ετών 2005-2017, μεταξύ του [...] (το 2011) και [...] (το 2006).

## V.3 Η ΑΓΟΡΑ ΠΑΙΔΙΚΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

- 95) Η εν λόγω αγορά αποτελείται από τα τροποποιημένα (εμπλουτισμένα) αγελαδινά γάλατα, είτε φρέσκα, είτε υψηλής παστερίωσης, είτε σε μορφή συμπυκνώματος (εβαπορέ), που προορίζονται για κατανάλωση από παιδιά νηπιακής ηλικίας, δηλαδή από παιδιά ενός έτους και άνω<sup>222</sup>. Το γάλα αυτό παρασκευάζεται με βάση το αγελαδινό γάλα, αφού υποστεί ορισμένη επεξεργασία, ώστε να ικανοποιεί τις θρεπτικές ανάγκες των παιδιών.
- 96) Σύμφωνα με την έρευνα της ΕΑ, εκτός από τη Friesland<sup>223</sup>, στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιούνται και οι εταιρίες «ΔΕΛΤΑ»<sup>224</sup>, «ΦΑΓΕ»<sup>225</sup>, «NESTLE»<sup>226</sup> και τα

<sup>218</sup> Η αγορά γάλακτος υψηλής θερμικής επεξεργασίας ή/και αγορά γάλακτος υψηλής παστερίωσης.

<sup>219</sup> Η οποία περιλαμβάνει την έκθεση του γάλακτος σε υψηλή θερμοκρασία στους +85 °C έως +127 °C και σε τέτοιες συνθήκες θερμοκρασίας και χρόνου ώστε η δοκιμασία υπεροξειδάσης να είναι αρνητική.

<sup>220</sup> Σε θερμοκρασία που δεν υπερβαίνει τους +6 °C.

<sup>221</sup> Βλ. τις υπ' αριθ. 650/2017 και 598/2014 Αποφάσεις της Επιτροπής Ανταγωνισμού (Συγκέντρωση VIVARTIA – ΜΕΒΓΑΛ).

<sup>222</sup> Βλ. τις υπ' αριθ. 21/1996, 515/VI/2011, 598/2014 και 605/2017 Αποφάσεις της Επιτροπής Ανταγωνισμού.

<sup>223</sup> Με τα εμπορικά σήματα NOYNOY KID RTD και NOULAC RTD, τα οποία είναι παιδικά γάλατα υψηλής θερμικής επεξεργασίας, καθώς και το παιδικό συμπυκνωμένο γάλα NOYNOY KID.

<sup>224</sup> Με τα εμπορικά σήματα ΔΕΛΤΑ ADVANCE (παστεριωμένο, υψηλής θερμικής επεξεργασίας και συμπυκνωμένο) και ΔΕΛΤΑ SMART, το οποίο είναι γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας.

<sup>225</sup> Με το εμπορικό σήμα ΦΑΓΕ ΑΒΓ, το οποίο είναι παιδικό γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας.

τελευταία χρόνια η εταιρία «ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ»<sup>227</sup>. Πέραν των εταιριών αυτών, παιδικά γάλατα στην ελληνική αγορά προσφέρει και ο Όμιλος Danone μέσω της εταιρίας Numil Hellas AE, η οποία εμπορεύεται τα σήματα Nutricia και Milupa. Σημειώνεται ότι, όπως προεκτέθηκε<sup>228</sup>, στην αγορά παιδικού γάλακτος δεν διατίθενται προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, καθότι η σημασία των επώνυμων σημάτων στο συγκεκριμένο προϊόν είναι αυξημένη<sup>229</sup>.

- 97) Σε ό,τι αφορά τη δραστηριοποίηση της Friesland στην εν λόγω αγορά, αυτή πραγματοποιείται μέσω της εκμετάλλευσης των σημάτων NOYNOY KID και NOULAC<sup>230,231</sup>.
- 98) Η αγορά του παιδικού γάλακτος διέπεται από σταθερότητα, τόσο ως προς το πλήθος των σχετικά δραστηριοποιούμενων εταιριών (και σημάτων) όσο και ως προς τα μερίδια αγοράς αυτών. Συναφώς, μόλις το 2012 παρατηρείται η [...] είσοδος της εταιρίας ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ με το σήμα ΟΛΥΜΠΙΟΣ και μόνο στο παιδικό γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας.
- 99) Αναφορικά με τη θέση της Friesland στην εν λόγω αγορά, το μερίδιο της ελεγχόμενης, με βάση τα στοιχεία που προσκόμισε η ίδια<sup>232</sup>, κατά τα έτη 2005- 2017 κυμαίνεται μεταξύ του [...] (2006) και [...] (2013). Ωστόσο, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της πρωτογενούς έρευνας της Υπηρεσίας κατά τα έτη 2007-2014 για τα οποία υπήρξαν διαθέσιμα στοιχεία το μερίδιο αγοράς της Friesland<sup>233</sup> υπολογίζεται μεταξύ του [...].

---

<sup>226</sup> Με τα εμπορικά σήματα NESTLE NESLAC και NESTLE JUNIOR, τα οποία είναι παιδικά γάλατα υψηλής θερμικής επεξεργασίας, καθώς και παιδικά συμπυκνωμένα γάλατα. Η NESTLE από το 2013 διαθέτει και το εμπορικό σήμα NESTLE SCHOOL, το οποίο είναι παιδικό γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας.

<sup>227</sup> Με το εμπορικό σήμα ΟΛΥΜΠΙΟΣ Ibio3, το οποίο είναι παιδικό γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας. Πρόκειται για την ισχύουσα επωνυμία της εταιρίας ΟΛΥΜΠΙΟΣ ΑΕ κατόπιν απορρόφησης της θυγατρικής εταιρίας ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΞΑΝΘΗΣ ΑΕ, “ΡΟΔΟΠΗ”. Βλ. σχετικά την υπ’ αριθ. πρωτ. 1938/30.3.2017 απάντηση της εταιρίας.

<sup>228</sup> Βλ. ανωτέρω Ενот. III.1 και IV.1.

<sup>229</sup> Βλ. ενδεικτικά επιστολή NESTLE με αριθ. πρωτ. 4854/2.7.2014 η οποία σημειώνει ότι «[σ]τα εμπλουτισμένα παιδικά γάλατα, στα οποία δραστηριοποιείται ουσιαστικά η εταιρεία, η σημασία των εμπορικών σημάτων είναι αυξημένη», θέση την οποία υιοθετεί η εταιρία και σε επόμενη απάντησή της (βλ. υπ’ αριθ. πρωτ. 1915/29.3.2017 επιστολή της).

<sup>230</sup> Σημειώνεται ότι και τα προϊόντα NOULAC συγκαταλέγονται στην ευρύτερη σειρά σημάτων NOYNOY (η ακριβής εμπορική ονομασία τους είναι «NOYNOY Noulac»).

(βλ. σχετικά [https://www.nounou.gr/category/I\\_Etaireia/I\\_istoria\\_mas.html#.WvjM3nonaM9](https://www.nounou.gr/category/I_Etaireia/I_istoria_mas.html#.WvjM3nonaM9))

<sup>231</sup> Διευκρινίζεται ότι η Friesland δραστηριοποιείται με δύο προϊόντα υπό την εν λόγω εμπορική ονομασία. Πρόκειται για το γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας NOULAC που ανήκει στην υπό έρευνα σχετική αγορά του παιδικού γάλακτος και για το συμπυκνωμένο γάλα NOULAC που εμπίπτει στην κατηγορία του βρεφικού γάλακτος καθώς απευθύνεται σε βρέφη άνω των 6 μηνών και άρα βρίσκεται εκτός των ερευνώμενων προϊόντικών αγορών. Βλ. και υπ’ αριθ. πρωτ. 2114/2.4.2018 επιστολή της Friesland η οποία αναφέρει ότι [...].

<sup>232</sup> Βλ. την υπ’ αριθ. πρωτ. 3306/24.5.2018 απαντητική επιστολή της εταιρίας. Σημειώνεται ότι με την υπ’ αριθ. πρωτ. 1640/12.3.2018 επιστολή της, η εταιρία προσκόμισε μερίδια αγοράς στα οποία όμως είχε συμπεριλάβει και τις πωλήσεις του βρεφικού συμπυκνωμένου γάλακτος NOULAC, Σύμφωνα με την εν λόγω επιστολή τα μερίδια αγοράς ήταν [...] των εδώ παρατιθέμενων. Επιπλέον, η Friesland είχε προσκομίσει μερίδια αγοράς βάσει όγκου μέχρι και το έτος 2014 στο πλαίσιο προηγούμενης απαντητικής επιστολής της (υπ’ αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015) τα οποία ωστόσο επικαιροποίησε με την ως άνω μεταγενέστερη επιστολή της. Οι υπολογισμοί της Friesland στηρίζονται σε στοιχεία από την [...].

<sup>233</sup> Όπως προαναφέρθηκε, για τον εν λόγω υπολογισμό των μεριδίων αγοράς δεν έχουν υπολογιστεί οι πωλήσεις της Friesland που αφορούν στο συμπυκνωμένο γάλα NOULAC καθώς, όπως προαναφέρθηκε, η εταιρία ανέφερε ότι αποτελεί γάλα δευτέρας βρεφικής ηλικίας και όχι παιδικό. Παρόλα αυτά, σε ηλεκτρονικό αρχείο που συλλέχθηκε στο πλαίσιο του επιτόπιου ελέγχου που

#### **V.4 Η ΑΓΟΡΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ / ΕΜΠΛΟΥΤΙΣΜΕΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ**

- 100) Η εν λόγω αγορά<sup>234</sup> περιλαμβάνει τα εμπλουτισμένα αγελαδινά γάλατα είτε υψηλής παστερίωσης είτε σε μορφή συμπυκνώματος (εβαπορέ), που προορίζονται για κατανάλωση από ενήλικες<sup>235</sup>. Στην εν λόγω αγορά η Friesland δραστηριοποιείται με το εμπορικό σήμα NOYNOY CALCI PLUS, και το μερίδιο αγοράς της, βάσει των υπολογισμών που η ίδια προσκόμισε, βαίνει διαχρονικά μειούμενο και κυμαίνεται κατά τα έτη 2005-2017 από [...] (το 2008) έως [...] (το 2017).

#### **V.5 Η ΑΓΟΡΑ ΣΟΚΟΛΑΤΟΥΧΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ**

- 101) Τα σοκολατούχα γάλατα διατίθενται τόσο σε μορφή παστεριωμένου, όσο και σε μορφή υψηλής θερμικής επεξεργασίας ή ακόμα και μακράς διάρκειας. Ωστόσο, τυχόν περαιτέρω διαχωρισμός της αγοράς με βάση τη θερμική επεξεργασία δεν κρίνεται σκόπιμος, ιδίως λαμβάνοντας υπόψη τη ζήτηση, διότι όλες οι μορφές σοκολατούχου γάλακτος ικανοποιούν την ίδια ανάγκη στη συνείδηση του καταναλωτή και καταναλώνονται κατ' αυθόρμητο τρόπο σε μικρά κυρίως σημεία πώλησης, υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες<sup>236</sup>. Στην εν λόγω αγορά, η Friesland διαθέτει τα εμπορικά σήματα NOYNOY CHOICE και NOYNOY CHOQ. Το μερίδιο της Friesland στην εν λόγω αγορά είναι εν γένει χαμηλό και, κατά τις εκτιμήσεις της Friesland, δεν ξεπερνάει για τα έτη 2005-2014 το [...].

#### **V.6 Η ΑΓΟΡΑ ΓΙΑΟΥΡΤΗΣ**

- 102) Σύμφωνα και με προηγούμενες αποφάσεις της ΕΑ<sup>237</sup>, η αγορά γιαουρτιού καταρχήν διακρίνεται στις επιμέρους αγορές του χύμα και του τυποποιημένου γιαουρτιού (ήτοι γιαούρτι ευρωπαϊκού τύπου)<sup>238</sup>.
- 103) Στην υπό κρίση αγορά, η Friesland δραστηριοποιείται μόνο στην αγορά τυποποιημένου γιαουρτιού και ειδικότερα στις υπο-αγορές: του λευκού γιαουρτιού (με το εμπορικό σήμα NOYNOY CLASSIC), του γιαουρτιού με γεύσεις (με το εμπορικό σήμα NOYNOY YOTOPIA), του παιδικού γιαουρτιού (με το εμπορικό σήμα NOULAC) και του λειτουργικού γιαουρτιού (με το NOYNOY CALCIPLUS).

---

δειχθήκη στα γραφεία της εταιρίας το 2008 [...] Επιπλέον, στο εν λόγω αρχείο η Friesland εκτιμά ως διακριτή σχετική προϊοντική αγορά τα «τροποποιημένα γάλατα σε υγρή μορφή & σκόνη για βρέφη και νήπια (6 μηνών – 6 ετών)», ήτοι δεν θεωρεί ότι διακρίνεται το γάλα δεύτερης βρεφικής ηλικίας από το παιδικό. Υπό αυτό το σκεπτικό και εφόσον συμπεριληφθούν οι πωλήσεις του ως άνω γάλακτος NOULAC στις συνολικές πωλήσεις παιδικού γάλακτος της Friesland, τα μερίδια της ελεγχόμενης διαμορφώνονται ως εξής: 2007: [...]2008: [...]2009: [...]2010: [...]2011: [...]2012: [...]2013: [...] και 2014: [...].

<sup>234</sup> Σχετικά με τον ορισμό της υπό κρίση αγοράς βλ. και Αποφάσεις ΕΑ 515/VI/2011, 598/2014 καθώς και 650/2017.

<sup>235</sup> Σε αντίθεση με τα εμπλουτισμένα γάλατα που απευθύνονται σε παιδιά άνω του ενός (1) έτους, τα οποία υπάγονται στη σχετική αγορά του παιδικού γάλακτος.

<sup>236</sup> Βλ. τις υπ' αριθ. 515/VI/2011, 598/2014 και 650/2017 Αποφάσεις της ΕΑ.

<sup>237</sup> Βλ. τις υπ' αριθ. 515/VI/2011, 598/2014 και 650/2017 Αποφάσεις της ΕΑ.

<sup>238</sup> Το τυποποιημένο γιαούρτι μπορεί να διακριθεί στις υπό-αγορές του λευκού γιαουρτιού (χωρίς πρόσθετα συστατικά) και του γιαουρτιού με πρόσθετα συστατικά (φρούτα, δημητριακά κ.ά). Αναλόγως δε του τρόπου παρασκευής τους τα γιαούρτια θα μπορούσαν να διακριθούν σε: (α) Στραγγισμένα, τα οποία προκύπτουν από την αφαίρεση του ορού γάλακτος, (β) Set, των οποίων η πήξη πραγματοποιείται μέσα στο κύπελλο και (γ) Stirred, τα οποία αναδεύονται μετά την πήξη τους και στα οποία είναι δυνατόν να προστεθούν χυμοί ή κομμάτια φρούτων. Τέλος, η αγορά μπορεί να διακριθεί περαιτέρω αναλόγως της χρησιμοποιούμενης πρώτης ύλης (γάλα αγελάδος ή πρόβειο) και της περιεκτικότητας του προϊόντος σε λιπαρά (πλήρες, άπαχο κ.α). Επιπλέον, τα τυποποιημένα γιαούρτια με πρόσθετα συστατικά διαχωρίζονται περαιτέρω με βάση τη σκοπούμενη χρήση τους σε τρεις διακριτές αγορές: i) γιαούρτια με γεύσεις, ii) παιδικά γιαούρτια και iii) λειτουργικά γιαούρτια. Βλ. και τις υπ' αριθ. 515/VI/2011 και 598/2014 Αποφάσεις της ΕΑ.

Τα μερίδιά της, βάσει των εκτιμήσεών της, κυμαίνονται για τα έτη 2005-2017 από [...] (το 2017) έως και [...] (το 2006).

#### **V.7 Η ΑΓΟΡΑ ΚΡΕΜΑΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ**

- 104) Η κρέμα γάλακτος προσομοιάζει – βάσει του τρόπου παρασκευής της – τόσο στα γάλατα, αφού πρόκειται ουσιαστικά για γάλα με περιεκτικότητα λίπους γύρω στο 40%, όσο και στα τυροκομικά προϊόντα, αφού κατ' αρχήν θεωρείται προϊόν τυροκόμισης. Ωστόσο, η σκοπούμενη χρήση της διαφέρει από αυτήν των υπολοίπων γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων, καθώς δεν καταναλώνεται ως τελικό προϊόν, αλλά αποτελεί κατά κανόνα ενδιάμεσο υλικό στη μαγειρική και ζαχαροπλαστική, χρήση για την οποία κατά γενική ομολογία δεν υπάρχει υποκατάστατο. Ως εκ τούτου, η κρέμα γάλακτος αποτελεί διακριτή αγορά από την πλευρά της ζήτησης<sup>239</sup>. Στην εν λόγω αγορά η Friesland δραστηριοποιείται με το εμπορικό σήμα NOYNOY Κρέμα Γάλακτος. Το μερίδιο αγοράς της Friesland, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της, για τα έτη 2005-2017 κυμαίνεται από [...] (το 2017) έως και [...] (το 2009).

### **VI. ΤΟ ΖΗΤΗΜΑ ΤΗΣ ΥΠΑΡΞΗΣ Ή ΜΗ ΥΠΑΡΞΗΣ ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑΣ ΘΕΣΗΣ ΑΠΟ ΜΕΡΟΥΣ ΤΗΣ FRIESLAND**

#### **VI.1 ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ**

- 105) Σύμφωνα με πάγια εθνική και ενωσιακή νομολογία, ως δεσπόζουσα θέση έχει οριστεί η θέση οικονομικής ισχύος που κατέχει μια επιχείρηση, η οποία της επιτρέπει να εμποδίζει τη διατήρηση αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην οικεία αγορά και της προσφέρει, σε σημαντικό βαθμό, τη δυνατότητα ανεξάρτητης, έναντι των ανταγωνιστών της, των πελατών της και τελικά των καταναλωτών, συμπεριφοράς<sup>240</sup>. Η δυνατότητα εκδήλωσης ανεξάρτητης συμπεριφοράς συναρτάται με το βαθμό των ανταγωνιστικών πιέσεων που ασκούνται στην επιχείρηση. Η διαπίστωση περί της κατοχής δεσπόζουσας θέσης υποδηλώνει ότι οι ανταγωνιστικές πιέσεις που ασκούνται σε μία επιχείρηση δεν είναι επαρκώς αποτελεσματικές και συνεπεία αυτού η επιχείρηση διαθέτει σημαντική ισχύ στην αγορά υπό την έννοια ότι οι αποφάσεις της δεν επηρεάζονται αισθητά από τις αντιδράσεις των ανταγωνιστών της, των πελατών της και σε τελική ανάλυση των καταναλωτών<sup>241</sup>.
- 106) Μια τέτοια θέση, αντίθετα απ' ότι μια κατάσταση μονοπωλίου ή οιονεί μονοπωλίου, δεν αποκλείει την ύπαρξη ανταγωνισμού στην αγορά, ακόμη και έντονου<sup>242</sup>, αλλά δίνει στην επιχείρηση που την κατέχει τη δυνατότητα, αν όχι να αποφασίζει, τουλάχιστον να επηρεάζει σημαντικά τις συνθήκες υπό τις οποίες θα αναπτυχθεί

<sup>239</sup> Βλ. τις υπ' αριθ. 314/V/2006, 515/VI/2011, 598/2014 και 650/2017 Αποφάσεις της ΕΑ.

<sup>240</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-27/76, *United Brands κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1978, σελ. 207, σκ. 65, ΔΕΚ C-85/76, *Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1979, σελ. 461, σκ. 38-39, ΔΕΚ C-322/81, *Michelin* κατά *Επιτροπής (Michelin I)*, Συλλ. 1983, σελ. 3461, σκ. 30. Βλ. επίσης Ζιάμου σε Β. Σκουρή, *Ερμηνεία Συνθηκών για την Ευρωπαϊκή Ένωση και την Ευρωπαϊκή Κοινότητα*, 2003, σελ. 716, καθώς και ΔΕφαθ 4055/2017, σκ. 7, ΔΕφαθ 2458/2017, σκ. 8, ΔΕφαθ 869/2013, σκ. 35.

<sup>241</sup> Βλ. «Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις», (εφεξής και «Κατευθύνσεις κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 ΣυνθΕΚ») ΕΕ 2009 C 45/2, παρ. 10 και νομολογία στην οποία παραπέμπει.

<sup>242</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-27/76, ό.π., σκ. 113, ΔΕΚ C-85/76, ό.π., σκ. 39 και 70 («[...] η ύπαρξη ανταγωνισμού, ακόμα και έντονου, σε δεδομένη αγορά δεν αποκλείει την ύπαρξη δεσποζούσης θέσεως στην ίδια αγορά [...]») και ΠΕΚ T-340/03, *France Télécom κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2007, σελ. II-107, σκ. 101.

αυτός ο ανταγωνισμός και, εν πάση περιπτώσει, τη δυνατότητα να συμπεριφέρεται σε ευρεία έκταση χωρίς να πρέπει να λάβει υπόψη τις συνθήκες αυτές και χωρίς να υφίσταται βλαπτικές συνέπειες λόγω της συμπεριφοράς αυτής<sup>243</sup>.

- 107) Η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης μπορεί να απορρέει από το συνδυασμό διαφόρων παραγόντων, οι οποίοι, εξεταζόμενοι μεμονωμένα, δεν είναι κατ' ανάγκη καθοριστικοί<sup>244</sup>, μεταξύ των οποίων, όμως, η ύπαρξη ευρύτατων μεριδίων αγοράς έχει μεγάλη σημασία<sup>245</sup>. Κατά κύριο λόγο λαμβάνεται υπόψη η διάρθρωση της αγοράς, από την οποία εκπορεύονται δυνητικά ανταγωνιστικοί περιορισμοί για την επιχείρηση, και ιδίως οι ακόλουθες παράμετροι<sup>246</sup>: (α) τυχόν περιορισμοί που επιβάλλονται λόγω υφιστάμενων προμηθειών από τους πραγματικούς ανταγωνιστές της επιχείρησης και της θέσης τους στην αγορά (θέση στην αγορά της ελεγχόμενης επιχείρησης και των ανταγωνιστών της), (β) τυχόν περιορισμοί που επιβάλλονται λόγω πειστικής απειλής μελλοντικής επέκτασης των πραγματικών ανταγωνιστών ή της εισόδου δυνητικών ανταγωνιστών (εμπόδια εισόδου, επέκταση και είσοδος ανταγωνιστών) και (γ) τυχόν περιορισμοί που επιβάλλονται λόγω της διαπραγματευτικής ισχύος των πελατών της επιχείρησης (αντισταθμιστική ισχύς αγοραστών). Σημειωτέον, αντίθετα, ότι η οικονομική ισχύς των επιχειρήσεων δεν υπολογίζεται βάσει της αποδοτικότητας ή της κερδοφορίας τους και, συναφώς, τυχόν μειωμένα περιθώρια κέρδους ή ακόμη και παροδικές ζημίες δεν είναι ασυμβίβαστες με την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης<sup>247</sup>.

## VI.2 ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

### VI.2.1 Σημασία μεριδίου αγοράς

- 108) Τα μερίδια αγοράς παρέχουν έναν χρήσιμο δείκτη σχετικά με τη διάρθρωση της αγοράς, τη θέση και τη σπουδαιότητα των διαφόρων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην οικεία αγορά. Η σημασία των μεριδίων αγοράς μπορεί να είναι διαφορετική σε κάθε αγορά ανάλογα με τη δομή της, κατά πάγια, ωστόσο, νομολογία, τα πολύ υψηλά μερίδια αγοράς που διατηρούνται έτσι για μεγάλο χρονικό διάστημα, συνιστούν αυτοτελώς, πλην εκτάκτων περιστάσεων, απόδειξη ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης<sup>248</sup>. Η κατοχή ιδιαίτερα σημαντικού μεριδίου αγοράς θέτει την επιχείρηση που κατέχει το μερίδιο αυτό για περίοδο κάποιας διάρκειας, λόγω του όγκου παραγωγής και της προσφοράς που αντιπροσωπεύει, σε θέση ισχύος που την καθιστά αναγκαστικό συμβαλλόμενο και, ήδη για το λόγο αυτό, της εξασφαλίζει, τουλάχιστον επί σχετικά μεγάλες περιόδους, την ανεξαρτησία συμπεριφοράς που χαρακτηρίζει τη δεσπόζουσα θέση<sup>249</sup>.

<sup>243</sup> Βλ. ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 100, ΕΑ 590/2014, σκ. 300, όπου και παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία.

<sup>244</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕφαθ 869/2013, σκ. 35, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 144 με περαιτέρω παραπομπές σε εθνική και ενωσιακή νομολογία.

<sup>245</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-85/76, ό.π., σκ. 39 επ., ΠΕΚ T-30/89, *Hilti κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1991, σελ. II-1439, σκ. 90, καθώς και ΕΑ 590/2014, σκ. 300.

<sup>246</sup> Βλ. «Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις», ό.π., παρ. 12 επ.

<sup>247</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-27/76, ό.π., σκ. 126, ΔΕΚ C-322/81, ό.π., σκ. 59, και ΠΕΚ T-228/97, *Irish Sugar Plc κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1999, σελ. II-2969, σκ. 102-103.

<sup>248</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕφαθ 4055/2017, σκ. 7, ΔΕφαθ 2458/2017, σκ. 8, ΔΕφαθ 2265/2010 σκ. 30, ΔΕφαθ 1983/2010, σκ. 4, ΔΕφαθ 2116/2004, σκ. 7 και την εκεί αναφερόμενη ενωσιακή νομολογία.

<sup>249</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-85/76, ό.π., σκ. 41, ΔΕφαθ 1983/2010, σκ. 4, ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 102 και ΕΑ 590/2014, σκ. 302, με περαιτέρω παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία.

- 109) Ειδικότερα, έχει κριθεί ότι μερίδιο αγοράς ανερχόμενο σε 70%-80% συνιστά από μόνο του τεκμήριο ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης στη σχετική αγορά<sup>250</sup>. Συναφώς, μερίδιο αγοράς που υπερβαίνει το 50% για ικανό χρονικό διάστημα – όπως για παράδειγμα μία τετραετία- αποτελεί καθαυτό, χωρίς τη συνδρομή εξαιρετικών περιστάσεων, απόδειξη ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης στην οικεία αγορά<sup>251</sup>. Σύμφωνα με τη σχετική νομολογία, τόσο υψηλά μερίδια αγοράς της επιχείρησης επαρκούν αυτοτελώς ως αποδείξεις κατοχής δεσπόζουσας θέσης, ενώ άλλες ενδείξεις συνεκτιμώνται συμπληρωματικά, προς ενίσχυση του ήδη, βάσει των μεριδίων, εξαχθέντος συμπεράσματος.
- 110) Ισχυρή ένδειξη κατοχής δεσπόζουσας θέσης εκπορεύεται και από τη συγκέντρωση μικρότερων μεριδίων στην οικεία αγορά, μεταξύ 40% και 50%, ωστόσο, στην περίπτωση αυτή, πρέπει να διαπιστώνεται σε συνδυασμό η συνδρομή πρόσθετων κρίσιμων παραμέτρων. Μεταξύ των ισχυρών ενδείξεων που συνεκτιμώνται ιδιαίτερη σημασία αποδίδεται στο τμήμα της αγοράς που κατέχουν οι ανταγωνιστές της επιχείρησης, διότι τούτο επιτρέπει την εκτίμηση της ανταγωνιστικής τους ικανότητας και συνακόλουθα των πιέσεων που δέχεται η υπό εξέταση επιχείρηση<sup>252</sup>. Έχει πολλάκις κριθεί από τη νομολογία ότι στην περίπτωση που το μερίδιο αγοράς της επιχείρησης είναι κατά πολύ μεγαλύτερο, είτε σε σχέση με το επιμέρους μερίδιο του πλησιέστερου των ανταγωνιστών της, είτε σε σχέση με τα μερίδια των αμεσότερων ανταγωνιστών της συναθροιζόμενα, τότε οι μεγάλες αυτές αποκλίσεις αποτελούν ισχυρή ένδειξη κατοχής δεσπόζουσας θέσης, ακόμη και όταν η επιχείρηση που ελέγχεται δεν διαθέτει συντριπτικά μερίδια αγοράς<sup>253</sup>.

#### VI.2.2 Ύπαρξη φραγμών εισόδου

- 111) Για τη διαπίστωση της ύπαρξης εμποδίων επέκτασης ή/και εισόδου σε μία αγορά συνεκτιμώνται στοιχεία που αφορούν τόσο στη διάρθρωση της αγοράς όσο και στα χαρακτηριστικά και τη συμπεριφορά της ίδιας της επιχείρησης που πιθανόν κατέχει σε αυτή δεσπόζουσα θέση. Προς την κατεύθυνση αυτή γίνεται δεκτό ότι στοιχεία που αφορούν στα τυχόν τεχνολογικά και εμπορικά πλεονεκτήματα που απολαμβάνει η επιχείρηση, όπως οι οικονομίες κλίμακας που πραγματοποιεί, το τεχνολογικό προβάδισμα που διαθέτει σε σχέση με τους ανταγωνιστές της<sup>254</sup>, η ύπαρξη σημαντικά αρτιότερου εμπορικού δικτύου πωλήσεων και διανομής<sup>255</sup>, η οικονομική της δύναμη και το εκτεταμένο φάσμα των προϊόντων της<sup>256</sup>, τα καθιερωμένα σήματα φήμης που χρησιμοποιεί<sup>257</sup>, καθώς και τα μονίμως υψηλά μερίδια αγοράς της επιχείρησης σε σχέση με τους ανταγωνιστές της, δύνανται καθαυτά να αποτελούν εμπόδια ή/ και να υποδηλώνουν ότι υφίστανται στην πράξη πραγματικοί φραγμοί εισόδου και επέκτασης σε μία αγορά. Το ίδιο μπορεί να ισχύει και για τη συμπεριφορά της ίδιας της επιχείρησης, η οποία όταν έχει πραγματοποιήσει μεγάλες επενδύσεις, που είναι δύσκολο να αντιστοιχηθούν από πραγματικούς ή δυνητικούς ανταγωνιστές ή όταν

<sup>250</sup> Βλ. ενδεικτικά ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 144, ΔΕφαΘ 869/2013, σκ. 39, ΠΕΚ Τ-30/89, ό.π., σκ. 92, καθώς και απόφαση της Επιτροπής της 13.5.2009, *Intel*, Υπόθεση COMP/C-3 /37.990, σκ. 852.

<sup>251</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕφαΘ 4055/2017, σκ. 7, ΔΕφαΘ 2458/2017, σκ. 8, ΔΕφαΘ 2265/2010 σκ. 30, ΔΕΚ C-62/86, *AKZO κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1991, σελ. I-3359, σκ. 60, ΠΕΚ Τ-228/97, ό.π., σκ. 70, ΠΕΚ Τ-340/03, ό.π., σκ. 100 και 103, καθώς και απόφαση της Επιτροπής της 13.5.2009, (Υπόθεση COMP/C-3 /37.990), ό.π., σκ. 852.

<sup>252</sup> Βλ. ΔΕΚ 85/76, ό.π., σκ. 48 και ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 104.

<sup>253</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ 85/76, ό.π., σκ. , 61-63 και 64-66, ΔΕΚ 27/76, ό.π., σκ. 108-111, ΠΕΚ Τ-219/99, *British Airways plc κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2003, σελ. II-5917, σκ. 210-211.

<sup>254</sup> Βλ. ενδεικτικά ΠΕΚ Τ-30/89, ό.π., σκ. 19.

<sup>255</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-85/76, ό.π., σκ. 48.

<sup>256</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-322/81, ό.π., σκ. 55.

<sup>257</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕφαΘ 2458/2017, σκ. 10, ΔΕΚ 27/76, ό.π., σκ. 93.

έχει συνάψει μακροχρόνιες συμβάσεις με τους πελάτες της οι οποίες έχουν αισθητά αποτελέσματα αποκλεισμού, μπορεί επίσης να δημιουργήσει φραγμούς εισόδου ή επέκτασης στην οικεία αγορά<sup>258</sup>.

- 112) Πρόσθετο εμπόδιο εισόδου σε μία αγορά μπορεί να αποτελέσει η διαφημιστική δαπάνη, η οποία αποτελεί κομμάτι του μη ανακτήσιμου κόστους μιας επιχείρησης (sunk cost)<sup>259</sup> και αποσκοπεί στην αύξηση του βαθμού διαφοροποίησης του προϊόντος, μέσω της καθιέρωσης του εμπορικού του σήματος, στην απόκτηση πιστής πελατείας, στην καλλιέργεια στη συνείδηση των καταναλωτών της διαφορετικότητάς του σε σχέση με τα άλλα προϊόντα της αγοράς και στη συνακόλουθη αύξηση των μεριδίων αγοράς. Άλλωστε υψηλές διαφημιστικές δαπάνες συναντώνται σε κλάδους με διαφοροποιημένα προϊόντα. Καθώς, όπως προαναφέρθηκε, οι διαφημιστικές δαπάνες αποτελούν μέρος του μη ανακτήσιμου κόστους, το ρίσκο επένδυσης αυξάνεται<sup>260</sup>. Συνεπώς, το κόστος εισόδου ή και διατήρησης ενός ανταγωνιστή στην αγορά αυξάνεται από τη δυνατότητα της δεσπόζουσας επιχείρησης να επιβάλει υψηλό κόστος προβολής, διαφήμισης και ενίσχυσης των εμπορικών της σημάτων<sup>261</sup>.
- 113) Τέλος, ανταγωνιστικοί περιορισμοί μπορεί να επιβάλλονται όχι μόνο από τους πραγματικούς ή δυνητικούς ανταγωνιστές, αλλά και από πελάτες. Ακόμη και μια επιχείρηση με υψηλό μερίδιο αγοράς μπορεί να μην είναι σε θέση να ενεργεί σε μεγάλο βαθμό ανεξάρτητα από πελάτες με επαρκή διαπραγματευτική δύναμη. Η εν λόγω αντισταθμιστική ισχύς αγοραστών μπορεί να προκύπτει από το μέγεθος των πελατών ή την εμπορική τους σημασία για την επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση, και την ικανότητά τους να μεταπηδούν γρήγορα σε ανταγωνιζόμενους προμηθευτές, να προωθούν νέες εισόδους ή να ολοκληρώνονται οι ίδιοι κάθετα, και να απειλούν πειστικά να το πράξουν. Εάν η αντισταθμιστική ισχύς έχει επαρκές μέγεθος, μπορεί να αποτρέψει ή να ματαιώσει απόπειρα της επιχείρησης να αυξήσει επικερδώς τις τιμές. Ωστόσο, η αγοραστική ισχύς μπορεί να μην θεωρηθεί ως επαρκώς αποτελεσματικός περιορισμός, εάν εξασφαλίζει απλώς ότι ένα συγκεκριμένο ή περιορισμένο τμήμα των πελατών προστατεύεται από την ισχύ στην αγορά της δεσπόζουσας επιχείρησης<sup>262</sup>.

### **VI.3 ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑ**

- 114) Η ΕΑ, στο πλαίσιο εξέτασης συγκεντρώσεων στον κλάδο της γαλακτοβιομηχανίας, έχει προβεί σε οριοθέτηση της σχετικής αγοράς για τα γαλακτοκομικά προϊόντα (βλ. ιδίως πρόσφατα ΕΑ 515/VI/2011, ΕΑ 598/2014 και ΕΑ 650/2017), καταλήγοντας ότι: *«Λαμβάνοντας υπόψη συνολικά τα προαναφερόμενα ποιοτικά χαρακτηριστικά, καθώς και τα πορίσματα των εμπειρικών μελετών, κρίνεται ότι - για τους σκοπούς της κρινόμενης συγκέντρωσης - η αγορά του λευκού γάλακτος θα πρέπει να διαχωριστεί ως ακολούθως: 1) η αγορά του φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος, 2) η αγορά του απλού γάλακτος υψηλής παστερίωσης, 3) αγορά του λευκού γάλακτος μακράς διάρκειας και 4)*

<sup>258</sup> Βλ. «Κατευθύνσεις της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 ΣυνθΕΚ», ό.π., παρ. 17.

<sup>259</sup> Οι μη ανακτήσιμες δαπάνες αποτελούν σταθερό κόστος το οποίο έχει ήδη πραγματοποιηθεί και δεν είναι δυνατό να ανακτηθεί. Απορρέουν από το γεγονός ότι ορισμένες δραστηριότητες απαιτούν εξειδικευμένα στοιχεία ενεργητικού, τα οποία δεν μπορούν εύκολα να χρησιμεύσουν σε κάτι άλλο.

<sup>260</sup> Βλ. ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 143.

<sup>261</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ 27/76, ό.π., σκ. 91 και 122, καθώς και ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 152 και ΕΑ 590/2014, σκ. 308 με περαιτέρω παραπομπές.

<sup>262</sup> Βλ. ΕΑ 581/VII/2013, σκ.196.



αγορά του συμπυκνωμένου γάλακτος (απλό ή ζαχαρούχο). Επιπλέον, οριοθετούνται με διακριτό τρόπο και οι κάτωθι σχετικές αγορές, βάσει της σκοπούμενης χρήσης των προϊόντων, καθώς και λόγω του ότι καταναλώνονται ως ειδικά και συμπληρωματικά προϊόντα από ορισμένες κατηγορίες καταναλωτών (παιδιά, άτομα δυσανεκτικά στη λακτόζη, κλπ): 1) των προβιοτικών (ξυνόγαλο, κεφίρ, αριάνι), 2) του παιδικού γάλακτος και 3) του λειτουργικού/εμπλουτισμένου γάλακτος π.χ με περισσότερο ασβέστιο ή λιγότερη λακτόζη». Δηλαδή, το 2011, το 2014 και το 2017 η ΕΑ με τις ανωτέρω αποφάσεις της και για τους σκοπούς κάθε φορά «της κρινόμενης συγκέντρωσης», σε χρονικά σημεία ωστόσο μεταγενέστερα της εξεταζόμενης περιόδου για το ζήτημα της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης, έκρινε ότι η αγορά του συμπυκνωμένου γάλακτος είναι διακριτή αγορά (λαμβανομένης υπόψη και της οικονομικής κρίσης που πλήττει τη Χώρα κατά τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο<sup>263</sup>). Συναφώς υπογραμμίζεται ότι, με βάση την πρακτική της ΕΑ, γίνεται δεκτό ότι «ο ορισμός της σχετικής αγοράς μπορεί να οριστεί διαφορετικά μεταξύ μίας υπόθεσης συγκέντρωσης και μίας υπόθεσης που ερευνά πιθανή κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, καθώς στη μεν πρώτη ερευνώνται οι τυχόν μεταβολές που επέρχονται από τη (μελλοντική) συγκέντρωση στη δομή προσφοράς των σχετικών προϊόντων, ενώ στη δεύτερη ερευνώνται τα προβλήματα που έχουν δημιουργηθεί από ενέργειες-συγκεκριμένες συμπεριφορές που έχουν γίνει στο παρελθόν»<sup>264</sup>. Είναι άλλωστε γνωστό ότι στις υποθέσεις συγκεντρώσεων ο ορισμός της σχετικής αγοράς περιορίζεται εξ αρχής στα δεδομένα της εκάστοτε υπόθεσης. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να μην μπορούν να εξαχθούν ασφαλή συμπεράσματα γενικότερης εφαρμογής για κάθε άλλη περίπτωση<sup>265</sup>. Α *fortiori*, θεωρείται κρίσιμο, κατά την άποψη της πλειοψηφίας, ότι μερικά χρόνια νωρίτερα από τις ανωτέρω αποφάσεις συγκεντρώσεων και μάλιστα σε περίοδο που συνιστά τον πυρήνα της εξεταζόμενης συμπεριφοράς και η οποία περίοδος προηγείται της ανωτέρω αναφερθείσας οικονομικής κρίσης, η ΕΑ, αξιολογώντας παραβατικές συμπεριφορές (καρτέλ και κάθετες αντι-ανταγωνιστικές συμπράξεις ιδίως σε επίπεδο λιανικής<sup>266</sup>) και όχι περιπτώσεις συγκεντρώσεων έκρινε επί της ουσίας ότι υφίσταται ενιαία αγορά λευκού γάλακτος ή άλλως ότι η αγορά συμπυκνωμένου γάλακτος δεν συνιστά διακριτή αγορά<sup>267</sup>. Συγκεκριμένα, η ΕΑ με τις

<sup>263</sup> Η οικονομική κρίση, ήτοι από το 2010 και μετά, δύναται να αποτελέσει ικανή συνθήκη που είναι σε θέση να οδηγήσει σημαντικό μέρος του καταναλωτικού κοινού για λόγους οικονομίας στην αγορά συμπυκνωμένου γάλακτος, αντί άλλου.

<sup>264</sup> Βλ. ΕΑ 434/V/2009, NESTLE - ΔΡΙΤΣΑΣ, παρ. 12.

<sup>265</sup> Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η διαφοροποιημένη κρίση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής κατά τα έτη 2012 και 2013 στο πλαίσιο της αξιολόγησης των συγχωνεύσεων *Google/Motorola* [COMP.M-6381, παρ. 29-30] και *Microsoft/Nokia* [COMP.M 7047, παρ. 28-30] σε σχέση με την πρόσφατη απόφασή της το 2018 στην υπόθεση *Google/Android* [COMP.AT 40099, της 18<sup>ης</sup> Ιουλίου 2018].

<sup>266</sup> Σημειωτέον δε ότι σε αυτές τις περιπτώσεις δεν εντοπίστηκε κάποια εμπλοκή της Friesland, μολονότι εμπλεκόταν το σύνολο σχεδόν των μεγάλων γαλακτοβιομηχανιών.

<sup>267</sup> Ειδικότερα, ιδίως για τις αποφάσεις εκείνες της ΕΑ που έχουν εκδοθεί κατά το κρίσιμο χρονικό διάστημα για το ζήτημα της δεσπόζουσας θέσης (από πριν και μέχρι το 2009) και προς επίρρωση του συγκεκριμένου σκεπτικού, σημειώνονται επιπροσθέτως και τα εξής: Όπως αναφέρεται χαρακτηριστικά στην υπ' αριθ. ΕΑ 310/V/2006 ΔΕΛΤΑ-ΒΛΑΧΑΣ (σελ. 8), «Οι γνωστοποιούσες εταιρείες εκτιμούν ότι η επηρεαζόμενη σχετική αγορά στην υπό κρίση υπόθεση είναι η συνολική αγορά του λευκού γάλακτος, το οποίο - αναλόγως του τρόπου παραγωγής του -κατηγοριοποιείται από τη βιομηχανία σε γάλα παστεριωμένο (φρέσκο), υψηλής παστερίωσης, UHT και σε συμπυκνωμένο. Ως σχετική γεωγραφική αγορά θεωρούν το σύνολο της Ελληνικής επικράτειας. Μελέτες εταιρειών έρευνας και του Πανεπιστημίου Πειραιά (που εκπονήθηκε για τις ανάγκες της Επιτροπής Ανταγωνισμού την 19.12.2005) διακρίνουν την αγορά του λευκού γάλακτος σε τέσσερις βασικές κατηγορίες: (α) το φρέσκο παστεριωμένο, (β) το υψηλής παστερίωσης, (γ) το μακράς διάρκειας και (δ) το εβαπορέ. Οι απόψεις των πελατών και των ανταγωνιστριών εταιρειών των μερών, σε ότι αφορά τον βαθμό υποκαταστασιμότητας μεταξύ των διάφορων κατηγοριών γάλακτος διίστανται.». Επίσης, ακόμη πιο χαρακτηριστική είναι η διατύπωση της ΕΑ στην υπ' αριθ. 314/V/2006 Συγκέντρωση ΔΕΛΤΑ - CHIPITA απόφασή της, όπου επί λέξει

υπ' αριθ. 369/V/2007 και 373/V/2007 αποφάσεις της προέβη σε διαφορετική οριοθέτηση της σχετικής αγοράς των γαλακτοκομικών ως τελικών προϊόντων στο πλαίσιο αυτεπάγγελτης έρευνας για παράβαση των άρθρων 1 ν. 703/1977 και 81ΣυνθΕΚ, καταλήγοντας ότι «με δεδομένη την ασυμφωνία των μελετητών και των παραγόντων της αγοράς σχετικά με τον ορθότερο ορισμό της αγοράς και λαμβανομένου υπόψη, ότι δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία για τον υπολογισμό της σταυροειδούς ελαστικότητας μεταξύ των κατηγοριών γάλακτος [...] υφίσταται ενιαία αγορά λευκού γάλακτος ως σχετική επηρεαζόμενη αγορά προϊόντος, αν ήθελε θεωρηθεί ότι υπάρχει επαρκής υποκαταστασιμότητα μεταξύ όλων των κατηγοριών γάλακτος, ήτοι εάν υποτεθεί ότι η σταυροειδής ελαστικότητα είναι σημαντικά μεγαλύτερη του μηδενός μεταξύ όλων των κατηγοριών γάλακτος και «Αφετέρου υφίστανται οι επιμέρους υποαγορές λευκού γάλακτος ως σχετικές επηρεαζόμενες αγορές προϊόντος της παρούσας υπόθεσης, αν ήθελε θεωρηθεί, ότι δεν υπάρχει υποκαταστασιμότητα μεταξύ καμίας εκ των κατηγοριών γάλακτος, ήτοι εάν υποτεθεί, ότι η σταυροειδής ελαστικότητα προσεγγίζει το μηδέν μεταξύ όλων των κατηγοριών γάλακτος»<sup>268</sup>. Υπογραμμίζεται ότι το έτος έκδοσης των εν λόγω αποφάσεων, ήτοι το 2007, και ιδίως οι εξεταζόμενες σε αυτές τις δύο αποφάσεις περίοδοι, βρίσκονται στον πυρήνα της εξεταζόμενης περιόδου ειδικά για το ζήτημα της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης, δεδομένου ότι κατά την με αριθ. πρωτ. 5519/20.9.2019 Έκθεση, η παράβαση της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης διαρκεί μέχρι το έτος 2009.

114α. Από τις συγκεκριμένες (προ δεκαετίας και πλέον) αποφάσεις της ΕΑ, αλλά και τις πιο πρόσφατες αποφάσεις συγκεντρώσεων με τις χαρακτηριστικές σε αυτές διατυπώσεις («για τους σκοπούς της παρούσας συγκέντρωσης») προκύπτει ότι η ακριβής οριοθέτηση των σχετικών προϊόντικών αγορών στην υπό κρίση υπόθεση, με βάση τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά της, αποτελεί σήμερα ζήτημα προς εξέταση, που παραμένει ανοικτό και δεν έχει αξιολογηθεί από την ΕΑ με τρόπο οριστικό.

114β. Εντούτοις, ακόμη και αν ήθελε γίνει δεκτό ότι η αγορά συμπυκνωμένου γάλακτος συνιστά διακριτή αγορά, από πλευράς Ευρωπαϊκής Ένωσης, παρατηρούνται χαρακτηριστικά τα εξής κρίσιμα για την εξεταζόμενη περίπτωση:

---

αναφέρονται τα εξής: «Η αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων, στην οποία δραστηριοποιείται από τα μέρη μόνον ο Όμιλος ΔΕΛΤΑ με την εταιρεία ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ, διακρίνεται, κατ' αρχήν, στις επιμέρους αγορές των: (i) Λευκού γάλακτος, (ii) Σοκολατούχου γάλακτος, (iii) Κρέμας γάλακτος, (iv) **Επιδορπίων με βάση το γάλα και (v) Γιαουρτιού.** [έμφαση δίδεται από το ίδιο το κείμενο της απόφασης], ενώ στην ίδια σελίδα (4) της απόφασης αναφέρεται ότι **α)** Ο ευρύτερος κλάδος γάλακτος περιλαμβάνει τους υπο-κλάδους: (i) του φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος, (ii) του γάλακτος υψηλής παστερίωσης, (iii) του γάλακτος μακράς διάρκειας και (iv) του συμπυκνωμένου γάλακτος.». Τέλος, με βάση τα αναφερόμενα στην υπ' αριθ. 394/V/2008 Συγκέντρωση EVEREST, OLYMPIC CATERING – VIVARTIA απόφαση ΕΑ, η Επιτροπή προβαίνει στην εξής βασική διάκριση ως προς τις επηρεαζόμενες αγορές που αφορά η συγκέντρωση και που σχετίζονται με την εξεταζόμενη υπόθεση: «[...] 2. Αγορά λευκού γάλακτος

Πρόκειται για επηρεαζόμενη αγορά λόγω καθέτων σχέσεων, δεδομένου ότι οι EVEREST και OLYMPIC CATERING έχουν ως πραγματικό ή δυνητικό προμηθευτή τη VIVARTIA σε αγορά όπου η τελευταία έχει μερίδιο αγοράς άνω του 25%.

### 3. Αγορά σοκολατούχου γάλακτος

Πρόκειται για επηρεαζόμενη αγορά λόγω καθέτων σχέσεων, δεδομένου ότι η EVEREST έχει ως πραγματικό ή δυνητικό προμηθευτή τη VIVARTIA σε αγορά όπου η τελευταία έχει μερίδιο αγοράς άνω του 25%» (σελ. 8). Είναι δε χαρακτηριστικό ότι ειδικά στη συγκεκριμένη απόφαση δεν εντοπίζεται κάποια αναφορά είτε σε συμπυκνωμένο είτε σε εβαπορέ γάλα.

Επομένως, και οι ανωτέρω αποφάσεις της ΕΑ που αφορούν συγκεντρώσεις στον υπό έρευνα κλάδο κατά την επίμαχη περίοδο (τα έτη δηλαδή πριν και μέχρι το 2009) δεν διακρίνουν κατά τρόπο μάλιστα αυστηρό την αγορά συμπυκνωμένου γάλακτος.

<sup>268</sup> Βλ. ΕΑ 373/V/2007, σελ. 25, καθώς επίσης και ΕΑ 369/V/2007, σελ. 44.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή κατά την κρίση της υπόθεσης COMP/M.6627 - Arla FOODS/MILCH-UNION HOCHHEIFEL στις 28.9.2012 ειδικά για την Ελλάδα ανέφερε επί λέξει τα κάτωθι [παρ. 80]: «Όσον αφορά την Ελλάδα, τα μέρη τονίζουν ότι εισάγεται το 86% της κρέμας μακράς διαρκείας. Επιπλέον, η μέγιστη οικονομικά βιώσιμη απόσταση μεταφοράς υποδηλώνει ότι η γεωγραφική αγορά είναι ευρύτερη από την εθνική. Οι πελάτες δηλώνουν ότι προμηθεύουν μακράς διάρκειας γαλακτοκομικές κρέμες και κονσέρβες από εξωτερικό χώρο της Ελλάδας και ότι οι πελάτες με κρέμα μακράς διαρκείας δηλώνουν ότι παρόλο που προμηθεύονται από τους εθνικούς παραγωγούς, θα μπορούσαν εύκολα να αρχίσουν να προμηθεύονται από την Ελλάδα. Οι πελάτες υποδεικνύουν επίσης ότι θα προέρχονταν από χώρες εκτός Ελλάδας αν υπήρξε αύξηση των τιμών κατά 5-10%. Αυτό υποδηλώνει (κατά την Ευρωπαϊκή Επιτροπή) ότι η γεωγραφική αγορά της κρέμας γάλακτος μακράς διαρκείας, *kondensmilch* (δηλ. συμπυκνωμένου γάλακτος) και κρέμας μακράς διαρκείας του καφέ είναι τουλάχιστον ευρύτερη από την εθνική, εάν όχι την ΕΕ».<sup>269</sup> Το σαφές συμπέρασμα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής το οποίο διατυπώνεται ρητά στην τελευταία πρόταση αυτής της παραγράφου είναι καταλυτικό και κρίσιμο για την υπό κρίση υπόθεση: Ακόμη και στην περίπτωση εκείνη που γίνει δεκτή η εξαιρετικά αναλυτική (στενή) οριοθέτηση της Υπηρεσίας (βλ. και προηγούμενο κεφάλαιο), σύμφωνα με την οποία, σχετική αγορά προϊόντος είναι η αγορά συμπυκνωμένου γάλακτος, ωστόσο σχετική γεωγραφική αγορά ακόμη σε μία τέτοια περίπτωση δεν μπορεί να θεωρηθεί μόνο η Ελληνική Επικράτεια, αλλά αντιθέτως, αυτή θα πρέπει να θεωρηθεί ότι είναι ευρύτερη, ενδεχομένως ότι καλύπτει και την ευρωπαϊκή αγορά στο σύνολό της, σύμφωνα με την απόφαση ARLA της Ευρωπαϊκής Επιτροπής με αναφορά μάλιστα *ad hoc* στην Ελλάδα. Όμως, σε μία τέτοια περίπτωση, με βάση αυτή την οριοθέτηση σχετικού προϊόντος και σχετικής γεωγραφικής αγοράς, που, κατά την άποψη της πλειοψηφίας της ΕΑ, είναι και η ορθή, το ζήτημα της ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης από μέρους της Friesland στην αγορά του συμπυκνωμένου γάλακτος στην Ελληνική Επικράτεια αντιμετωπίζεται αρνητικά, καθόσον πολύ απλά η σχετική γεωγραφική αγορά είναι σαφώς ευρύτερη από την ελληνική. Επίσης, εκτιμάται ότι το συγκεκριμένο πόρισμα επιβεβαιώνεται και από τα πραγματικά περιστατικά της εξεταζόμενης υπόθεσης, σε ό,τι αφορά το συμπυκνωμένο γάλα, καθόσον σαφώς και κατηγορηματικώς προκύπτει ότι η Friesland προβαίνει για το σύνολο του συμπυκνωμένου γάλακτος που διακινεί στην Ελλάδα μόνο σε εισαγωγές, μολονότι διαθέτει εργοστάσιο στην Πάτρα, το οποίο όμως δεν δραστηριοποιείται στην παραγωγή συμπυκνωμένου γάλακτος.

Ως εκ τούτου, δεδομένης της, κατά την άποψη της πλειοψηφίας, μη ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης από μέρους της Friesland στην αγορά του συμπυκνωμένου γάλακτος, είτε γίνει δεκτό ότι η αγορά συμπυκνωμένου γάλακτος συνιστά διακριτή αγορά είτε όχι, οποιαδήποτε περαιτέρω ανάλυση για το ζήτημα της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης παρέλκει.

---

<sup>269</sup> Το πρωτότυπο αγγλικό κείμενο στην παρ. 80 της εν λόγω απόφασης έχει ως εξής: «*With regard to Greece, the Parties emphasise that 86% of long-life cream is being imported. Further, the maximum economically viable transporting distance suggests that the geographic market is wider than national*<sup>269</sup>. *Customers indicate that they procure long-life dairy cream and kondensmilch from outside Greece, and long-life coffee cream customer indicate that even though they procure from national producers they could easily start procuring from outside Greece*<sup>269</sup>. *Customers also suggest that they would source from outside Greece if there was a price increase of 5-10 %*<sup>269</sup>. *This suggests that the geographic market for long-life dairy cream, kondensmilch, and long-life coffee cream is at least wider than national, if not EU-wide*».

114γ. Ωστόσο, ένα μέλος της ΕΑ, ο Πρόεδρος Δ. Κυριτσάκης μειοψήφησε, και διατύπωσε την γνώμη, ότι για όλες τις ανωτέρω σχετικές προϊόντικές αγορές ως σχετική γεωγραφική αγορά, θεωρείται το σύνολο της ελληνικής επικράτειας. Και αυτό γιατί εντός της τελευταίας δραστηριοποιούνται και ανταγωνίζονται οι επιχειρήσεις παραγωγής και εμπορίας των ανωτέρω γαλακτοκομικών προϊόντων (ως πωλητές ή αγοραστές των σχετικών προϊόντων ή υπηρεσιών αντίστοιχα) υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού. Τα όρια, δηλαδή, της γεωγραφικής αγοράς καθορίζονται από τη δυνατότητα των επιχειρήσεων (ή αντίστοιχα καταναλωτών) να προσφέρουν τα προϊόντα, και συγκεκριμένα να αυξήσουν γρήγορα και εύκολα την προσφορά (ζήτησή τους, σε συγκεκριμένες περιοχές σε αντίδραση της αύξησης της τιμής σε μια περιοχή. Πέραν αυτών συνεκτιμώνται, επίσης, για τον ίδιο σκοπό: α) το εμπόριο μεταξύ των περιοχών (εισαγωγές και εξαγωγές) και β) το κόστος μεταφοράς καθώς και άλλα εμπόδια στο εμπόριο μεταξύ των περιοχών<sup>270</sup>, όχι όμως τα τυχόν υψηλά επίπεδα εισαγωγών και εξαγωγών τα οποία δεν αποτελούν ούτε αναγκαία ούτε ικανά στοιχεία για να συμπεράνουμε ότι δύο περιοχές ανήκουν στην ίδια σχετική αγορά. Το γεγονός της ύπαρξης σημαντικού εμπορίου μεταξύ των περιοχών σχετίζεται με την εφαρμογή του διακοινοτικού εμπορίου και δεν συνεπάγεται αυτομάτως ότι οι περιοχές ανήκουν στην ίδια γεωγραφική αγορά, όπως αναλύθηκε ανωτέρω.

- 115) Εντεύθεν κατά την άποψη του μειοψηφούντος μέλους, το κρίσιμο για την οριοθέτηση της γεωγραφικής αγοράς δεν είναι το που επιλέγει μία επιχείρηση να εγκαταστήσει τις παραγωγικές της μονάδες<sup>271</sup> και συγκεκριμένα εάν τα επίμαχα προϊόντα της εμπλεκόμενης εν προκειμένω Friesland προέρχονται από εισαγωγές ή από εγχώρια παραγωγή, αλλά εάν οι επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στην παραγωγή και εμπορία των ανωτέρω γαλακτοκομικών προϊόντων προσφέρουν ή ζητούν τα σχετικά προϊόντα υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού και η οποία (γεωγραφική αγορά) μπορεί να διακριθεί από άλλες γειτονικές γεωγραφικές περιοχές, ιδίως λόγω των αισθητά διαφορετικών συνθηκών ανταγωνισμού που επικρατούν σ' αυτές.
- 116) Στην προκείμενη περίπτωση, με βάση τα στοιχεία που προέκυψαν από την έρευνα της ΓΔΑ και την ενώπιον της Επιτροπής διαδικασία, δεν υπάρχουν παράγοντες, οι οποίοι να διαφοροποιούν τις συνθήκες ανταγωνισμού στη χώρα μας για τα προϊόντα των επιχειρήσεων στην εν λόγω προϊόντική αγορά (η εμπορική πολιτική των εταιριών, καθώς και οι καταναλωτικές συνήθειες δεν διαφοροποιούνται με βάση γεωγραφικά κριτήρια)<sup>272</sup>. Περαιτέρω, από τις αποφάσεις της ΕΑ (υπ' αριθ. 515/VI/2011, 598/2014 και 650/2017, οι οποίες αφορούν και στα γαλακτοκομικά προϊόντα), προέκυψε ότι οι συνθήκες προσφοράς και οι ανταγωνιστές της Friesland που δραστηριοποιούνται στις επίμαχες προϊόντικές αγορές, αλλά και οι προτιμήσεις καταναλωτών δύναται να διαφέρουν σημαντικά μεταξύ των κρατών μελών σε ορισμένες από τις σχετικές αγορές της παρούσας, ενώ, η διαπραγματέυση της εμπορικής της πολιτικής με τους πελάτες της λαμβάνει χώρα σε εθνικό επίπεδο.
- 117) Εντεύθεν, δεν είναι τυχαίο, ότι η Επιτροπή Ανταγωνισμού στις παλαιότερες αλλά και πρόσφατες, ως άνω, αποφάσεις της έχει κρίνει και αποδεχτεί ομοφώνως ως προς

<sup>270</sup> Βλ. σχετικά σελ. 91 και επ., Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού, 2013, επιμέλεια: Δ. Τζουγανάτος.

<sup>271</sup> Το οποίο εξαρτάται από παράγοντες σχετίζονται με τη φορολογία, την εγγύτητα στις πρώτες ύλες κ.α.

<sup>272</sup> Βλ. σχετικά και αποφάσεις 581/VIII/2013 (ΕΑ κατά Procter & Gamble), 610/2015 (ΕΑ κατά Colgate – Palmolive) και 663/2018 (ΕΑ κατά ΕΛΑΪΣ-UNILEVER).

την οριοθέτηση της σχετικής γεωγραφικής αγοράς, ότι αυτή εκτείνεται εντός των ορίων της Ελληνικής επικράτειας και αποχρών λόγος για να αποστεί ο μειοψηφών στην προκειμένη περίπτωση από την πάγια αυτή θέση της Επιτροπής δεν προέκυψε ότι συντρέχει. Το γεγονός ότι οι αποφάσεις αυτές αφορούσαν συγκεντρώσεις δεν παραλλάσσει ποσώς τη φύση των κριτηρίων του προς επίλυση ζητήματος του προσδιορισμού, δηλαδή, των ορίων της γεωγραφικής αγοράς.

- 118) Περαιτέρω, σημειώνεται, ότι η συντριπτική πλειοψηφία των εταιριών παραγωγής και εμπορίας γαλακτοκομικών προϊόντων, στις οποίες απευθύνθηκε η ΓΔΑ στη διάρκεια της έρευνας, εκτιμά ότι η σχετική γεωγραφική αγορά για κάθε μία από τις ανωτέρω σχετικές προϊόντικές αγορές, είναι η ελληνική επικράτεια. Έτσι για παράδειγμα, η ΦΑΓΕ στην υπ' αριθ. πρωτ. 2326/20.4.2017 επιστολή της αναφέρει ότι «ως σχετική γεωγραφική αγορά σε κάθε περίπτωση θα πρέπει να ληφθεί η ελληνική επικράτεια», ενώ σύμφωνα με αυτήν ακριβώς την οριοθέτηση είναι και οι εταιρίες ΟΠΤΙΜΑ<sup>273</sup>, ΓΙΩΤΗΣ ΑΕ<sup>274</sup>, NESTLE<sup>275</sup>, ο Συνεταιρισμός ΘΕΣΓάλα<sup>276</sup>, η ΝΕΟΓΑΛ<sup>277</sup>, η ΕΒΟΛ<sup>278</sup>, η ΤΡΙΚΚΗ<sup>279</sup>, η ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ<sup>280</sup>, η ΔΩΔΩΝΗ<sup>281</sup> και η ΔΕΛΤΑ (βλ. σκ. 173, 231, 271 και 342 της ανωτέρω υπ' αριθ. 598/2014 Απόφασης). Αντίστοιχη είναι η τοποθέτηση και της εταιρίας [...] <sup>282</sup>. Εξαιρέση στην κατά τα ανωτέρω συντριπτική πλειοψηφία αποτελεί η εταιρία ΓΚΑΤΕΝΙΟ ΔΣ & ΥΙΟΣ ΑΕ, η οποία στην υπ' αριθ. πρωτ. 2757/5.5.2015 επιστολή της, με τη διευκρίνιση ότι εκφράζει εμπορική και όχι επιστημονική άποψη ως προς τις κατηγορίες γαλάτων, αναφέρει ότι: *«Δεδομένου ότι η Ελλάδα είναι κατά βάση εισαγωγική στα γαλακτοκομικά προϊόντα, οι δε βασικοί παραγωγοί εδράζονται σε άλλα κράτη-μέλη της Ε.Ε., κρίνουμε ότι η γεωγραφική αγορά είναι η ενωσιακή»*. Εξαιρέση, αλλά προς την αντίθετη πλευρά αποτελεί η γαλακτοβιομηχανία ΣΕΡΓΑΛ<sup>283</sup>, η οποία εκτιμά ότι *«θα μπορούσε να οριστεί και ακόμα στενότερα κατά νομό η εν λόγω γεωγραφική αγορά επειδή έτσι υπάρχει πιο έγκυρη ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού και γίνεται ταυτόχρονα τόνωση της τοπικής γαλακτοπαραγωγής»*.
- 119) Με την πάγια αυτή θέση της ΕΑ και της κατά τα ανωτέρω πλειοψηφίας ανταγωνιστών, αναφορικά με τον καθορισμό της γεωγραφικής αγοράς, συντάσσονται και τα σούπερ μάρκετ τα οποία στο πλαίσιο της έρευνας, ρωτήθηκαν σχετικά<sup>284</sup>, ενώ η ΠΕΝΤΕ ΑΕ<sup>285</sup>, συμφωνεί με τον προσδιορισμό της γεωγραφικής αγοράς και επισημαίνει ότι *«Επίσης θα πρέπει να ληφθούν υπόψη και οι ιδιαιτερότητες ανά περιοχή, η προτίμηση των καταναλωτών στις τοπικού χαρακτήρα επιχειρήσεις»*.
- 120) Σημειώνεται, επίσης, ότι οι απαντήσεις των εταιριών παραγωγής και εμπορίας γαλακτοκομικών προϊόντων, οι οποίες ρωτήθηκαν στο πλαίσιο της ίδιας έρευνας, αν αντιμετωπίζουν, δηλαδή, το ενδεχόμενο να επεκτείνουν τη δραστηριότητά τους σε

<sup>273</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 2128/6.4.2017 επιστολή, ΚΡΙ ΚΡΙ (υπ' αριθ. πρωτ. 2292/18.4.2017 επιστολή).

<sup>274</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 2005/3.4.2017 επιστολή.

<sup>275</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 1915/29.3.2017 επιστολή.

<sup>276</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 1863/28.3.2017 επιστολή.

<sup>277</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 2195/10.4.2017 επιστολή.

<sup>278</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 2414/25.4.2017 επιστολή.

<sup>279</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 2358/21.4.2017 επιστολή.

<sup>280</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 2202/10.4.2017 επιστολή.

<sup>281</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 2272/12.4.2017 επιστολή.

<sup>282</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 2371/21.4.2017 επιστολή.

<sup>283</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 2277/12.4.2017 επιστολή.

<sup>284</sup> Βλ. επιστολές με αριθ. πρωτ. 2160/7.4.2017 της ΑΛΦΑ-ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ, 2347/21.4.2017 της ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ, 2360/21.4.2017 της Ι. & Σ. ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ ΑΕΕ, καθώς και ένα που ζητεί την τήρηση του απορρήτου.

<sup>285</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 2269/12.4.2017 επιστολή.

γειτονική γεωγραφική περιοχή, εφόσον στην περιοχή αυτή αυξάνονταν μόνιμα η τιμή πώλησης των προϊόντων τους κατά 5%-10% ήταν στην πλειοψηφία τους αρνητικές. Συγκεκριμένα, πλην της ελεγχόμενης Friesland, η οποία συνυπολογίζει διάφορους παράγοντες για την επέκτασή της, όπως αυτοί διατυπώνονται στις 5334/4.9.2015 και 2522/2.5.2017 επιστολές της, και της εταιρίας ΣΤΑΜΟΥ<sup>286</sup>, η πλειοψηφία των εταιριών υπογράμμισε ότι η τιμή δεν αποτελεί το μοναδικό παράγοντα που πρέπει να ληφθεί υπόψη σε ένα τέτοιο ενδεχόμενο, καθώς το απαιτούμενο μεταφορικό κόστος είναι πιθανό να καταστήσει ασύμφορη μια τέτοια στρατηγική. Μάλιστα, δεν έλειψαν και οι εταιρίες που θεώρησαν εξ αρχής απίθανο να επεκταθούν σε γεωγραφικές περιοχές πέραν της ελληνικής επικράτειας. Χαρακτηριστική είναι και η απάντηση της ΦΑΓΕ, η οποία απαντώντας στο ίδιο ερώτημα αναφέρει ότι «[η] ΦΑΓΕ διαθέτει ένα εκτεταμένο δίκτυο διανομής των προϊόντων της με επακόλουθο την αποτελεσματική κάλυψη όλης της ελληνικής επικράτειας. Έτσι, η ΦΑΓΕ προσφέρει σήμερα τα προϊόντα της σε όλους τους Έλληνες καταναλωτές παρέχοντας ουσιαστικά πλήρη γεωγραφική κάλυψη»<sup>287</sup>, υπονοώντας ότι για το σύνολο των παραγόμενων από την ίδια προϊόντων η γεωγραφική αγορά δεν ξεπερνά τα όρια της ελληνικής επικράτειας. Κατά τη DANONE, η επέκτασή της εκτός ελληνικής επικράτειας σε περίπτωση αύξησης των τιμών σε γειτονικές περιοχές αποτελεί «μη εφαρμοστέα» περίπτωση<sup>288</sup>. Τέλος, η ΓΙΩΤΗΣ<sup>289</sup> σημειώνει ότι «[η] γεωγραφική κάλυψη των προϊόντων [...] είναι πανελλαδική άρα η μεταβολή της τιμής κατά 5-10% σε γειτονική περιοχή δεν θα είχε κανένα απολύτως αποτέλεσμα στην γεωγραφική παρουσία των προϊόντων της εταιρείας».

- 121) Εξ άλλου, το υψηλό κόστος μεταφοράς αναγνωρίζεται και από την ίδια τη Friesland ότι είναι ασύμφορο να προμηθεύει, δηλαδή, με ίδια μέσα τα μικρά σημεία πώλησης καλύπτοντας τη γεωγραφική διασπορά ακόμη και εντός της ελληνικής επικράτειας και για το λόγο αυτό συνεργάζεται με χονδρεμπορικές επιχειρήσεις. Ο ίδιος ο [...] αναγνωρίζει στην από 15.3.2018 κατάθεσή του ότι [...]. Συνεπώς, δεν μπορεί να θεωρηθεί πιθανή η άμεση και αποτελεσματική επέκτασή της σε γειτονική γεωγραφική περιοχή, καθώς αυτό θα απαιτούσε χρόνο και υψηλό κόστος σύστασης, οργάνωσης και διαχείρισης δικτύου αντιπροσώπων και χονδρεμπόρων.
- 122) Εν όψει του συνόλου των στοιχείων της αποδεικτικής διαδικασίας, καθώς και των όσων προεκτέθηκαν ο μειοψηφών Πρόεδρος έχει τη γνώμη ότι στις ανωτέρω προϊοντικές αγορές, ως σχετική γεωγραφική αγορά πρέπει θεωρείται το σύνολο της ελληνικής επικράτειας, όπου αναπτύσσεται το δίκτυο και η δραστηριότητα της Friesland και των ανταγωνιστών της και όπου οι δραστηριοποιούμενες γαλακτοκομικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν ομοιογενείς συνθήκες ζήτησης και μεταξύ τους ανταγωνισμού. Στην κατηγορία αυτή των γαλακτοκομικών προϊόντων προέχουσα και διακριτή αγορά αποτελεί εκείνη του συμπυκνωμένου γάλακτος στην οποία τα μερίδια αγοράς της ελεγχόμενης σε όγκο, με βάση τα στοιχεία που προσκόμισε η ίδια, υπερβαίνουν σταθερά και σε βάθος χρόνου πολύ πέραν της τετραετίας (τουλάχιστον 20ετία) το [...] στη σχετική αγορά, κυμαινόμενα από [...] (2014) έως [...] (2009), τα οποία με διαφορά αποτελούν τα μεγαλύτερα μερίδια της αγοράς. Ειδικότερα καθ' όλη τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου, τα ποσοστά αυτά παρουσιάζουν μικρές μόνο διακυμάνσεις και βρίσκονται επί σειρά ετών σε επίπεδα εγγύς ή και ανώτερα του [...], σε αντίθεση με τα μερίδια του βασικού ανταγωνιστή (ΔΕΛΤΑ), τα οποία εκκίνησαν από [...] (2005) και βαίνουν διαρκώς

<sup>286</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 3042/26.5.2017 επιστολή.

<sup>287</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 2326/20.4.2017 επιστολή.

<sup>288</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 2371/21.4.2017 επιστολή.

<sup>289</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 2005/3.4.2017 επιστολή.

μειούμενα ήδη δε το 2016 έχουν περιοριστεί στο [...] (2016). Πρόκειται, δηλαδή, για μερίδια, το ύψος των οποίων κατατείνει αυτοτελώς και ευθέως στο συμπέρασμα ότι η ελεγχόμενη κατέχει δεσπόζουσα θέση στην εν λόγω αγορά. Σε εξίσου υψηλά μερίδια που υπερβαίνουν το [...] κατέληξαν και οι υπολογισμοί της Γενικής Διεύθυνσης βάσει των στοιχείων συνολικών πωλήσεων που προσκόμισαν οι εταιρίες του κλάδου. Συναφώς, υψηλό μερίδιο για την ελεγχόμενη κυμαινόμενο μεταξύ [...] και [...] προκύπτει και από την επεξεργασία των διαθέσιμων στοιχείων πωλήσεων που πραγματοποιούνται από τις εταιρίες του κλάδου αποκλειστικά μέσω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων για τα ίδια ως άνω έτη. Πράγματι, από την επεξεργασία από την υπηρεσία των διαθέσιμων στοιχείων για τα έτη 2007-2014 το μερίδιο της Friesland στο χονδρεμπορικό κανάλι υπολογίζεται περί το [...] για το έτος 2007 και βαίνει αυξανόμενο προοδευτικά με πάνω από το [...] κατά το έτος 2014, ενώ η ΔΕΛΤΑ εκκινεί από μερίδιο [...] % κατά το έτος 2007 και ακολουθώντας φθίνουσα πορεία καταλήγει σε μερίδιο [...] % κατά το έτος 2014.

- 123) Η δεσπόζουσα αυτή θέση της Friesland επιβεβαιώνεται, εξάλλου και από τη σημαντικά ασθενέστερη θέση του πλησιέστερου και και μοναδικού κατ' ουσίαν, μετα την εξαγορά κατά το έτος 2006 από τη ΔΕΛΤΑ NESTLE του συμπυκνωμένου γάλακτος με το σήμα ΒΛΑΧΑΣ ανταγωνιστή της στην αγορά του συμπυκνωμένου γάλακτος (ΔΕΛΤΑ), έναντι του οποίου υπερέχει συντριπτικά, υπό οποιαδήποτε θεώρηση εξαγωγής των μεριδίων, κατά [...] τουλάχιστον ποσοστό. Περαιτέρω, ο βαθμός συγκέντρωσης στην οικεία αγορά είναι εξαιρετικά υψηλός με τους δύο μεγαλύτερους «παίκτες» να κατέχουν μερίδιο το οποίο, σύμφωνα με τα στοιχεία της ελεγχόμενης κυμαίνεται μεταξύ [...] (2014) και [...] (2007) της αγοράς.
- 124) Στις συνθήκες της υπό κρίση σχετικής αγοράς που παρουσιάζουν χαρακτηριστικά ολιγοπωλιακής δομής, το γεγονός ότι το μέγεθος του μεριδίου της ελεγχόμενης είναι πολλαπλάσιο του μεριδίου των βασικότερων ανταγωνιστών της κατατείνει στη διαπίστωση ότι η ελεγχόμενη διαθέτει ιδιαίτερη ελευθερία δράσης για να καθορίζει τη στάση της απέναντι στον ανταγωνισμό.
- 125) Συνεπώς, η Friesland όχι μόνον κατέχει ένα ιδιαίτερος υψηλό μερίδιο αγοράς, και πάντως άνω του [...] <sup>290</sup>, στη σχετική αγορά του συμπυκνωμένου γάλακτος επί πολλά έτη, το οποίο αποτελεί ένα από τα στοιχεία ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης, αλλά επιπλέον συστηματικά καταγράφεται σημαντική διαφορά μεταξύ του μεριδίου της και του μεριδίου των σπουδαιότερων ανταγωνιστών της στην οικεία αγορά, διαπιστώσεις που σε κάθε περίπτωση δρουν ενισχυτικά του εν λόγω συμπεράσματος. Τα ανωτέρω δεδομένα μεριδίων κατατείνουν χωρίς αμφιβολία στη στοιχειοθέτηση δεσπόζουσας θέσης της Friesland στην αγορά του συμπυκνωμένου γάλακτος. Συνοψίζοντας, η κατά τα ανωτέρω κατοχή από τη Friesland, και μάλιστα σε βάθος χρόνου, υψηλού μεριδίου αγοράς, πολλαπλάσιου των ανταγωνιστών της, η διακίνηση ενός ευρέος φάσματος γαλακτοκομικών προϊόντων στην αγορά αναφοράς, όπου συμπεριλαμβάνονται σήματα ιδιαίτερης φήμης και αναγνωρισιμότητας, η διάθεση ενός εκτεταμένου και εδραιωμένου δικτύου πωλήσεων και διανομής σε όλη την ελληνική επικράτεια, καθώς και το γεγονός ότι ανήκει στο συγκεκριμένο σημαντικό πολυεθνικό όμιλο, εξασφαλίζουν στην ελεγχόμενη για πολύ μεγάλο χρονικό διάστημα την ανεξαρτησία συμπεριφοράς που χαρακτηρίζει τη δεσπόζουσα θέση. Και τούτο διότι δεν υπόκειται σε άμεση και αποτελεσματική ανταγωνιστική πίεση, κατά τα προεκτεθέντα, λαμβανομένων ιδίως υπόψη της σταθερής και ιδιαίτερος μακροχρόνιας υπεροχής της έναντι των λιγοστών ανταγωνιστών της, καθώς και του σωρευτικού αποτελέσματος των πλεονεκτημάτων που απολαμβάνει.

<sup>290</sup> Ανεξαρτήτως εκδοχής διαθέσιμων στοιχείων με βάση την πηγή τους.

- 126) Τα διαχρονικά υψηλά αυτά μερίδια της συγκεκριμένης επιχείρησης σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της καταδεικνύουν την ύπαρξη φραγμών εισόδου και επέκτασης. Όμως, κατά την άποψη του μειοψηφούντος Προέδρου, με τη διεύρυνση της προτεινόμενης από την ελεγχόμενη σχετικής αγοράς από ελληνική σε ευρύτερη, ενδεχομένως και πανευρωπαϊκή, αυτομάτως, όπως και για οποιαδήποτε άλλη επιχείρηση που τυχόν έχει δραστηριότητα σε περισσότερες χώρες, απώλυται η δεσπόζουσα θέση της στη χώρα μας και αποκλείεται εντεύθεν η έρευνα και η απόδοση τυχόν ευθυνών για την κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης που εν προκειμένω με βάση τα υπάρχοντα στοιχεία φαίνεται ότι έχει χωρήσει.

## VII. ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

### VII.1 ΕΦΑΡΜΟΣΤΕΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ ΔΙΚΑΙΟΥ

#### VII.1.1 Άρθρο 1 ν. 703/1977 και άρθρο 1 ν. 3959/2011 – Διαχρονικό δίκαιο

- 127) Με την έναρξη ισχύος του ν. 3959/2011 για την προστασία του ελεύθερου ανταγωνισμού την 20.4.2011, αντικαταστάθηκε ο ν. 703/1977 (Περί ελέγχου μονοπωλίων και ολιγοπωλίων και προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού). Βάσει των αρχών που διέπουν τη διαχρονική εφαρμογή του δικαίου, καθώς και βάσει των αρχών της ασφάλειας δικαίου και της προστασίας της δικαιολογημένης εμπιστοσύνης των διοικουμένων, εφαρμοστέες είναι οι διατάξεις ουσιαστικού δικαίου, οι οποίες ίσχυαν κατά τον χρόνο επελεύσεως των γεγονότων που συνιστούν την παράβαση, χωρίς να έχει σημασία ο χρόνος κατά τον οποίο εφαρμόζονται οι σχετικές διατάξεις και επιβάλλονται οι σχετικές κυρώσεις<sup>291</sup>. Επομένως, κάθε συμπεριφορά επιχείρησης, η οποία εκδηλώθηκε και έπαυσε προ της 20.4.2011 (ημερομηνία κατάργησης του ν. 703/1977 και θέσης σε ισχύ του ν. 3959/2011<sup>292</sup>) και η οποία πιθανολογείται ότι πληροί τις προϋποθέσεις εφαρμογής των προβλεπόμενων στα άρθρα 1 και 2 του ν. 703/1977 παραβάσεων, αξιολογείται βάσει των προαναφερόμενων άρθρων. Προκειμένου, ωστόσο, περί παραβατικής συμπεριφοράς διαρκείας, με χρονική αφετηρία εκδήλωσης προγενέστερη της θέσης σε ισχύ του μεταγενέστερου ν. 3959/2011, η οποία ωστόσο διαρκεί και μετά τη θέσπιση του νόμου αυτού, ως χρόνος διάπραξης της παράβασης θεωρείται εκείνος κατά τον οποίον εξακολουθεί η δημιουργηθείσα από την συμπεριφορά του δράστη κατάσταση<sup>293</sup> και, επομένως, η συμπεριφορά αυτή καταλαμβάνεται από το ρυθμιστικό πεδίο του νέου νόμου που θεσπίστηκε διαρκούσης της παράβασης. Συνεπώς, στην υπό κρίση υπόθεση, οι πρακτικές της ελεγχόμενης επιχείρησης, οι οποίες εκδηλώθηκαν και έπαυσαν προ της 20.4.2011 αξιολογούνται βάσει των άρθρων 1 και 2 ν. 703/1977, ενώ εκείνες που διήρκεσαν και μετά το χρονικό αυτό σημείο αξιολογούνται βάσει των αντίστοιχων άρθρων του ν. 3959/2011.

#### VII.1.2 Προϋποθέσεις εφαρμογής των άρθρων 1 παρ. 1 ν. 703/1977 (νυν άρθ. 1 παρ. 1 ν. 3959/2011) και 81 ΣυνθΕΚ (νυν άρθ. 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ).

- 128) Το άρθρο 1 παράγραφος 1 του ν. 703/1977 (νυν άρθρο 1 του ν. 3959/2011) απαγορεύει όλες τις συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων, όλες τις αποφάσεις ενώσεων

<sup>291</sup> Αρχή περί της μη αναδρομικής ισχύος των νεότερων νόμων που θεμελιώνεται ρητά στο άρθρο 2 του Α.Κ. Η αρχή αυτή γίνεται δεκτή και από το ευρωπαϊκό δίκαιο. Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΕ C-201/09 και C-216/09 *ArcelorMittal Luxembourg SA κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2011, σελ. I- 2239, σκ. 67-71.

<sup>292</sup> Με την θέση σε ισχύ του ν. 3959/2011 για την «Προστασία του ελεύθερου ανταγωνισμού» (ΦΕΚ Α' 93) την 20.4.2011 καταργήθηκε ο ν. 703/1977 «Περί ελέγχου μονοπωλίων και ολιγοπωλίων και προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού» (ΦΕΚ Α' 278) (βλ. άρθ. 51 ν. 3959/2011).

<sup>293</sup> Κατ' αναλογία προς τις σχετικές διατάξεις του γενικού ποινικού δικαίου περί διαρκούς και στιγμιαίου εγκλήματος.



επιχειρήσεων και κάθε εναρμονισμένη πρακτική που έχουν, ως αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα, την παρεμπόδιση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ανταγωνισμού, και ιδίως εκείνες οι οποίες συνίστανται στον άμεσο ή έμμεσο καθορισμό των τιμών αγοράς ή πωλήσεως ή άλλων όρων συναλλαγής, στον περιορισμό ή στον έλεγχο της παραγωγής και των αγορών, ή στην κατανομή των αγορών ή των πηγών εφοδιασμού. Επομένως, προϋποθέσεις για την εφαρμογή της εν λόγω απαγορευτικής διάταξης είναι:

- Η ύπαρξη συμφωνίας μεταξύ ανεξάρτητων επιχειρήσεων (ή εναρμονισμένης πρακτικής ή απόφασης ένωσης επιχειρήσεων) και
- Αντικείμενο ή αποτέλεσμα της ανωτέρω συμφωνίας, εναρμονισμένης πρακτικής ή απόφασης να είναι ο περιορισμός, η παρακώλυση ή η νόθευση του ανταγωνισμού.

129) Αντίστοιχες είναι και οι βασικές προϋποθέσεις που τάσσονται από τον ενωσιακό νομοθέτη για την εφαρμογή του άρθρου 101 παράγραφος 1 ΣΛΕΕ (πρώην άρθρο 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ). Ουσιαστικά, μοναδική επιπλέον προϋπόθεση εφαρμογής της ενωσιακής διάταξης, σε σχέση με τη διάταξη του εθνικού δικαίου, αποτελεί αυτή της δυνατότητας επίδρασης στο ενδοκοινοτικό εμπόριο<sup>294</sup>.

### **VII.1.3 Η έννοια της «επιχείρησης»**

130) Επισημαίνεται ότι, για τους σκοπούς του άρθρου 1 παρ. 1 του ν. 703/1977 (νυν άρθρο 1 παρ. 1 του ν. 3959/2011), και αντιστοίχως του άρθρου 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ, ως «επιχείρηση» νοείται κάθε φυσικό πρόσωπο ή οικονομική ενότητα που ασκεί εμπορική ή άλλη οικονομική δραστηριότητα, ανεξάρτητα από το νομικό καθεστώς του και από τον τρόπο χρηματοδότησής του<sup>295</sup>. Ειδικότερα, η ύπαρξη επιχείρησης προϋποθέτει αυτονομία οικονομικής δράσης και συνακόλουθα πλήρη ανάληψη των οικονομικών κινδύνων που συνεπάγεται η εκάστοτε οικονομική δραστηριότητα<sup>296</sup>.

131) Ως οικονομική δραστηριότητα νοείται κάθε δραστηριότητα προσφοράς αγαθών ή υπηρεσιών σε δεδομένη αγορά<sup>297</sup>. Η έννοια της «επιχείρησης» είναι περισσότερο οικονομική παρά νομική και το αποφασιστικό κριτήριο για την έννοια αυτή στο δίκαιο προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού είναι η οικονομική, και όχι η νομική της αυτοτέλεια. Εν προκειμένω, τόσο η Friesland, όσο και οι χονδρέμποροι με τους οποίους συναλλάσσεται διεξάγουν οικονομική δραστηριότητα και, ως εκ τούτου λογίζονται ως επιχειρήσεις, κατά την έννοια των διατάξεων περί ελεύθερου ανταγωνισμού.

<sup>294</sup> Βλ. ενδεικτικά ΣτΕ 1731/2001, Επισκ.Εμπ.Δικ, 2003, σελ. 1053.

<sup>295</sup> Βλ. π.χ. Αποφάσεις ΔΕΚ C-55/96, Job Centre coop.arl, σκ.21, και ΔΕΚ C-180-184/98, Pavlov κλπ, σκ. 74.

<sup>296</sup> Βλ. ενδεικτικά ΠΕΚ T-23/09, Conseil national de l'Ordre des pharmaciens (CNOP), Conseil central de la section G de l'Ordre national des pharmaciens (CCG) κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, απόφαση της 26 Οκτωβρίου 2010, αδημ., σκ. 70-71, ΔΕΚ C-55/96, Job Centre coop.arl, Συλλογή 1997, I-7119, σκ.21, συνεκδ. υποθ. ΔΕΚ C-180-184/98, Pavel Pavlov κ.ά. κατά Stichting Pensioenfonds Medische Specialisten, Συλλ. 2000, I-6451, σκ. 74, ΔΕΚ C-118/85, Επιτροπή κατά Ιταλίας, Συλλ. 1987 σ. 2599, σκ. 7, ΔΕΚ C-41/90, Klaus Hofner and Fritz Elser κατά Macrotron GmbH, Συλλ. 1991, I-1979, σκ. 21, ΔΕΚ C-35/96, Επιτροπή κατά Ιταλίας (CNSD), Συλλ. 1998, I-3851, σκ. 36, ΔΕΚ C-244/94, Fédération Française des Sociétés d'Assurance κ.ά. κατά Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, Συλλ. 1995, I-4013, σκ. 14, EA 292/IV/2005 υπό 2.1 και EA 563/VII/2013, σκ. 71.

<sup>297</sup> Βλ. ενδεικτικά Αποφάσεις ΔΕΚ C-118/85, Επιτροπή κατά Ιταλίας, σκ. 7, και ΔΕΚ C-35/96, Επιτροπή κατά Ιταλίας, σκ. 36, ΔΕφΑθ 1682/2009, σκ. 27, καθώς και Ε.Α. 430/V/2009, σελ. 6, και ΕΑ 317/V/2006, σελ. 16-17.

**VII.1.4 Η έννοια της «συμφωνίας» ή/και «εναρμονισμένης πρακτικής» (σύμπραξης, σύμφωνα με τα άρθρα 1 ν. 703/1977, 1 ν. 3959/2011, 81 ΣυνθΕΚ και 101 ΣΛΕΕ)**

- 132) Για τους σκοπούς εφαρμογής των ως άνω διατάξεων, θεωρείται ότι υφίσταται «συμφωνία» όταν οι συμβαλλόμενοι, ρητά ή σιωπηρά, εγκρίνουν από κοινού σχέδιο που καθορίζει τις κατευθυντήριες γραμμές της αμοιβαίας δράσης τους (ή αποχής από τη δράση) στην αγορά. Για τους σκοπούς εφαρμογής των κανόνων του ανταγωνισμού, αρκεί οι επιχειρήσεις να έχουν εκφράσει την κοινή τους βούληση να συμπεριφερθούν στην αγορά κατά καθορισμένο τρόπο. Αυτό συμβαίνει, για παράδειγμα, κάθε φορά που επιχειρήσεις εκφράζουν κοινή βούληση προς επίτευξη επιδιωκόμενων τιμών ή επιδιωκόμενου όγκου πωλήσεων ή κατανομής αγορών/πελατείας<sup>298</sup>.
- 133) Κατά πάγια νομολογία, η έννοια της «συμφωνίας» καταλαμβάνει, όχι μόνον συμβάσεις με τη στενή έννοια του όρου, αλλά και συμφωνίες κυρίων, ανεξαρτήτως μάλιστα αν είναι υπογεγραμμένες ή ανυπόγραφες<sup>299</sup>. Υπό το φως της ενωσιακής νομολογίας, «συμφωνία» συνιστά και ο καθορισμός από μέρους των συμμετεχουσών σε μία συνάντηση επιχειρήσεων των «κανόνων παιχνιδιού» για τη συμπεριφορά τους στην αγορά, δεδομένου ότι εκφράστηκε η επιθυμία ή η ευχή να ακολουθηθεί η συγκεκριμένη συμπεριφορά<sup>300</sup>. Η ύπαρξη συμφωνίας μπορεί να προκύπτει άμεσα ή έμμεσα από τη συμπεριφορά των μερών, καταλαμβάνει δε και ατελείς συνεννοήσεις, καθώς και επιμέρους και υπό όρους συμφωνίες κατά τη διαδικασία διαπραγμάτευσης, η οποία οδηγεί σε συμφωνία<sup>301</sup>. Επομένως, η έννοια της συμφωνίας στηρίζεται στην ύπαρξη συμπτώσεως των βουλήσεων δύο τουλάχιστον μερών, της οποίας η μορφή εκδήλωσης δεν είναι σημαντική, εφόσον συνιστά πιστή έκφραση των βουλήσεων αυτών<sup>302</sup>. Με βάση τα προεκτεθέντα, για την έννοια της «συμφωνίας», είναι αδιάφορος ο γραπτός ή προφορικός χαρακτήρας της σύμβασης, καθώς και ο δεσμευτικός ή μη χαρακτήρας της, δηλαδή δεν απαιτούνται τυπικές διαδικασίες ούτε και κυρώσεις μη συμμόρφωσης ή μέτρα εφαρμογής<sup>303</sup>.

<sup>298</sup> Βλ. ενδεικτικά Απόφαση ΔΕΚ C-41/69, *Chemiefarma κατά Επιτροπής*, σκ. 112 και ΔΕΚ συνεκδ. υποθ. C- 209/78 έως 215/78 και 218/78, *Heinz van Landewyck κατά Επιτροπής*, Συλλ.1980, III-210, σκ. 86, καθώς και ΠΕΚ T-1/89, *Rhône-Poulenc SA κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1991, II-1034, σκ. 120, T-15/89, *Chemie Linz AG κατά Επιτροπής*, Συλλ.1992, II-1280, σκ. 301, και T-310/94, *Grueber και Weber GmbH & Co. KG κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1998, II-1048, σκ. 85, 87.

<sup>299</sup> Βλ. ενδεικτικά Αποφάσεις ΔΕΚ C- 41/69, *ACF Chemiefarma ό.π.*, C-44/69, *Buchler & Co κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1970, σ. 733 και C-45/69, *Boehringer Mannheim κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1970, σ. 769, καθώς και Αποφάσεις ΠΕΚ T-66/99, *Μινωικές Γραμμές ANE κατά Επιτροπής*, Συλλ. II-5515, σκ. 207 και T-141/89, *Trefleurope κατά Επιτροπής*, Συλλ.Π-791, σκ. 95-96. Βλ. ακόμη Ζιάμου Θ. σε Σκουρή Β., *Ερμηνεία Συνθηκών για την Ευρωπαϊκή Ένωση και την Ευρωπαϊκή Κοινότητα*, Εκδ. Αντ.Ν.Σάκκουλα, 2003, σελ. 692.

<sup>300</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-204/00, *Aalborg PortlandA /S κατά Επιτροπής*, Συλλ. I-123, σκ. 228, 248.

<sup>301</sup> Βλ. ενδεικτικά απόφαση της Επιτροπής 2004/104/EK (Υπόθεση COMP/E-1/37.978/Μεθυλογλυκαμίνη), παρ. 172, EE L 038 της 10/02/2004 σ. 18 – 46, καθώς και ΕΑ 369/V/2007, σελ. 47.

<sup>302</sup> Βλ. ενδεικτικά, ΔΕφαθ 559/2010, σκ. 17, ΔΕφαθ 906/2010, σκ. 7 και ΔΕφαθ 2891/2009, σκ. 18, ΔΕφαθ 1682/2009, σκ. 27, καθώς και την κοινοτική (ευρωπαϊκή πλέον) νομολογία στην οποία παραπέμπουν - ειδικότερα, ό.π. Απόφαση ΔΕΚ C-41/69, *Chemiefarma κατά Επιτροπής*, σκ. 112, Απόφαση ΠΕΚ T- 41/96, *Bayer κατά Επιτροπής*, σκ. 67-69, και Απόφαση ΠΕΚ T-208/01, *Volkswagen κατά Επιτροπής*, σκ. 30-32.

<sup>303</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-209/78 έως 215/78 και 218/78, *Van Landewyck κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1980, σελ. III 207, σκ. 85-86 και ΠΕΚ T- 1/89, ό.π., σκ. 43-44 και 97, ΠΕΚ T-9/99, ό.π., σκ. 200-201, ΠΕΚ T-56/99, *Marlines κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2003, σελ. II-5225, σκ. 21. Βλ. επίσης ΔΕφαθ 2560/2009, σκ. 6.

- 134) Περαιτέρω, η εν λόγω έννοια καλύπτει τόσο τις συμφωνίες που συνάπτονται μεταξύ ανταγωνιστών που δρουν στο ίδιο επίπεδο (οριζόντιες) όσο και εκείνες που συνάπτονται μεταξύ επιχειρήσεων που δρουν σε διαφορετικό επίπεδο της αλυσίδας παραγωγής ή διανομής, οι οποίες αφορούν στις προϋποθέσεις υπό τις οποίες τα μέρη δύνανται να προμηθεύονται, πωλούν ή μεταπωλούν αγαθά και υπηρεσίες (κάθετες)<sup>304</sup>.
- 135) Η σύναψη σύμβασης, στην οποία εμπεριέχεται ρήτρα, η οποία ρητά και χωρίς επιφυλάξεις ή αιρέσεις προβλέπει την αντικείμενη στα άρθρα 1 ν. 703/1977 και 101 ΣΛΕΕ πρακτική, ακόμα και αν η εν λόγω σύμβαση συνιστά σύμβαση πρότυπο, που υπογράφεται με πλείονες αντισυμβαλλομένους, συνιστά σύναψη συμφωνίας μεταξύ των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων κατά την έννοια των άρθρων 1 ν. 703/1977 και 101 ΣΛΕΕ<sup>305</sup>, καθώς με την υπογραφή της σύμβασης οι συμβαλλόμενες επιχειρήσεις εκφράζουν ρητά και ανεπιφύλακτα την κοινή τους βούληση να εφαρμόσουν την προβλεπόμενη αντιανταγωνιστική πρακτική. Συμφωνίες, κατά τις διατάξεις του ελεύθερου ανταγωνισμού, είναι κατεξοχήν οι συμβάσεις με την έννοια του αστικού δικαίου.
- 136) Η έννοια της «εναρμονισμένης πρακτικής» αφορά μορφή συντονισμού μεταξύ επιχειρήσεων, η οποία, χωρίς να φθάνει μέχρι τη σύναψη συμφωνίας, αντικαθιστά ηθελημένα τους κινδύνους που ενέχει ο ανταγωνισμός με την έμπρακτη συνεργασία των επιχειρήσεων αυτών<sup>306</sup>. Η απαίτηση αυτονομίας δράσης των επιχειρήσεων στην αγορά, που είναι συνυφασμένη με τις περί ανταγωνισμού διατάξεις<sup>307</sup>, αντιτίθεται αυστηρώς σε κάθε άμεση ή έμμεση επαφή μεταξύ των επιχειρηματιών αυτών δυνάμενη, είτε να επηρεάσει τη συμπεριφορά ενός υφιστάμενου ή δυνητικού ανταγωνιστή στην αγορά, είτε να αποκαλύψει σε έναν ανταγωνιστή τη συμπεριφορά που ο επιχειρηματίας έχει αποφασίσει ή σκέπτεται να ακολουθήσει στην αγορά. Η προϋπόθεση δε της αμοιβαιότητας πληρούται οσάκις η από μέρους ενός ανταγωνιστή αποκάλυψη σε άλλον ανταγωνιστή των μελλοντικών του προθέσεων ή της μελλοντικής του συμπεριφοράς στην αγορά ζητήθηκε από τον δεύτερο ή ο επιχειρηματίας αυτός δεν εξέφρασε καμία επιφύλαξη ή αντίρρηση όταν ο ανταγωνιστής του γνωστοποίησε τις προθέσεις του<sup>308</sup>. Κρίσιμο, εν προκειμένω είναι ότι οι ανταγωνιστές εν γνώσει τους δέχονται ή προσχωρούν σε μηχανισμούς συμπαιγνίας που διευκολύνουν το συντονισμό της εμπορικής τους πολιτικής. Επιπλέον, ο συντονισμός δεν πρέπει κατ' ανάγκην να είναι ρητά εκφρασμένος, αρκεί να είναι και σιωπηρός<sup>309</sup>. Σε περίπτωση εναρμονισμένης πρακτικής ανάμεσα σε προμηθευτή και μεταπωλητές, αναζητείται η συμμόρφωση των μεταπωλητών στις

<sup>304</sup> Βλ. ενδεικτικά ΣτΕ 2780/2012, σκ. 4 και ΔΕΚ C-56 & 58/64, *Consten & Grundig κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1966, σελ. 429, σελ. απόφασης 370-371. Βλ. επίσης Κανονισμό (ΕΕ) 330/2010, ό.π., άρθρο 1α).

<sup>305</sup> Βλ. ΕΑ 610/2015, σκ. 173 με περαιτέρω παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία.

<sup>306</sup> Βλ. π.χ. ΠΕΚ T-30/91, *Solvay SA κατά Επιτροπής*, Συλλ. Π-1775, σκ. 66, 75 και ΠΕΚ T-36/91, *Imperial Chemical Industries Plc κατά Επιτροπής*, απόφαση της 29.06.1995, Συλλ. Π-1851.

<sup>307</sup> Βλ. ενδεικτικά ΣτΕ 2780/2012, σκ. 5 (όπου και παραπομπές σε πάγια ενωσιακή νομολογία).

<sup>308</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-40 επ./73, *Suiker Unie κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1975, σελ. 507, σκ. 173-174, ΔΕΚ C-48/69 *ICI κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1972-1973, σελ. 99, σκ.64, ΔΕΚ C-199/92 *P, Huls κατά Επιτροπής* Συλλ. 1999, I-4336, σκ. 162-168 και 178, ΔΕΚ C-105/94 *P*, Συλλ. 1997, I-3001, σκ. 126, 135-136, 143, καθώς και αποφάσεις ΠΕΚ T-1/89 *Rhône-Poulenc SA κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1991, Π-1034, σκ. 101-103, 113-115 και 121-123, ΠΕΚ T-9/99 *HFB Holding κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2000, I-8224, σκ. 211-213, ΠΕΚ T-25/95 *Cimenteries CBR κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1996, I-3786, σκ. 18-22 (περίληψης) και σκ. 1849, 1852, 1855, 1865, 3150, Βλ. επίσης ενδεικτικά ΔΕφΑθ 1617/2009, σκ. 6.

<sup>309</sup> Βλ. ΔΕΚ C-2/01P και C-3/01 *P Bundesverband Arzneimittel – ImporteureV*, Συλλ. I-64, σκ.102 και Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ. 3, 2004/C, 101/08 της 27.04.2004, παρ.15.

τιμές που έχει αποστείλει ο προμηθευτής, η οποία διαπιστώνεται υπό την προϋπόθεση ότι οι τιμές που εστάλησαν τίθενται τελικά σε εφαρμογή.

- 137) Με βάση τα ανωτέρω, έχει κριθεί ότι συνιστά εναρμονισμένη πρακτική η συμμετοχή σε συναντήσεις που έχουν ως σκοπό τον καθορισμό επιδιωκομένων τιμών ή/και επιδιωκομένου όγκου πωλήσεων, κατά τις οποίες ανταλλάσσονται μεταξύ ανταγωνιστών πληροφορίες σχετικά με τις τιμές που σκέφτονται να εφαρμόσουν στην αγορά, σχετικά με το κατώτατο όριο συμφέρουσας λειτουργίας τους, τους περιορισμούς του όγκου πωλήσεων που κρίνουν αναγκαίους, τα αριθμητικά στοιχεία των πωλήσεών τους κ.ο.κ, διότι τις πληροφορίες αυτές ασφαλώς και τις λαμβάνουν υπόψη οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις για να καθορίσουν τη συμπεριφορά τους στην αγορά. Συναφώς, ακόμη και εάν τα στάδια της διαδικασίας διαπραγματεύσεων που οδήγησαν στη σύναψη ολοκληρωμένης συμφωνίας δεν καλύπτονται από την έννοια της «συμφωνίας», κατά τα ανωτέρω, η επίμαχη συμπεριφορά καταλαμβάνεται από την έννοια της «εναρμονισμένης πρακτικής»<sup>310</sup>.
- 138) Περαιτέρω, η έννοια της «εναρμονισμένης πρακτικής» προϋποθέτει μεν συμπεριφορά των μετεχουσών επιχειρήσεων στην αγορά, δεν συνεπάγεται όμως κατ' ανάγκην ότι η εν λόγω συμπεριφορά θα πρέπει και να επιφέρει, συγκεκριμένα, το περιοριστικό του ανταγωνισμού αποτέλεσμα<sup>311</sup>. Κατά πάγια ενωσιακή νομολογία, τεκμαίρεται ότι οι μετέχουσες σε συνεννοήσεις επιχειρήσεις, οι οποίες εξακολουθούν να δραστηριοποιούνται στην αγορά, δεν μπορεί παρά να λαμβάνουν υπόψη τις πληροφορίες που έχουν ανταλλάξει με τους ανταγωνιστές τους, όταν καθορίζουν τη συμπεριφορά τους στην αγορά<sup>312</sup>, ήτοι ότι υφίσταται η απαιτούμενη κατά νόμο αιτιώδης συνάφεια μεταξύ συνεννόησης και συμπεριφοράς. Μάλιστα, το εν λόγω τεκμήριο περί αιτιώδους συνάφειας για τη στοιχειοθέτηση εναρμονισμένης πρακτικής είναι απόρροια του άρθρου 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ, όπως αυτό ερμηνεύθηκε από το Δικαστήριο, και, συνεπώς, αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα του εφαρμοστέου ενωσιακού δικαίου<sup>313</sup>.
- 139) Επιπλέον, η συμμετοχή επιχειρήσεων σε συναντήσεις στις οποίες έλαβαν χώρα, κατά τα προεκτεθέντα, συμφωνίες ή εναρμονισμένες πρακτικές θίγουσες τον ανταγωνισμό, χωρίς να αντιταχθούν σαφώς στις συμφωνίες αυτές, αποτελεί επαρκή απόδειξη της συμμετοχής και της ευθύνης των εν λόγω επιχειρήσεων στη σύμπραξη – ανεξαρτήτως του αν οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις συμμορφώθηκαν τελικά με τα αποτελέσματα/συμφωνηθέντα στις σχετικές συναντήσεις<sup>314</sup>. Η αποστασιοποίηση και

<sup>310</sup> Βλ. Απόφαση της Επιτροπής, IV/35.691/E-4, *Καρτέλ προμονωμένων σωλήνων*, παρ. 138.

<sup>311</sup> Βλ. ΣτΕ 2007/2013, σκ. 17 και ΣτΕ 2780/2012, σκ. 4-6, καθώς και ενδεικτικά ΔΕΚ C-199/92 Hüls κατά Επιτροπής, Συλλ. 1999, I-4336, σκ. 158-167, ΔΕΚ C-49/92 P. Επιτροπή κατά Annic Partecipazioni SpA, Συλλ. I-4125, σκ. 119-121.

<sup>312</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-8/08, T-Mobile Netherlands BV κ.ά. κατά Raad vanbestuurvande Nederlandse Mededingingsautoriteit, σκ. 52-53 (όπου και παραπομπές σε πάγια ενωσιακή νομολογία). Βλ. και Faull & Nickpay, *The EU law of competition, 3d edition*, παρ. 3.133.

<sup>313</sup> Βλ. ενδεικτικά πρόσφατη απόφαση ΔΕΚ C-8/08, T-Mobile Netherlands BV κ.ά. κατά Raad vanbestuurvande Nederlandse Mededingingsautoriteit, Συλλ. 2009, απόφαση της 04.06.2009, αδημ., σκ. 52.

<sup>314</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-204/00 P. *Aalborg Portland κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2004, σελ. I-123, σκ. 249 και 291, 323, 330-331, ΔΕΚ C-49/92 P, ό.π, σκ. 95-100 και ΔΕΚ C-199/92 P, ό.π, σκ. 174, 180-183. Βλ. επίσης ΔΕΚ C-291/98 P Sarrío κατά Επιτροπής, Συλλ. 2000, I-10014, σκ. 50, ΠΕΚ T-334/94, Sarrío S.A. κατά Επιτροπής, Συλλ. 1996, I-1331, σκ. 118, ΠΕΚ T-67/00, T-68/00, T-71/00 και T-78/00, JFE Engineering κατά Επιτροπής, Συλλ.2004, II-2514, σκ. 327, ΠΕΚ T-48/00, Corus UK Ltd κατά Επιτροπής, Συλλ. 2004, II-2331, σκ. 116, ΠΕΚ T-50/00, Dalmine SpA κατά Επιτροπής, Συλλ. 2004, II-2405, σκ. 162, ΠΕΚ T-7/89, HerculesChemicals κατά Επιτροπής, Συλλ. 1991, II-1715, σκ. 232, καθώς και ΠΕΚ T-303/02, Westfalen Gassen κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, Συλλ. 2006, II-4575, σκ. 97.

μόνο, ήτοι η δημόσια διαφοροποίηση της θέσης μιας επιχείρησης από τα συμφωνηθέντα, σηματοδοτεί την παύση της συμμετοχής μίας επιχείρησης στη σύμπραξη<sup>315</sup>.

- 140) Τέλος, κατά πάγια νομολογία, οι διατάξεις των άρθρων 1 του ν. 3959/2011, 1 του ν. 703/1977 και 101 ΣΛΕΕ καταλαμβάνουν ουσιαστικά μορφές συμπαιγνίας που μετέχουν της ίδιας φύσης, διακρίνονται δε μόνο κατά την έντασή τους και τις επιμέρους μορφές υπό τις οποίες εκδηλώνονται. Στο ίδιο πλαίσιο, έχει κριθεί ότι οι αρχές ανταγωνισμού δεν είναι υποχρεωμένες να προσδιορίζουν επακριβώς μία παράβαση ως προς καθεμία επιχείρηση και σε κάθε δεδομένο χρονικό σημείο ως συμφωνία ή εναρμονισμένη πρακτική, διότι οι σχετικές έννοιες μπορεί να αλληλοκαλύπτονται. Μια σύμπραξη μπορεί να συνιστά ταυτόχρονα «συμφωνία» και «εναρμονισμένη πρακτική» κατά την έννοια των σχετικών διατάξεων του νόμου και ο εν λόγω χαρακτηρισμός δεν είναι κρίσιμος για τη στοιχειοθέτηση τυχόν παράβασης<sup>316</sup>.

### **VII.1.5 Παρεμπόδιση, περιορισμός ή νόθευση του ανταγωνισμού – Χαρακτήρας της παράβασης**

- 141) Το άρθρο 1 παρ. 1 του ν. 3959/2011 και ν. 703/1977 και, αντιστοίχως, το άρθρο 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ μνημονεύουν ρητά, ως περιοριστικές του ανταγωνισμού, συμφωνίες ή εναρμονισμένες πρακτικές, οι οποίες κατανέμουν τις αγορές ή τις πηγές εφοδιασμού ή καθορίζουν τις τιμές αγοράς ή πώλησης ή άλλων όρων συναλλαγής.
- 142) Συμφωνίες / εναρμονισμένες πρακτικές που έχουν ως αντικείμενό τους τον περιορισμό του ανταγωνισμού θεωρούνται εκείνες οι οποίες είναι από τη φύση τους ικανές να περιορίσουν τον ανταγωνισμό. Πρόκειται για περιορισμούς οι οποίοι, ενόψει των στόχων που επιδιώκουν οι εθνικοί και ενωσιακοί κανόνες ανταγωνισμού, είναι τόσο πιθανό να επηρεάσουν δυσμενώς τον ανταγωνισμό, ώστε δεν είναι ανάγκη, στο πλαίσιο της εφαρμογής των άρθρων 1 του ν. 703/1977 και 101 της ΣΛΕΕ, να αποδειχθούν οι συγκεκριμένες επιπτώσεις τους στην αγορά<sup>317</sup>.
- 143) Ειδικότερα, στην περίπτωση που το αντικείμενο της απόφασης, συμφωνίας ή εναρμονισμένης πρακτικής στοχεύει στον περιορισμό του ανταγωνισμού κατά τα προεκτεθέντα, αυτή εμπίπτει στην απαγόρευση της διάταξης του άρθρου 1 παρ. 1 του ν. 703/1977, του άρθρου 1 παρ. 1 του ν. 3959/2011 και 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ άνευ ετέρου. Κατά πάγια εθνική και ενωσιακή νομολογία, η εκτίμηση των συγκεκριμένων αποτελεσμάτων μιας σύμπραξης παρέλκει, όταν προκύπτει ότι αυτή έχει ως σκοπό

<sup>315</sup> Βλ. και αποφάσεις ΠΕΚ, Τ-7/89, Hercules Chemicals, ό.π., σκ. 232, Τ-310/94, Gruber και Weber, ό.π., Τ-329/01 Archer Midland κατά Επιτροπής, σκ. 247 και Τ-25/95 κλπ., Cimenteries CBR κλπ κατά Επιτροπής, Συλλ. II-491, σκ. 2814, 3100, 3103, 3978. Βλ. και αποφάσεις ΔΕΕ C-68/12, απόφαση της 07.02.2013, Slovenska Sporitelna, αδημ. σκ. 27 και νομολογία στην οποία παραπέμπει, C-634/13, απόφαση της 17.09.2015, Total Marketing Services SA κατά Επιτροπής, αδημ., σκ. 18 επ., και C 74/14, Eturas UAB κλπ κατά Επιτροπής, της 21ης Ιανουαρίου 2016, αδημ. σκ. 46 επ.

<sup>316</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-49/92 Ρ σκ. 112-114, 131, ΔΕΚ C-8/08, ό.π., σκ. 29 επ., καθώς και ΠΕΚ Τ-5-6/00 Nederlandse Federatieve Vereniging voor de Groothandel op Elektrotechnisch Gebied κατά Επιτροπής, Συλλ. 2003, II-5768, και ΠΕΚ Τ-7/89, ό.π., παρ. 264. Βλ. επίσης ΔΕφαΘ 1617/2009, σκ. 6.

<sup>317</sup> Βλ. ενδεικτικά ΣτΕ 2007/2013, σκ. 17, όπου και πάγια σχετική ενωσιακή νομολογία, καθώς και ΔΕφαΘ 502/2013, ΔΕφαΘ 1001/2006, σκ. 16, καθώς και ΔΕΚ 45/85 Verband der Sachversicherer κατά Επιτροπής, Συλλ. 1987, σ. 447, σκ. 39, ΔΕΚ C-209/07 Irish Beef, Συλλ. 2008, I-8637, σκ. 16-21, ΠΕΚ συνεκδ. υποθ. Τ-305/94 έως Τ- 307/94, Τ-313/94 έως Τ- 316/94, Τ-318/94, Τ-325/94, Τ-328/94 και Τ-335/94 Limburgse Vinyl Maatschappij NV κλπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. 1999, II- 945, σκ. 741, ΠΕΚ Τ-62/98 Volkswagen κατά Επιτροπής, Συλλ. 2000, II-2713, σκ. 178 και ΠΕΚ Τ-49/02, Brasserie κατά Επιτροπής, Συλλ.2005, II-3038, σκ. 97, 108 και 178. Βλ. ΣτΕ 2780/2012, σκ. 4 (όπου και παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία).

την παρεμπόδιση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ανταγωνισμού<sup>318</sup>. Συναφώς, στην περίπτωση σύμπραξης που συνιστά εξ αντικειμένου περιορισμό του ανταγωνισμού, «*παρέλκει ως αλυσιτελής, η περαιτέρω έρευνα και απόδειξη κινδύνου βλάβης των καταναλωτών ή επεύλευσης άλλων, συγκεκριμένων αποτελεσμάτων, εν δυνάμει βλαπτικών για τον ανταγωνισμό*»<sup>319</sup>. Ούτως, η διαπίστωση ότι η σύμπραξη έχει αντικείμενο περιοριστικό του ανταγωνισμού δεν μπορεί να ανατραπεί ούτε από ενδείξεις ότι δεν είχε κανένα αποτέλεσμα εντός της αγοράς, ή ότι δεν είχε άμεση επίδραση επί των τιμών, ούτε από τη διαπίστωση ότι οι συμπράττουσες εξασφάλισαν ταυτόχρονα, δια της πρακτικής αυτής, ορισμένα πλεονεκτήματα ως προς τον ανταγωνισμό<sup>320</sup>.

- 144) Κατά τη σχετική αξιολόγηση του αντικειμένου της σύμπραξης, δεν εξετάζεται η υποκειμενική πρόθεση των μερών. Δεν απαιτείται αντιανταγωνιστική πρόθεση, αλλά αρκεί το αντικειμενικά ενδεχόμενο αντιανταγωνιστικό αποτέλεσμα. Εφόσον το αντιανταγωνιστικό αποτέλεσμα είναι αντικειμενικά ενδεχόμενο, η σύμπραξη είναι απαγορευμένη, έστω και αν οι συμπράττοντες δεν αποσκοπούν στο αποτέλεσμα αυτό<sup>321</sup>.
- 145) Εξάλλου, εφόσον μία σύμπραξη που έχει ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού εμπίπτει στις απαγορευτικές διατάξεις της παρ. 1 των άρθρων 1 ν. 3959/2011, 1 του ν. 703/1977 και 101 ΣΛΕΕ κατά τα προεκτεθέντα, η εν τοις πράγμασι μη εφαρμογή της (εν όλω ή εν μέρει), όπως αντίστοιχα και η μη συμμόρφωση (εν όλω ή εν μέρει) προς τα συμφωνηθέντα, δεν ασκούν κατά νόμο επιρροή στη διαπίστωση της παράβασης, ούτε και συνιστούν λόγο απαλλαγής – ιδίως λαμβανομένου υπόψη ότι η εκάστοτε επιχείρηση μπορεί να επιχειρεί να χρησιμοποιήσει τη σύμπραξη προς όφελός της<sup>322</sup>. Επομένως, η επίκληση αμυντικών επιχειρημάτων, όπως η αμελητέα επίπτωση στον ανταγωνισμό, το δυσχερές οικονομικό περιβάλλον, η τυχόν απόκλιση από τα συμφωνηθέντα, ή ακόμη και η άγνοια ότι πτυχές της συμφωνίας ή εναρμονισμένης πρακτικής μπορούσαν να θεωρηθούν παράνομες, δεν απαλλάσσουν τους αυτοργούς της παράβασης από τη διάπραξή της. Ούτε, επίσης, απαλλάσσει από την ευθύνη τις συμπράττουσες εταιρίες η τυχόν πεποίθησή τους ότι ενεργούσαν σύμφωνα με το νόμο. Περαιτέρω, ακόμα και αν αποδειχτεί ότι οι συμπράττουσες επιχειρήσεις ενήργησαν χωρίς να έχουν άμεση πρόθεση τον περιορισμό του ανταγωνισμού, τέτοιοι λόγοι δεν λαμβάνονται υπόψη στο πλαίσιο εφαρμογής των διατάξεων των άρθρων 1 ν. 703/1977, 1 ν. 3959/2011 και 101 ΣΛΕΕ<sup>323</sup>.

<sup>318</sup> Βλ. ενδεικτικά ΣτΕ 2007/2013, σκ. 17, όπου και πάγια σχετική ενωσιακή νομολογία, καθώς και ΔΕφαθ 502/2013, ΔΕφαθ 1001/2006, σκ. 16, καθώς και Αποφάσεις ΔΕΚ υπόθ. 45/85 Verband der Sachversicherer κατά Επιτροπής, Συλλ. 1987, σ. 405, σκ. 39, ΔΕΚ C-209/07 Irish Beef, σκ. 16-21, ΠΕΚ συνεκδ. υποθ. T-305/94 έως T- 307/94, T-313/94 έως T- 316/94, T-318/94, T-325/94, T-328/94 και T-335/94 Limburgse Vinyl Maatschappij NV κλπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. 1999 σ.Π- 931, σκ. 741 και ΠΕΚ υπόθ. T-62/98 Volkswagen κατά Επιτροπής, Συλλ. 2000, σ. Π-2707, σκ. 178 και ΠΕΚ T-49/02, Brasserie κατά Επιτροπής, Συλλ. Π-3033, σκ. 97, 108 και 178.

<sup>319</sup> Βλ. ΣτΕ 2780/2012, σκ. 4 (όπου και παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία).

<sup>320</sup> Βλ. ΣτΕ 2780/2012, σκ. 4 (όπου και παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία).

<sup>321</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕφαθ 559/2010, σκ. 17, ΔΕφαθ 2891/2009, σκ. 18, και ΔΕφαθ 1682/2009, σκ. 27, όπου και εκτενείς παραπομπές σε σχετική ενωσιακή νομολογία. Βλ. επίσης ΔΕΚ C-29/83 και 30/83, Compagnie Royale Asturienne des Mines SA and Rheinzing GMBH κατά Επιτροπής, Συλλ. 1984, σελ. 1680.

<sup>322</sup> Βλ. ΣτΕ 2780/2012, σκ. 4 (όπου και παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία).

<sup>323</sup> Βλ. Απόφαση της Επιτροπής 2003/600/ΕΚ, Γαλλικό βόειο κρέας, Υπόθεση COMP/C.38.279/F3, σκ. 130, και απόφαση ΔΕΚ C-209/07, Irish Beef, ό.π, σκ. 21. Βλ. επίσης ΔΕφαθ 3529/2013, σκ. 12, ΔΕφαθ 548/2012, σκ. 16, καθώς και ΔΕΚ C-238/99 P, C- 244/99 P, C- 245/99 P, C- 247/99 P, C- 250/99 P έως C- 252/99 P και C- 254/99 P, LVM κλπ κατά Επιτροπής, Συλλ. 2002, I-8618, σκ. 487,

- 146) Κατά πάγια νομολογία, ο άμεσος ή έμμεσος καθορισμός τιμών (*price fixing*) συνιστά πρόδηλο περιορισμό<sup>324</sup> και εξ αντικειμένου παράβαση του ανταγωνισμού<sup>325</sup>. Δεδομένου ότι η τιμή είναι το κυριότερο μέσο ανταγωνισμού, οι συνεννοήσεις με στόχο τον καθορισμό της τιμής περιορίζουν από την ίδια τους τη φύση τον ανταγωνισμό κατά τα προεκτεθέντα. Επειδή δε ο καθορισμός τιμών αποτελεί τόσο σοβαρό περιορισμό του ανταγωνισμού, βάσει πάγιας νομολογίας και πρακτικής, τέτοιου είδους συμφωνίες / εναρμονισμένες πρακτικές μεταξύ ανταγωνιστών συνιστούν παράβαση ανεξαρτήτως του μεριδίου τους στη σχετική αγορά, ενώ δεν μπορούν και να εξαιρεθούν από το πεδίο εφαρμογής των απαγορευτικών διατάξεων του άρθρου 1 παρ. 1 ν. 703/1977<sup>326</sup>, ούτε και να τύχουν ατομικής εξαίρεσης βάσει της παραγράφου 3 του ίδιου άρθρου<sup>327</sup>.
- 147) Αντικείμενο του εν λόγω περιορισμού μπορεί να είναι ο καθορισμός συγκεκριμένων τιμών ή κλίμακας τιμών ή τιμών-στόχων ή τιμών πλαισίων ή/και εκπτώσεων. Επομένως, ο όρος «τιμές» λαμβάνεται υπό ευρεία έννοια, περιλαμβάνοντας και τις εκπτώσεις, περιθώρια κέρδους, όρους πίστωσης, ακόμα και συστάσεις περί τιμών<sup>328</sup>. Για τη διαπίστωση, επομένως, άμεσου ή έμμεσου καθορισμού τιμών δεν απαιτείται - κατά την έννοια των ενωσιακών και εθνικών διατάξεων περί ανταγωνισμού - η ταύτιση τιμών. Ο άμεσος ή έμμεσος καθορισμός μιας τιμής, ακόμη και τιμής η οποία συνιστά απλή επιδίωξη, επηρεάζει αρνητικά τον ανταγωνισμό, διότι παρέχει σε όλους τους συμβαλλόμενους μιας σύμπραξης τη δυνατότητα να προβλέψουν με εύλογη βεβαιότητα την πολιτική τιμών που θα εφαρμοστεί<sup>329</sup>. Εκδηλώνοντας την κοινή πρόθεση να εφαρμόσουν ένα δεδομένο επίπεδο τιμών, τα μέλη μιας σύμπραξης παύουν να καθορίζουν αυτοτελώς την πολιτική που θα ακολουθήσουν στην αγορά,

---

ΠΕΚ Τ-217/03 και Τ-245/03, FNCBV κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. 2006, ΙΙ-5000, σκ. 90. Βλ. τέλος ΣτΕ 2007/2013, σκ. 17, καθώς και ενδεικτικά ΔΕφαθ 3529/2013, σκ. 5, ΔΕφαθ 1001/2006, σκ. 16, ΔΕφαθ 1617/2009, σκ. 6 και 17. Βλ. επίσης ΔΕΚ 96/82 NV IAZ International Belgium κατά Επιτροπής, Συλλ. 1983, σελ. 3371, σκ. 25, ΔΕΚ C-45/85, ό.π., σκ. 35-42, ΔΕΕ C-551/03P, General Motors κατά Επιτροπής, Συλλ. 2006, Ι-3201, σκ. 64, και ΔΕΚ C-246/86 Belasco κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, Συλλ. 1989, σελ. 2181, σκ. 40-42. Το γεγονός ότι ένας κλάδος βρίσκεται σε κρίση θα μπορούσε να συνεκτιμηθεί μόνο ως ελαφρυντικό στοιχείο κατά το συνακόλουθο στάδιο υπολογισμού του ύψους του προστίμου: Βλ. ενδεικτικά απόφαση της Επιτροπής 80/1334/ΕΚ, Italian cast glass, Υπόθεση IV/29.869/80, σκ. ΙΙ. Β.3-4 και Richard Whish, *Competition Law*, 5η Έκδοση (2005), σελ. 577 και τη σχετική νομολογία στην οποία παραπέμπει.

<sup>324</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ 563/VI/2013 παρ. 88, ΠΕΚ συνεκδικασθείσες υποθέσεις Τ-374/94, Τ-375/94, Τ-384/94 και Τ-388/94 *European Night Services* κ.λπ κ. Επιτροπής, Συλλ. 1998 ΙΙ-03141, σκ. 136.

<sup>325</sup> Βλ. Commission Staff Working Document, Guidance on restrictions of competition “by object” for the purpose of defining which agreements may benefit from the De Minimis Notic. 25.6.2014 παρ. 2.1.

<sup>326</sup> Βλ. Ανακοίνωση της ΕΑ της 2/3/2006 σχετικά με τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας, παρ. 11(1), καθώς και Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σχετικά με τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας οι οποίες δεν περιορίζουν σημαντικά τον ανταγωνισμό σύμφωνα με το άρθρο 101 παράγραφος 1 της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (εφεξής Ανακοίνωση de minimis), ΕΕ C 291 της 30.8.2014, σελ. 1, παρ. 2 και 13. Βλ. επίσης ενδεικτικά ΔΕφαθ 559/2010, ΔΕφαθ 2891/2009 και ΔΕφαθ 1682/2009, σκ. 29.

<sup>327</sup> Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΣτΕ 2780/2012, σκ. 4 (όπου και παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία).

<sup>328</sup> Βλ. ενδεικτικά ΕΑ 492/VI/2010 παρ. 89, η οποία επικυρώθηκε αναφορικά με τις αποδιδόμενες στις συμπράττουσες παραβάσεις με τις 547/2012, 548/2012, 2785/2012 και 3529/2013 αποφάσεις ΔΕφαθ.

<sup>329</sup> Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΚ C-8/72, *Vereeniging van Cementhandelaren* κατά Επιτροπής, Ελληνική Ειδική έκδοση 1971-1973, σελ. 223, σκ. 21, Απόφαση ΠΕΚ Τ-64/02 *Heubach* κατά Επιτροπής, Συλλ. 2005 ΙΙ-05137, σκ. 81 και 111, καθώς και απόφαση ΠΕΚ Τ-224/00 *Archer Daniels* κατά Επιτροπής, Συλλ. 2003 ΙΙ-02597, σκ. 271.

αντιστρατευόμενοι έτσι την αντίληψη που εμπεριέχεται στις εθνικές και ενωσιακές διατάξεις περί ανταγωνισμού<sup>330</sup>.

- 148) Οι κάθετες συμφωνίες καθορισμού των τιμών μπορούν να προκύψουν είτε από την ύπαρξη συμβατικών ρητρών που περιορίζουν τον ανταγωνισμό είτε, εφόσον δεν υφίστανται τέτοιες συμβατικές ρυθμίσεις, σε περίπτωση που τα μέτρα ή τις πρακτικές που συστήνει ή επιβάλλει προς τήρηση ο προμηθευτής / παραγωγός, τίθενται σε εφαρμογή από τους μεταπωλητές του<sup>331</sup>.
- 149) Συμπράξεις μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε διαφορετικό επίπεδο της αλυσίδας παραγωγής ή διανομής και έχουν ως αντικείμενο τον καθορισμό των τιμών ή του ύψους της έκπτωσης που μπορούν να προσφέρουν οι πελάτες των προμηθευτών συνιστούν, επίσης, παράνομες συμπράξεις. Εφόσον, δηλαδή, προμηθευτές και πελάτες συμμετέχουν σε μία σύμπραξη αναφορικά με το ύψος της τιμής ή της έκπτωσης που θα προσφέρουν οι πελάτες, τότε από πλευράς δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού γίνεται δεκτή η πιθανολόγηση ότι πρόκειται για απαγορευμένη σύμπραξη. Αυτού του είδους οι συμφωνίες έχουν ως σκοπό ή ως αποτέλεσμα τον περιορισμό του ανταγωνισμού μεταξύ των πελατών. Πράγματι, δεν επιτρέπουν τον ανταγωνισμό ως προς τις τιμές μεταξύ των πελατών, οι οποίοι δεν έχουν τη δυνατότητα να αποφασίζουν εξ ιδίας πρωτοβουλίας να παραιτούνται υπέρ των δικών τους πελατών από ένα - ακόμη και σημαντικό - μέρος της προμήθειας (ή της έκπτωσης) που τους αναλογεί<sup>332</sup>. Το σύστημα του από κοινού καθορισμού τιμών μεταπώλησης μεταξύ προμηθευτών και αγοραστών στερεί τους καταναλωτές από τη δυνατότητα να προμηθευτούν τα εκάστοτε προϊόντα ή τις εκάστοτε υπηρεσίες υπό οικονομικά πιο ευνοϊκούς όρους. Για το λόγο αυτό, γίνεται δεκτό ότι σε αυτές ειδικά τις περιπτώσεις παραβιάζονται τα άρθρα 1 του ν. 703/1977 και 81 ΣυνθΕΚ<sup>333</sup>.
- 150) Υπενθυμίζεται ότι όπως αναφέρθηκε ανωτέρω, ο παράνομος χαρακτήρας μιας σύμπραξης υφίσταται ακόμα κι αν συνάπτεται μόνο σε ανώτερο επίπεδο εμπορίου (π.χ. παραγωγών) και αφορά τους όρους, με τους οποίους θα συναλλάσσονται οι πελάτες τους (πχ. οι χονδρέμποροι) με τους δικούς τους πελάτες (πχ. λιανέμπορους). Σε αυτήν την περίπτωση, η θέση περιορισμών ως προς τα περιθώρια κέρδους, τις (μέγιστες) εκπτώσεις και τις τιμές που δύνανται να χρεώνουν οι πελάτες των συμπρακτούσων επιχειρήσεων θεωρείται ότι έχουν ως σκοπό τον περιορισμό της ελευθερίας δράσης αυτών και, ως εκ τούτου, τον περιορισμό του ανταγωνισμού.

<sup>330</sup> Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΠΕΚ Τ-311/94 BPB de Eendracht κατά Επιτροπής, 1998 II-01129, σκ. 192.

<sup>331</sup> Οι ρητές συμβατικές ρήτρες για καθορισμό τιμών μεταπώλησης περιορίζουν αυτές καθαυτές τον ανταγωνισμό άνευ άλλου τινός, ανεξάρτητα από το εάν εφαρμόστηκαν στην πράξη ή όχι, (Τ-67/01, *JCB Service κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2004, σελ. II-49, σκ. 103, 117, C-167/04 P, *JCB Service κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2006, σελ. I-8935, σκ. 151 επ., C-89/85, *Ahlstrom κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1993, σελ. I-1307, σκ. 175, C-306/96, *Javico κατά YSL*, Συλλ. 1998, σελ. I-1983, σκ. 14 επ., C-86/82, *Hasseblad κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1984, σελ. 883, σκ. 45 επ. Βλέπε επίσης νέες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ο.π., παρ. 48) ενώ στις υπόλοιπες περιπτώσεις ο εξ αντικειμένου περιορισμός του ανταγωνισμού προκύπτει από την ερμηνεία που δίνουν τα μέρη στη συμβατική ρύθμιση.

<sup>332</sup> Βλ. πχ. ΔΕΚ 311/85, *VZW κλπ κατά ASBL κλπ*, Συλλ. 1987, σελ. 3801, σκ. 17, 209 επ., 209-215/78, *Heintz van Landewyck κλπ κατά Επιτροπής*, Συλλ. (ελλ.ειδ.έκδοση) τόμος III, σελ. 207, σκ. 157-162 (όπου επίσης συμφωνία μεταξύ χονδρεμπόρων και λιανεμπόρων αναφορικά με την λιανική τιμή πώλησης των τσιγάρων θεωρήθηκε ότι είχε ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού), C-243/83, *SA Binon κλπ*, Συλλ. 1985, σελ. 2015, σκ. 43-47.

<sup>333</sup> Βλ. ΔΕΚ 43 & 63/82, *VBVB/VBBB κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1984, σελ. 22, σκ. 45 (όπου συμφωνία μεταξύ ενώσεων εκδοτών και ενώσεων βιβλιοπωλών θεωρήθηκε παράνομη σύμπραξη).



- 151) Ο καθορισμός ελάχιστων ή πάγιων τιμών μεταπώλησης αποτελεί ιδιαίτερα σοβαρό περιορισμό του ανταγωνισμού<sup>334</sup>. Σε περίπτωση συμβατικών διατάξεων ή εναρμονισμένων πρακτικών με τις οποίες καθορίζεται απευθείας η τιμή μεταπώλησης, ο περιορισμός είναι εμφανής. Ωστόσο, ο καθορισμός των τιμών μεταπώλησης δύναται επίσης να επιτευχθεί με έμμεσο τρόπο (π.χ. οι συμφωνίες για καθορισμό του περιθωρίου κέρδους του διανομέα<sup>335</sup>, του ανωτάτου επιπέδου έκπτωσης που μπορεί να χορηγήσει ο διανομέας από ένα καθορισμένο επίπεδο τιμών<sup>336</sup>, η εξάρτηση της χορήγησης εκπτώσεων ή της επιστροφής των δαπανών προώθησης εκ μέρους του προμηθευτή από την τήρηση συγκεκριμένου επιπέδου τιμών, η σύνδεση της καθορισμένης τιμής μεταπώλησης με τις τιμές μεταπώλησης των ανταγωνιστών, οι απειλές, οι εκφοβισμοί<sup>337</sup>, οι προειδοποιήσεις, η επιβολή κυρώσεων<sup>338</sup>). Οι άμεσοι ή έμμεσοι τρόποι για την επίτευξη του καθορισμού των τιμών μπορούν να γίνουν πιο αποτελεσματικοί, στις περιπτώσεις που αυτοί συνδυάζονται με τη λήψη μέτρων για τον εντοπισμό διανομέων που εφαρμόζουν μειωμένες τιμές (π.χ. η εφαρμογή συστήματος παρακολούθησης των τιμών)<sup>339</sup>. Υπογραμμίζεται ότι η απαγόρευση καθορισμού τιμών ισχύει τόσο σε επίπεδο λιανικής, όσο και σε επίπεδο χονδρικής πώλησης των προϊόντων<sup>340</sup>.
- 152) Σύμφωνα με τον Κανονισμό 2790/99<sup>341</sup> (άρθρο 4 στοιχ.α'), ο καθορισμός τιμών μεταπώλησης θεωρείται ιδιαίτερα σοβαρός περιορισμός του ανταγωνισμού. Σύμφωνα με την Ανακοίνωση της ΕΑ για τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας<sup>342</sup>, ακόμα και στην περίπτωση που το μερίδιο αγοράς του προμηθευτή δεν υπερβαίνει το 10% ή σύμφωνα με την Ανακοίνωση της Επιτροπής<sup>343</sup> το 15%, οι εξ αντικειμένου περιορισμοί του ανταγωνισμού συνιστούν παράβαση του άρθρου 1 του ν. 703/1977 και 81 της ΣυνθΕΚ, καθώς οι συμφωνίες μεταξύ μη ανταγωνιστών που περιλαμβάνουν έναν ιδιαίτερα σοβαρό περιορισμό του ανταγωνισμού, εμπίπτουν στα άρθρα 1 παρ. 1 ν. 703/1977 και 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ ως αισθητά περιορίζουσες τον ανταγωνισμό ακόμα και αν τα μερίδια αγοράς των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων είναι μικρότερα των

<sup>334</sup> Για το θέμα του καθορισμού τιμών μεταπώλησης, βλέπε σχετικά μεταξύ άλλων και Zevgolis N., *Resale Price Maintenance (RPM) in European Competition Law: Legal certainty Versus Economic theory?*, ECLR, Volume 34: Issue 1, 2013, p. 25.

<sup>335</sup> Υπόθεση Yamaha (COMP/37.975/PO), σκ. 81-82, 144.

<sup>336</sup> Mercedes – Benz [2002] OJ L257/1, παρ. 113 και Yamaha, ό.π, σκ. 126.

<sup>337</sup> Πρβλ. για παράδειγμα παρ. 21 της υπόθεσης T-208/01, *Volkswagen AG v. Commission*, Συλλ. 2003, σελ. II-5141.

<sup>338</sup> Hasselblad [1982] OJ L161/18, παρ. 36 και επ., καθώς και 107/82, *AEG – Telefunken v. Commission*, Συλλ. 1983, σελ. 3151, σκ. 129-130.

<sup>339</sup> Νέες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 48.

<sup>340</sup> Απόφαση Επιτροπής 2001/135/EK, *Nathan-Bricolux*, ΕΕ 2001, L 54, σελ. 1.

<sup>341</sup> ΕΕ 1999, L 148, σ.1. Σημειώνεται ότι, βάσει σχετικής νομολογίας του ΣτΕ (4702/98), ο Κανονισμός 1984/83, ο οποίος επίσης προϋπέθετε παράβαση του άρθρου 81 παρ.1 (και επομένως επηρεασμό του εμπορίου μεταξύ των κρατών-μελών) εφαρμόστηκε (εμμέσως) από την ΕΑ παρά το γεγονός ότι η ΕΑ δεν διαπίστωσε παράβαση του άρθρου 81 παρ.1, αλλά μόνο του άρθρου 1 παρ.1 του ν. 703/1977. Σε κάθε περίπτωση, στα πλαίσια της αναγκαιότητας ομοιόμορφης ερμηνείας του εθνικού σύμφωνα με το ευρωπαϊκό δίκαιο. το άρθρο 1 παρ.1 θα ερμηνεύεται πλέον σύμφωνα με τις σχετικές κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς και τις προβλέψεις του Κανονισμού 2790/99 (βλ. και Δ. Τζουγανάτο, *Οι συμφωνίες αποκλειστικής και επιλεκτικής διανομής στο δίκαιο του ανταγωνισμού*, 2001, σελ. 191-194).

<sup>342</sup> Ανακοίνωση της ΕΑ με ημερομηνία 2/3/2006 σχετικά με τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας οι οποίες δεν περιορίζουν σημαντικά τον ανταγωνισμό σύμφωνα με το αρ. 1 παρ. 1 Ν. 703/1977 (de minimis), παρ. 11 (2). Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σχετικά με τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας, ΕΕ 2014, C 291, σελ.1.

<sup>343</sup> Ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας οι οποίες δεν περιορίζουν σημαντικά τον ανταγωνισμό σύμφωνα με το αρ. 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ, ΕΕ C 368, 22/12/2001, παρ. 11 (2).

προβλεπόμενων στις σκέψεις 7, 8 και 9 των προαναφερόμενων Ανακοινώσεων<sup>344</sup>. Συνάγεται επομένως με βάση τα παραπάνω ότι ο περιορισμός της δυνατότητας του αγοραστή να καθορίζει μόνος του τις τιμές μεταπώλησης αποτελεί ιδιαίτερα σοβαρό περιορισμό<sup>345</sup>.

- 153) Συναφώς επισημαίνεται ότι ο ανωτέρω περιορισμός σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να θεωρηθεί ως δικαιολογία / αντίδραση σε πράξεις αθέμιτου ανταγωνισμού εκ μέρους κάποιου ανταγωνιστή<sup>346</sup>.

#### VII.1.6 Εξ αντικειμένου περιορισμός του ανταγωνισμού

- 154) Προκειμένου να εμπίπτει μια συμφωνία στην απαγόρευση των άρθρων 1 παρ. 1 ν. 703/1977/ ν. 3959/2011 και 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ πρέπει να έχει ως αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα την παρεμπόδιση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ανταγωνισμού εντός της οικείας αγοράς. Κατά πάγια ενωσιακή νομολογία ο διαζευκτικός χαρακτήρας αυτής της προϋπόθεσης επιβάλλει, καταρχάς, να εξεταστεί το ίδιο το αντικείμενο της συμφωνίας, λαμβανομένου υπόψη του οικονομικού πλαισίου εντός του οποίου εντάσσεται. Υπό την έννοια αυτή, αν αποδειχθεί το επιζήμιο για τον ανταγωνισμό αντικείμενο μιας συμφωνίας, τότε παρέλκει η εξέταση των αποτελεσμάτων αυτής επί του ανταγωνισμού<sup>347</sup>.
- 155) Για να έχει η συμφωνία στρεφόμενο κατά του ανταγωνισμού αντικείμενο, αρκεί να είναι ικανή να επαχθεί αρνητικά για τον ανταγωνισμό αποτελέσματα, ήτοι να είναι εν τοις πράγμασι ικανή να παρεμποδίσει, να περιορίσει ή να νοθεύσει τον ανταγωνισμό εντός της σχετικής αγοράς. Το ερώτημα αν και κατά πόσο παρόμοιο αποτέλεσμα παράγεται όντως, μπορεί να έχει σημασία μόνο για τον υπολογισμό του ύψους των προστίμων<sup>348</sup>.
- 156) Συναφώς, στην περίπτωση σύμπραξης που συνιστά «εξ αντικειμένου» περιορισμό του ανταγωνισμού, δεν απαιτείται η περαιτέρω έρευνα και απόδειξη κινδύνου βλάβης των καταναλωτών ή επέλευσης άλλων, συγκεκριμένων αποτελεσμάτων, εν δυνάμει βλαπτικών για τον ανταγωνισμό. Ούτως, η διαπίστωση ότι η σύμπραξη έχει αντικείμενο περιοριστικό του ανταγωνισμού δεν μπορεί να ανατραπεί ούτε από ενδείξεις ότι δεν είχε αποτέλεσμα εντός της αγοράς, ή ότι δεν είχε άμεση επίδραση επί των τιμών, ούτε από τη διαπίστωση ότι οι ενδιαφερόμενοι εξασφάλισαν ταυτόχρονα, δια της πρακτικής αυτής, ορισμένα πλεονεκτήματα ως προς τον ανταγωνισμό<sup>349</sup>.
- 157) Ειδικότερα ως προς τις κάθετες συμφωνίες, γίνεται δεκτό ότι παρά το γεγονός ότι συχνά είναι, ως εκ της φύσεώς τους, λιγότερο επιζήμιες για τον ανταγωνισμό σε

<sup>344</sup> Βλ. C-5/69, *Völk κατά Vervaeke*, Συλλ. 1969-1971 (ελλ.ειδ.εκδ.), σ.91, σκ.8 επ. Ανακοίνωση της Επιτροπής – Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ΕΕ 200, C 291, σ.1, παρ. 9-11.

<sup>345</sup> Βλέπε Wernhard Moschel, *Ο καθορισμός της τιμής μεταπώλησης στις συμβάσεις διανομής κατά το δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού (Vertical Price Fixing: Myths and Loose Thinking)*, 17.02.2012, Ομιλία οργανωθείσα από το Σύνδεσμο Ελλήνων Εμπορικών Ομάδων.

<sup>346</sup> T-66/99, *Minoan κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2003, σ.ΠΙ-5515, σκ. 194 («... Η απαγόρευση τελέσεως πράξεων αθέμιτου ανταγωνισμού ουδόλως μπορεί να ερμηνευθεί ως επιβάλλουσα στις εν λόγω επιχειρήσεις τη σύναψη συμφωνιών με αντικείμενο τον καθορισμό των εφαρμοστέων στις διεθνείς γραμμές ναύλων. ...»). Πρβλ. επίσης την Απόφαση ΔΕΦΑΘ 3807/2014, ιδίως παρ. 13 και 16.

<sup>347</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΕ C-32/11, *Allianz Hungária Biztosító κ.λπ.*, Συλλ. ψηφιακή (Γενική Συλλογή), σκ. 33-34 και την εκεί παρατιθέμενη νομολογία, καθώς και ΔΕΕ C-67/13 P, *CB κατά Επιτροπής*, απόφαση της 11 Σεπτεμβρίου 2014, αδημ., σκ. 48-49 και 52.

<sup>348</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΕ C-32/11, ό.π., σκ. 38 και ΔΕΚ C-8/08, *T-Mobile Netherlands κ.λπ.*, Συλλ. 2009, σελ. I-4529, σκ. 31.

<sup>349</sup> Βλ. ενδεικτικά ΣτΕ 1677/2014, σκ. 4, ΣτΕ 1324/2013, σκ. 4 και ΣτΕ 2780/2012, σκ. 4 (όπου και παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία).

σχέση με τις οριζόντιες συμφωνίες, μπορούν, υπό ορισμένες περιστάσεις, να εμπεριέχουν εν δυνάμει μία αυξημένη πιθανότητα περιορισμού του ανταγωνισμού. Υπό την έννοια αυτή, έχει κριθεί επανειλημμένα τόσο σε επίπεδο ενωσιακής όσο και σε επίπεδο εγχώριας νομολογίας ότι μια κάθετη συμφωνία μπορεί να έχει ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού<sup>350</sup>. Αντιστοίχως, σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, οι περιορισμοί που χαρακτηρίζονται ως ιδιαίτερης σοβαρότητας σε οποιοσδήποτε από τους ισχύοντες ή μελλοντικούς κανονισμούς απαλλαγής κατά κατηγορίες θεωρούνται ότι συνιστούν γενικά περιορισμούς λόγω αντικειμένου, οι οποίοι μάλιστα εκφεύγουν του ασφαλούς λιμένα που δημιουργείται από τα όρια μεριδίων αγοράς που προβλέπονται στην Ανακοίνωση de minimis, ενώ συγχρόνως είναι μάλλον απίθανο να πληρούν τις προϋποθέσεις χορήγησης ατομικής απαλλαγής κατ' άρθρο 1 παρ. 3 ν. 703/1977 και 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ<sup>351</sup>.

- 158) Στις περιπτώσεις αυτές παρέλκει η εξέταση τυχόν αποτελεσμάτων της στην αγορά, ενώ επίσης δεν εξαιρείται από το πεδίο εφαρμογής των διατάξεων του ελεύθερου ανταγωνισμού, ακόμα και στην περίπτωση που το μερίδιο αγοράς της ελεγχόμενης επιχείρησης δεν υπερβαίνει τα όρια του 15%, σύμφωνα με την Ανακοίνωση de minimis της Ευρωπαϊκής Επιτροπής<sup>352</sup> ή του 10% κατά τα αντιστοίχως οριζόμενα στην Ανακοίνωση της Ελληνικής Επιτροπής Ανταγωνισμού για τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας<sup>353</sup>. Με δεδομένο ότι, όπως προκύπτει από την ευρωπαϊκή νομολογία<sup>354</sup>, κύρια επιδίωξη της διάταξης του άρθρου 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ είναι η διασφάλιση ότι κάθε επιχείρηση θα προσδιορίζει ανεξάρτητα (αυτόνομα) την οικονομική πολιτική της στη σχετική αγορά, γίνεται καταρχήν δεκτό ότι δεν μπορεί να επιβληθεί δέσμευση ως προς τις τιμές μεταπώλησης. Σε αυτό το πλαίσιο και με αυτό το πνεύμα, ο διανομέας πρέπει να έχει τη δυνατότητα να πωλεί ακόμη και με ζημία του, όπως επίσης να έχει και την ευχέρεια παραχώρησης διευκολύνσεων στους πελάτες του (π.χ. εκπτωτική πολιτική).

<sup>350</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΕ C-32/11, ό.π., σκ. 43, και την εκεί παρατιθέμενη ενωσιακή νομολογία. Βλ. επίσης ΕΑ 622/2015, 580/VII/2013, 495/VI/2010, 373/V/2007.

<sup>351</sup> Βλ. Ανακοίνωση de minimis, ό.π., παρ. 13, όπου και ρητή αναφορά στους περιορισμούς λόγω αντικειμένου, καθώς και Commission staff working document, Guidance on restrictions of competition "by object" for the purpose of defining which agreements may benefit from the De Minimis Notice, 25.6.2014, σελ. 3-4, υπό στοιχείο 1. Βλ. επίσης και Κατευθυντήριες Γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ. 3 της Συνθήκης, ό.π., παρ. 23.

<sup>352</sup> Βλ. Ανακοίνωση de minimis, ό.π., παρ. 8. Βλ. και νέες Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 9-11.

<sup>353</sup> Βλ. Ανακοίνωση της ΕΑ με ημερομηνία 2.3.2006 σχετικά με τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας, οι οποίες δεν περιορίζουν σημαντικά τον ανταγωνισμό σύμφωνα με το άρ. 1 παρ. 1 ν. 703/1977 (de minimis), παρ. 7β) και 11 (2).

<sup>354</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-40/73, *Suiker Unie etc v. Commission*, Συλλ. 1975, σελ. 1663, ΔΕΚ C-172/80, *Züchner v. Bayerische Vereinsbank AG*, Συλλ. 1981, σελ. 2021, ΔΕΚ 89/85, *Ahlström etc v. Commission*, Συλλ. 1993, σελ. I-1307, καθώς επίσης και ΔΕΚ C-7/95 P, *John Deere v. Commission*, Συλλ. 1998, σελ. I-3111.

**VII.1.7 Κανονισμοί (ΕΚ) 2790/1999<sup>355</sup> και (ΕΕ) 330/2010<sup>356</sup>**

- 159) Οι συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε διαφορετική οικονομική βαθμίδα (εφεξής και «κάθετες συμφωνίες» ή «κάθετες συμπράξεις») εμπίπτουν στην εμβέλεια του άρθρου 101 παράγραφος 1 και του άρθρου 1 παρ. 1 ν. 703/1977.
- 160) Οι Κανονισμοί (ΕΚ) 2790/1999 και (ΕΕ) 330/2010, σε συνδυασμό με τις ερμηνευτικές κατευθυντήριες γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τους κάθετους περιορισμούς<sup>357</sup>, εισάγουν τεκμήριο νομιμότητας (ευεργέτημα απαλλαγής) από την απαγορευτική διάταξη του άρθρου 101 ΣΛΕΕ, υπό την προϋπόθεση αφενός ότι οι σχετικές συμφωνίες δεν περιέχουν μορφές ιδιαίτερα σοβαρών περιορισμών και αφετέρου ότι το μερίδιο αγοράς του προμηθευτή και του αγοραστή δεν υπερβαίνει έκαστο το 30% στην οικεία σχετική αγορά. Ειδικότερα, στο άρθρο 4 των ίδιων ως άνω Κανονισμών προβλέπονται περιοριστικά συγκεκριμένοι κάθετοι περιορισμοί, που αξιολογούνται ως «ιδιαιτέρως σοβαροί» (εξ αντικειμένου<sup>358</sup>) περιορισμοί του ανταγωνισμού και οι οποίοι δεν απαλλάσσονται, ακόμη κι όταν τα μερίδια αγοράς προμηθευτή ή/ και διανομέα υπολείπονται του ανωτέρω ορίου, ενώ συγχρόνως συμπαρασύρουν εκτός πεδίου εφαρμογής της ομαδικής απαλλαγής τη συμφωνία στο σύνολό της. Οι εν λόγω περιορισμοί (όπως για παράδειγμα, ο καθορισμός παγίου ή ελάχιστου επιπέδου τιμής μεταπώλησης και ο περιορισμός παθητικών πωλήσεων) δεν καλύπτονται ούτε από τον «ασφαλή λιμένα» που δημιουργείται για τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας με βάση τη σχετική Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, ενώ παράλληλα είναι μάλλον απίθανο να πληρούν τις προϋποθέσεις χορήγησης ατομικής απαλλαγής κατ' άρθρο 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ<sup>359</sup>.
- 161) Συνοπτικά, η ύπαρξη ενός περιορισμού ιδιαίτερης σοβαρότητας σε μια συμφωνία: (α) αποκλείει την εφαρμογή του ευεργετήματος της απαλλαγής, (β) οδηγεί στην παραδοχή ότι η συμφωνία συνεπάγεται αρνητικές επιπτώσεις για τον ανταγωνισμό και, συνεπώς, εμπίπτει στην απαγόρευση του άρθρου 101 παράγραφος 1 ΣΛΕΕ, και (γ) οδηγεί στην επιπλέον παραδοχή ότι η συμφωνία είναι ελάχιστα πιθανό να πληροί τους όρους ατομικής απαλλαγής βάσει του άρθρου 101 παράγραφος 3 ΣΛΕΕ.
- 162) Στο πλαίσιο της ομοιόμορφης εφαρμογής του εθνικού και του ενωσιακού δικαίου για την προστασία του ανταγωνισμού, οι κάθετοι περιορισμοί του άρθρου 1 παρ. 1 του ν.

<sup>355</sup> Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 2790/1999 της Επιτροπής για την εφαρμογή του άρθρου 81 παράγραφος 3 της Συνθήκης σε ορισμένες κατηγορίες κάθετων συμφωνιών και εναρμονισμένων πρακτικών, ΕΕ L 336 της 29.12.1999, σελ. 21 (εφεξής και «Κανονισμός απαλλαγής κατά κατηγορίες» ή «Κανονισμός (ΕΚ) 2790/1999» ή «ΚΑΚ»).

<sup>356</sup> Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 330/2010 της Επιτροπής για την εφαρμογή του άρθρου 101 παράγραφος 3 της ΣΛΕΕ σε ορισμένες κατηγορίες κάθετων συμφωνιών και εναρμονισμένων πρακτικών, ΕΕ L 102 της 23.4.2010, σελ. 1 (εφεξής και «νέος Κανονισμός απαλλαγής κατά κατηγορίες» ή «Κανονισμός (ΕΕ) 330/2010» ή «νέος ΚΑΚ»).

<sup>357</sup> Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ΕΕ C 291 της 13.10.2000, σελ. 1, παρ. 1-7 (εφεξής και «Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς») και τη σχετική νομολογία που παραπέμπει. Βλ. επίσης Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ΕΕ C 130 της 19.5.2010, σελ. 1 (εφεξής και «Νέες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς»).

<sup>358</sup> Βλ. και κατωτέρω Ενότ. ΙΧ.3.

<sup>359</sup> Βλ. Ανακοίνωση σχετικά με τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας οι οποίες δεν περιορίζουν σημαντικά τον ανταγωνισμό σύμφωνα με το άρθρο 101 παράγραφος 1 της ΣΛΕΕ (εφεξής και «Ανακοίνωση de minimis»), ΕΕ C 291 της 30.8.2014, παρ. 13. Βλ. επίσης Κατευθυντήριες Γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παράγραφος 3 της συνθήκης, ΕΕ C 101 της 27.4.2004, σελ. 97, παρ. 23 καθώς και Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 46 και νέες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 47.

703/1977 ερμηνεύονται και εξετάζονται σύμφωνα με τις διατάξεις του Κανονισμού (ΕΚ) 2790/1999 (ο οποίος σε κάθε περίπτωση έχει άμεση εφαρμογή στις περιπτώσεις εφαρμογής εκ μέρους της ΕΑ του άρθρου 101 της ΣΛΕΕ) και σύμφωνα με τις σχετικές Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς<sup>360</sup>. Τούτο προκύπτει ευθέως και από τις διατάξεις του Κανονισμού (ΕΚ) 1/2003 περί ομοιόμορφης εφαρμογής του άρθρου 101 ΣΛΕΕ, αλλά και από τη σχετική από 17.12.2001 Ανακοίνωση ΕΑ<sup>361</sup>. Αντίστοιχα, το ίδιο ισχύει και για τον νέο Κανονισμό (ΕΕ) 330/2010<sup>362</sup>.

- 163) Σημειώνεται ότι σύμφωνα με το άρθρο 10 του Κανονισμού (ΕΕ) 330/2010, «Ο παρών Κανονισμός αρχίζει να ισχύει από την 1η Ιουνίου 2010», ενώ σύμφωνα με το άρθρο 13 του Κανονισμού (ΕΚ) 2790/1999, «Ο παρών κανονισμός αρχίζει να ισχύει από την 1η Ιανουαρίου 2000». Κατά συνέπεια, οι υπό κρίση συμβατικοί όροι εξετάζονται τόσο υπό το πρίσμα του Κανονισμού (ΕΚ) 2790/1999, όσο και υπό το πρίσμα του Κανονισμού (ΕΕ) 330/2010 και τις ερμηνευτικές αυτού κατευθυντήριες γραμμές, για όσες από τις πρακτικές, σύμφωνα με τα κατωτέρω, εκτείνονται και πέραν της 1ης Ιουνίου 2010. Σε κάθε περίπτωση, τόσο ο νέος Κανονισμός όσο και οι νέες Κατευθυντήριες Γραμμές, δεν παρουσιάζουν ουσιαστικές διαφοροποιήσεις για τους σκοπούς της παρούσας υπόθεσης, σε σύγκριση με τον Κανονισμό (ΕΚ) 2790/1999 και τις αντίστοιχες Κατευθυντήριες Γραμμές.

#### **VII.1.8 Προϋποθέσεις εφαρμογής των άρθρων 1 παρ. 3 ν. 703/1977 (νυν άρθ. 1 παρ. 3 ν. 3959/2011) και 81 ΣυνθΕΚ (νυν 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ)**

- 164) Ως εξαίρεση από τους εν λόγω απαγορευτικούς κανόνες για τις συμφωνίες, το άρθρο 1 παράγραφος 3 του ν. 703/1977 (νυν άρθρο 1 παράγραφος 3 του ν. 3959/2011), και αντιστοίχως το άρθρο 101 παράγραφος 3 ΣΛΕΕ, προβλέπουν ότι η σχετική απαγόρευση δεν εφαρμόζεται σε περίπτωση συμφωνιών, οι οποίες (α) συμβάλλουν στην βελτίωση της παραγωγής ή της διανομής των προϊόντων ή στην προώθηση της τεχνικής ή οικονομικής προόδου, (β) εξασφαλίζοντας συγχρόνως στους καταναλωτές δίκαιο τμήμα από το όφελος που προκύπτει και (γ) οι οποίες δεν επιβάλλουν περιορισμούς που δεν είναι απαραίτητοι για την επίτευξη των στόχων αυτών και (δ) δεν παρέχουν στις επιχειρήσεις αυτές τη δυνατότητα καταργήσεως του ανταγωνισμού σε σημαντικό τμήμα των σχετικών προϊόντων.
- 165) Οι τέσσερις προαναφερόμενες προϋποθέσεις είναι σωρευτικές, δηλαδή, πρέπει να πληρούνται όλες για να έχει εφαρμογή η ατομική απαλλαγή βάσει των άρθρων 1 παρ. 3 του ν. 703/1977 (νυν άρθρο 1 παράγραφος 3 του ν. 3959/2011) και 101 παρ. 3 της

<sup>360</sup> Βλ. και σχετική απόφαση ΣτΕ 4702/98 (αναφορικά με την ομοιόμορφη ερμηνεία του άρθρου 1 του ν. 703/1977 με βάση τα προβλεπόμενα στον προϊσχύοντα Κανονισμό (ΕΚ) 1984/83).

<sup>361</sup> Στην εν λόγω Ανακοίνωση της ΕΑ της 17.12.2001 προβλέπονται τα ακόλουθα: «...η Επιτροπή Ανταγωνισμού εκτιμά ότι οι κάθετοι περιορισμοί που δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της ομαδικής απαλλαγής του Κανονισμού 2790/99, επειδή δεν συνιστούν τον απαιτούμενο για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ. 1 ΕΚ «αισθητό περιορισμό του ανταγωνισμού» εντός της κοινής αγοράς και «αισθητό επηρεασμό του εμπορίου μεταξύ κρατών-μελών», δεν είναι καταρχήν εύλογο να υπόκειται σε διαφορετική και ενδεχομένως αυστηρότερη μεταχείριση από το εθνικό δίκαιο...». Με το σκεπτικό αυτό η ΕΑ εκδηλώνει την πρόθεσή της να αξιολογήσει τους κάθετους περιορισμούς που εμπίπτουν στο πεδίο του ν. 703/1977 με βάση τα κριτήρια που προβλέπονται στον Κανονισμό (ΕΚ) 2790/1999 αναλόγως εφαρμοζόμενα.

<sup>362</sup> Βλ. και άρθρο 1 παρ. 4 ν. 3959/2011: «Οι Κανονισμοί της Ευρωπαϊκής Ένωσης περί εφαρμογής της παραγράφου 3 του άρθρου 101 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ) σε ορισμένες κατηγορίες συμφωνιών, αποφάσεων ενώσεων επιχειρήσεων ή εναρμονισμένων πρακτικών (Κανονισμοί ομαδικής απαλλαγής) εφαρμόζονται αναλόγως για την υπαγωγή στην παράγραφο 3 συμφωνιών, αποφάσεων και εναρμονισμένων πρακτικών που δεν είναι πιθανόν να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ κρατών - μελών κατά την έννοια της παραγράφου 1 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ».

ΣΛΕΕ. Εφόσον έστω και μία από αυτές δεν πληρούται, η συμφωνία είναι αυτοδικαίως άκυρη<sup>363</sup>.

- 166) Η επιχείρηση που διεκδικεί τη χορήγηση ατομικής απαλλαγής πρέπει και να αποδείξει ότι πληρούνται οι σχετικές προϋποθέσεις με πειστικά επιχειρήματα και αποδεικτικά στοιχεία<sup>364</sup>. Κατά τη σχετική αξιολόγηση, λαμβάνονται υπόψη μόνο τα αντικειμενικά πλεονεκτήματα, πράγμα που σημαίνει ότι η τυχόν επικαλούμενη βελτίωση της αποτελεσματικότητας δεν εκτιμάται με βάση την υποκειμενική άποψη των μερών.

## **VIII. ΦΥΣΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ - ΣΥΜΒΑΤΙΚΗ ΣΧΕΣΗ FRIESLAND – ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΩΝ - Η ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ VIII.1 ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΤΗΣ FRIESLAND – Η ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΤΗΣ FRIESLAND**

### **VIII.1.1 Γενικά**

- 167) Η ύπαρξη ενός αποτελεσματικού δικτύου διανομής αποτελεί προϋπόθεση για μία εταιρία προκειμένου να καλύψει τη ζήτηση των προϊόντων της και να διατηρήσει τη θέση της στην αγορά αλλά και να διεισδύσει σε νέες αγορές. Όπως προαναφέρθηκε<sup>365</sup>, η Friesland προμηθεύει τους πελάτες της από τις κεντρικές αποθήκες της στον Ασπρόπυργο Αττικής, ενώ παράλληλα λειτουργεί περιφερειακά διαμετακομιστικά κέντρα (Θεσσαλονίκη & Πάτρα). Η διανομή των προϊόντων της στην ελληνική αγορά γίνεται με τους κάτωθι τρόπους:

(1) απευθείας από την ίδια την εταιρία,

(2) μέσω [...] περίπου εταιριών χονδρικού εμπορίου, τους επονομαζόμενους Συνεργάτες Δικτύου, με τους οποίους έχει συνάψει/συνάπτει ετήσιες Συμφωνίες Εμπορικής Συνεργασίας. [...]<sup>366</sup>.

(3) μέσω περισσότερων από [...] λοιπών χονδρεμπορικών επιχειρήσεων (διαφορετικών από τους Συνεργάτες δικτύου) [...], με τις οποίες δεν συνάπτει ιδιωτικά συμφωνητικά και

(4) μέσω [...].

- 168) Ειδικότερα, αναφορικά με τη διανομή των επιμέρους κατηγοριών των προϊόντων του χαρτοφυλακίου της Friesland<sup>367</sup>, ισχύουν τα εξής:

- [...].

- [...] <sup>368</sup>. [...] <sup>369</sup>.

- 169) Όπως προκύπτει από τα ανωτέρω, η Friesland χρησιμοποιεί το δίκτυο διανομής μέσω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων (συνεργατών δικτύου, χονδρεμπορικών επιχειρήσεων

<sup>363</sup> Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 (νυν 101) παρ. 3 της Συνθήκης, ΕΕ C 101/27.4.2004, σελ 97, παρ. 42, όπου και παραπομπές σε κοινοτική νομολογία.

<sup>364</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕφαθ 559/2010, σκ. 18, ΔΕφαθ 2891/2009, σκ. 19 και ΔΕφαθ 1682/2009, σκ. 28, και στην κοινοτική νομολογία που παραπέμπουν.

<sup>365</sup> Βλ. ανωτέρω Ενót. II.1

<sup>366</sup> Βλ. και Ενót. VIII.1.2.1

<sup>367</sup> Σύμφωνα με σχετικές διευκρινίσεις που δόθηκαν στο πλαίσιο της ανωμοτί κατάθεσης του [...] στον επιτόπιο έλεγχο της 15.3.2018 στην εν λόγω εταιρία.

<sup>368</sup> Σύμφωνα με σχετική διευκρίνιση του [...]

<sup>369</sup> Βλ. [...]

[...] ώστε να ανταποκριθεί στη ζήτηση των προϊόντων της καλύπτοντας τη γεωγραφική διασπορά των σημείων πώλησης ανά την ελληνική επικράτεια. Όπως άλλωστε ο ίδιος ο [...] διευκρινίζει στην ανωμοτί κατάθεσή του «είναι πολύ ακριβό σε όρους κόστους μεταφοράς να πωλήσει η Friesland» στα μικρά σημεία πώλησης<sup>370</sup>. Συνεπώς το δίκτυο διανομής μέσω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων αποτελεί πολύ σημαντικό παράγοντα για την πρόσβαση της εταιρίας στα σημεία πώλησης. Όπως επισημαίνεται στην ιστοσελίδα της εταιρίας: «Με τη συμβολή χονδρεμπόρων και διανομέων, η διανομή καλύπτει σχεδόν το σύνολο των 20.000 καταστημάτων τροφίμων που υπάρχουν στην Ελλάδα. Επίσης, καλύπτονται πολλά φαρμακεία και οι μεγαλύτερες μονάδες στην επαγγελματική αγορά (ξενοδοχεία, εστιατόρια, catering κλπ.)». Σύμφωνα μάλιστα με εσωτερικό έγγραφο της εταιρίας η διανομή [...] Αναλυτικότερα στο εν λόγω έγγραφο<sup>371</sup> επισημαίνεται: [...] Περαιτέρω η ανάγκη ανάπτυξης ενός [...] δικτύου διανομής χονδρεμπορικών επιχειρήσεων [...] και συνεργατών δικτύου [...] επισημαίνεται σε εσωτερική παρουσίαση της εταιρίας<sup>372</sup>. Στο εν λόγω έγγραφο στο οποίο αποτυπώνεται ως όραμα της [...] <sup>373</sup>. Επιπλέον, σε έτερη εσωτερική παρουσίαση της εταιρίας<sup>374</sup>, η οποία φαίνεται να αφορά τη [...] επισημαίνεται η στρατηγική σημασία του δικτύου διανομής καθώς αναφέρεται σχετικά: [...]. Άλλωστε, όπως διευκρινίζει η εταιρία σε επιστολή της<sup>375</sup>, αλλά και καταθέτει ο [...] <sup>376</sup>, η Friesland τροφοδοτεί [...] τα τελικά σημεία πώλησης της επαγγελματικής αγοράς<sup>377</sup> όπως καφετέριες, εστιατόρια και ζαχαροπλαστεία [...], γεγονός που βεβαιώνει [...].

- 170) Όπως προκύπτει από σχετικά οικονομικά στοιχεία που προσκόμισε η ίδια η Friesland, η ποσοστιαία αναλογία των πωλήσεων της σε γαλακτοκομικά προϊόντα, η οποία διοχετεύεται στην αγορά μέσω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων (είτε συνεργατών δικτύου, είτε χονδρεμπορικών επιχειρήσεων [...], είτε [...]), υπολογίζεται στο ύψος του [...], κατά μέσο όρο, στην περίοδο των ετών 2009-2017 για την οποία η εταιρία διαθέτει σχετικά στοιχεία. Στην περίπτωση δε που στο εν λόγω ποσοστό προστεθούν και οι πωλήσεις που λαμβάνουν χώρα μέσω [...], αυτό ανέρχεται στο [...]. Η σκοπιμότητα συνυπολογισμού των εν λόγω πωλήσεων, παρ' ότι [...], έγκειται στο γεγονός ότι [...] εξυπηρετούν τον ίδιο σκοπό του εφοδιασμού των προϊόντων της Friesland σε τελικά σημεία πώλησης ανά την ελληνική επικράτεια στα οποία, ως ήδη αναφέρθηκε, θα ήταν δύσκολο για την εταιρία να προσεγγίσει με ίδια μέσα. Στον

<sup>370</sup> Συγκεκριμένα, ο [...] αναφέρει στην από 15.3.2018 κατάθεσή του ότι «[...] Αν έρθει κάποιος να σου ζητήσει δεν μπορείς να αρνηθείς, αλλά είναι πολύ ακριβό σε όρους κόστους μεταφοράς, να πωλήσει η Friesland απευθείας σε αυτά τα σημεία, οπότε γίνεται μέσω χονδρεμπόρων».

<sup>371</sup> Βλ. ηλεκτρονικό έγγραφο με ονομασία [...], που λήφθηκε από την [...], κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 16.9.2008 στη Friesland. Το έγγραφο φέρει ημερομηνία 21.1.1999 και θέμα [...]

<sup>372</sup> Βλ. το μηχανογραφημένο έγγραφο με τίτλο [...], όνομα [...] και ημερομηνία σύνταξης εντός του Απριλίου 2008 που εντοπίστηκε στα ηλεκτρονικά αρχεία κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 16.9.2008 στη Friesland. Αξίζει να σημειωθεί ότι στο συγκεκριμένο έγγραφο [...]

<sup>373</sup> Ειδικότερα, στο εν λόγω έγγραφο αναφέρεται σχετικά: [...]

<sup>374</sup> Βλ. το ηλεκτρονικό έγγραφο με όνομα [...] που εντοπίστηκε στα ηλεκτρονικά αρχεία κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 16.9.2008 στη Friesland. Η παρουσίαση φέρει τίτλο [...]

<sup>375</sup> Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ όπου αναφέρει: [...]

<sup>376</sup> Στο πλαίσιο της από 15.3.2018 ανωμοτί κατάθεσής του.

<sup>377</sup> Όπως προκύπτει από σχετικά οικονομικά στοιχεία πωλήσεων που έχει προσκομίσει η ίδια η Friesland (βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2114/2.4.2018 επιστολή της προς τη ΓΔΑ), η ποσοστιαία αναλογία επί του συνολικού κύκλου εργασιών που η Friesland πραγματοποιεί απευθείας σε πελάτες τους οποίους η ίδια κατηγοριοποιεί ως [...] υπολογίζεται κατά μέσο όρο για τα έτη 2009- 2017 [...] στο ύψος του [...]. Η αντίστοιχη αναλογία ως προς τα γαλακτοκομικά και μόνο προϊόντα εκτιμάται σε εξίσου [...] επίπεδα ήτοι ίση με [...] κατά μέσο όρο για τα έτη 2009 - 2017.

κατωτέρω πίνακα παρατίθενται τα σχετικά ποσοστά για έκαστο εκ των ετών της περιόδου 2009-2017<sup>378</sup>:

Ποσοστιαία συμμετοχή πωλήσεων σε χονδρεμπορικές επιχειρήσεις (χ/ε)									
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ποσοστιαία αναλογία πωλήσεων σε χ/ε	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Ποσοστιαία αναλογία τριγωνικών πωλήσεων μέσω χ/ε	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
<b>Συνολική ποσοστιαία αναλογία</b>	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

171) Αντιστοίχως και αναφορικά με το σύνολο της ελληνικής αγοράς γαλακτοκομικών προϊόντων, ο [...] της εταιρίας στην ανωμοτί κατάθεσή του εκτιμά ότι η ποσοστιαία αναλογία διοχέτευσης γαλακτοκομικών προϊόντων στην ελληνική αγορά μέσω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων κυμαίνεται γύρω στο [...] <sup>379</sup>.

### VIII.1.2 Συνεργάτες δικτύου

172) Σύμφωνα με τη Friesland, υπό τον όρο «συνεργάτες δικτύου» νοούνται οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις με τις οποίες η Friesland έχει συνάψει/συνάπτει ετήσιες Συμφωνίες Εμπορικής Συνεργασίας για τη διανομή των προϊόντων της <sup>380</sup>, στις οποίες αποτυπώνονται οι όροι της εμπορικής και πιστωτικής πολιτικής της και ακολουθούν συγκεκριμένο και ενιαίο τύπο μεταξύ των αντισυμβαλλόμενων επιχειρήσεων. Όπως προκύπτει από την εξέταση του συνόλου των διαθέσιμων συμβάσεων οι οποίες αφορούν στην περίοδο των ετών 1998<sup>381</sup> - 2018<sup>382</sup>, και αναγνωρίζεται και από την

<sup>378</sup> Οι εν λόγω υπολογισμοί βασίζονται σε σχετικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η εταιρία στο πλαίσιο των υπ' αριθ. πρωτ. 1640/12.3.2018 και 2114/2.4.2018 υποβολών στοιχείων της προς τη ΓΔΑ.

<sup>379</sup> Σχετικώς [...] αναφέρει στην από 15.3.2018 ανωμοτί κατάθεσή του ότι «Δεν γνωρίζω αλλά φαντάζομαι είναι κοντά στο δικό μας [...] [...]».

<sup>380</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 6572/6.11.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ.

<sup>381</sup> Αξίζει να σημειωθεί ότι η ΓΔΑ έχει στη διάθεσή της και συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας των ετών 1996 και 1997 μεταξύ Friesland και [...], οι οποίες συλλέχθηκαν από τα γραφεία της τελευταίας στο πλαίσιο του επιτόπιου ελέγχου που πραγματοποίησε η ΓΔΑ, σύμφωνα με την υπ' αριθ. πρωτ. [...] εντολή ελέγχου (βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων). Για τους ουσιαδείς συμβατικούς όρους αυτών, βλ. αναλυτικά κατωτέρω Ενότ. IX.

<sup>382</sup> Αναφορικά με την περίοδο των ετών 1998 - 2014: Βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] έως [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο στη Friesland στις 16.9.2008 (συμβάσεις ετών 2006-2008 μεταξύ Friesland και συνεργάτη δικτύου [...]). Κατά τους ελέγχους στο δίκτυο συνεργατών της Friesland το 2014 συλλέχθηκαν τα κατωτέρω: i. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] έως [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο το 2014 στο συνεργάτη δικτύου [...] (συμβάσεις ετών 1996-1999, 2001, 2003 και 2005-2013), ii. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] (και όμοιο [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο το 2014 στο συνεργάτη δικτύου [...] (συμβάσεις ετών 2004-2007 και 2009-2013), iii. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο το 2014 στο συνεργάτη δικτύου [...] (συμβάσεις ετών 2003, 2005 και 2006), iv. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο το 2014 στο συνεργάτη δικτύου [...] (συμβάσεις ετών 2006-2012), v. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] (και όμοιο [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο το 2014 στο συνεργάτη δικτύου [...] (συμβάσεις ετών 2008-2010) και vi. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο το 2014 στο συνεργάτη δικτύου [...] (συμβάσεις ετών 2011-2013). Εν συνεχεία, η Friesland με την υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της προς τη ΓΔΑ προσκόμισε σχετικούς τύπους συμβάσεων - βλ. το συν. 2i (και όμοιο συν. 3v) με τύπους σχετικών συμβάσεων από το 1998 έως το 2013 μεταξύ της Friesland και του συνεργάτη δικτύου [...]. Στην ανωτέρω υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ, βλ. και συν. 3ii (συμβάσεις ετών 1998-2013 μεταξύ Friesland και [...]), συν. 3iv (συμβάσεις ετών 1998-2013 μεταξύ Friesland και [...]), συν. 3v (συμβάσεις ετών 1998-2013 μεταξύ Friesland και [...]), συν. 3vi (συμβάσεις ετών 1998-2007 μεταξύ Friesland και [...]), συν. 3vii (συμβάσεις ετών 2004-2013 μεταξύ Friesland και [...]) και συν. 3viii



ίδια την εταιρία<sup>383</sup> δεν υπήρξε κατά κανόνα διαφοροποίηση μεταξύ των συμφωνιών ως προς τους επιμέρους όρους εμπορικής και πιστωτικής πολιτικής.

173) Στις εν λόγω συμφωνίες οριζόταν [...]. Αναλυτικότερα, στις σχετικές συμβάσεις μέχρι και το έτος 2008 ορίζεται [...], ενώ από το 2009 έως το 2014 [...]<sup>384</sup>. Ωστόσο, από το 2015 και εφεξής, [...].

174) Επιπλέον, όπως η ίδια η Friesland διευκρινίζει, [...] <sup>385</sup>. Ειδικότερα, σύμφωνα με την εταιρία, [...] <sup>386</sup>. Επιπροσθέτως, η Friesland αναφέρει ότι [...] <sup>387</sup>.

#### **VIII.1.2.1 Συμφωνίες [...]**

175) Όπως ήδη αναφέρθηκε, με [...], η Friesland συνάπτει [...] συμφωνίες [...] <sup>388</sup> [...], για την εξυπηρέτηση των πελατών της <sup>389,390</sup>. Μέσω των συμβάσεων [...] αναλαμβάνουν [...]. Στο πλαίσιο των συγκεκριμένων συμφωνιών, οι συνεργαζόμενες επιχειρήσεις [...] <sup>391</sup>. Οι εν λόγω πελάτες οι οποίοι εξυπηρετούνται [...] <sup>392</sup>. Γι' αυτό το λόγο, όπως η ίδια η εταιρία επισημαίνει, μέσω των συμφωνιών [...] εξυπηρετούνται [...] <sup>393</sup>.

176) Σύμφωνα με σχετική διευκρίνιση του [...], η έναρξη λειτουργίας του [...] <sup>394</sup>, [...] <sup>395</sup>. Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του πίνακα της προηγούμενης ενότητας <sup>396</sup>, η ποσοστιαία αναλογία επί του συνολικού κύκλου εργασιών από την πώληση

---

(συμβάσεις ετών 2000-2013 μεταξύ Friesland και [...]). Σύμφωνα με τη Friesland, οι όροι που αποτυπώνονται στις συμβάσεις εμπορικής συνεργασίας για το 2013 εξακολούθησαν να ισχύουν και για το 2014 [...] (βλ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 και 6572/6.11.2015 επιστολές της Friesland προς τη ΓΔΑ). Για τους συμβατικούς όρους των εν λόγω συμβάσεων, βλ. αναλυτικά κατωτέρω Ενότ. IX. Αναφορικά με την περίοδο των ετών 2015-2018 βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ και το συν. 2 αυτής (συμβάσεις έτους 2015 μεταξύ της Friesland και των συνεργατών δικτύου [...]). Βλ. επίσης έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον επιτόπιο έλεγχο στη Friesland στις 15.3.2018 (σύμβαση 2015 μεταξύ Friesland και [...]). Για τις συμβάσεις εμπορικής συνεργασίας των ετών 2016 και 2017 αντίστοιχα, βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1640/12.3.2018 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ και τα συν. 2.1 και 2.2 (συμβάσεις μεταξύ Friesland και [...]), συν. 2.8 και 2.9 (συμβάσεις μεταξύ Friesland και [...]), συν. 2.14 και 2.15 (συμβάσεις μεταξύ Friesland και [...]), συν. 2.19 και 2.20 (συμβάσεις μεταξύ Friesland και [...]). Βλ. επίσης έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον επιτόπιο έλεγχο στη Friesland στις 15.3.2018 (σύμβαση 2017 μεταξύ Friesland και [...]). Επιπλέον, για συμβάσεις έτους 2018, βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2113/2.4.2018 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ και το συν. 2 αυτής (συμβάσεις μεταξύ της Friesland και των συνεργατών της [...]).

<sup>383</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ στην οποία διευκρινίζει ότι δεν υπήρξε διαφοροποίηση ως προς [...].

<sup>384</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ.

<sup>385</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ.

<sup>386</sup> Βλ. και τη μεταγενέστερη υπ' αριθ. πρωτ. 6572/6.11.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ, στην οποία η εταιρία επισημαίνει ότι [...].

<sup>387</sup> Για τα ανωτέρω βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ.

<sup>388</sup> Για διευκρινίσεις σχετικά με [...] βλ. και κατάθεση μάρτυρα [...], σε ΠΡΑΚΤΙΚΟ 107<sup>15</sup> Συνεδρίασης, της 04.12.2018, σελ. 46 («/.../»).

<sup>389</sup> Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ.

<sup>390</sup> Βλ. σχετικά και έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο στην Friesland στις 15.3.2018, στο οποίο, μεταξύ άλλων, αναφέρεται ότι ο λόγος που οδήγησε την εταιρία να επιλέξει [...] ήταν η [...]. Κατά τους ελέγχους [...]

<sup>391</sup> Ως προς το διαδικαστικό μέρος, [...] (βλ. σχετ. και την ανωμοτί κατάθεση του [...] από στελέχη της ΓΔΑ κατά τη διάρκεια ελέγχου της 15.3.2018 στη Friesland).

<sup>392</sup> Βλ. και την υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ.

<sup>393</sup> Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 6572/6.11.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ.

<sup>394</sup> Γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας (υψηλής παστερίωσης).

<sup>395</sup> Βλ. την ανωμοτί κατάθεση του [...] που λήφθηκε από στελέχη της ΓΔΑ κατά τη διάρκεια ελέγχου της 15.3.2018 στη Friesland.

<sup>396</sup> Βλ. Ενότ. VIII.1.1.

γαλακτοκομικών προϊόντων της Friesland η οποία διοχετεύεται στην αγορά υπό το [...] εκτιμάται στο ύψος του [...] κατά μέσο όρο στην περίοδο των ετών 2009 - 2017, ενώ σύμφωνα με σχετική διευκρίνιση του [...] στο πλαίσιο της ανωμοτί κατάθεσής του, [...] αναλογία παρουσιάζεται [...], σε σχέση [...].

#### **VIII.1.2.2 [...] συμφωνίες με [...]**

- 177) Η Friesland έχει συνάψει [...] συμφωνίες με [...], με [...], δυνάμει των οποίων τους [...] <sup>397</sup>. Η Friesland διευκρινίζει σχετικώς ότι οι συγκεκριμένοι πελάτες είχαν και εξακολουθούν να συνάπτουν [...] συμφωνίες με τη Friesland δυνάμει των οποίων προμηθεύονται τα σχετικά προϊόντα και ότι ο σχετικός συμβατικός όρος που υπήρχε [...] Σύμφωνα με τη Friesland, ο εν λόγω όρος απαλείφθηκε από τις Συμφωνίες [...] <sup>398</sup>.
- 178) Ως προς το μηχανισμό εφοδιασμού των [...] από [...], η Friesland διευκρινίζει σχετικά ότι τα εν λόγω καταστήματα [...]
- 179) Αναφορικά με το ρόλο και τις εμπορικές υποχρεώσεις [...], στο πλαίσιο εξυπηρέτησης των [...] συμφωνιών που συνάπτει η Friesland με τους [...], η τελευταία αναφέρει ότι οι [...] αναλάμβαναν να [...] <sup>399</sup>. Σχετική συμβατική πρόβλεψη υπήρχε έως το [...] και στις [...] <sup>400</sup>. [...] <sup>401,402</sup>.
- 180) Ωστόσο, σύμφωνα με τη Friesland <sup>403</sup>, από [...] η προμήθεια των προϊόντων της γίνεται με βάση τις [...], ενώ οι [...] <sup>404</sup>.

#### **VIII.1.3 Χονδρεμπορικές επιχειρήσεις που [...]**

- 181) Αντίθετα με την περίπτωση των συνεργατών δικτύου, η Friesland δεν συνάπτει συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας με τις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις που [...]. Ειδικότερα, ο [...], στο πλαίσιο υποβολής διευκρινιστικών στοιχείων <sup>405</sup> επισημαίνει: [...] <sup>406</sup>. Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι μεταξύ των στοιχείων που η ίδια η Friesland προσκόμισε στη ΓΔΑ, περιλαμβάνονται και δύο συμβάσεις εμπορικής συνεργασίας των ετών 2004 και 2005 τις οποίες έχει υπογράψει η εταιρία με χονδρεμπορικές επιχειρήσεις που [...] <sup>407,408</sup>.

<sup>397</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ.

<sup>398</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 6572/6.11.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ.

<sup>399</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ και το συν. 4ii αυτής [...]. Συγκεκριμένα, [...] συμφωνίες έχει υπογράψει η Friesland με τους [...]

<sup>400</sup> Βλ. ενδεικτικά συν. 2i της υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολής της Friesland προς τη ΓΔΑ [...]. Υπενθυμίζεται ότι σύμφωνα με σχετική δήλωση της Friesland στην ίδια επιστολή [...]

<sup>401</sup> Όπως προκύπτει και από την υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ.

<sup>402</sup> Σύμφωνα με τη Friesland, [...] (βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 6572/6.11.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ).

<sup>403</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ.

<sup>404</sup> Βλ. σχετικά το συν. 4i της υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολής της Friesland προς τη ΓΔΑ, [...] και το συν. 6ii της υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολής της Friesland προς τη ΓΔΑ.

<sup>405</sup> Πρόκειται για την υπ' αριθ. πρωτ. 2113/2.4.2018 υποβολή διευκρινιστικών στοιχείων τα οποία ζητήθηκαν στο πλαίσιο της ανωμοτί κατάθεσης του εν λόγω στελέχους που έλαβε χώρα κατά τη διάρκεια επιτόπιου ελέγχου της 15.3.2018 στη Friesland.

<sup>406</sup> Ωστόσο λαμβάνοντας υπόψη τη σχετική διευκρίνιση της εταιρίας [...]

<sup>407</sup> Πρόκειται για την από 5.4.2004 Συμφωνία Εμπορικής Συνεργασίας 2004 με την επιχείρηση [...] και την από 31.3.2005 Ετήσια Συμφωνία Συνεργασίας FOODSERVICE 2005 με την επιχείρηση [...].

<sup>408</sup> Παράλληλα η Friesland εμφανίζεται να συνάπτει με τις εν λόγω επιχειρήσεις (παρόμοια με την περίπτωση των συνεργατών δικτύου) [...].

182) Περαιτέρω και ως προς τη [...] των εν λόγω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων η Friesland διευκρινίζει ότι [...] <sup>409</sup>.

#### VIII.1.4 [...]

183) Όπως προκύπτει από το σύνολο των διαθέσιμων στοιχείων, η Friesland από το [...] ξεκίνησε να προμηθεύει [...] κυρίως [...] μέσω συνεργαζόμενων επιχειρήσεων, τους οποίους αποκαλεί [...] <sup>410</sup>. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, οι [...] <sup>411,412</sup>.

184) Η Friesland συνάπτει συμφωνητικά, σύμφωνα με τα οποία [...] <sup>413,414</sup>. Για το σκοπό αυτό, η Friesland [...] <sup>415,416</sup>.

185) Οι συμβάσεις [...] τέθηκαν σε εφαρμογή από [...]. Αρχικώς είχαν [...] ισχύ προκειμένου να [...] <sup>417</sup>. Συγκεκριμένα, [...] διάρκεια ισχύος έχουν οι διαθέσιμες συμβάσεις που έχουν υπογραφεί κατά τα έτη [...] <sup>418</sup>, [...] <sup>419</sup>, [...] <sup>420</sup>, [...] <sup>421</sup> και

<sup>409</sup> Βλ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 και 6572/6.11.2015 επιστολές της Friesland προς τη ΓΔΑ. Σχετικώς, η Friesland διευκρινίζει ότι [...]

<sup>410</sup> Η παλαιότερη σχετική σύμβαση που έχει στη διάθεσή της η ΓΔΑ είναι το από [...] (ανυπόγραφο) Ιδιωτικό Συμφωνητικό [...], το οποίο εντοπίστηκε με την ονομασία [...] στα ηλεκτρονικά αρχεία της Friesland κατά τον επιτόπιο έλεγχο στη Friesland στις 16.9.2008. Σχετική υπογεγραμμένη σύμβαση από 15.12.2003 μεταξύ Friesland και [...] εντοπίστηκε και κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Friesland στον Ασπρόπυργο κατά τον έλεγχο της 15.3.2018 - βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] από τον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων του κατασχεθέντος - κατά τον ανωτέρω έλεγχο φακέλου, ο οποίος αποσφραγίστηκε στην έδρα της ΕΑ στις 22.3.2018. Εν συνεχεία, για το ίδιο έτος, η Friesland προσκόμισε την από 14.4.2003 σύμβαση μεταξύ Friesland και [...] - βλ. συν. 63 της υπ' αριθ. πρωτ. 2113/2.4.2018 επιστολής της Friesland προς τη ΓΔΑ.

<sup>411</sup> Σύμφωνα με την από 15.3.2018 ανωμοτί κατάθεση που λήφθηκε από στελέχη της ΓΔΑ κατά τη διάρκεια ελέγχου στη Friesland από τον [...], οι [...] είναι [...]. Παρομοίως [...] στην από 15.3.2018 κατάθεσή του, διευκρινίζει σχετικά με [...]

<sup>412</sup> Επισημαίνεται ότι και από ηλεκτρονικό εσωτερικό έγγραφο (με τίτλο [...]) της εταιρίας, το οποίο συλλέχθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στη Friesland στις 15.3.2018, και αφορά στην από 6.12.2002 παρουσίαση με τίτλο [...] προκύπτει ότι [...]

<sup>413</sup> Βλ. τα ιδιωτικά συμφωνητικά μεταξύ Friesland και [...] των ετών [...]

<sup>414</sup> [...] στα ηλεκτρονικά αρχεία της Friesland κατά τον επιτόπιο έλεγχο στη Friesland στις 16.9.2008). Σχετικές παρουσιάσεις εντοπίστηκαν και στα ηλεκτρονικά αρχεία που συλλέχθηκαν κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Friesland στις 15.3.2018, με τις ονομασίες [...]

<sup>415</sup> Βλ. και την προαναφερόμενη κατάθεση του [...] της 15<sup>ης</sup>.3.2018, ο οποίος ανέφερε σχετικώς ότι [...]

<sup>416</sup> Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τα ιδιωτικά συμφωνητικά [...] των ετών [...], που σύνταξε η Friesland με [...] Στον ίδιο όρο ρητά προβλέπεται ότι [...] Τέλος, [...]

<sup>417</sup> Βλ. την από 15.3.2018 ανωμοτί κατάθεση που λήφθηκε από τον [...] κατά τη διάρκεια ελέγχου στις εγκαταστάσεις της Friesland στον Ασπρόπυργο Αττικής την 15<sup>η</sup>.3.2018.

<sup>418</sup> Βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων του κατασχεθέντος φακέλου από τα γραφεία της Friesland στον Ασπρόπυργο κατά τον έλεγχο της 15.3.2018, ο οποίος αποσφραγίστηκε στην έδρα της ΕΑ στις 22.3.2018. Πρόκειται για σύμβαση μεταξύ Friesland και [...] με διάρκεια ισχύος μέχρι [...]. Βλ. και το συν. 63 της υπ' αριθ. πρωτ. 2113/2.4.2018 επιστολής της Friesland προς τη ΓΔΑ. Πρόκειται για σύμβαση μεταξύ Friesland και [...] με διάρκεια ισχύος μέχρι [...].

<sup>419</sup> Βλ. συν. 49 και 50 της υπ' αριθ. πρωτ. 2113/2.4.2018 επιστολής της Friesland προς τη ΓΔΑ - σχετικές συμβάσεις με διάρκεια ισχύος μέχρι [...] και [...] αντίστοιχα. Βλ. και τα συν. 48, 52, 53, 60, 61, 62 της ίδιας επιστολής, με διάρκεια ισχύος των συμβάσεων μεταξύ Friesland και [...] μέχρι [...]. Επίσης, βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] από τον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων του κατασχεθέντος φακέλου από τα γραφεία της Friesland στον Ασπρόπυργο κατά τον έλεγχο της 15.3.2018, ο οποίος αποσφραγίστηκε στην έδρα της ΕΑ στις 22.3.2018. Πρόκειται για συμβάσεις μεταξύ Friesland και [...], η διάρκεια ισχύος των οποίων εκτείνεται μέχρι τις [...]. Βλ. επίσης και έγγραφο με κωδικοποίηση [...], ήτοι σύμβαση μεταξύ Friesland και [...] με διάρκεια ισχύος μέχρι [...]. Για τους όρους των σχετικών συμβάσεων των ανωτέρω ετών.

<sup>420</sup> Για το [...], η ΓΔΑ έχει στη διάθεσή της [...] συμβάσεις των συμφωνητικών του [...], καθώς και [...] σύμβασης, με πρόβλεψη για [...] διάρκεια αυτής, το οποίο φαίνεται να αποτελεί [...] σύμβασης,

[...] <sup>422</sup>. Οι διαθέσιμες συμβάσεις των ετών [...] είναι [...] <sup>423</sup>, ενώ οι διαθέσιμες συμβάσεις των ετών [...] (α' εξάμηνο) είχαν [...] διάρκεια. Τέλος, οι σχετικές συμβάσεις του [...], που έχει στη διάθεσή της η ΓΔΑ [...].

- 186) Από την επεξεργασία των σχετικών συμβάσεων μεταξύ Friesland και [...] προκύπτει ότι αυτές αποτυπώνουν τους όρους της [...]. Συγκεκριμένα, για τα έτη [...] και [...] υφίσταται [...] <sup>424</sup>. Ο [...] σύμβασης τροποποιείται ως προς [...], ενώ από [...] υφίσταται [...] σύμβασης. Η ύπαρξη [...] σύμβασης προκύπτει και από την κατάθεση του [...] <sup>425</sup> κατά τον έλεγχο που διενεργήθηκε στη Friesland στις 15.3.2018 <sup>426</sup>.
- 187) Επιπλέον, με βάση τους σχετικούς όρους των ιδιωτικών συμφωνητικών που είχαν συναφθεί κατά τα έτη [...], η Friesland όριζε [...]. Στις συμβάσεις [...] των ετών [...], καθώς και της περιόδου [...], η σχετική υποχρέωση προέβλεπε [...]. Παράλληλα, στις συμβάσεις των ετών [...] το [...] <sup>427,428</sup>. Η Friesland διευκρίνισε σχετικά ότι από το [...] <sup>429</sup>. Σύμφωνα με τη Friesland, στην πράξη, κάθε [...]. Αν και συμβατικά [...], δεν είναι πρακτικά εφικτό και χρονικά δυνατό [...].
- 188) Ως προς το διαδικαστικό μέρος της συνεργασίας, σύμφωνα με τις σχετικές συμβατικές προβλέψεις, η Friesland [...] <sup>430</sup> [...] <sup>431</sup> [...] <sup>432</sup>.
- 189) Συναφώς με τα ανωτέρω και σύμφωνα με τους συμβατικούς όρους της συνεργασίας, [...] <sup>433</sup>. Επιπλέον, [...] <sup>434</sup>. [...] <sup>435, 436</sup> ».

---

σύμφωνα με το συνοδευτικό ηλεκτρονικό μήνυμα μεταξύ στελεχών της Friesland, όπου αναφέρεται ότι πρόκειται για το [...] - βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων κατά τον επιτόπιο έλεγχο στη Friesland στις 15.3.2018. [...] σύμβασης του [...] είχε συλλεχθεί και από τα ηλεκτρονικά αρχεία της Friesland κατά τον επιτόπιο έλεγχο 16.9.2008.

<sup>421</sup> Βλ. συν. 41 και 43 της υπ' αριθ. πρωτ. 2113/2.4.2018 επιστολής της Friesland προς τη ΓΔΑ. Η διάρκεια ισχύος των σχετικών συμβάσεων εκτείνεται μέχρι [...] αντίστοιχα.

<sup>422</sup> Βλ. συν. 36 της υπ' αριθ. πρωτ. 2113/2.4.2018 επιστολής της Friesland προς τη ΓΔΑ. Η διάρκεια ισχύος της σχετικής σύμβασης εκτείνεται μέχρι [...].

<sup>423</sup> Βλ. συν. 29, 30, 31, 32, 33 και 35 της υπ' αριθ. πρωτ. 2113/2.4.2018 επιστολής της Friesland προς τη ΓΔΑ. Πρόκειται για συμβάσεις της Friesland με [...] με διάρκεια ισχύος από [...].

<sup>424</sup> Για το [...] δεν υπάρχουν διαθέσιμες συμβάσεις.

<sup>425</sup> [...] της Friesland.

<sup>426</sup> Σύμφωνα με τον [...]

<sup>427</sup> Ειδικά στα συν. 37, 38, 39, 40, 42, 44, 45 και 46 της υπ' αριθ. πρωτ. 2113/2.4.2018 επιστολής της Friesland προς τη ΓΔΑ, καθώς και τα έγγραφα με κωδικοποίηση [...] από τον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο στη Friesland στις 15.3.2018, τα οποία αποτελούν τροποποιήσεις των σχετικών συμβάσεων, ο εν λόγω όρος αποτυπώνεται ως εξής: [...].

<sup>428</sup> Ειδικότερα, ο εν λόγω όρος για τα έτη [...] αποτυπώνεται στις σχετικές συμβάσεις ως εξής: «1.[...]

[...]

2. [...] [...]

14. [...]

Στα ιδιωτικά συμφωνητικά των ετών [...] ο σχετικός όρος διαμορφώνεται ως εξής:

[...]

Στις συμβάσεις των ετών [...]

<sup>429</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 3306/24.5.2018 επιστολής της Friesland προς τη ΓΔΑ.

<sup>430</sup> Σύμφωνα με τα διαθέσιμα συμφωνητικά μεταξύ Friesland και [...], ως [...]

<sup>431</sup> Βλ. ιδιωτικά συμφωνητικά των ετών [...].

<sup>432</sup> Βλ. ιδιωτικά συμφωνητικά των ετών [...]. Στα ιδιωτικά συμφωνητικά των ετών [...] προβλέπεται σχετικώς ότι [...].

<sup>433</sup> Βλ. ιδιωτικά συμφωνητικά των ετών [...]. Στο ιδιωτικό συμφωνητικό του [...], ο εν λόγω όρος διαμορφώθηκε ως εξής: [...]

<sup>434</sup> Βλ. ιδιωτικά συμφωνητικά των ετών [...]. Ειδικότερα, ενδεικτικά και όχι περιοριστικά, [...]

<sup>435</sup> Εννοείται η Friesland.

<sup>436</sup> Βλ. ιδιωτικά συμφωνητικά των ετών [...]. Σημειώνεται ότι στα διαθέσιμα ιδιωτικά συμφωνητικά των προηγούμενων ετών [...].

- 190) Τέλος, αναφορικά με τις [...] <sup>437</sup>.
- 191) Επισημαίνεται ότι, με βάση τα στοιχεία του φακέλου, στα ιδιωτικά συμφωνητικά μεταξύ Friesland και [...] τουλάχιστον για τα έτη [...] και [...], υφίσταται [...] <sup>438,439</sup>. Επιπλέον, στα ιδιωτικά συμφωνητικά των ανωτέρω ετών υφίσταται όρος [...] <sup>440</sup>. Τέλος, στα ιδιωτικά συμφωνητικά των ανωτέρω ετών, αναφέρεται [...] <sup>441, 442</sup>. Όπως θα καταδειχθεί αμέσως κατωτέρω, οι εν λόγω όροι δεν αξιολογούνται ως παραβατικοί, καθώς οι συμβάσεις μεταξύ Friesland και [...] εκτιμάται ότι αποτελούν είτε συμβάσεις υπεργολαβίας είτε συμβάσεις γνήσιας εμπορικής αντιπροσωπείας και, ως εκ τούτου, εκφεύγουν του ρυθμιστικού πλαισίου των άρθρων 1 του ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 101 ΣΛΕΕ.
- 192) Το κρίσιμο ερώτημα ωστόσο που τίθεται είναι γιατί αυτούς ειδικά η Friesland τους διαχωρίζει από τους υπόλοιπους εν γένει συνεργάτες της και τους ονομάζει [...], και δεν τους ονομάζει, για παράδειγμα, [...] ή [...]. Περαιτέρω αμφιβολίες γεννώνται, καθόσον [...] παρά τον επιτόπιο έλεγχο που διενεργήθηκε μετά την κλήρωση σε Εισηγητή της εξεταζόμενης υπόθεσης. Στην πραγματικότητα, αυτά που διαφαίνονται με βάση τα στοιχεία του φακέλου για τη σχέση Friesland και [...] συνοψίζονται δυνητικά στα εξής: Σε κάποιες περιπτώσεις πρόκειται για συμβάσεις υπεργολαβίας <sup>443</sup>, οι οποίες είναι γνωστό ότι αποτελούν μία ιδιαίτερα διαδεδομένη μέθοδο επιχειρηματικής δράσης που συνήθως εφαρμόζεται για μικρού και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις <sup>444</sup>. Σε αυτές ειδικά τις περιπτώσεις μία επιχείρηση-εργολάβος (contractor) – στην προκειμένη περίπτωση η Friesland δηλαδή - εμπιστεύεται σε μία άλλη επιχείρηση-υπεργολάβο (sub-contractor) την παραγωγή προϊόντων, την παροχή υπηρεσιών ή την εκτέλεση μίας εργασίας, υπό τον όρο ότι ο υπεργολάβος θα ακολουθήσει τις οδηγίες και κατευθύνσεις του εργολάβου <sup>445</sup>. Στις περιπτώσεις εκείνες που ο εργολάβος μεταβιβάζει στον υπεργολάβο τεχνογνωσία, προκειμένου να τον καταστήσει ικανό σε ό,τι αφορά την εκτέλεση των εργασιών που του έχει αναθέσει, βρίσκει πεδίο εφαρμογής η λεγόμενη “Sub-contracting Notice”, η οποία ουσιαστικά οδηγεί την αξιολόγηση της σύμβασης υπεργολαβίας εκτός της κανονιστικής εμβέλειας του άρθρου 81 παρ. 1 [ήδη 101 ΣΛΕΕ] <sup>446</sup>. Με δεδομένο ότι, όπως προκύπτει από τα στοιχεία του φακέλου, οι [...] ήταν όλοι (ή πλην ελαχίστων εξαιρέσεων) [...], θα μπορούσε λογικά να υποστηριχθεί ότι στην πραγματικότητα πρόκειται για σύμβαση υπεργολαβίας, όπως αυτή ορίζεται στην ανωτέρω Ανακοίνωση, η οποία ως εκ τούτου τίθεται εκτός του ρυθμιστικού πεδίου του άρθρου 1 του ν. 3959/2011 και του άρθρου 101 ΣΛΕΕ. Υπό αυτό το πρίσμα, παρέλκει

<sup>437</sup> Ομοίως και τα ιδιωτικά συμφωνητικά των ετών [...].

<sup>438</sup> Συγκεκριμένα, στον όρο 5 των σχετικών συμβάσεων προβλέπεται ότι: [...] . Επιπλέον, [...] όρος στα ιδιωτικά συμφωνητικά των προαναφερθέντων ετών [...]. Περαιτέρω, σύμφωνα με τον όρο 19 των σχετικών συμβάσεων των προαναφερθέντων ετών [...].

<sup>439</sup> Στις διαθέσιμες συμβάσεις μεταξύ Friesland και [...] των ετών [...].

<sup>440</sup> Σύμφωνα με αυτόν, ο συνεργάτης [...] Περαιτέρω, κατά τα έτη [...].

<sup>441</sup> Συγκεκριμένα, ο εν λόγω όρος αναφέρει ότι: «[...] [...] Στις βασικές υποχρεώσεις του συνεργάτη, όπως αυτές αποτυπώνονται στα ιδιωτικά συμφωνητικά, αναφέρεται, επίσης, ότι [...] . Συγκεκριμένα, προβλέπεται ότι [...]»

<sup>442</sup> Τέλος, στα ιδιωτικά συμφωνητικά, [...] διάρκειας, μεταξύ Friesland και [...] των ετών [...] προβλέπεται ότι [...]»

<sup>443</sup> “Sub-contracting agreements” ή “contract manufacturing” ή “contracting out” ή “tolling”, βλέπε σχετικά Bellamy & Child, European Community Law of Competition, ό.π., παρ. 7-185.

<sup>444</sup> Βλέπε σχετικά τη λεγόμενη “Sub-contracting Notice”, ΕΕ C1/2, της 03.01/1979, παρ. 1.

<sup>445</sup> Οι συμφωνίες υπεργολαβίας κατά κανόνα αποτελούν κάθετες συμφωνίες. Βλέπε σχετικά παρ. 80 των Κατευθυντήριων γραμμών για την εφαρμογή του άρθρου 81 ΣυνθΕΚ στις συμφωνίες οριζόντιας συνεργασίας [ΕΕ C3/2, της 06.01.2001].

<sup>446</sup> Βλέπε Whish, Competition Law, ό.π., σελ. 593, καθώς και Bellamy & Child, ό.π., παρ. 7-186.

ενδεχομένως το να εξεταστεί αν πρόκειται για σύμβαση γνήσιας ή μη γνήσιας εμπορικής αντιπροσωπείας, το οποίο πάντως είναι επίσης ένα ζήτημα, δεδομένου ότι με βάση τη σχετική νομολογία, αποτελεί ζήτημα πραγματικό και όχι αμιγώς νομικό, το οποίο δεν μπορεί να εξαντληθεί στην προβλεπόμενη από τη σχετική σύμβαση απόκτηση κυριότητας εκ μέρους του εργολάβου, αλλά συνιστά ζήτημα που σε κάθε περίπτωση θα πρέπει να κρίνεται *ad hoc* και για την αποσαφήνισή του θα πρέπει σε κάθε περίπτωση να λαμβάνεται υπόψη και το θεμελιώδες ζητούμενο της ανάληψης ή μη κινδύνου, καθώς και το πόσο σοβαρός ήταν αυτός ο κίνδυνος τελικά ώστε να ενέχει την έννοια του πραγματικού επιχειρηματικού ρίσκου που θα οδηγήσει τελικά με σχετική βεβαιότητα στο συμπέρασμα εάν η εξεταζόμενη περίπτωση είναι τελικά αυτή του διανομέα ή *a contrario* του γνήσιου εμπορικού αντιπροσώπου. Ενδεικτική είναι, για παράδειγμα, η υπ' αριθμ. 2103/2009 ΑΠ (Α1 Τμ.)<sup>447</sup>, στην οποία αναφέρεται σχετικά ότι «ως προς τη διάκριση του διανομέα από τον εμπορικό αντιπρόσωπο εφαρμόζεται το κριτήριο της κατανομής του κινδύνου της υπόθεσης. Ενόψει τούτου, η κρίση, κάθε φορά αν ένας εμπορικός αντιπρόσωπος είναι επιχείρηση [...] εξαρτάται (από) το αν αυτός φέρει τόσο τους κινδύνους της υπόθεσης όσο και κινδύνους άσχετους με αυτούς της υπόθεσης όπως είναι η παροχή υπηρεσιών μετά την πώληση, οι ειδικές επενδύσεις και τέλος αν αυτός είναι ενσωματωμένος στην επιχείρηση του αντιπροσωπευόμενου. Περαιτέρω, στη γνήσια σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας, ο αντιπρόσωπος δεν φέρει κανέναν ή φέρει ασήμαντο μόνο κίνδυνο ως προς τις συμβάσεις που συνάπτει ή και διαπραγματεύεται για λογαριασμό του αντιπροσωπευόμενου και ως προς τις επενδύσεις που απαιτούνται στις συγκεκριμένες αγορές γι' αυτό το είδος δραστηριότητας». Σε κάθε περίπτωση είναι αναγκαίο το ζήτημα του κινδύνου να αξιολογείται κατά περίπτωση (case by case basis) και με βάση πρωτίστως τα οικονομικά δεδομένα της υπό εξέταση υπόθεσης (σύμβασης) και δευτερευόντως με βάση τη νομική της μορφή. Άλλωστε, για το λόγο τούτο εκτιμάται ότι στην ελληνική έννομη τάξη η ίδια η νομολογία έχει δεχτεί ότι «κατά την απορρέουσα από τις διατάξεις των άρθρων 5 παρ. 1 του Συντάγματος, σε συνδυασμό με το άρθρο 361 ΑΚ, αρχή της ελευθερίας των συμβάσεων, τα μέρη είναι ελεύθερα να διαπλάσσουν τις έννομες σχέσεις τους σε μεγάλο μέτρο και δεν είναι υποχρεωμένα να ακολουθούν τα πρότυπα που θέτει ο νόμος»<sup>448</sup>. Επίσης, από πλευράς ενωσιακού δικαίου σημειώνεται ότι περιορισμοί για τον εμπορικό αντιπρόσωπο σε σχέση με την εδαφική περιοχή εντός της οποίας μπορεί αυτός να πωλήσει τα εκάστοτε αγαθά ή τις υπηρεσίες, όπως επίσης σε σχέση με τους πελάτες προς τους οποίους δύναται αυτός να πωλεί τα εκάστοτε αγαθά ή τις υπηρεσίες, καθώς και περιορισμοί σε σχέση με τις τιμές και τους όρους πώλησης ή αγοράς των εκάστοτε αγαθών ή υπηρεσιών από τον αντιπρόσωπο, θεωρούνται ότι αποτελούν αναπόσπαστο μέρος (integral part) μιας σύμβασης εμπορικής αντιπροσωπείας<sup>449</sup>, δεδομένου ότι κάθε ένας από τους συγκεκριμένους περιορισμούς είναι (και πρέπει να είναι) άρρηκτα συνδεδεμένος με την ικανότητα του αντιπροσωπευόμενου να καθορίζει το πεδίο της δραστηριότητας του αντιπροσώπου σε σχέση με τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που αφορά η σύμβαση. Είναι σαφές ότι η δυνατότητα καθορισμού του πεδίου δραστηριότητας του αντιπροσώπου από τον αντιπροσωπευόμενο συνιστά ουσιώδη προϋπόθεση, προκειμένου ο αντιπροσωπευόμενος να αναλάβει όλους τους εμπορικούς και οικονομικούς κινδύνους και κατά συνέπεια να είναι σε θέση να καθορίζει και την εμπορική πολιτική (στρατηγική)<sup>450</sup>. Με βάση την ενωσιακή νομολογία, γίνεται δεκτό

<sup>447</sup> Βλέπε ΔΕΕ 8-9/2010, σελ. 939.

<sup>448</sup> Βλέπε ΑΠ (Α1 Τμ.) 2103/2009, ό.π., σελ. 938.

<sup>449</sup> Βλέπε υπόθεση 313/85 (Belgian Travel Agents), ό.π., παρ. 20.

<sup>450</sup> Πρβλ. Μ. Οικονόμου, Δημόσιες συμβάσεις & Δίκαιο ελεύθερου ανταγωνισμού, Νομική Βιβλιοθήκη 2009, σελ. 150, ο οποίος παρατηρεί ότι «[τ]α άρθρα 81 και 82 της Συνθήκης εφαρμόζονται

ότι για τους σκοπούς της εφαρμογής ή μη του άρθρου 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ, η συμφωνία χαρακτηρίζεται ως συμφωνία εμπορικής αντιπροσωπείας, εφόσον ο εμπορικός αντιπρόσωπος δεν φέρει κανέναν ή ασήμαντο μόνο κίνδυνο ως προς τις συμβάσεις που συνάπτει ή/και διαπραγματεύεται για λογαριασμό του αντιπροσωπευόμενου, ως προς τις επενδύσεις που απαιτούνται στη συγκεκριμένη αγορά για το συγκεκριμένο είδος δραστηριότητας και ως προς άλλες δραστηριότητες που απαιτεί ο αντιπροσωπευόμενος να αναληφθούν στην ίδια αγορά προϊόντος<sup>451</sup>. Για παράδειγμα, στην υπόθεση Daimler Chrysler κατά Επιτροπής<sup>452</sup> το Γενικό Δικαστήριο έκρινε ότι οι δαπάνες για μεταφορά οχήματος στις οποίες ενδέχεται να προβεί ο αντιπρόσωπος, στην περίπτωση που ο αγοραστής δεν παραλάβει το όχημα από το εργοστάσιο αλλά από το κατάστημά του<sup>453</sup>, καθώς και οι δαπάνες για αγορά οχημάτων επίδειξης<sup>454</sup>, με δεδομένο ότι η αγορά τους έχει γίνει σε «προτιμησιακή τιμή» και ότι αυτά μπορούν να μεταπωληθούν τρεις έως έξι μήνες αργότερα εφόσον έχουν διανύσει κατ' ελάχιστον 3.000 km, συνιστούν ασήμαντο κίνδυνο και σε κάθε περίπτωση η έκταση του επίμαχου κινδύνου στις συγκεκριμένες περιπτώσεις σχετικοποιείται<sup>455</sup>. Υπό αυτή την έννοια γίνεται δεκτό ότι τυχόν κίνδυνοι που απορρέουν από τη δραστηριότητα της παροχής υπηρεσιών εμπορικής αντιπροσωπείας γενικά, όπως, λόγω χάριν ο κίνδυνος να εξαρτάται το εισόδημα του αντιπροσώπου από την επιτυχία του, από τις ικανότητές του δηλαδή, ως αντιπροσώπου<sup>456</sup> ή από γενικές επενδύσεις, σε εγκαταστάσεις ή προσωπικό για παράδειγμα, δεν θεωρούνται ουσιώδεις για την εκτίμηση αυτή<sup>457</sup>.

- 193) Εν κατακλείδει, οι συμβάσεις της Friesland με τους [...] περισσότερο φαίνεται να αποτελούν, με βάση το ανωτέρω σκεπτικό, είτε συμβάσεις υπεργολαβίας είτε συμβάσεις γνήσιας εμπορικής αντιπροσωπείας και πάντως όχι κλασικές συμβάσεις διανομής. Ως εκ τούτου, εκφεύγουν του ρυθμιστικού πλαισίου των άρθρων 1 του ν. 3959/2011 και 101 ΣΛΕΕ.

---

*στους διανομείς, καθώς το ΔΕΚ εκτιμά πως η κάθετη σύμπραξη ανάμεσα σε διαδοχικούς διανομείς είναι μια συμφωνία ανάμεσα σε επιχειρήσεις, γεγονός που προϋποθέτει ότι ο ενδιάμεσος διανομέας είναι και αυτός μια επιχείρηση», με παραπομπές σε σχετική βιβλιογραφία και νομολογία.*

<sup>451</sup> Βλέπε παρ. 15 των Κατευθυντήριων γραμμών για τους κάθετους περιορισμούς.

<sup>452</sup> T-325/01, ό.π.

<sup>453</sup> Βλέπε παρ. 106 της συγκεκριμένης απόφασης.

<sup>454</sup> Βλέπε παρ. 109 της συγκεκριμένης απόφασης.

<sup>455</sup> Κατά την άποψη του Γενικού Δικαστηρίου στην ίδια υπόθεση [βλέπε παρ. 111], δεν υφίσταται κανένα τεκμήριο ότι οι βαρύνουσες τον εμπορικό αντιπρόσωπο υποχρεώσεις εγκατάστασης συνεργείου επισκευών (πρόκειται για άλλη αγορά σε σχέση με τη βασική αγορά που είναι αυτή της πώλησης αυτοκινήτων), και αγοράς και αποθηκεύσεως ανταλλακτικών (πρόκειται επίσης για άλλη αγορά) περιέχουν σημαντικούς οικονομικούς κινδύνους, αλλά αντίθετα αποτελεί ζήτημα προς απόδειξη. Βλέπε σχετικά και Έφη Κιρινή, (σημ. σχετικά με την υπ' αριθμ. 288/IV/2005 απόφαση της Ελληνικής Επιτροπής Ανταγωνισμού), ΔΕΕ 10/2005, σελ. 1062, υποσημείωση 43).

<sup>456</sup> Βλέπε χαρακτηριστικά παρ. 111 της απόφασης T-325/01, Daimler Chrysler κατά Επιτροπής, ό.π., όπου το Γενικό Δικαστήριο αναφερόμενο στην υποχρέωση πραγματοποίησης επισκευών στο πλαίσιο της εγγύησης και στην αποζημίωση εγγύησης (που ο αντιπρόσωπος λαμβάνει από τη Mercedes-Benz) εκτιμά «ότι από την επίδικη απόφαση δεν προκύπτει ότι η εν λόγω συνδεδεμένη με την πώληση αυτοκινήτων Mercedes-Benz δραστηριότητα περιέχει στην πραγματικότητα εξαιρετικούς κινδύνους, καίτοι αληθεύει ότι, αν η δραστηριότητα αυτή δεν αποτελεί αντικείμενο ορθής και αποτελεσματικής διαχείρισης, μπορεί να είναι ελλειμματική και να οδηγήσει στη συρρίκνωση ή ακόμη και στην εκμηδένιση των συνδεδεμένων με την πώληση αυτοκινήτων κερδών του αντιπροσώπου».

<sup>457</sup> Βλ. σχετικά Ν. Ζευγώλη, Κάθετες Συμφωνίες & Ανταγωνισμός, 2012, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 33-34.

## VIII.2 Η ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΤΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ ΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΤΩΝ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΩΝ [...]

194) Ως προς τη φύση της συνεργασίας της Friesland με τους συνεργάτες δικτύου και τους χονδρεμπόρους που [...], από τις καταθέσεις των τελευταίων προκύπτει ότι αυτοί αποτελούν ανεξάρτητες επιχειρήσεις, οι οποίες αγοράζουν από τη Friesland τα προϊόντα της και τα μεταπωλούν με σκοπό το κέρδος στους πελάτες τους. Περαιτέρω, οι συνεργάτες της Friesland αναλαμβάνουν περισσότερους κινδύνους που συνδέονται με την εκτέλεση της σύμβασης. Ειδικότερα:

- Αναφορικά με την κυριότητα επί των προϊόντων προς μεταπώληση, η πώληση και η διακίνηση των προϊόντων της Friesland γίνεται στο όνομα και για λογαριασμό των συνεργατών της Friesland, οι οποίοι αποκτούν κυριότητα επί των προϊόντων. Συγκεκριμένα, η [...] κατέθεσε ότι «*Τα πωλούσαμε για λογαριασμό της εταιρίας μας. Αποκτούσαμε την κυριότητα των εμπορευμάτων [...]*»<sup>458</sup>. Ομοίως, η [...] ανέφερε ότι «*Αγοράζαμε τα προϊόντα και αποκτούσαμε την κυριότητα και τα μεταπωλούσαμε στο όνομα και για λογαριασμό της εταιρίας μας [...]*» και η [...] ότι «*Αποκτώ την κυριότητα επί των προϊόντων αυτών που διαθέτω στην μαζική εστίαση*». Οι [...] με τους οποίους η Friesland συνάπτει και [...]»<sup>459</sup> διευκρίνισαν ότι [...]»<sup>460,461</sup>. [...], η πώληση και η διακίνηση των προϊόντων γίνεται στο όνομα και για λογαριασμό των συνεργατών, οι οποίοι αποκτούν κυριότητα επί των προϊόντων<sup>462</sup>.
- Το κόστος και ο κίνδυνος διατήρησης των αποθεμάτων επιβαρύνει τους συνεργάτες δικτύου της Friesland<sup>463</sup>.
- Το κόστος μεταφοράς από τις εγκαταστάσεις της Friesland στους συνεργάτες δικτύου επιβαρύνει τη Friesland, ενώ από τους συνεργάτες δικτύου στα σημεία παράδοσης, το κόστος μεταφοράς βαρύνει τον κάθε συνεργάτη δικτύου<sup>464</sup>.

<sup>458</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 10i απάντηση της σχετικής κατάθεσης.

<sup>459</sup> Σύμφωνα με [...]. Επιπλέον, με την απάντηση 24ii [...]

<sup>460</sup> Π.χ. [...]

<sup>461</sup> Βλ. [...]

<sup>462</sup> Συγκεκριμένα, η [...] στην από [...] ανωμοτι κατάθεσή της δήλωσε ότι [...] *πελάτες διακινούμε τα εμπορεύματα για λογαριασμό μας, με δικό μας τιμολόγιο και δελτίο αποστολής.*» Ομοίως, ο συνεργάτης [...] στην από [...] ανωμοτι κατάθεσή του ανέφερε ότι [...] *που αγοράζουμε και πουλάμε με δικό μας Τ.Π.Υ.*» Προς την ίδια κατεύθυνση κινούνται και οι απαντήσεις των λοιπών ερωτηθέντων συνεργατών. Συγκεκριμένα, η [...] στην από [...] ανωμοτι κατάθεσή της ανέφερε ότι [...] *Ως προς τα άλλα σημεία τιμολογώ απευθείας και δεν υπάρχει διαφοροποίηση*», η [...] στην από [...] κατάθεσή της ότι «*Ως [...] ως προς τους [...] αποκτούμε*» και η [...] στην από [...] κατάθεσή της ότι «*Για [...] προϊόντων αποκτώ εγώ την κυριότητα (όλα τα γαλακτοκομικά).* [...]». Αυτό πάντως στην πράξη σημαίνει ότι [...]

<sup>463</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 13i απάντηση των σχετικών καταθέσεων. Συγκεκριμένα, η [...] στην από [...] ανωμοτι κατάθεσή της αναφέρει, μεταξύ άλλων, ότι «*Η εταιρία μας επιφορτιζόταν με το κόστος και τον κίνδυνο διατήρησης αποθεμάτων γαλακτοκομικών προϊόντων που προμηθευόμασταν από τη Friesland*». Ομοίως απάντησαν και οι εταιρίες [...] και [...]. Προς την ίδια κατεύθυνση και η απάντηση της [...], η οποία διευκρινίζει ότι «*όταν είναι εμπορία εγώ, [...]. Έχω ασφάλεια και για τα δικά μου και για προϊόντα τρίτων. Το κόστος διατήρησης, περιλαμβανομένου του εργατικού, κόστους μεταφοράς είναι δικό μου, αν κάτι πάθουν φταίω εγώ. Τα λέει αναλυτικά το συμφωνητικό*». Σύμφωνα με την [...], «*Εγώ φέρω τον κίνδυνο και το κόστος διατήρησης αποθεμάτων, αφού τα έχω αγοράσει [...]* Δεν ασφαλίζω τα προϊόντα που αγοράζω. Δεν έχω αναλάβει λοιπούς κινδύνους».

<sup>464</sup> Βλ. τις υπ' αριθ. 13ii απαντήσεις των σχετικών καταθέσεων. Ειδικότερα, οι συνεργάτες δικτύου αναφέρουν: «*Το κόστος μεταφοράς μέχρι την πόρτα μας το επιφορτίζεται η Friesland [...]* Το κόστος μεταφοράς απ' την εταιρία μας μέχρι τους πελάτες μας είναι δική μας υποχρέωση» ([...]), «*το κόστος από τις εγκαταστάσεις της Friesland εδώ, η Friesland. Από εδώ στους πελάτες, εμείς.*» ([...]), «*Από τη Friesland σε εμάς επιφορτίζεται η Friesland. Από εμάς στα τελικά σημεία, εμείς.*» ([...]), «*Η Friesland παραδίδει στην πόρτα της εταιρίας μας και επιβαρύνεται το κόστος. Το κόστος παράδοσης από την εταιρεία μας στους πελάτες είναι δικό μας.*» ([...]), «*Για την μεταφορά από Friesland στην εταιρία μου, το κόστος μεταφοράς το επωμίζεται η Friesland. Από την εταιρία μου στους πελάτες μου, το κόστος το*



- Δεν υφίσταται οικονομική συμμετοχή των συνεργατών δικτύου στη διαφημιστική δαπάνη των προϊόντων της Friesland<sup>465</sup>.
- Η Friesland αναλαμβάνει την ευθύνη για όλα τα ποιοτικά προβλήματα των προϊόντων της που μπορεί να προκύψουν, καθώς και το κόστος τυχόν επιστροφών<sup>466</sup>, ενώ οι συνεργαζόμενες χονδρεμπορικές επιχειρήσεις έχουν την ευθύνη της σωστής φύλαξης και διανομής των προϊόντων. Συγκεκριμένα, η [...] ανέφερε ότι «Ελαττωματικά προϊόντα, για την επιστροφή τους βαρύνεται η Friesland. Την ευθύνη για τυχόν ζημιές την φέρει αυτός που κάνει τη διανομή του προϊόντος». Η [...] κατέθεσε ότι «Εμείς δεν ασφαλίσαμε τα προϊόντα για τέτοιες περιπτώσεις. Τα εμπορεύματα που προμηθευόμαστε από την Friesland τα ασφαλίσαμε σε περίπτωση πυρκαγιάς και κλοπής». Η [...] ανέφερε ότι «Έχω ασφαλίσει όλα τα προϊόντα και τα δικά μου [...] [...]». Ομοίως, η [...] κατέθεσε ότι «Για ελαττωματικά προϊόντα τον κίνδυνο τον έφερε η Friesland, τα προϊόντα τα ασφαλίσαμε εμείς (π.χ. για κίνδυνο πυρκαγιάς)» και η [...] ότι «Το κόστος των επιστροφών προϊόντων το αναλαμβάνει η Friesland».
- Αναφορικά με τις πραγματοποιηθείσες επενδύσεις<sup>467</sup> οι συνεργάτες της Friesland απάντησαν είτε ότι δεν έγιναν επενδύσεις από μέρους τους στο πλαίσιο της συνεργασίας τους με τη Friesland και ότι αυτές αφορούσαν όλον τον κύκλο εργασιών τους<sup>468</sup> είτε ότι πραγματοποιήθηκαν επενδύσεις στο πλαίσιο της συνεργασίας τους με τη Friesland, οι οποίες όμως θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν και στο πλαίσιο άλλων συνεργασιών<sup>469,470</sup>. Εξαιρέση αποτελούν οι απαντήσεις δύο συνεργατών, σύμφωνα με τις οποίες ορισμένες επενδύσεις έγιναν αποκλειστικά στο πλαίσιο της συνεργασίας τους με τη Friesland και είναι μη ανακτήσιμες<sup>471</sup>.

---

καλύπτω εγώ.» (...), «Η παράδοση των προϊόντων γινόταν στην έδρα μας με δικά της (Friesland) έξοδα μεταφοράς. Από την έδρα μας στους πελάτες μας, τα έξοδα βάρυναν την εταιρεία μας.» (...), «Από τις εγκαταστάσεις της Friesland στην εταιρία μας, το κόστος μεταφοράς βάρυνε τη Friesland. Από την εταιρία μας στα σημεία παράδοσης το κόστος της μεταφοράς βάρυνε την εταιρία μας.» (...).

<sup>465</sup> Βλ. τις υπ' αριθ. 13ν απαντήσεις των σχετικών καταθέσεων. Αναλυτικότερα, η [...] αναφέρει ότι «Το κόστος διαφήμισης προϊόντων αναλαμβάνει η Friesland. Δεν μετέχουμε σε καμία τέτοια επένδυση». Παρόμοιες είναι και οι απαντήσεις των λοιπών ερωτηθέντων συνεργατών της Friesland.

<sup>466</sup> Βλ. τις υπ' αριθ. 13iii και 13iv απαντήσεις των σχετικών καταθέσεων.

<sup>467</sup> Λ.χ. εγκαταστάσεις, εξοπλισμός, εκπαίδευση προσωπικού, μεταφορικά μέσα, αποθηκευτικοί χώροι κ.λπ. (βλ. ερώτηση 11i των σχετικών καταθέσεων).

<sup>468</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 11 απάντηση των σχετικών καταθέσεων των [...] και [...].

<sup>469</sup> Σύμφωνα με την [...], «Η επένδυση εδώ είναι το [...] το κτίριο και ο μηχανολογικός εξοπλισμός, η αγορά του οικοπέδου, [...]. Είναι επενδύσεις για διακίνηση ψυχόμενων, αν σταματούσα τη Friesland θα μου έμενε, θα έπρεπε να βρω άλλο προμηθευτή γαλακτοκομικών ή ψυχόμενων [...] Την επένδυση την έκανα για να πάρω [...]». Ομοίως, η [...] απάντησε ότι «Οι επενδύσεις ήταν τα ψυγεία και τα φορτηγά, τα οποία όμως [...] τα χρησιμοποιήσαμε για άλλες δραστηριότητες. Οι επενδύσεις αυτές ήταν αναγκαίες για τη συνεργασία μας με τη Friesland [...]» και η [...] απάντησε ότι «Δημιουργήσαμε ψυκτικούς χώρους, αγοράσαμε φορτηγά - ψυγεία και δημιουργήσαμε σύστημα μηχανογράφησης μέσα στην εταιρία και σύστημα πώλησης επί αυτοκινήτου (ex van) [...] Οι επενδύσεις ήταν αναγκαίες για να διαθέτουμε τα προϊόντα ψυγείου».

<sup>470</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 25 απάντηση των σχετικών καταθέσεων. Αναλυτικότερα, η [...] ανέφερε ότι «Φορτηγά χρησιμοποιήσαμε υπάρχοντα. Στην τιμολόγηση επί αυτοκινήτου κάναμε επένδυση». Επιπλέον, η [...] διευκρίνισε ότι «Η εταιρία μου έχει πραγματοποιήσει τέτοιες επενδύσεις, όχι μόνο όμως στο πλαίσιο της συνεργασίας μου με τη Friesland αλλά γενικά για τον κύκλο εργασιών της εταιρίας μου». Για επενδύσεις έκαναν λόγο και οι [...] και [...] οι οποίες δήλωσαν σχετικά «[...] έγιναν επενδύσεις για τα κρύα προϊόντα αξίας [...] περίπου» και «Είχα κάνει επενδύσεις σε φορτηγά ψυγεία, ψυγεία συντηρήσεως και συστήματα τιμολόγησης επί αυτοκινήτου (ex van)».

<sup>471</sup> Συγκεκριμένα, η [...] απάντησε ότι «Υπήρχαν ορισμένες επενδύσεις που έγιναν από την εταιρία μας αποκλειστικά στο πλαίσιο της συνεργασίας μας με την Friesland. Για την αγορά μηχανολογικού εξοπλισμού (ex van πωλήσεις) δηλ. το φορτηγό μηχανισμό τιμολόγησης πάνω στα φορτηγά και την αγορά τριών φορτηγών και για πρόσληψη εξειδικευμένου προσωπικού (με 20 έτη εμπειρία στον κλάδο των

- Επιπλέον, σε σχετική ερώτηση διευκρινίστηκε από τους περισσότερους συνεργάτες της Friesland ότι η εν λόγω εταιρία δεν έχει πραγματοποιήσει ή χρηματοδοτήσει κάποια από τις επενδύσεις στις εγκαταστάσεις τους, ειδικά για τη μεταξύ τους συνεργασία<sup>472</sup>. Εξαιρέση αποτελούν οι απαντήσεις των εταιριών [...] και [...], οι οποίες αναφέρθηκαν σε οικονομική ενίσχυση της Friesland κατά το παρελθόν είτε για την κατασκευή αποθηκευτικών χώρων είτε για αγορά φορτηγών<sup>473</sup>.
  - Αναφορικά με το εάν οι συνεργάτες της Friesland διαθέτουν το σύνολο των προϊόντων που προμηθεύονται από αυτήν σε όλα τα καταστήματα της περιοχής στην οποία δραστηριοποιούνται ή εάν υφίσταται κάποιος περιορισμός, το σύνολο σχεδόν των συνεργατών δικτύου απάντησε ότι δεν υφίσταται σχετικός περιορισμός<sup>474</sup>.
- 195) Εξαιρέση αποτελεί η απάντηση της [...], η οποία ανέφερε ότι «[...] Μόνο [...]. Επιπλέον, όλες οι ερωτηθείσες χονδρεμπορικές επιχειρήσεις ανέφεραν ότι η Friesland δεν τους υποδεικνύει τη διακοπή συνεργασίας με ορισμένους πελάτες τους ούτε τους αποθαρρύνει να προσεγγίσουν άλλους<sup>475</sup>.
- 196) Επιπλέον, σε ερώτημα εάν τους έχει παραχωρηθεί από τη Friesland κατ' αποκλειστικότητα συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή εντός της οποίας δύνανται να μεταπωλούν προϊόντα που φέρουν τα εμπορικά της σήματα, οι συνεργάτες

---

γαλακτοκομικών, που ανέλαβε να οργανώσει τη διανομή της κρύας αγοράς) η εταιρία μας έκανε τις προαναφερόμενες επενδύσεις, οι οποίες ήταν μη ανακτήσιμες». Επίσης, η [...] απάντησε ότι «Έχουν γίνει επενδύσεις σε ψυκτικούς και αποθηκευτικούς χώρους, φορτηγά, ψυγεία, αυτοκίνητα, λογισμικό που, εάν διακόψω την συνεργασία με τη FRIESL θα τεθούν σε αχρησία. Το ίδιο ισχύει και για το προσωπικό».

<sup>472</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 12 απάντηση των σχετικών καταθέσεων. Αναλυτικότερα, η [...] ανέφερε ότι «Όχι, η FRIESLAND δεν έχει πραγματοποιήσει καμία επένδυση στις εγκαταστάσεις μας». Ομοίως απάντησαν και οι εταιρίες [...] και [...].

<sup>473</sup> Συγκεκριμένα, η [...] ανέφερε ότι «Η Friesland δεν έχει κάνει κάποια επένδυση στην εταιρία μου. [...] Αυτό είχε γίνει το [...], οπότε και κατασκεύασα τους ιδιόκτητους αποθηκευτικούς χώρους της εταιρίας μου. Οι αποθήκες ήταν αναγκαίες για τη λειτουργία της επιχείρησής μου. [...] Άλλωστε ευκαιριακά προμηθεύομαι [...] προϊόντα άλλων εταιριών, όπως [...] [...]». Σε συμμετοχή στο κόστος αγοράς αναφέρθηκε και η [...], η οποία ανέφερε ότι «Είχε κάποια συμμετοχή στο κόστος αγοράς των φορτηγών. Η αγορά ήταν δική μας [...]».

<sup>474</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 61 απάντηση των σχετικών καταθέσεων. Συγκεκριμένα, η [...] αναφέρει ότι «Δραστηριοποιούμαστε στην περιοχή [...] και νομού [...] όλα τα έτη. Δεν υφίσταται κάποιος περιορισμός». Ομοίως, η [...] ανέφερε ότι «Διαθέτω σε οποιοδήποτε μου ζητήσει να τον προμηθεύσω με γαλακτοκομικά προϊόντα ακόμα και αν βρίσκεται εκτός της [...]. Αυτό συνέβαινε πάντοτε» και η [...] κατέθεσε ότι «Η Friesland δεν μου επιβάλλει κανέναν είδους περιορισμό. Πλέον όλοι οι έμποροι έχουν γίνει συνεργάτες με αποτέλεσμα να μην μπορούν να επιβάλλουν τέτοιου είδους περιορισμούς. [...] Προς την ίδια κατεύθυνση, η [...] ανέφερε ότι «Είχαμε το ελεύθερο να πουλάμε χωρίς να έχουμε περιορισμό. Η Friesland είχε [...]. Ωστόσο η Friesland δεν παρενέβαινε σχετικά με το που θα δραστηριοποιηθεί ο κάθένας». Οι συνεργάτες δικτύου [...] και [...] δήλωσαν ότι παρόλο που δεν υπάρχει κανένας περιορισμός από τη Friesland, οι ίδιοι επιλέγουν να μην το κάνουν. Αναλυτικότερα, η [...] αναφέρει ότι [...] εγώ μπορώ να πουλήσω όπου θέλω, χωρίς κανέναν περιορισμό. Εξαρτάται από τα προϊόντα που θα πάω, τα προϊόντα της Friesland δεν έχουν μεγάλη κερδοφορία, θα πάω με λοιπά προϊόντα, πχ πάω στη [...] και πουλάω είδη που [...], δε με συμφέρει με το mark up που κάνω [...]. Για τα εβαπορέ, δεν έχει τύχει, δε θα πάω στο συνάδελφο να πουλήσω στην περιοχή, δεν το απαγορεύει η Friesland. [...]. Ομοίως, η [...] ανέφερε ότι [...] η Friesland, τύχαινε να μου υποδεικνύει να μην διανέμω εγώ κάποια κρύα προϊόντα προκειμένου να τα διανέμει η ίδια ή κάποιος άλλος συνεργάτης της. [...] Προς την ίδια κατεύθυνση και η απάντηση της [...], η οποία ανέφερε ότι «Η περιοχή στην οποία δραστηριοποιούμαστε είναι οι νομοί [...]. Ως προς [...] πελάτες, τους οποίους τιμολογούμε οι ίδιοι, είμαστε ελεύθεροι να πωλήσουμε οπουδήποτε, αλλά λόγω του είδους του προϊόντος η εταιρία μας πωλεί στους νομούς [...]».

<sup>475</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 611 απάντηση των σχετικών καταθέσεων. Η [...] στην από [...] κατάθεσή της ανέφερε ότι [...]

απάντησαν αρνητικά. Μόνο η [...] απάντησε ότι «Υπάρχει συμφωνία κυρίων. Παλαιότερα υπήρχε αποκλειστική συνεργασία. Πλέον όχι. Νόμος [...]»<sup>476</sup>.

- 197) Ως προς τη δυνατότητα των συνεργαζόμενων χονδρεμπορικών επιχειρήσεων της Friesland να μεταπωλήσουν τα προϊόντα που προμηθεύτηκαν από αυτήν σε πελάτες που ανήκουν εκτός της γεωγραφικής περιοχής δραστηριοποίησής τους<sup>477</sup>, οι συνεργάτες απάντησαν είτε ότι δεν δύνανται λόγω της συμφωνίας τους με τη Friesland<sup>478</sup> είτε ότι το πράττουν<sup>479</sup>, είτε ότι δεν το πράττουν γιατί δεν τους συμφέρει<sup>480</sup>. Αντιστοίχως, ποικίλλουν και οι απαντήσεις των ερωτηθεισών επιχειρήσεων αναφορικά με το κατά πόσον τους έχουν προσεγγίσει πελάτες που ανήκουν εκτός γεωγραφικής περιοχής δραστηριοποίησής τους<sup>481</sup>. Συγκεκριμένα, οι εταιρίες [...] και [...] απάντησαν θετικά ως προς αυτό<sup>482</sup>. Θετικά απάντησε και η [...] διευκρινίζοντας όμως ότι «Ναι. Δεν ολοκληρώθηκε αυτή η μεταπώληση. Μόνο σε δύο περιπτώσεις ο πελάτης ήρθε σε εμάς, λόγω έλλειψης του ειδικού συνεργάτη της Friesland στη συγκεκριμένη περιοχή. Κατόπιν συνεννόησης με την Friesland και τον ειδικό συνεργάτη της περιοχής, δόθηκε η ποσότητα. Υπάρχουν περιπτώσεις που μας έχει προσεγγίσει πελάτης και του υποδεικνύουμε τον ειδικό συνεργάτη της Friesland στην περιοχή που δραστηριοποιείται ο πελάτης. Σε όλες τις περιπτώσεις ενημερώνεται η Friesland». Αντιθέτως, οι εταιρίες [...] και [...] απάντησαν αρνητικά λόγω αυξημένης τιμής των προϊόντων τους<sup>483</sup>.

<sup>476</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 7i απάντηση των σχετικών καταθέσεων. Η [...] στην από [...] κατάθεσή της διευκρίνισε ότι «[...] στους νομούς [...] και [...] διαθέτουμε εμείς [...] στους μεγάλους πελάτες. Ως προς τους [...] πελάτες, όπου τιμολογούμε εμείς, δεν μας έχει παραχωρηθεί αποκλειστικά κάποια περιοχή». Επίσης, η [...] ανέφερε ότι διένεμε τα προϊόντα στην περιοχή της [...].

<sup>477</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 8i απάντηση των σχετικών καταθέσεων.

<sup>478</sup> Συγκεκριμένα, η [...] στην από [...] κατάθεσή της απάντησε ότι «Όχι, γιατί η συνεργασία μου με τη Friesland ορίζει τις [...] συγκεκριμένες περιοχές (...). Είναι συμφωνία κυρίων και δεν επεκτείνομαι περαιτέρω. Το αποδεχόμαστε και δεν κάνουμε κάτι διαφορετικό». Προς την ίδια κατεύθυνση κινείται και η απάντηση της [...], σύμφωνα με την οποία «Όχι δεν πουλάγαμε σε πελάτες εκτός της περιοχής ευθύνης μας, γιατί δεν επιτρέπεται. Μας είχε παραχωρηθεί μόνο η περιοχή της [...]».

<sup>479</sup> Συγκεκριμένα, η [...] στην από [...] κατάθεσή της απάντησε ότι «Έχω προσεγγίσει πελάτες [...], στους οποίους έχω πωλήσει προϊόντα [...] Η πώληση προϊόντων εκτός [...] γίνεται τα τελευταία 1-2 χρόνια, λόγω πτώσης αγοράς στην [...]. Παλαιότερα δεν το έκανα γιατί δεν το είχα ανάγκη» και η [...] στην από [...] κατάθεσή της απάντησε ότι «Είχαμε προσεγγίσει πελάτες και εκτός [...] και οι πωλήσεις είχαν γίνει. Θα προσκομίσω σχετικά παραστατικά εφόσον βρεθούν. Είχα πουλήσει [...] και σε διάφορους εμπόρους στην Ελλάδα».

<sup>480</sup> Συγκεκριμένα, η [...] στην από [...] κατάθεσή της κατέθεσε ότι «Δεν έχω προσπαθήσει και δεν έχω πουλήσει εκτός της γεωγραφικής περιοχής μου γιατί δεν έχω το δίκτυο και την υποδομή να το υποστηρίξω», ενώ η [...] στην από [...] κατάθεσή της απάντησε ότι «Μέχρι το [...] είχα τον [...], πια δεν έχω λόγο να πάω εκτός νομού. Δε με συμφέρει να πουλάω τα ψυχόμενα, μέχρι [...] χλμ πάω. [...] Τα μη ψυχόμενα γαλακτοκομικά δεν τα πουλάω λόγω της σχέσης μου με τους συναδέλφους όπως σας είπα αλλά και γιατί πια δεν έχει εμπορικό ενδιαφέρον, κάθε χρόνο φθίνει, πχ το [...] σε δύο νομούς πούλησα [...] κιβώτια εβαπορέ, τώρα δεν είναι ούτε [...] το χρόνο». Συναφής είναι και η απάντηση της [...], η οποία στην από [...] κατάθεσή της απάντησε ότι «[...] έχουμε όλη την γκάμα προϊόντων που ζητά ο πελάτης. Δηλαδή τα σημεία μαζικής εστίασης συνηθίζουν να αγοράζουν από εμένα όλη την γκάμα των προϊόντων».

<sup>481</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 8ii απάντηση των σχετικών καταθέσεων.

<sup>482</sup> Συγκεκριμένα, η [...] στην από [...] κατάθεσή της ανέφερε ότι «Με έχουν προσεγγίσει κατά καιρούς πελάτες που δραστηριοποιούνται εκτός [...], αλλά δεν έχει ολοκληρωθεί η συνεργασία. Ο λόγος είναι η τιμή. Συνήθως η δική μου τιμή είναι πιο ακριβή. Το οργανωμένο χονδρεμπόριο (π.χ. [...]) προσφέρουν καλύτερες τιμές από εμάς με αποτέλεσμα να μένουμε εκτός αγοράς».

<sup>483</sup> Συγκεκριμένα, η [...] στην από [...] κατάθεσή της ανέφερε: «Όχι δεν έχουν λόγο. Αν θέλουν θα πάνε στο super market που βγάζει προσφορά και θα πάρουν πιο φθηνά. Εγώ όπως θα δείτε στις συμβάσεις παίρνω [...], βγάζει προσφορά τώρα η [...], θα πάει ο χονδρέμπορος θα πάρει από εκεί και θα πουλήσει». Ομοίως, η [...] στην από [...] κατάθεσή της απάντησε ότι «Όχι δεν με έχει προσεγγίσει ίσως

### VIII.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΣΥΜΒΑΤΙΚΗ ΣΧΕΣΗ ΤΗΣ FRIESLAND ΚΑΙ ΤΩΝ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΩΝ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΤΗΣ (ΠΛΗΝ [...])

#### VIII.3.1 Η ανεξάρτητη οικονομική δραστηριότητα του αντιπροσώπου – διάκριση μεταξύ γνήσιων και μη γνήσιων εμπορικών αντιπροσώπων

198) Η εφαρμογή των άρθρων 1 παρ. 1 ν. 703/1977 και 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ προϋποθέτει ότι μια συμφωνία συνάπτεται μεταξύ δύο τουλάχιστον ανεξάρτητων οικονομικά μεταξύ τους επιχειρήσεων. Κατά δε πάγια νομολογία του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης (εφεξής και «ΔΕΕ», πρώην «ΔΕΚ») όταν οι αντιπρόσωποι δεν φέρουν κανέναν κίνδυνο απορρέοντα από τις συμβάσεις τις οποίες διαπραγματεύονται, αυτοί παύουν να έχουν την ιδιότητα του ανεξάρτητου επιχειρηματία<sup>484</sup>. Στις περιπτώσεις αυτές γίνεται λόγος για «γνήσιες συμβάσεις εμπορικής αντιπροσωπείας» και οι υποχρεώσεις που επιβάλλονται στον αντιπρόσωπο όσον αφορά στις συμβάσεις που διαπραγματεύεται ή και συνάπτει για λογαριασμό του αντιπροσωπευόμενου δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής των άρθρων 1 ν. 703/1977 και 101 ΣΛΕΕ<sup>485</sup>. Γίνεται δεκτό ότι εμπορικός αντιπρόσωπος ονομάζεται το φυσικό ή νομικό πρόσωπο, το οποίο έχει εξουσιοδοτηθεί να διαπραγματεύεται ή/και να συνάπτει συμβάσεις για λογαριασμό άλλου προσώπου (αντιπροσωπευόμενος) είτε στο όνομα του ίδιου του αντιπροσώπου είτε στο όνομα του αντιπροσωπευόμενου<sup>486</sup> α) για την αγορά αγαθών ή υπηρεσιών από τον αντιπροσωπευόμενο, ή β) για την πώληση αγαθών ή υπηρεσιών που προμηθεύει ο αντιπροσωπευόμενος<sup>487</sup>. Είναι σαφές ότι ο συγκεκριμένος ορισμός, από πλευράς ελληνικής έννομης τάξης, καλύπτει τόσο τη γνήσια όσο και τη μη γνήσια σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας<sup>488</sup>. Ωστόσο, στην ευρωπαϊκή έννομη τάξη η συγκεκριμένη διάκριση πλέον δεν υφίσταται και είναι χαρακτηριστικό ότι από τις ισχύουσες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς απουσιάζει η αναφορά ή διάκριση σε γνήσιες ή μη γνήσιες συμβάσεις εμπορικής αντιπροσωπείας<sup>489</sup>, μολονότι υφίσταται διάκριση μεταξύ συμφωνίας αντιπροσώπου και συμφωνίας διανομέα (βλ. παρ. 12 έως 21 των Νέων Κατευθυντήριων Γραμμών). Σε κάθε περίπτωση, και στις νέες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς<sup>490</sup> είναι χαρακτηριστική η ευρύτητα με την οποία αντιλαμβάνεται η Ευρωπαϊκή Επιτροπή την έννοια του εμπορικού αντιπροσώπου. Αυτή η ευρύτητα αντανάκλα την πάγια βούληση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής να επιχειρεί κάθε φορά να ερευνησει το ουσιαστικό οικονομικό περιεχόμενο των εμπορικών συναλλαγών,

---

*επειδή του φαίνεται ακριβή η αγορά από εμένα λόγω γεωγραφικής απόστασης. Μπορεί και να έχω πουλήσει, δεν θυμάμαι».*

<sup>484</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-266/93, *Bundeskartellamt κατά Volkswagen AG και VAG Leasing GmbH*, Συλλ. 1995, σελ. I-3477, σκ. 19 με περαιτέρω παραπομπές.

<sup>485</sup> Βλ. και Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 13-15.

<sup>486</sup> Αναλυτικά για την εμπορική αντιπροσωπεία, βλ. Ν. Ζευγώλη, *Κάθετες συμφωνίες & ανταγωνισμός*, εκδ. Σάκκουλα Αθήνα – Θεσ/νίκη, 2012, σελ. 29επ.

<sup>487</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 12.

<sup>488</sup> Για την εμπορική αντιπροσωπεία στην ελληνική έννομη τάξη, βλ. π.δ. 219 της 18/30.5.1991 «Περί Εμπορικών Αντιπροσώπων σε συμμόρφωση προς την Οδηγία 86/653/ΕΟΚ του Συμβουλίου των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων» (ΦΕΚ Α' 81).

<sup>489</sup> Αντίθετα, παρατηρείται ότι στις προηγούμενες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., γινόταν από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή σαφής διάκριση ανάμεσα σε γνήσια και μη γνήσια σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας. Βλ. λόγου χάριν παρ. 13 εδ. α, όπου αναφερόταν χαρακτηριστικά ότι «Εφόσον πρόκειται για γνήσιες συμβάσεις εμπορικής αντιπροσωπείας, οι υποχρεώσεις που επιβάλλονται στον αντιπρόσωπο όσον αφορά στις συμβάσεις που διαπραγματεύεται ή και συνάπτει για λογαριασμό του αντιπροσωπευόμενου δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 81 παράγραφος 1».

<sup>490</sup> Όπως και στις προηγούμενες.

ανεξαρτήτως από τα στεγανά που συνήθως επιβάλλουν επιχειρούμενες αυστηρά (και αμιγώς) νομικές οριοθετήσεις<sup>491</sup>.

- 199) Οι διατάξεις των άρθρων 1 ν. 703/1977 και 101 ΣΛΕΕ καταλαμβάνουν τις μη γνήσιες συμβάσεις εμπορικής αντιπροσωπείας, όπου ο αντιπρόσωπος διατηρεί την ιδιότητά του ως ανεξάρτητη οικονομικά επιχείρηση<sup>492</sup>. Σε ό,τι αφορά τη διάκριση μεταξύ γνήσιας και μη γνήσιας σύμβασης εμπορικής αντιπροσωπείας, γίνεται, καταρχάς, δεκτό ότι ο αντιπρόσωπος διατηρεί την ιδιότητα του ανεξάρτητου επιχειρηματία, εφόσον αυτός αποκτά την κυριότητα επί των συμβατικών προϊόντων που αγοράζονται ή πωλούνται. Αντίθετα, στην περίπτωση της μη μεταβίβασης της κυριότητας κάποιου εκ των συμβατικών προϊόντων, εξετάζεται *in concreto* και συνεκτιμάται η κρισιμότητα και σπουδαιότητα των κινδύνων που έχουν αναληφθεί από τον αντιπρόσωπο, ο βαθμός ενσωμάτωσης αυτού στο δίκτυο του αντιπροσωπευόμενου και η παροχή από αυτόν υπηρεσιών σχετικών με τη σύμβαση στο όνομα και για λογαριασμό του αντιπροσώπου. Ειδικότερα, έχει κριθεί ότι τα άρθρα 1 ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 101 ΣΛΕΕ τυγχάνουν εφαρμογής εφόσον ο αντιπρόσωπος αναλαμβάνει έστω έναν από τους κατωτέρω κινδύνους ή δαπάνες: δαπάνες μεταφοράς των προϊόντων, συμμετοχή στις διαφημιστικές δαπάνες για την προώθηση των προϊόντων του αντιπροσωπευόμενου, κόστος χρηματοδότησης και διατήρησης των αποθεμάτων, ειδικές επενδύσεις σε εξοπλισμό, εγκαταστάσεις ή εκπαίδευση προσωπικού, ευθύνη έναντι τρίτων για ζημιές που προκαλούνται από πωλούμενο προϊόν (ενδεικτική απαρίθμηση)<sup>493</sup>. *A contrario*, γίνεται δεκτό ότι για τους σκοπούς της εφαρμογής ή μη του άρθρου 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ, η συμφωνία χαρακτηρίζεται ως (γνήσια) συμφωνία εμπορικής αντιπροσωπείας, εφόσον ο

<sup>491</sup> Χαρακτηριστική είναι η απόφαση του Γενικού Δικαστηρίου, στην υπόθεση T-325/01, *Daimler Chrysler κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2005, σελ. II-3319, το οποίο στις σκ. 85-86 παρατηρεί χαρακτηριστικά τα εξής: «85. Όπως προκύπτει επίσης από πάγια νομολογία, η έννοια της επιχειρήσεως, από απόψεως του δικαίου περί ανταγωνισμού, εκλαμβάνεται ως υποδηλώνουσα οικονομική ενότητα από απόψεως αντικειμένου της επίδικης συμφωνίας, έστω και αν, από νομικής απόψεως, η οικονομική αυτή ενότητα απαρτίζεται από πλείονα φυσικά ή νομικά πρόσωπα (απόφαση του Δικαστηρίου της 12ης Ιουλίου 1984, 170/83, *Hydrotherm*, Συλλογή 1984, σ. 2999, σκέψη 11, και απόφαση του Πρωτοδικείου της 29ης Ιουνίου 2000, T-234/95, *DSG κατά Επιτροπής*, Συλλογή 2000, σ. II-2603, σκέψη 124). Το Δικαστήριο υπογράμμισε ότι, για τους σκοπούς της εφαρμογής των κανόνων περί ανταγωνισμού, ο τυπικός διαχωρισμός μεταξύ δύο εταιριών, απόρροια της διακεκριμένης νομικής προσωπικότητάς τους, δεν είναι αποφασιστικής σημασίας στοιχείο, ενώ εκείνο που προέχει είναι το ενιαίο ή μη της συμπεριφοράς τους στην αγορά. Επομένως, μπορεί να καθίσταται αναγκαίος ο προσδιορισμός του αν δύο εταιρίες με διακεκριμένες νομικές προσωπικότητες αποτελούν ή ανήκουν σε μία και την αυτή επιχείρηση ή οικονομική ενότητα συμπεριφερόμενη κατά τρόπο ενιαίο στην αγορά (βλ., υπό την έννοια αυτή, απόφαση του Δικαστηρίου της 14ης Ιουλίου 1972, 48/69, *ICI κατά Επιτροπής*, Συλλογή τόμος 1972-73, σ. 99, σκέψη 140). 86. Η νομολογία καταδεικνύει ότι παρόμοια κατάσταση δεν περιορίζεται σε περιπτώσεις όπου οι εταιρίες διατηρούν σχέσεις μητρικής προς θυγατρική, αλλά περιλαμβάνει επίσης, υπό ορισμένες περιστάσεις, τις σχέσεις μεταξύ μιας εταιρίας και του εμπορικού αντιπροσώπου της ή μεταξύ ενός εντολέα και του εντολοδόχου του. Πράγματι, όσον αφορά την εφαρμογή του άρθρου 81 ΕΚ, το ζήτημα αν ο εντολέας και ο μεσάζων ή ο «εμπορικός αντιπρόσωπος» του αποτελούν οικονομική ενότητα, οπότε ο δεύτερος είναι ως βοηθητικό όργανο ενταγμένος στην επιχείρηση του πρώτου, είναι σημαντικό για τους σκοπούς του καθορισμού αν συγκεκριμένη συμπεριφορά εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του οικείου άρθρου. Έτσι, έγινε δεκτό ότι, «όταν ένας [...] μεσάζων ασκεί δραστηριότητα υπέρ του εντολέα του, μπορεί καταρχήν να θεωρηθεί ως βοηθητικό όργανο ενσωματωμένο στην επιχείρησή του, υποχρεωμένο δε να ακολουθεί τις οδηγίες του εντολέα, αποτελώντας έτσι με την επιχείρηση αυτή μια οικονομική μονάδα, όπως και ο εμπορικός υπάλληλος» (προαναφερθείσα στη σκέψη 41 απόφαση *Suiker Unie κ.λπ. κατά Επιτροπής*, σκέψη 480)».

<sup>492</sup> Βλ. σχετικά και απόφαση ΕΑ υπ' αριθ. 657/2018.

<sup>493</sup> Βλ. παλιές Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 16-17 και αντίστοιχα ισχύουσες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 16 -17 και 21.

εμπορικός αντιπρόσωπος δεν φέρει κανέναν ή ασήμαντο μόνο κίνδυνο ως προς τις συμβάσεις που συνάπτει ή/και διαπραγματεύεται για λογαριασμό του αντιπροσωπευόμενου, ως προς τις επενδύσεις που απαιτούνται στη συγκεκριμένη αγορά για το συγκεκριμένο είδος δραστηριότητας και ως προς άλλες δραστηριότητες που απαιτεί ο αντιπροσωπευόμενος να αναληφθούν στην ίδια αγορά προϊόντος. Υπό αυτή την έννοια γίνεται δεκτό ότι τυχόν κίνδυνοι που απορρέουν από τη δραστηριότητα της παροχής υπηρεσιών εμπορικής αντιπροσωπείας γενικά, όπως, λόγου χάριν ο κίνδυνος να εξαρτάται το εισόδημα του αντιπροσώπου από την επιτυχία του, από τις ικανότητές του δηλαδή, ως αντιπροσώπου ή από γενικές επενδύσεις, σε εγκαταστάσεις ή προσωπικό για παράδειγμα, δεν θεωρούνται ουσιώδεις για την εκτίμηση αυτή.

### **VIII.3.2 Συμβατική σχέση Friesland - συνεργατών δικτύου και χονδρεμπορικών επιχειρήσεων [...] (πλην [...])**

- 200) Βάσει των ανωτέρω αναλυτικά αναφερομένων, οι συνεργάτες δικτύου της Friesland και οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις, [...], είναι ανεξάρτητες επιχειρήσεις, οι οποίες αγοράζουν και μεταπωλούν τα προϊόντα της Friesland, επ' ονόματι και για λογαριασμό τους, και άρα αποκτούν κυριότητα επί των συμβατικών προϊόντων<sup>494</sup>. Επιπλέον, από τη συνολική αξιολόγηση της συμβατικής σχέσης μεταξύ των συμβαλλομένων, προκύπτει ότι οι εν λόγω συνεργάτες της Friesland αναλαμβάνουν τον χρηματοοικονομικό και εμπορικό κίνδυνο λειτουργώντας ως μη γνήσιοι αντιπρόσωποι εμπιπτόντας ως εκ τούτου στο πεδίο εφαρμογής των άρθρων 1 ν. 703/1977 και 101 ΣΛΕΕ. Εν προκειμένω, οι συνεργάτες της Friesland αναλαμβάνουν κάθε είδους ειδικό κίνδυνο που συνδέεται με την εκτέλεση της σύμβασης (π.χ. το κόστος και τον κίνδυνο τήρησης αποθεμάτων, το κόστος μεταφοράς και διακίνησης των συμβατικών προϊόντων προς τα σημεία παράδοσης, την πραγματοποίηση ειδικών επενδύσεων από ορισμένες επιχειρήσεις)<sup>495</sup>. Διαπιστώνεται, δηλαδή, σε κάθε περίπτωση η από μέρους τους ανάληψη περισσότερων εκ των ειδικών κινδύνων της σύμβασης και ως εκ τούτου συνάγεται ότι οι συνεργάτες της Friesland αποτελούν ανεξάρτητους διανομείς<sup>496,497</sup>, όπως άλλωστε υποστηρίζουν αβίαστα και οι ίδιοι στις καταθέσεις τους.

<sup>494</sup> Βλ. παρ. 16 Κατευθυντήριων Γραμμών για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π. Πέραν τούτου, όπως έχει ήδη αναφερθεί ανωτέρω, σε κάθε περίπτωση είναι αναγκαίο το ζήτημα του κινδύνου να αξιολογείται κατά περίπτωση (case by case analysis) και με βάση πρωτίστως τα οικονομικά δεδομένα της υπό εξέταση υπόθεσης (σύμβασης) και δευτερευόντως με βάση τη νομική της μορφή. Άλλωστε, για το λόγο τούτο εκτιμάται ότι στην ελληνική έννομη τάξη η ίδια η νομολογία έχει δεχτεί ότι «κατά την απορρέουσα από τις διατάξεις των άρθρων 5 παρ. 1 του Συντάγματος, σε συνδυασμό με το άρθρο 361 ΑΚ, αρχή της ελευθερίας των συμβάσεων, τα μέρη είναι ελεύθερα να διαπλάσσουν τις έννομες σχέσεις τους σε μεγάλο μέτρο και δεν είναι υποχρεωμένα να ακολουθούν τα πρότυπα που θέτει ο νόμος» [βλ. ΑΠ 2103/2009 (Α1 Τμ.), ΔΕΕ 8-9/2010, σελ. 938]. Επομένως, από πλευράς μεθοδολογίας, για πρακτικούς λόγους, θα ήταν χρήσιμο αφητηρία ανάλυσης κινδύνου να αποτελέσει η εκτίμηση των κινδύνων που παρουσιάζει η εκάστοτε σύμβαση.

<sup>495</sup> Βλ. αναλυτικά ανωτέρα Ενότ. VIII.2 και παρ. 16 κατευθυντήριων Γραμμών για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π.

<sup>496</sup> Βλ. παλιές Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 17 και αντίστοιχα ισχύουσες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 17 και 21.

<sup>497</sup> Σε συνάρτηση με τη βασική προϋπόθεση της απόκτησης ή μη κυριότητας, λοιπές ενδεικτικές προϋποθέσεις που είναι σκόπιμο να συντρέχουν, προκειμένου μια συμφωνία να χαρακτηρίζεται κατά κανόνα ως συμφωνία εμπορικής αντιπροσωπείας είναι οι εξής: α) Ο αντιπρόσωπος να μη συμβάλει στις δαπάνες για την προμήθεια/αγορά των αγαθών ή υπηρεσιών που αφορά η σύμβαση, συμπεριλαμβανομένου του κόστους μεταφοράς των αγαθών. Ωστόσο, ο αντιπρόσωπος δεν παύει να διατηρεί τη δυνατότητα να παράσχει την υπηρεσία μεταφοράς, υπό την προϋπόθεση, όπως αναφέρεται στις Κατευθυντήριες Γραμμές [παρ. 16], ότι τα σχετικά έξοδα θα καλύψει ο αντιπροσωπευόμενος. β) Ο αντιπρόσωπος να μην διατηρεί με δικό του οικονομικό κόστος ή δικό του χρηματοοικονομικό ή

**ΙΧ. ΕΞΕΤΑΣΗ ΤΗΣ ΥΠΟ ΚΡΙΣΗ ΥΠΟΘΕΣΗΣ ΥΠΟ ΤΟ ΠΡΙΣΜΑ ΤΩΝ  
ΑΡΘΡΩΝ 1 ΤΟΥ Ν. 703/1977 (ΝΥΝ ΑΡΘΡΟ 1 Ν. 3959/2011) ΚΑΙ 81 ΤΗΣ  
ΣΥΝΘΕΚ (ΝΥΝ 101 ΣΛΕΕ)**

εμπορικό κίνδυνο [Πρβλ. Γ. Μπαμπέτα, *Η εμπορική αντιπροσωπεία στο δίκαιο κατά των περιορισμών του ελεύθερου ανταγωνισμού*, εκδ. Σάκκουλα, 2003, σελ. 59, ο οποίος, αναφερόμενος στον Κανονισμό 2790/99 και τις σχετικές Κατευθυντήριες, παρατηρεί πως «[...] η Επιτροπή φρονεί ότι αρκεί η ανάληψη έστω ενός εκ των κινδύνων για να θεωρηθεί ότι η σύμβαση είναι “μη γνήσια”»] αποθέματα των προϊόντων που προβλέπονται στη σχετική σύμβαση, συμπεριλαμβανομένου του κόστους χρηματοδότησης, καθώς και του κόστους τυχόν απώλειας των αποθεμάτων. Αν για παράδειγμα, ο αντιπρόσωπος δεν έλαβε τα προσήκοντα (εύλογα) μέτρα ασφάλειας, προκειμένου να αποφευχθεί η απώλεια των αποθεμάτων, τότε θα πρέπει να αναλάβει και το οικονομικό κόστος της απώλειάς τους. Επίσης, ο αντιπρόσωπος θα πρέπει να έχει τη δυνατότητα να επιστρέψει τα μη πωληθέντα εμπορεύματα στον αντιπροσωπευόμενο χωρίς οικονομική επιβάρυνση, εκτός από την περίπτωση εκείνη κατά την οποία τίθεται ζήτημα ύπαρξης υπαιτιότητάς του για τη μη πώλησή τους. γ) Ο αντιπρόσωπος να μην αναλαμβάνει ευθύνη έναντι τρίτων για ζημίες που προκαλούνται από το πωλούμενο προϊόν (ευθύνη για το προϊόν), εκτός από την περίπτωση εκείνη που ως αντιπρόσωπος υπέχει ευθύνη για σχετικό ελάττωμα. δ) Ο αντιπρόσωπος να μην αναλαμβάνει ευθύνη για τη μη εκτέλεση της σύμβασης από τον εκάστοτε πελάτη, με εξαίρεση την απώλεια της προμήθειας [βλ. ενδεικτικά Ε. Παράκη, *Γενικό Μέρος του Εμπορικού Δικαίου*, Νομική Βιβλιοθήκη, 1999, σελ. 406-407] του αντιπροσώπου, εκτός αν υπάρχει υπαιτιότητα του τελευταίου: *ενδεικτικές περιπτώσεις* για τις οποίες γίνεται δεκτό ότι υπάρχει υπαιτιότητα του αντιπροσώπου είναι, λόγου χάριν, η περίπτωση εκείνη κατά την οποία αυτός παρέλειψε να λάβει εύλογα μέτρα ασφάλειας ή μέτρα προστασίας κατά της κλοπής ή η περίπτωση εκείνη κατά την οποία ο αντιπρόσωπος δεν έλαβε από παράλειψή του εύλογα μέτρα για την αναφορά της κλοπής στον αντιπροσωπευόμενο ή στην αστυνομία, επίσης, η περίπτωση εκείνη κατά την οποία ο αντιπρόσωπος δεν γνωστοποίησε στον αντιπροσωπευόμενο όλες τις αναγκαίες πληροφορίες που είχε στη διάθεσή του σχετικά με την οικονομική φερεγγυότητα του πελάτη, αν και όφειλε να το πράξει. ε) Ο αντιπρόσωπος δεν έχει, άμεσα ή έμμεσα, υποχρέωση να επενδύσει στην προώθηση των πωλήσεων, όπως, λόγου χάριν, με τη συμμετοχή του στις διαφημιστικές δαπάνες του αντιπροσωπευόμενου. Παρατηρείται ότι στην ελληνική έννομη τάξη κατά τη δικαστική επίλυση διαφορών ανάμεσα σε αντιπρόσωπο και αντιπροσωπευόμενο αρκετά συχνά ένα από τα βασικά σημεία τριβής είναι το αν ο πρώτος συμμετείχε τελικά ή όχι στην επένδυση για την προώθηση των προϊόντων του τελευταίου κι αν ναι, σε ποιο βαθμό. *Ζητούμενο, δηλαδή, είναι αν συμμετείχε ο αντιπρόσωπος στον κίνδυνο του αντιπροσωπευόμενου*. Ενδεικτική είναι η ΑΠ 2103/2009 (Α1 Τμ.) [ΔΕΕ 8-9/2010, σελ. 939], στην οποία αναφέρεται σχετικά ότι «*ως προς τη διάκριση του διανομέα από τον εμπορικό αντιπρόσωπο εφαρμόζεται το κριτήριο της κατανομής του κινδύνου της υπόθεσης*. *Ενόψει τούτου, η κρίση, κάθε φορά αν ένας εμπορικός αντιπρόσωπος είναι επιχείρηση [...] εξαρτάται (από) το αν αυτός φέρει τόσο τους κινδύνους της υπόθεσης όσο και κινδύνους άσχετους με αυτούς της υπόθεσης όπως είναι η παροχή υπηρεσιών μετά την πώληση, οι ειδικές επενδύσεις και τέλος αν αυτός είναι ενσωματωμένος στην επιχείρηση του αντιπροσωπευόμενου*. *Περαιτέρω, στη γνήσια σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας, ο αντιπρόσωπος δεν φέρει κανέναν ή φέρει ασήμαντο μόνο κίνδυνο ως προς τις συμβάσεις που συνάπτει ή και διαπραγματεύεται για λογαριασμό του αντιπροσωπευόμενου και ως προς τις επενδύσεις που απαιτούνται στις συγκεκριμένες αγορές γι' αυτό το είδος δραστηριότητας*». στ) Ο αντιπρόσωπος δεν πραγματοποιεί ειδικές για την αγορά επενδύσεις σε εξοπλισμό, εγκαταστάσεις ή εκπαίδευση του προσωπικού. Χαρακτηριστικό σχετικό παράδειγμα αποτελεί η δημιουργία δεξαμενής για την αποθήκευση καυσίμων σε περίπτωση πρατηρίου καυσίμων [βλ. ενδεικτικά ΕφΑθ 26/2010, ΔΕΕ 6/2010, σελ. 679], όπως επίσης και η δημιουργία ειδικού λογισμικού για την πώληση ασφαλιστικών συμβολαίων σε περίπτωση *ασφαλιστικών πρακτόρων* [βλ. ενδεικτικά ΕφΠειρ 440/2009, ΔΕΕ 3/2010, σελ. 333]. Ωστόσο, τα ανωτέρω δεν αποκλείεται να συνιστούν σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας, υπό την αναγκαία προϋπόθεση όμως ότι οι σχετικές δαπάνες επιστρέφονται πλήρως από τον αντιπροσωπευόμενο. ζ) Ο αντιπρόσωπος δεν ασκεί κατόπιν απαίτησης του αντιπροσωπευόμενου άλλες δραστηριότητες εντός της ίδιας αγοράς προϊόντος, εκτός εάν οι δαπάνες για τις συγκεκριμένες δραστηριότητες επιστρέφονται πλήρως από τον αντιπροσωπευόμενο. Η ανωτέρω απαρίθμηση είναι ενδεικτική μόνο και όχι εξαντλητική. Ωστόσο, στο ενωσιακό δίκαιο του ανταγωνισμού γίνεται δεκτό ότι, εφόσον ο αντιπρόσωπος αναλαμβάνει έναν ή περισσότερους από τους κινδύνους ή δαπάνες που μνημονεύονται ανωτέρω στα υπό α) έως και ζ) σημεία, η συμφωνία μεταξύ αντιπροσώπου και αντιπροσωπευόμενου δε χαρακτηρίζεται ως συμφωνία εμπορικής αντιπροσωπείας [βλ. ισχύουσες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 17].

## ΙΧ.1 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΣ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑΣ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΥ ΤΙΜΩΝ ΜΕΤΑΠΩΛΗΣΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ ΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ [...]

### ΙΧ.1.1 Όροι σχετικά με τον καθορισμό τιμών μεταπώλησης (RPM) στις συμβάσεις μεταξύ Friesland και συνεργατών δικτύου

- 201) Στην παρούσα Ενότητα εξετάζονται οι πρακτικές που εφαρμόζει η Friesland στους συνεργάτες δικτύου της αναφορικά με τις τιμές μεταπώλησης.
- 202) Στις συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας, τις οποίες είχε συνάψει η Friesland με τους συνεργάτες δικτύου της, τουλάχιστον από το 1996 μέχρι και το 2008, υπήρχε ρητός όρος, σύμφωνα με τον οποίο επιβállονταν από τη Friesland στους συνεργάτες της συγκεκριμένες τιμές μεταπώλησης. Αναλυτικότερα, ο εν λόγω όρος διαμορφώθηκε μεταξύ των ετών ως εξής:

Έτη	Συμβατικός όρος
1996 <sup>498</sup>	«Για κάλυψη προμήθειάς σας θα σας αποδίδεται ανά τρίμηνο ποσό ίσο με το [...] % της καθαρής τιμολογηθείσας αξίας, για ποσότητες που έχουν διακανονιστεί. Με το δεδομένο αυτό εσείς θα πουλάτε στους πελάτες σας σε τιμές κόστους».
1997 <sup>499</sup> - 1998 <sup>500</sup>	«Οι τιμές που χρεώνετε στους πελάτες σας είναι τιμές τιμοκαταλόγου FR-HL [...] %. Αυτό δεν αποτελεί δέσμευση για πολύ μικρούς πελάτες που βρίσκονται σε απομακρυσμένες περιοχές όπου δεν χρειάζεται να κάνετε έκπτωση επί τιμολογίου, αν βέβαια σας το επιτρέπει η αγορά και ο ανταγωνισμός σας».
1999-2008 <sup>501</sup>	«Οι τιμές που πρέπει να χρεώνετε στους πελάτες σας είναι τιμές που αναφέρονται

<sup>498</sup> Υπενθυμίζεται ότι η παλαιότερη συμφωνία εμπορικής συνεργασίας που έχει στη διάθεσή της η ΓΔΑ χρονολογείται το 1996. Πρόκειται για σύμβαση της Friesland με την [...] - βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο το 2014 στον συνεργάτη δικτύου [...]

<sup>499</sup> Βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο το 2014 στην [...].

<sup>500</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ και τα συν. 2i (και όμοιο συν. 3v - σύμβαση 1998 μεταξύ Friesland και [...]), συν. 3ii (σύμβαση 1998 μεταξύ Friesland και [...]), συν. 3iv (σύμβαση 1998 μεταξύ Friesland και [...]), συν. 3v (σύμβαση 1998 μεταξύ Friesland και [...]) και συν. 3vi (σύμβαση 1998 μεταξύ Friesland και [...]). Διευκρινίζεται ότι κατά το έτος 1998 η Friesland υπέγραψε με την [...] δύο διαφορετικές συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας για ζεστά και για κρύα προϊόντα. Ο ανωτέρω όρος αποτυπώνεται στη σύμβαση για τα ζεστά προϊόντα, ενώ για τη διανομή κρύων προϊόντων ο εν λόγω όρος αποτυπώνεται ως εξής: «Οι τιμές που θα τιμολογείτε στους πελάτες σας, θα είναι ίδιες με τις τιμές ισχύοντος τιμοκαταλόγου FR-HL, για όλα τα προϊόντα, με εξαίρεση τα τυριά FRICO».

<sup>501</sup> Συμβάσεις των ως άνω ετών συλλέχθηκαν κατά τους ελέγχους στο δίκτυο συνεργατών της Friesland το 2014. Συγκεκριμένα, συλλέχθηκαν τα κατωτέρω: i. έγγραφα με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο το 2014 στο συνεργάτη δικτύου [...] (συμβάσεις ετών 1999, 2001, 2003 και 2005-2008), ii. έγγραφα με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο το 2014 στο συνεργάτη δικτύου [...] (συμβάσεις ετών 2004-2007), iii. έγγραφα με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο το 2014 στο συνεργάτη δικτύου [...] (συμβάσεις ετών 2003, 2005 και 2006), iv. έγγραφα με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο το 2014 στο συνεργάτη δικτύου [...] (συμβάσεις ετών 2006-2008) και v. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο το 2014 στο συνεργάτη δικτύου [...] (σύμβαση έτους 2008). Εν συνεχεία, η Friesland με την υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της προς τη ΓΔΑ προσκόμισε σχετικούς τύπους συμβάσεων - βλ. το συν. 2i (και όμοιο συν. 3v) με τύπους σχετικών συμβάσεων από το 1998 έως το 2013 μεταξύ της Friesland και του συνεργάτη δικτύου [...]. Στην ανωτέρω υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ, βλ. και συν. 3ii (συμβάσεις ετών 1998-2013 μεταξύ Friesland και [...]), συν. 3iv (συμβάσεις ετών 1998-2013 μεταξύ Friesland και [...]), συν. 3v (συμβάσεις ετών 1998-2013 μεταξύ Friesland και [...]), συν. 3vi (συμβάσεις ετών 1998-2007 μεταξύ Friesland και [...]), συν. 3vii (συμβάσεις ετών 2004-2013 μεταξύ Friesland και [...]) και συν. 3viii (συμβάσεις ετών 2000-2013



στους τιμοκαταλόγους FR-HL. Αυτό δεν αποτελεί δέσμευση για πολύ μικρούς πελάτες που βρίσκονται σε απομακρυσμένες περιοχές όταν το επιτρέπει η αγορά και ο ανταγωνισμός σας».
--

- 203) Διευκρινίζεται ότι από το 2009 και εφεξής ο όρος που καθόριζε τις τιμές που θα εφήρμοζαν οι συνεργάτες δικτύου της Friesland απαλείφεται από τις συμφωνίες μεταξύ των αντισυμβαλλόμενων μερών<sup>502,503</sup>. Συγκεκριμένα, οι συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας του 2009 υπεγράφησαν, σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, το Μάρτιο ή τον Απρίλιο του ίδιου έτους<sup>504</sup>.
- 204) Αξίζει να σημειωθεί ότι, σύμφωνα με το από 12.6.2008 ηλεκτρονικό μήνυμα που λήφθηκε από τα γραφεία της Friesland<sup>505</sup> με θέμα [...], προκύπτει ότι οι εν λόγω συμφωνίες του 2008 με τους συνεργάτες δικτύου ήταν αντικείμενο συζήτησης και προβληματισμού ενόψει της υλοποίησης νέας αγορανομικής διάταξης του Υπουργείου Ανάπτυξης και της υποχρέωσης κατάθεσης των συμβάσεων στο Υπουργείο μέχρι τον Ιούλιο του 2008<sup>506</sup>.

---

μεταξύ Friesland και [...]). Διευκρινίζεται ότι στη συμφωνία εμπορικής συνεργασίας του 2000 μεταξύ Friesland και [...] (συν. 3νί της ως άνω υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολής), ο εν λόγω όρος εμφανίζεται ελαφρώς διαφοροποιημένος και συγκεκριμένα προβλέπει ότι: «Οι τιμές που πρέπει να χρεώνετε στους πελάτες σας είναι οι τιμές που αναφέρονται στους τιμοκαταλόγους FR-HL».

<sup>502</sup> Κατά τους ελέγχους στο δίκτυο συνεργατών της Friesland το 2014 συλλέχθηκαν οι κατωτέρω συμβάσεις των σχετικών ετών: i. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο το 2014 στο συνεργάτη δικτύου [...] (συμβάσεις ετών 2009-2013), ii. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο το 2014 στο συνεργάτη δικτύου [...] (συμβάσεις ετών 2009-2013), iii. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο το 2014 στο συνεργάτη δικτύου [...] (συμβάσεις ετών 2009-2012), iv. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] (και όμοιο [...]) στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο το 2014 στο συνεργάτη δικτύου [...] (συμβάσεις ετών 2009-2010) και v. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο το 2014 στο συνεργάτη δικτύου [...] (συμβάσεις ετών 2011-2013). Βλ. και την προαναφερθείσα υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ και τα ανωτέρω συν. 2i (και όμοιο συν. 3ν), συν. 3ii, συν. 3iv, συν. 3vii και συν. 3viii αυτής.

<sup>503</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ και το συν. 2 αυτής (συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας έτους 2015 μεταξύ Friesland και των συνεργατών δικτύου [...]). Βλ. επίσης έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον επιτόπιο έλεγχο στη Friesland στις 15.3.2018 (σύμβαση 2015 μεταξύ Friesland και [...]). Για τις συμβάσεις εμπορικής συνεργασίας των ετών 2016 και 2017 αντίστοιχα, βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1640/12.3.2018 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ και τα συν. 2.1 και 2.2 (συμβάσεις μεταξύ Friesland και [...]), συν. 2.8 και 2.9 (συμβάσεις μεταξύ Friesland και [...]), συν. 2.14 και 2.15 (συμβάσεις μεταξύ Friesland και [...]), συν. 2.19 και 2.20 (συμβάσεις μεταξύ Friesland και [...]). Βλ. επίσης έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον επιτόπιο έλεγχο στη Friesland στις 15.3.2018 (σύμβαση 2017 μεταξύ Friesland και [...]). Επιπλέον, για συμβάσεις έτους 2018, βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2113/2.4.2018 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ και το συν. 2 αυτής (συμβάσεις μεταξύ της Friesland και των συνεργατών της [...]).

<sup>504</sup> Συγκεκριμένα, οι συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας μεταξύ της Friesland και των συνεργατών δικτύου [...] υπεγράφησαν την 1.4.2009 και με τους συνεργάτες δικτύου [...] υπεγράφησαν στις 10.3.2009. Σύμφωνα, άλλωστε, με τα διαθέσιμα στοιχεία οι περισσότερες σχετικές συμβάσεις μεταξύ των μερών υπογράφονται στις αρχές ή στα μέσα εκάστου έτους.

<sup>505</sup> Συγκεκριμένα ελήφθη από τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του [...] κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην εταιρία στις 16.9.2008.

<sup>506</sup> Συγκεκριμένα, το εν λόγω ηλεκτρονικό μήνυμα του [...] προς τους [...], με κοινοποίηση στον [...], μήνυμα αναφέρει: «[...] Ενόψει της υλοποίησης της νέας αγορανομικής διάταξης του Υπουργείου Ανάπτυξης για κατάθεση των Συμφωνιών Εμπορικής Συνεργασίας 2008 μέχρι τις 20/7/2008 και μιας και υπάρχουν αρκετά ερωτηματικά όπως:

- [...]
- Τι κάνουμε με τους Συνεργάτες Δικτύου.
- [...]
- [...]

### IX.1.2 Η τοποθέτηση της Friesland

205) Σύμφωνα με τη Friesland, η εταιρία εφαρμόζει [...]. Αναλυτικότερα, η Friesland το 2015 διευκρινίζει ότι ο [...] <sup>507</sup>. Επισημαίνει δε ότι [...].

### IX.1.3 Καταθέσεις συνεργατών δικτύου

206) Οι συνεργάτες δικτύου της Friesland ρωτήθηκαν σχετικά με τον τρόπο που διαμορφώνεται η τιμή πώλησης των γαλακτοκομικών προϊόντων, που προμηθεύονται από τη Friesland, προς τους πελάτες τους <sup>508</sup>. Από τις απαντήσεις των εν λόγω εταιριών προκύπτουν τα κάτωθι αναγραφόμενα.

207) Συγκεκριμένα, η [...], [...] μέχρι το 2008, έτος κατά το οποίο υπήρχε, όπως προαναφέρθηκε, σχετική ρητή συμβατική πρόβλεψη, ανέφερε ότι υπήρχε σαφής καθορισμός τιμών μεταπώλησης σε όλη τη διάρκεια της συνεργασίας της με τη Friesland <sup>509</sup>.

208) Περαιτέρω, η [...] κατέθεσε ότι δεν συμμετέχει η ίδια στη διαμόρφωση των τιμών και ότι δεν έχει αποκλίνει ποτέ από τις τιμές τιμοκαταλόγου καθ' όλα τα έτη της συνεργασίας της με τη Friesland <sup>510</sup>. Σε άλλο σημείο της κατάθεσης αναφορικά με τις συμφωνίες που συνάπτει ο εν λόγω συνεργάτης δικτύου με τους πελάτες του, τους οποίους προμηθεύει με προϊόντα της Friesland, η [...] διευκρίνισε ότι «*Στους Νομούς [...] που δίνουμε όλα τα προϊόντα Friesland δεν έχουμε συμφωνία γραπτή με τους πελάτες μας, μόνο προφορική, αλλά μας έχει ορίσει η Friesland μια τιμή πώλησης* <sup>[511]</sup>».

209) Για υποχρεωτικές τιμές του τιμοκαταλόγου κάνει λόγο και η [...] αναφέροντας ότι καθ' όλα τα έτη της συνεργασίας της δεν έχει αποκλίνει από τις τιμές τιμοκαταλόγου της Friesland. Διευκρινίζει ότι θα μπορούσε να πωλήσει χαμηλότερα, αλλά δεν την συμφέρει γιατί η παροχή είναι μικρή <sup>512</sup>. Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί ότι η εν λόγω εταιρία, σε ερώτημα σχετικό με τον καθορισμό περιθωρίου κέρδους, κατέθεσε ότι για

---

• [...]

*Προτείνω λοιπόν να συντονίσει [...] μια συνάντηση την ερχόμενη εβδομάδα, στην οποία να παρευρίσκεται και [...], ώστε να πάρουμε αποφάσεις τις οποίες να υλοποιήσουμε το συντομότερο δυνατόν [...]*».

<sup>507</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ.

<sup>508</sup> Βλ. απαντήσεις υπ' αριθ. 15ί στις καταθέσεις των συνεργατών δικτύου κατά τους επιτόπιους ελέγχους το 2014.

<sup>509</sup> Συγκεκριμένα, κατέθεσε ότι «*Υπήρχε σαφής καθορισμός τιμών καθ' όλα τα έτη της συνεργασίας μας με τη Friesland (...)* και δεν μπορούσαμε να παρεκκλίνουμε καθόλου από τη συγκεκριμένη πολιτική/οδηγία. Υπήρχε ένας τιμοκατάλογος ο οποίος ήταν ο τιμοκατάλογος πώλησης των προϊόντων Friesland. Η έκπτωση που δίναμε σε κάποιον πελάτη αποφασιζόταν από τη Friesland. Μας καθόριζε και την τιμή τιμοκαταλόγου και την έκπτωση που δίναμε στους πελάτες, οπότε μας είχε «κλειδωμένο» το περιθώριο κέρδους. Οι τιμές των τιμοκαταλόγων ήταν υποχρεωτικές». Επιπλέον, σχετική αναφορά σε καθορισμό τιμών μεταπώλησης εκ μέρους της Friesland εντοπίζεται και στην από [...] δήλωση της [...] προς τη Friesland. Στο εν λόγω [...] ο συνεργάτης δικτύου αναφέρεται σε [...] ενέργειες της Friesland, οι οποίες, όπως διευκρινίζει, συμπεριλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, «[...] [...]» (Βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση «[...]» στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην [...] στις [...]).

<sup>510</sup> Συγκεκριμένα, η [...] στην από [...] ανωμοτι κατάθεσή της ανέφερε ότι «*Ο τιμοκατάλογος μας παρέχεται από την Friesland. Είναι πανελλαδικός. Ίδιες τιμές από εμάς και από τη Friesland στην Αθήνα. Εμείς δεν συμμετέχουμε στην διαμόρφωση των τιμών. Δεν θεωρώ ότι θα υπάρχουν κυρώσεις, αλλά δεν έχουμε αποκλίνει ποτέ. Σε όλα τα έτη της συνεργασίας μας ίσχυαν τα ίδια*».

<sup>511</sup> Εν συνεχεία ο συνεργάτης δικτύου προσθέτει, ως προς [...] ότι «[...] [...]

<sup>512</sup> Συγκεκριμένα, η [...] στην από [...] ανωμοτι κατάθεσή της ανέφερε ότι «*Εμείς πουλάμε τιμή τιμοκαταλόγου μείον την έκπτωσή μας, πάντοτε έτσι ήταν. [...] Άρα παίρνω τιμοκατάλογο Friesland, αφαιρώ παροχή μου και πουλάω, φαντάζομαι η Friesland δεν θέλει να πουλάνε ακριβότερα, θα μπορούσα να δώσω χαμηλότερα αλλά δε με συμφέρει γιατί η παροχή είναι μικρή. Δεν έχει συμβεί απόκλιση. Πάντα αυτό ίσχυε. Οι τιμές είναι υποχρεωτικές*».

την «[...]»<sup>513</sup>, η Friesland ήταν αυτή που καθόριζε την τιμή. Συγκεκριμένα, ο συνεργάτης δικτύου κατέθεσε ότι «[...] Στον [...] δίνω ειδική τιμή, κάθε χρόνο μου λέει η Friesland τι τιμή θα δώσω, επικοινωνούσα την τιμή - όταν άλλαζε - στον [...]. Η τιμή του ήταν και παραμένει πιο χαμηλή από την τιμή αγοράς μου από τη Friesland, μετά μου κόβει η Friesland πιστωτικό. Η συνεργασία αυτή υπήρχε πριν το [...], από τότε του τιμολογώ [...]»<sup>514</sup>.

- 210) Οι [...] και [...] κατέθεσαν ότι καθ' όλα τα έτη της συνεργασίας τους με τη Friesland συνηθίζουν να μεταπωλούν τα προϊόντα στην τιμή του τιμοκαταλόγου της Friesland, με κέρδος το ποσοστό έκπτωσης που τους χορηγεί, σημειώνουν, ωστόσο, ότι οι τιμοκατάλογοι είναι ενδεικτικοί<sup>515</sup>. Ομοίως, η [...] κατέθεσε ότι τηρεί τον τιμοκατάλογο της Friesland, ο οποίος, όπως ανέφερε, τηρείται για πρακτικούς λόγους<sup>516</sup>.
- 211) Επιπλέον, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων συνεργατών δικτύου ανέφεραν ότι δεν τους παρέχεται κάποια αμοιβή ή έκπτωση από τη Friesland, σε περίπτωση που οι τιμές μεταπώλησης προς τους πελάτες τους τυχόν ταυτίζονται με τις τιμές των τιμοκαταλόγων της Friesland<sup>517</sup>. Αρνητικά απήντησε και η [...], αναφέροντας, επιπλέον, ότι «[...] Το τελευταίο τρίμηνο βγήκε παροχή της Friesland -[...], δηλαδή για μια έξτρα μείωση ([...]). Εννοείται ότι αυτό θα το δώσουμε παρακάτω, αλλιώς είναι καταπάτηση εμπορικής συνεργασίας, αν δεν το δώσω δε θα πουλήσω [...] Εγώ πουλάω τιμή κιβωτίου, μείον [...], ειδικά για τα [...], μας μένει η παροχή [...]. Η παροχή μου αποτυπώνεται στη συμφωνία με την Friesland». Οι δε συνεργάτες δικτύου

<sup>513</sup> [...] - παρόλο που ήταν πελάτης της ίδιας της [...].

<sup>514</sup> Βλ. απάντηση υπ' αριθ. 39 στην κατάθεση του εν λόγω συνεργάτη δικτύου. Αξίζει, ωστόσο, να σημειωθεί ότι, όπως προέκυψε από την ανάλυση της καρτέλας του πελάτη «[...]» της [...], [...] που λήφθηκε από την εταιρία στο πλαίσιο του επιτόπιου ελέγχου που διεξήχθη στις [...] στα γραφεία της, ο εν λόγω [...] όντως κατά το 2011 εμφανίζεται να τιμολογεί το προϊόν NOYNOY ΕΒΑΠΟΡΕ 48χ410γρ ([...]) σε τιμή χαμηλότερη από την τιμή αγοράς από την Friesland. Συγκεκριμένα, στην εν λόγω καρτέλα εμφανίζονται οι τιμολογήσεις της εταιρίας με ημερομηνίες 4.1.2011, 7.2.2011, 2.3.2011, 5.4.2011 και 19.4.2011, στις οποίες η τιμή πώλησης του προϊόντος εμφανίζεται ίση με [...], ενώ η αντίστοιχη τιμή αγοράς με βάση τους διαθέσιμους τότε εν ισχύ τιμοκαταλόγους της Friesland υπήρξε υψηλότερη και ίση με [...] (οι τιμοκατάλογοι της Friesland προσκομίσθηκαν από την τελευταία με την υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή της προς τη ΓΔΑ).

<sup>515</sup> Συγκεκριμένα, η [...] στην από [...] ανωμοτί κατάθεσή της ανέφερε ότι «Καθ' όλα τα έτη της συνεργασίας μας με τη Friesland η εταιρεία μας συνηθίζεται να μεταπωλεί τα προϊόντα στην τιμή του τιμοκαταλόγου της Friesland, ο οποίος είναι ενδεικτικός. Η εταιρεία μας δεν αποκλίνει από την τιμή αυτή». Η [...] κατέθεσε ότι «Εγώ διαμορφώνω την τιμή μεταπώλησης ανάλογα με τον πελάτη, το μέγεθος και την πιστότητά του. Υπάρχουν τιμοκατάλογοι της Friesland προς την εταιρία μου. Δεν υπάρχουν τιμοκατάλογοι λιανικής πώλησης, συνεπώς δεν τίθεται θέμα να αποκλίνει η εταιρία μου από αυτούς. Εγώ πουλώ στους πελάτες μου στις τιμές που προμηθεύομαι και το κέρδος μου είναι ένα ποσοστό έκπτωσης που μου χορηγεί η Friesland (συνήθως [...]). Την τελευταία τριετία, λόγω της οικονομικής κρίσης, μειώνουμε αναγκαστικά το ποσοστό κέρδους προκειμένου να ανταγωνιστούμε το οργανωμένο χονδρεμπόριο ([...]). Το ποσοστό έκπτωσης (π.χ. [...]) το καθορίζει η Friesland και εγώ καθορίζω τυχόν επιπλέον ποσοστό έκπτωσης προς τους πελάτες μου, το οποίο (επιπλέον ποσοστό) το χορηγώ ουσιαστικά για την επιβίωση της επιχείρησής μου και για να προσελκύσω κάποιους πελάτες. Αυτός ο τρόπος τιμολόγησης, δηλ. πώληση στην τιμή που με προμηθεύει η Friesland με κέρδος το ποσοστό έκπτωσης που μου χορηγεί, ισχύει καθ' όλα τα έτη της συνεργασίας μας».

<sup>516</sup> Συγκεκριμένα, η [...] στην από [...] κατάθεσή της ανέφερε ότι «Υπάρχει τιμοκατάλογος της Friesland, ο οποίος τηρείται εκ μέρους μας. Για πρακτικούς λόγους τηρείται ο τιμοκατάλογος επειδή πολλοί πελάτες και αλυσίδες σούπερ μάρκετ και όμιλοι συνεταιρισμών έχουν πανελλαδική κάλυψη και δεν μπορεί να έχουν άλλη τιμή για κάθε περιοχή. Και με τα υπόλοιπα σημεία-πελάτες τηρείται ο τιμοκατάλογος».

<sup>517</sup> Βλ. απαντήσεις υπ' αριθ. 15iii στις καταθέσεις των συνεργατών δικτύου. Συγκεκριμένα βλ. τις καταθέσεις των [...] και [...].

[...] και [...] απαντώντας στο ανωτέρω ερώτημα ρητά δήλωσαν ότι οι τιμές πώλησης προς τους πελάτες τους ταυτίζονταν/-νται με τους τιμοκαταλόγους της Friesland<sup>518</sup>.

- 212) Επικουρικά αναφέρεται ότι από τις απαντήσεις των συνεργατών δικτύου, σε ερώτηση της Υπηρεσίας σχετικά με το εάν ισχύουν οι ίδιοι τιμοκατάλογοι για όλες τις συνεργαζόμενες με τη Friesland χονδρεμπορικές επιχειρήσεις (ανεξαρτήτως είδους συνεργασίας), προκύπτει ότι ο τιμοκατάλογος της Friesland είναι ενιαίος για όλες τις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις<sup>519</sup>. Με βεβαιότητα ως προς αυτό απήντησαν οι εταιρίες [...], η οποία διευκρίνισε όμως ότι «*Εξ όσων γνωρίζω οι τιμοκατάλογοι ήταν για όλους οι ίδιοι. Διέφερε η έκπτωση ανά πελάτη. Όλοι οι αντιπρόσωποι [...], ενώ οι αλυσίδες έπαιρναν, με την αίσθηση που έχουμε, [...] έκπτωση*»<sup>520</sup>.
- 213) Αναφορικά με τον τρόπο καθορισμού του **περιθωρίου κέρδους** των συνεργατών δικτύου της Friesland και εάν αυτό ορίζεται ίσο με το ποσοστό έκπτωσης [...] της Friesland προς τους συνεργάτες δικτύου<sup>521</sup>, η [...] ρητά αναφέρει ότι αυτό καθορίζεται από τη Friesland<sup>522</sup>. Οι συνεργάτες δικτύου [...] και [...] δήλωσαν σχετικά ότι το περιθώριο κέρδους διαμορφώνεται από τη Friesland, καθώς είναι ίσο με το ποσοστό έκπτωσης [...] κατά κανόνα που τους χορηγεί η εταιρία, αλλά θεωρητικά οι συνεργάτες δύνανται να πωλήσουν ακριβότερα ή χαμηλότερα (οπότε στην τελευταία περίπτωση το κέρδος μειώνεται)<sup>523</sup>. Σημειώνεται δε ότι οι συνεργάτες δικτύου [...] και [...] διευκρίνισαν ότι το περιθώριο κέρδους καθορίζεται από τον ανταγωνισμό ή από τους ίδιους τους συνεργάτες δικτύου<sup>524</sup>.

<sup>518</sup> Συγκεκριμένα, η [...] στην από [...] ανωμοτί κατάθεσή της δήλωσε σχετικά «*Πουλάμε όσο αγοράζουμε και λαμβάνουμε [...] έκπτωση*». Αντιστοίχως, η [...] στην από [...] ανωμοτί κατάθεσή της ανέφερε ότι «*Πάντα ταυτίζονταν οι τιμές που πουλούσαμε στους πελάτες μας με τις τιμές των τιμοκαταλόγων της Friesland. Δεν μπορούσαμε να βάλουμε άλλες τιμές*».

<sup>519</sup> Βλ. απαντήσεις υπ' αριθ. 15ν στις καταθέσεις των συνεργατών δικτύου.

<sup>520</sup> Σημειώνεται ότι και οι λοιποί συνεργάτες δικτύου, ήτοι οι [...] και [...] απήντησαν ότι υποθέτουν ότι οι τιμοκατάλογοι είναι ενιαίοι.

<sup>521</sup> Βλ. απαντήσεις υπ' αριθ. 16ii στις καταθέσεις των συνεργατών δικτύου.

<sup>522</sup> Βλ. την από [...] κατάθεση της [...], η οποία απάντησε ότι «*[...] το ποσοστό κέρδους μας καθοριζόταν από τη Friesland. Το ποσοστό κέρδους που προέκυπτε από τη συνεργασία ήταν ανά έτος, με τις εκπτώσεις που δίνουμε ανά πελάτη βάσει των συμφωνιών Friesland και τις έξτρα εκπτώσεις που λαμβάναμε [...] ανά έτος ως ακολούθως [...]. . Μάλιστα στην υπ' αριθ. 15i απάντησή της η [...], διευκρίνισε ότι: «*[...] Η έκπτωση που δίνουμε σε κάποιο πελάτη αποφασιζόταν από τη Friesland. Μας καθόριζε και την τιμή τιμοκαταλόγου και την έκπτωση που δίνουμε στους πελάτες, οπότε μας είχε “κλειδωμένο” το περιθώριο κέρδους. Οι τιμές των τιμοκαταλόγων ήταν υποχρεωτικές*» . .*

<sup>523</sup> Βλ. την απάντηση της [...] στην από [...] ανωμοτί κατάθεσή της, η οποία ανέφερε ότι «*Το περιθώριο κέρδους διαμορφώνεται από τη Friesland και είναι ίσο με το ποσοστό έκπτωσης [...]. Θεωρητικά θα μπορούσαμε να πουλήσουμε ακριβότερα, αλλά ακολουθούμε τις συνθήκες της αγοράς*» και της [...], η οποία κατέθεσε ότι «*Το κέρδος μας είναι ίσο με την έκπτωση που μας δίνει η Friesland. Ανάλογα με το προϊόν είναι [...]. Περαιτέρω, η εταιρεία μας μπορεί να κάνει μια έκπτωση στον πελάτη μας και σε αυτή την περίπτωση το κέρδος μας μειώνεται*». Βλ. και την απάντηση της [...] στην από [...] ανωμοτί κατάθεσή της, η οποία στη σχετική ερώτηση αναφορικά με το εάν το περιθώριο κέρδους της ορίζεται ίσο με το ποσοστό έκπτωσης [...] των προϊόντων Friesland προς αυτή, απάντησε «*Ναι, για εβαπορέ είναι [...], μας μένει το [...], στις παιδικές τροφές είναι [...], στα είδη ψυγείου [...]*». Βλ. και την υπ' αριθ. 15i απάντησή της ανωτέρω, όπου ανέφερε ότι θα μπορούσε να πουλάει χαμηλότερα (ενν. από τον τιμοκατάλογο της Friesland), αλλά δεν την συμφέρει γιατί η παροχή είναι μικρή.

<sup>524</sup> Βλ. την απάντηση της [...] στην από [...] ανωμοτί κατάθεσή της, η οποία ανέφερε ότι «*Ισχύει η εμπορική ετήσια συνεργασία.[...] Για τους υπόλοιπους πελάτες ισχύει η ετήσια συμφωνία εμπορικής συνεργασίας που οι εκπτώσεις που λαμβάνουμε ισχύουν ανάλογα με την κατηγορία προϊόντος. Το ακριβές περιθώριο κέρδους μας καθορίζεται απ' τον ανταγωνισμό και την αγορά. Παράδειγμα: τιμοκατάλογος FRIESLAND μείον συμφωνηθείσα έκπτωση. Έτσι προκύπτει συνήθως το περιθώριο κέρδους μας. Εμείς δεν παίζουμε με την τιμή, παίζουμε με τη έκπτωση*». Βλ. και την απάντηση της [...], η οποία κατέθεσε στις [...] ότι «*[...] με τη Friesland συμφωνείται ποσοστό έκπτωσης (συνήθως [...]), το οποίο ορίζεται από την ίδια. Το ποσοστό που εγώ θα βάλω για το κέρδος μου (δηλ. το μικτό κέρδος μου) είναι καθαρά επιλογή δική μου*».

- 214) Περαιτέρω και αναφορικά με τον καθορισμό του ύψους των παρεχόμενων εκπτώσεων και τη χορήγηση πίστωσης προς τους πελάτες τους<sup>525</sup>, οι περισσότεροι από τους συνεργάτες δικτύου απήντησαν ότι καθορίζεται από τους ίδιους, χωρίς να απαιτείται κάποια έγκριση από τη Friesland. Εξάιρεση αποτελεί η απάντηση της [...], η οποία παρέπεμψε στις σχετικές προεκτεθείσες απαντήσεις<sup>526</sup>, αλλά και ο συνεργάτης δικτύου [...], ο οποίος έκανε λόγο για κατώτατο όριο εκπτώσεων. Συγκεκριμένα, ο εν λόγω συνεργάτης δικτύου ανέφερε σχετικά: «*Δίνω [...] στο [...], η Friesland το είπε, ισχύει από τότε που ξεκινήσαμε. Μεγαλύτερη έκπτωση μπορώ, μικρότερη όχι*». Στο ειδικότερο ερώτημα εάν οι συνεργάτες δικτύου υποχρεούνται να μετακυλούν στους πελάτες τους τυχόν [...] που τους παρέχει η Friesland, πέραν του συμφωνηθέντος ποσοστού κέρδους τους, οι απαντήσεις των συνεργατών διαφοροποιούνται<sup>527</sup>. Συγκεκριμένα, οι συνεργάτες δικτύου απήντησαν είτε ότι υποχρεούνται να μετακυλήσουν τις σχετικές εκπτώσεις στους πελάτες τους<sup>528</sup>, είτε ότι μετακυλούν τυχόν επιπλέον ποσοστά εκπτώσεων που τους παρέχονται από τη Friesland με μορφή [...], χωρίς όμως να είναι υποχρεωμένοι να το πράξουν<sup>529</sup>, είτε ότι δεν είναι υποχρεωμένοι να τις μετακυλήσουν<sup>530</sup>.

#### IX.1.4 Καταθέσεις χονδρεμπορικών επιχειρήσεων [...]

- 215) Από τις καταθέσεις που έλαβε η ΓΔΑ από δύο χονδρεμπορικές επιχειρήσεις [...] και συγκεκριμένα την [...] και την [...], προκύπτουν τα κάτωθι αναγραφόμενα.
- 216) Ειδικότερα, αναφορικά με τον τρόπο που διαμορφώνεται η τιμή πώλησης των γαλακτοκομικών προϊόντων που προμηθεύονται από τη Friesland έναντι των πελατών τους<sup>531</sup>, οι απαντήσεις των ερωτηθεισών δύο χονδρεμπορικών επιχειρήσεων διαφοροποιήθηκαν, καθώς η [...] ανέφερε ότι οι τιμές τιμοκαταλόγου ήταν υποχρεωτικές και ότι εάν απέκλινε μειωνόταν το κέρδος της<sup>532</sup>, ενώ αντιθέτως η [...] κατέθεσε ότι διαμορφώνει η ίδια την τιμή μεταπώλησης και ότι δεν υποχρεούται να

<sup>525</sup> Βλ. απαντήσεις υπ' αριθ. 16ί στις καταθέσεις των συνεργατών δικτύου κατά τους επιτόπιους ελέγχους το 2014.

<sup>526</sup> Ωστόσο, σε προγενέστερο σημείο της κατάθεσής της (βλ. απάντηση υπ' αριθ. 4ii) η [...] ανέφερε ότι «*[...] [...]. Την έκπτωση των ανεξάρτητων πελατών την προσδιορίζαμε εμείς βάσει ανταγωνισμού και ανταγωνισμό θεωρούμε την τιμή πώλησης στο ράφι των σούπερ μάρκετ*».

<sup>527</sup> Βλ. απαντήσεις υπ' αριθ. 16iii στις καταθέσεις των συνεργατών δικτύου.

<sup>528</sup> Βλ. τις καταθέσεις των [...] και [...], ο οποίος διευκρίνισε σχετικά: «*Ναι όπως το [...] που σας είπα με τη μορφή [...]. Αν δεν το δώσω, δεν είναι καλή συνεργασία, είναι αθέτηση εμπορικής συμφωνίας*».

<sup>529</sup> Βλ. την από [...] κατάθεση της [...], σύμφωνα με την οποία «*Έχει τύχει να δώσει για κάποια [...] κάποιο επιπλέον ποσοστό έκπτωσης και αυτό μας προτείνει να το μετακυλήσουμε στους πελάτες μας, το οποίο και πράττουμε. Αυτό βέβαια δεν είναι δεσμευτικό, ούτε με ελέγχει αν το έκανα και πού το έκανα*». Επίσης, η [...] στην από [...] ανωμοτί κατάθεσή της αναφέρει συγκεκριμένα ότι «*Συνήθως οι extra εκπτώσεις που μας δίδονται είναι για να μειωθεί η τιμή στον τελικό καταναλωτή και, ως εκ τούτου, και εμείς τις μετακινούμε στο πελατολόγιό μας*».

<sup>530</sup> Βλ. την απάντηση της [...].

<sup>531</sup> Βλ. απαντήσεις υπ' αριθ. 15ί στις καταθέσεις των ανωτέρω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων κατά τους επιτόπιους ελέγχους το 2014.

<sup>532</sup> Συγκεκριμένα, η [...] στην από [...] ανωμοτί κατάθεσή της ανέφερε ότι «*Υπήρχε τιμοκατάλογος της Friesland και βάσει των οδηγιών της Friesland ακολουθούσαμε αυτούς και πουλούσαμε σε τιμές τιμοκαταλόγου. Η Friesland ήθελε να αγοράζουμε και να πουλάμε όλοι στις τιμές τιμοκαταλόγου. Στην πρακτική όμως αναγκάζομασταν να πουλούμε χαμηλότερα, προκειμένου να είμαστε ανταγωνιστικοί προς άλλες εταιρείες που πουλούσαν άλλες κατηγορίες γαλάτων, όχι προϊόντα της Friesland. Τις καφετέριες δεν τις ενδιέφερε αν θα έχουν προϊόν της Friesland ή άλλο. Η τιμή τιμοκαταλόγου ήταν υποχρεωτική. Αν απέκλινε η εταιρία μας, μειωνόταν το κέρδος μας. Η Friesland πουλούσε στην εταιρία μου στην ίδια τιμή που πουλούσε και στο [...]. Εγώ όμως είχα επιπλέον έξοδα διανομής που δεν είχε το [...]. Η Friesland δεν δέχτηκε να μου δώσει μεγαλύτερο περιθώριο κέρδους. Αυτός ο τρόπος τιμολόγησης που προανέφερα ίσχυε καθ' όλα τα έτη της συνεργασίας μου με τη Friesland*».

πουλάει με βάση τον τιμοκατάλογο της Friesland<sup>533,534</sup>. Περαιτέρω, και οι δύο ως άνω εταιρίες κατέθεσαν ότι δεν τους παρέχεται κάποια αμοιβή ή έκπτωση από τη Friesland, σε περίπτωση που οι τιμές μεταπώλησης προς τους πελάτες τους τυχόν ταυτίζονται με τις τιμές των τιμοκαταλόγων της Friesland<sup>535</sup>.

- 217) Διαφορετική απάντηση δόθηκε από τις ανωτέρω χονδρεμπορικές επιχειρήσεις και σχετικά με τον τρόπο καθορισμού του περιθωρίου κέρδους τους<sup>536</sup>. Συγκεκριμένα, η [...] κατέθεσε ότι το περιθώριο κέρδους της το καθόριζε η Friesland<sup>537</sup>, ενώ η [...] κατέθεσε ότι αυτό διαμορφωνόταν από την ίδια<sup>538</sup>. Συναφώς, και ως προς τον καθορισμό του ύψους των παρεχόμενων εκπτώσεων και της πίστωσης έναντι του δικού του πελατολογίου<sup>539</sup>, η [...] δήλωσε ρητά ότι τις παροχές, αλλά και γενικά την εμπορική πολιτική, την καθορίζει αυτόνομα χωρίς να απαιτείται η λήψη συναίνεσης από τη Friesland. Η δε [...], η οποία είχε δηλώσει ότι «το περιθώριο κέρδους το όριζε η Friesland», απάντησε σχετικά ότι δεν απαιτείται κάποια έγκριση από την εν λόγω εταιρία<sup>540</sup>.
- 218) Τέλος, και οι δύο εταιρίες κατέθεσαν ότι δεν είναι υποχρεωμένες να μετακυλήσουν στους πελάτες τους τυχόν εκπτώσεις [...] που τους παρέχει η Friesland, πέραν του συμφωνηθέντος ποσοστού κέρδους τους<sup>541</sup>.

### IX.1.5 Τα ευρήματα των ελέγχων

#### IX.1.5.1 Σύγκριση τιμοκαταλόγων Friesland με τιμολόγια συνεργατών δικτύου και χονδρεμπορικών επιχειρήσεων που [...] προς πελάτες τους

- 219) Προς διερεύνηση του βαθμού εφαρμογής εκ μέρους των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων (τόσο συνεργατών δικτύου όσο και των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων [...]) των τιμοκαταλόγων της Friesland κατά την τιμολόγηση των προϊόντων της στο δικό τους πελατολόγιο, η ΓΔΑ συνέλεξε για διάφορα έτη που αφορούν την υπό εξέταση περίοδο διαθέσιμους τιμοκαταλόγους<sup>542,543</sup>, καθώς και τιμολόγια πώλησης<sup>544</sup>

<sup>533</sup> Συγκεκριμένα, η [...] στις [...] κατέθεσε, μεταξύ άλλων, ότι «Την παροχή που λαμβάνω [...] από την Friesland την αφαιρώ στον πελάτη. Για το κέρδος μου [...]. Η Friesland δεν συμμετέχει στον καθορισμό τιμών μου μεταπώλησης. Δεν υποχρεούμαι να πουλάω με βάση τον τιμοκατάλογο της Friesland. Πουλάω φτηνότερα, μπορώ να πουλήσω σε μικρότερες ή μεγαλύτερες τιμές. Αποκλίνω όταν χρειάζομαι ρευστότητα χωρίς να μπω μέσα. Δεν ενδιαφέρει την Friesland σε τι τιμές πουλάω».

<sup>534</sup> Επικουρικά επισημαίνεται ότι η [...] στην από [...] ανωμοτί κατάθεσή της απάντησε με βεβαιότητα ότι ο τιμοκατάλογος της Friesland είναι ενιαίος για όλες τις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις, ενώ η [...] απάντησε ότι υποθέτει ότι οι τιμοκατάλογοι είναι ενιαίοι (βλ. απαντήσεις υπ' αριθ. 15ν στις καταθέσεις των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων).

<sup>535</sup> Βλ. απαντήσεις υπ' αριθ. 15iii στις καταθέσεις των ανωτέρω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων.

<sup>536</sup> Βλ. απαντήσεις υπ' αριθ. 16ii στις καταθέσεις των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων.

<sup>537</sup> Συγκεκριμένα, κατέθεσε ότι «Το περιθώριο κέρδους το όριζε η Friesland, μου χορηγούσε δηλαδή μία έκπτωση. Το ποσοστό ήταν [...] και γινόταν μεγαλύτερο αν εκπλήρωνα κάποιους στόχους πωλήσεων».

<sup>538</sup> Συγκεκριμένα, κατέθεσε ότι «Από εμένα διαμορφώνεται το περιθώριο κέρδους και αναλόγως των συνθηκών της αγοράς».

<sup>539</sup> Βλ. απαντήσεις υπ' αριθ. 16i στις καταθέσεις των ανωτέρω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων.

<sup>540</sup> Συγκεκριμένα η εταιρία δήλωσε σχετικά: «Οι εκπτώσεις και η πίστωση δινόταν από την εταιρία μας χωρίς να απαιτείται κάποια έγκριση από την Friesland. Αυτό ίσχυε για όλα τα έτη της συνεργασίας μας».

<sup>541</sup> Βλ. απαντήσεις υπ' αριθ. 16iii στις καταθέσεις των ανωτέρω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων.

<sup>542</sup> Πρόκειται για τις επιχειρήσεις [...] Σημειώνεται ότι η [...] δεν προσκόμισε σχετικά στοιχεία.

<sup>543</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή παροχής στοιχείων της Friesland, συν. 9(i), με την οποία προσκομίστηκαν οι τιμοκατάλογοι για τα έτη 2010-2014 και συμπληρωματικά με την υπ' αριθ. πρωτ. 1640/12.3.2018 επιστολή της προσκομίστηκαν οι τιμοκατάλογοι [...]. Είχε προηγηθεί συλλογή τιμοκαταλόγων κατά τους επιτόπιους ελέγχους που πραγματοποιήθηκαν το 2014 στις συνεργαζόμενες με τη Friesland επιχειρήσεις. Συγκεκριμένα, τιμοκατάλογοι [...]

<sup>544</sup> Στο πλαίσιο των επιτόπιων ελέγχων που διεξήχθησαν στις εταιρίες των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων, συγκεντρώθηκαν ενδεικτικά τιμολόγια πώλησης των προϊόντων της Friesland των εν

τόσο της Friesland όσο και συνεργαζόμενων χονδρεμπορικών επιχειρήσεων και αντιπαρέβαλε και συνέκρινε τις τιμές πώλησης της Friesland με τις αντίστοιχες τιμές πώλησης των ερωτηθεισών συνεργαζόμενων επιχειρήσεων.

- 220) Όπως προέκυψε από την ανάλυση των ως άνω στοιχείων, οι συνεργαζόμενες με τη Friesland χονδρεμπορικές επιχειρήσεις εφαρμόζουν κατά κανόνα στο δικό τους πελατολόγιο τον τιμοκατάλογο (ήτοι αρχικές τιμές) της Friesland, μετακυλύοντας συχνά στους δικούς τους πελάτες μέρος των εκπτώσεων που οι ίδιοι λαμβάνουν από την εταιρία.
- 221) Αναλυτικότερα, όσον αφορά στο συνεργάτη δικτύου [...] το 2008, τελευταίο έτος κατά το οποίο υπήρχε ρητός συμβατικός όρος περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης, παρατηρείται πλήρης εφαρμογή της σχετικής συμβατικής πρόβλεψης περί χρέωσης σε τιμές τιμοκαταλόγου της Friesland. Συγκεκριμένα, όπως προκύπτει από τα διαθέσιμα στοιχεία των ετών 2004-2005 και 2007-2008<sup>545</sup>, σε όλες τις περιπτώσεις οι τιμές τιμοκαταλόγου της Friesland ταυτίζονται απόλυτα με τις αρχικές τιμές που χρεώνει η [...] στους πελάτες της<sup>546</sup>.
- 222) Περαιτέρω, όπως προέκυψε από την ανάλυση των σχετικών στοιχείων για τους λοιπούς συνεργάτες δικτύου, οι τελευταίοι εμφανίζονται να εφαρμόζουν τις τιμές του τιμοκαταλόγου της Friesland ακόμη και μετά το 2008, ήτοι ακόμη και μετά την απαλοιφή της ρητής συμβατικής πρόβλεψης, η οποία υποχρέωνε τον αντισυμβαλλόμενο συνεργάτη δικτύου στην ως άνω πρακτική ταύτισης τιμών.
- 223) Αναλυτικότερα, με βάση τα διαθέσιμα τιμολόγια της εταιρίας [...], ο εν λόγω συνεργάτης δικτύου φαίνεται να εφαρμόζει τον τιμοκατάλογο της Friesland προς τους πελάτες του για τα έτη 2009-2014. Συναφώς, η τιμολογιακή πολιτική που εφαρμόζουν η [...] και η [...] ταυτίζεται με την τιμολογιακή πολιτική που ακολουθεί η Friesland για τα έτη 2011 και 2013-2014 και 2010-2014, αντίστοιχα, όπου υφίστανται διαθέσιμα στοιχεία. Παρομοίως, η εταιρία [...] φαίνεται να εφαρμόζει κατά κανόνα τον τιμοκατάλογο της Friesland και έναντι του δικού της πελατολογίου, με βάση τιμολόγια προς τους πελάτες της εκδοθέντα κατά τα έτη 2008-2014<sup>547</sup>. Παρομοίως, όπως προέκυψε από την εξέταση των συλλεχθέντων τιμολογίων της εταιρίας [...] προς τους πελάτες της, τα οποία αφορούν στο διάστημα 2010-2013, ο εν

---

λόγω επιχειρήσεων τα οποία καλύπτουν μεγάλο τμήμα της υπό εξέταση περιόδου καλύπτοντας τα έτη 2004 – 2005 και 2007 – 2014. Βλ. τιμολόγια της [...] που συλλέχθηκαν κατά τον έλεγχο στην εν λόγω εταιρία στις [...] (έγγραφο με κωδικοποίηση «[...]» έως και «[...]», «[...]» έως και «[...]» και «[...]», τιμολόγια της [...], που συλλέχθηκαν κατά τον έλεγχο στην εν λόγω εταιρία στις [...] (έγγραφο με κωδικοποίηση «[...]», «[...]» έως και «[...]», τιμολόγια της [...] που συλλέχθηκαν κατά τον έλεγχο στην εν λόγω εταιρία στις [...] (έγγραφο με κωδικοποίηση «[...]», «[...]», «[...]», «[...]», «[...]», «[...]», «[...]» έως και «[...]», «[...]» έως και «[...]», «[...]» έως και «[...]», τιμολόγια της [...], καθώς και της Friesland προς την εν λόγω εταιρία που απέστειλε η ίδια με την υπ' αριθ. πρωτ. [...] επιστολή της προς τη ΓΔΑ και τιμολόγια της [...], που απέστειλε η εν λόγω εταιρία με την υπ' αριθ. πρωτ. [...] επιστολή της προς τη ΓΔΑ.

<sup>545</sup> Συγκεκριμένα, εξετάστηκαν οι αναγραφόμενες τιμές πώλησης μεταξύ των τιμολογίων που είχαν εκδοθεί κατά τα ως άνω αναφερθέντα έτη τόσο από την Friesland έναντι του εν λόγω συνεργάτη δικτύου όσο και του τελευταίου στο πλαίσιο εξυπηρέτησης του πελατολογίου του.

<sup>546</sup> Άλλωστε, η εν λόγω εταιρία στο πλαίσιο της ανωμοτί κατάθεσής της, που λήφθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο της ΓΔΑ στις [...] στα γραφεία της, επιβεβαίωσε ότι [...] «υπήρχε σαφής καθορισμός τιμών» χωρίς δυνατότητα παρέκκλισης.

<sup>547</sup> Μοναδική εξαίρεση εκ του συνόλου των 25 εξετασθέντων τιμολογίων αποτελεί ένα τιμολόγιο του 2009 (βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση «[...]» στη λίστα συλλεχθέντων εγγράφων), στο οποίο η εταιρία εμφανίζεται να τιμολογεί σε τιμές χαμηλότερες από τον τιμοκατάλογο της Friesland. Οι αποκλίσεις παρατηρήθηκαν στα συμπυκνωμένα γάλατα ΝΟΥΝΟΥ 96Χ170 γρ, ΝΟΥΝΟΥ ΖΑΧΑΡΟΥΧΟ 48Χ397 γρ. και ΕΒΑΠΟΡΕ ΠΛΗΡΕΣ ΣΕΤ 4Χ410ΓΡ και είναι της τάξεως των [...], αντίστοιχα.

λόγω συνεργάτης δικτύου εμφανίζεται να ακολουθεί κατά κανόνα τις τιμές του ως άνω τιμοκαταλόγου κατά την τιμολόγηση του δικού του πελατολογίου<sup>548</sup>. Αξίζει να σημειωθεί ότι, ως ήδη έχει αναφερθεί, για τις περιπτώσεις των συνεργατών δικτύου [...] και [...], οι ως άνω διαπιστώσεις επιρρωνύουν τις σχετικές δηλώσεις των ως άνω εταιριών στο πλαίσιο των ανωμοτί καταθέσεων τους το 2014<sup>549</sup>, σύμφωνα με τις οποίες οι τιμές πώλησης των προϊόντων της Friesland που εφαρμόζουν στο πελατολόγιό τους δεν αποκλίνουν από τις αντίστοιχες τιμές του εκάστοτε ισχύοντος τιμοκαταλόγου της Friesland.

- 224) Άλλωστε, αξίζει να σημειωθεί ότι τόσο η εταιρία [...] εκ των ως άνω συνεργατών δικτύου όσο και η [...] διευκρίνισαν<sup>550</sup> ότι δεν έχουν δικούς τους τιμοκαταλόγους, καθώς ακολουθούν τους τιμοκαταλόγους της Friesland. Ο δε συνεργάτης δικτύου [...] προσκόμισε στο πλαίσιο της ανωμοτί κατάθεσής του ενδεικτικά για τα έτη 2006-2014 ως τιμοκαταλόγους της εταιρίας του, τους αντίστοιχους εν ισχύ τιμοκαταλόγους της Friesland<sup>551</sup>. Υπενθυμίζεται αναφορικά με την εταιρία [...], ότι στο πλαίσιο της ανωμοτί κατάθεσης<sup>552</sup> είχε σαφώς δηλώσει ότι ακολουθούσε τις τιμές του τιμοκαταλόγου της εταιρίας βάσει σχετικών «οδηγιών» που η ίδια η Friesland είχε δώσει.
- 225) Επισημαίνεται ότι η μόνη εταιρία από τις ερωτηθείσες συνεργαζόμενες επιχειρήσεις που επέδειξε δικό της τιμοκατάλογο με τιμές που παρεκκλίνουν από τις αντίστοιχες τιμές του τιμοκαταλόγου της Friesland είναι η [...] <sup>553</sup>, κατ' αντιστοιχία με σχετική δήλωσή της στο πλαίσιο ανωμοτί κατάθεσής της περί αυτόνομης διαμόρφωσης των τιμών πώλησης των προϊόντων της Friesland έναντι του δικού της πελατολογίου ανεξάρτητα από τον τιμοκατάλογο της ίδιας της Friesland. Ωστόσο, ακόμη και σε αυτήν την περίπτωση αξίζει να σημειωθεί ότι εκ του συνόλου των πέντε προϊόντων της Friesland που περιλαμβάνονται στον εν λόγω τιμοκατάλογο, σε τρία εξ αυτών η τιμή πώλησης της χονδρεμπορικής επιχείρησής ταυτίζεται με την αντίστοιχη τιμή τιμοκαταλόγου της Friesland<sup>554</sup>, ενώ στα υπόλοιπα δύο η αντίστοιχη απόκλιση δεν

<sup>548</sup> Μόνη εξαίρεση αποτελούν τρία τιμολόγια του 2012 εκ του συνόλου των διαθέσιμων είκοσι (20) εκδοθέντων τιμολογίων, στα οποία οι τιμές της [...] υπολείπονται από αυτές που εφαρμόζει η Friesland. Ωστόσο αξίζει να σημειωθεί ότι, δεδομένου πως ο ένας εκ των τριών τιμολογηθέντων πελατών με την επωνυμία [...] φαίνεται να αποτελεί (σύμφωνα με σχετική έρευνα στο διαδίκτυο) κατάστημα της αλυσίδας [...], δεν αποκλείεται οι σχετικές αποκλίσεις που έχουν παρατηρηθεί να αφορούν σε τιμολόγηση πελατών με τους οποίους η Friesland έχει συνάψει κεντρική συμφωνία στην οποία μεταξύ άλλων ορίζονται και τιμές πώλησης (βλ. και επόμενη Ενότητα της παρούσης).

<sup>549</sup> Οι εν λόγω ανωμοτί καταθέσεις λήφθηκαν, ως ήδη έχει αναφερθεί, στο πλαίσιο επιτόπιων ελέγχων που διενεργήθηκαν το 2014 σε συνεργαζόμενες με τη Friesland χονδρεμπορικές επιχειρήσεις.

<sup>550</sup> Στο πλαίσιο των ανωμοτί καταθέσεων που λήφθηκαν κατά τη διάρκεια επιτόπιων ελέγχων που διενεργήθηκαν σε αυτές το 2014.

<sup>551</sup> Βλ. σχετ. απάντηση 15iv στο πλαίσιο της ανωμοτί κατάθεσής του που λήφθηκε κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου στις [...] στα γραφεία της εταιρίας.

<sup>552</sup> Η εν λόγω κατάθεση λήφθηκε κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου που διεξήχθη στις [...] στα γραφεία της εταιρίας.

<sup>553</sup> Βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση «[...]» στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων. Το εν λόγω έγγραφο ήταν ο εν ισχύ τιμοκατάλογος της εταιρίας για το 2014 κατά την ημερομηνία διεξαγωγής του επιτόπιου ελέγχου στην [...].

<sup>554</sup> Σημειώνεται ότι σε δύο από τα εν λόγω προϊόντα η [...] μετακυλύει στους πελάτες της όλη την έκπτωση που λαμβάνει από την ελεγχόμενη. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τιμολόγια πώλησης της Friesland προς την εταιρία [...] (βλ. έγγραφα με κωδικοποίηση «[...]» και «[...]» στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων), η αρχική τιμή των προϊόντων Frisian Cow Μακράς Διαρκείας 3,5% 1,5 lt και Frisian Cow Μακράς Διαρκείας 1,5% 1,5 lt, είναι [...], αντίστοιχα, και με την εφαρμογή της σχετικής έκπτωσης, οι τιμές διαμορφώνονται σε [...], αντίστοιχα. Οι τελικές τιμές ταυτίζονται με τις τιμές που εφαρμόζει η [...] στους πελάτες της.



ξεπερνάει τα [...] ευρώ<sup>555,556</sup>. Συνεπώς, ακόμα και εάν η [...] φαίνεται να ακολουθεί δικό της τιμοκατάλογο, στην πράξη η ερωτηθείσα εταιρία ακολουθεί με αμελητέες αποκλίσεις την τιμολογιακή πολιτική που εφαρμόζεται από την Friesland.

#### **IX.1.5.2 Λοιπά στοιχεία ελέγχων**

- 226) Πέραν της ως άνω διαπιστωθείσας ταύτισης των τιμών πώλησης μεταξύ της Friesland και των συνεργαζόμενων χονδρεμπορικών επιχειρήσεων (συνεργάτες δικτύου και λοιπές χονδρεμπορικές επιχειρήσεις), η αυστηρή καθοδήγηση από τη Friesland προς τους διανομείς της ως προς τις τιμές μεταπώλησης που οι τελευταίοι οφείλουν να εφαρμόζουν επιβεβαιώνεται και από μία σειρά εγγράφων που εντοπίστηκαν από τη ΓΔΑ στο πλαίσιο των επιτόπιων ελέγχων που διενεργήθηκαν τόσο στην ίδια την εταιρία όσο και στις συνεργαζόμενες με αυτήν χονδρεμπορικές επιχειρήσεις. Από τα εν λόγω έγγραφα, τα οποία χρονικά εκτείνονται από το 2001 μέχρι το 2014, προκύπτει ότι η Friesland και μετά το 2008, έτος κατά το οποίο υπήρχε ρητός συμβατικός όρος περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης, εξακολουθούσε να παρεμβαίνει στη διαμόρφωση των τιμών των συνεργατών της προς το δικό τους πελατολόγιο.
- 227) Αναλυτικότερα, στην από 15.5.2001 επιστολή της Friesland προς τους συνεργάτες δικτύου της<sup>557</sup>, τους ανακοινώνει τη σχετική ετήσια συμφωνία με τον [...] ως προς το προϊόν συμπυκνωμένου γάλακτος FRISIAN COW 410 gr, στην οποία μεταξύ άλλων ορίζεται η τιμή πώλησης του εν λόγω προϊόντος στα σούπερ μάρκετ - μέλη του [...] από τους συνεργάτες δικτύου. Ειδικότερα, στην επιστολή αναφέρεται «• *Τιμή πώλησης (Ε/Σ → μέλη [...]): [...] και δεν θα υπάρχουν άλλες παροχές για τον συγκεκριμένο κωδικό*».
- 228) Περαιτέρω, και ως ήδη αναφέρθηκε, όπως προκύπτει από τα διαθέσιμα στοιχεία, η πρακτική της αυστηρής καθοδήγησης ως προς τον καθορισμό των τιμών μεταπώλησης από τη Friesland προς τους συνεργάτες δικτύου φαίνεται να συνεχίζεται και μετά το 2008, ήτοι το τελευταίο έτος κατά το οποίο υπάρχει ρητός σχετικός συμβατικός όρος.
- 229) Συγκεκριμένα, όπως προέκυψε από την εξέταση του φακέλου της υπόθεσης, η Friesland εμφανίζεται να συμφωνεί κεντρικά με αλυσίδες καταστημάτων τις τιμές με τις οποίες τα τελευταία θα προμηθεύονται τα προϊόντα της, υποχρεώνοντας τις συνεργαζόμενες χονδρεμπορικές επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν τον εφοδιασμό τους να τις ακολουθούν.
- 230) Αναλυτικότερα, κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην εταιρία [...] εντοπίστηκε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου<sup>558</sup>, με αποστολέα τον [...] και θέμα «*ΤΗΡΗΣΗ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ ΜΕ ΑΛΥΣΙΔΑ [...]*», στο οποίο αποτυπώνονται ρητά οι τιμές στις

<sup>555</sup> Συγκεκριμένα, πρόκειται για τις μερίδες γάλα εβαπορέ NOYNOY 400x7,5 γρ. τις οποίες η Friesland τιμολογεί [...], ενώ η εταιρία [...] τιμολογεί [...] και το γάλα εβαπορέ Frisian Cow 410 γρ, το οποίο η Friesland τιμολογεί [...], ενώ η [...] τιμολογεί [...].

<sup>556</sup> Βλ. και απάντηση 15iv από την κατάθεση του [...], στην οποία αναφέρει: «*Προσκομίζω τιμοκατάλογο της Friesland και δικό μου όπου φαίνονται οι διαφορετικές τιμές και το παράδειγμα όπου σας ανέφερα. Σε άλλο παράδειγμα, το Frisian Cow evaporated, μου το πουλάει [...] η Friesland αλλά έχω [...] και [...] το μέγιστο της κλίμακας και άρα μπορώ να πουλώ [...]. Με αυτή την δυνατότητα πουλώντας συνδυαστικά το FC UHT 1,5% και 3,5% με το evaporated είμαι στο κόστος με τα άλλα δύο και κερδίζω με το evaporated*».

<sup>557</sup> Βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην [...].

<sup>558</sup> Βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην [...].

οποίες η εταιρία ζητά από τους συνεργάτες δικτύου να πωλούν στα καταστήματα της αλυσίδας [...] τα προϊόντα της. Συγκεκριμένα, στο εν λόγω μήνυμα, το οποίο τοποθετείται χρονικά στο τέλος του 2013 αναφέρεται: «Αγαπητοί Συνεργάτες, Από το 2011 έχουμε ξεκινήσει και συνεχίζουμε την συνεργασία και την τροφοδοσία με γάλατα και κρέμα τα καταστήματα της αλυσίδας [...] σε όλη την Ελλάδα μέσα από μία Κεντρική Συμφωνία της αλυσίδας με την Εταιρεία μας. Η [...] έχει εξελιχθεί σε έναν από τους [...] μεγαλύτερους πελάτες μας, με [...] καταστήματα που πληθαίνουν διαρκώς. Οι αγορές τους - τοις μετρητοίς - για το 2013 θα κλείσουν πλησιάζοντας το [...] και ο όγκος θα ξεπεράσει τους [...]. Τον τελευταίο καιρό άνθρωποι της Εταιρείας μας που επισκέπτονται τα καταστήματα διαπιστώνουν αποκλίσεις στην εφαρμογή της Συμφωνίας, αλλά και οι ίδιοι οι franchisees των καταστημάτων στέλνουν μηνύματα στα κεντρικά τους για διαφορές στις τιμές [...]. Παραθέτω τις παραμέτρους της για να τις θυμηθούμε όλοι, και παρακαλώ για την αυστηρή και συνεπή τήρηση τους:

### **1. NOYNOY BARISTA'S GOLD FF &O%**

- Έως 31/12/2013: Τιμή Τιμοκαταλόγου [...] το τεμάχιο – Έκπτωση επί τιμολογίου [...] - Τελική συμφωνημένη τιμή χρέωσης καταστήματος [...] το τεμάχιο
- Από 1/1/2014: Νέα Τιμή Τιμοκαταλόγου [...] το τεμάχιο – Έκπτωση επί τιμολογίου [...] - Τελική συμφωνημένη τιμή χρέωσης καταστήματος [...] το τεμάχιο

### **2. DEBIC Vegetop Sweetened 6X2 lt :**

- Τιμή τιμοκαταλόγου [...] το τεμάχιο των 2 λίτρων
- Έκπτωση επί τιμολογίου [...] -
- [...].
- Για τις ποσότητες της Debic που πουλάτε στα [...], στέλνετε στην Εταιρεία μας ( στον κο. [...]) σχετική εκτύπωση [...].

### **3. FRISIAN COW εβαπορέ 410γρ: Τιμή Τιμοκαταλόγου [...] το τεμάχιο – Έκπτωση επί τιμολογίου [...] - Τελική συμφωνημένη τιμή χρέωσης καταστήματος [...] το τεμάχιο.**

Τέτοιες συμφωνίες μπορούν να κλείνονται, να λειτουργούν και να επωφελούμαστε όλοι μαζί, μόνο με την προϋπόθεση της συντονισμένης, συνεπούς και πειθαρχημένης εφαρμογής τους».

231) Ως εκ τούτου, σύμφωνα με τα διαλαμβανόμενα στο ανωτέρω μήνυμα, η Friesland στο πλαίσιο της κεντρικής της συμφωνίας με τα καταστήματα της αλυσίδας [...], η οποία όπως αναφέρεται εκκινεί από το 2011, υποδεικνύει στους συνεργάτες δικτύου, οι οποίοι αναλαμβάνουν τον εφοδιασμό των καταστημάτων της αλυσίδας, τόσο τις τιμές που θα πωλούν τα προϊόντα της εταιρίας όσο και τις χορηγούμενες εκπτώσεις και παροχές. Μάλιστα ως φαίνεται και από την ανωτέρω επικοινωνία, η εφαρμογή της υποδειχθείσας τιμολογιακής πολιτικής διερευνάται/ελέγχεται από την ίδια την εταιρία διαμέσω επισκέψεων στα καταστήματα, ενώ η τελευταία γίνεται δέκτης διαμαρτυριών εκ μέρους των καταστημάτων σε περιπτώσεις αποκλίσεων από τις καθορισμένες τιμές υποδηλώνοντας την υποχρέωση συμμόρφωσης ως προς τη συμφωνία τιμών εκ μέρους των συνεργατών δικτύου.

232) Παρομοίως, η αυστηρή καθοδήγηση ως προς τις τιμές χρέωσης εκ μέρους των συνεργατών δικτύου στα καταστήματα [...], διαφαίνεται και σε έτερο μήνυμα

ηλεκτρονικού ταχυδρομείου<sup>559</sup> μεταξύ στελεχών της Friesland, το οποίο κοινοποιείται μεταξύ άλλων και στο συνεργάτη δικτύου [...] με ημερομηνία 27.5.2013, στο οποίο αναφέρεται «Αγαπητοί συνάδελφοι, καλησπέρα, Θα ήθελα να σας ενημερώσω, ώστε να ενημερώσετε με την σειρά σας τους κατά τόπους Σ/Δ, ότι από αύριο θα μπορούν να τιμολογούν το νέο μας προϊόν BARISTA GOLD στα καταστήματα [...]. Η τιμή χρέωσης, παραμένει η ίδια με την τιμή που ίσχυε και για το [...], δηλαδή [...] ή [...] το τεμάχιο».

233) Αξίζει να σημειωθεί ότι υποχρέωση εφαρμογής των τιμών πώλησης εκ μέρους των συνεργατών δικτύου συνάγεται στο μεν πρώτο εκ των ανωτέρω μηνυμάτων από την προσφώνηση «Αγαπητοί Συνεργάτες», η οποία υποδηλώνει γενική επίκληση των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων εκ μέρους της εταιρίας, στο δε δεύτερο από το γεγονός ότι τα στελέχη της εταιρίας καλούνται να ενημερώσουν τους «κατά τόπους Σ/Δ» αναφορικά με την τιμή χρέωσης του προϊόντος BARISTA'S GOLD. Περαιτέρω στις ανωτέρω επικοινωνίες εμφανίζονται με βάση τις ηλεκτρονικές τους διευθύνσεις ως αποδέκτες των μηνυμάτων και άλλοι συνεργάτες δικτύου<sup>560</sup>, πλην εκείνων στους οποίους εντοπίστηκαν τα έγγραφα.

234) Ωστόσο, σε κάθε περίπτωση και πέραν των ως άνω επικοινωνιών, η υποχρέωση τήρησης συγκεκριμένης τιμολογιακής πολιτικής εκ μέρους των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων – διανομέων της Friesland προς τα καταστήματα της συγκεκριμένης αλυσίδας προβλέπεται στο πλαίσιο της κεντρικής συμφωνίας της εταιρίας με την εν λόγω αλυσίδα. Αναλυτικότερα, κατά τα έτη 2013 και 2014, οι όροι συνεργασίας μεταξύ της αλυσίδας καταστημάτων [...] και της Friesland αποτυπώνονταν στις ακόλουθες ετήσιες συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας, τις οποίες προσκόμισε η ίδια η Friesland<sup>561</sup>, όπου υπάρχει ρητή αναφορά περί των τιμών χρέωσης των προϊόντων:

[...]

235) Όπως προκύπτει από τα ανωτέρω έγγραφα, η Friesland συμφωνεί με την εν λόγω αλυσίδα τις τελικές τιμές με τις οποίες θα προμηθεύονται τα καταστήματα τα προϊόντα της, οι οποίες προκύπτουν λαμβάνοντας ως αρχικές τιμές, τις τιμές του εν ισχύ τιμοκαταλόγου της Friesland<sup>562</sup> και εφαρμόζοντας εκπτώσεις επί τιμολογίου<sup>563</sup>. Αξίζει να σημειωθεί ότι, παρόλο που μόνο στη συμφωνία του 2013 αναφέρεται ρητά ότι «[η] παραπάνω συμφωνία θα εφαρμοστεί από 15.4.2013 σε όλα τα καταστήματά σας από όλους τους κατά τόπους Συνεργάτες / Διανομείς μας», φαίνεται ότι αυτό ισχύει και για το 2014, καθώς, όπως αποδεικνύεται από τα προαναφερθέντα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, τα οριζόμενα στις εν λόγω

<sup>559</sup> Βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στη λίστα των ληφθέντων εγγράφων κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην [...].

<sup>560</sup> Π.χ. στην περίπτωση του πρώτου ηλεκτρονικού μηνύματος, το οποίο προωθείται στο πλαίσιο της αποστολής του από 27.3.2014 μηνύματος του υπαλλήλου της Friesland [...], ο τελευταίος φαίνεται να κοινοποιεί την εν λόγω επικοινωνία στους συνεργάτες δικτύου [...] (ηλεκτρονική διεύθυνση [...]) και [...] (ηλεκτρονικές διευθύνσεις [...]). Επιπλέον, το έτερο εκ των ανωτέρω αναφερθέντων από 27.5.2013 μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με αποστολέα τον υπάλληλο της Friesland, [...], φαίνεται να κοινοποιείται και στο συνεργάτη δικτύου [...] (ηλεκτρονική διεύθυνση [...]).

<sup>561</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 4325/10.7.2018 επιστολή της παροχής στοιχείων προς τη ΓΔΑ.

<sup>562</sup> Οι αρχικές τιμές πώλησης των προϊόντων, που αναφέρονται στα ως άνω συμφωνητικά, ταυτίζονται με τις τιμές των διαθέσιμων τιμοκαταλόγων της Friesland που ήταν σε ισχύ κατά τα εν λόγω έτη (οι εν λόγω τιμοκατάλογοι προσκομίστηκαν από τη Friesland στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολής της προς τη ΓΔΑ).

<sup>563</sup> Σημειώνεται ότι στη συμφωνία του 2013 για το προϊόν [...] ορίζεται [...]

συμφωνίες, επικοινωνούνται από τη Friesland στους συνεργάτες δικτύου της για την εφαρμογή τους και κατά το έτος 2014<sup>564</sup>.

236) Περαιτέρω, πέρα από την αλυσίδα καταστημάτων [...], η Friesland εμφανίζεται να καθοδηγεί αυστηρά τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις ως προς τις τιμές πώλησης των προϊόντων και έναντι των καταστημάτων της αλυσίδας [...]<sup>565</sup>. Συγκεκριμένα, το 2013 εστάλησαν στο συνεργάτη δικτύου [...] δύο μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου<sup>566</sup> από τη Friesland, με τα οποία τον ενημερώνει για τις συμφωνηθείσες τιμές τιμολόγησης των προϊόντων της στα καταστήματα [...], στο πλαίσιο της συμφωνίας εμπορικής συνεργασίας του έτους 2013.

237) Ειδικότερα, στο από **19.8.2013** μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της Friesland, το οποίο κοινοποιείται στο συνεργάτη δικτύου [...]<sup>567</sup>, επισυνάπτεται πίνακας υπό τον τίτλο «ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ 2013», στον οποίο αποτυπώνεται η τελική τιμή πώλησης του γάλακτος υψηλής παστερίωσης NOYNOY BARISTA'S GOLD, ενώ για τα γάλατα NOYNOY Εβαπορέ & Ζαχαρούχο ορίζεται τόσο η αρχική τιμή όσο και η αντίστοιχη έκπτωση επί τιμολογίου, αλλά και λοιπές παροχές επί των συγκεκριμένων προϊόντων (π.χ. [...]). Ο εν λόγω πίνακας παρουσιάζεται κατωτέρω:

[...]

238) Επιπλέον, σε επόμενο μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, που εντοπίστηκε στην ίδια εταιρία με ημερομηνία 19.12.2013, η Friesland ενημερώνει το συνεργάτη δικτύου για τη συμφωνηθείσα με τον υπεύθυνο της αλυσίδας καταστημάτων [...] αύξηση της τιμής του γάλακτος υψηλής παστερίωσης NOYNOY BARISTA'S GOLD, προκειμένου ο συνεργάτης δικτύου να τιμολογεί στη νέα τιμή τα καταστήματα της ανωτέρω αλυσίδας. Αναλυτικότερα στο μήνυμα αναφέρεται:

*«Αγαπητοί συνεργάτες,*

*Θα ήθελα να σας ενημερώσω ότι εν όψει της προγραμματισθείσας ανατίμησης του προϊόντος Baristas Gold, πραγματοποιήθηκε χθες 19/12 συνάντηση με τον υπεύθυνο της αλυσίδας κο [...] κατά την οποία συμφωνήθηκε ότι:*

- *Από 01/01/2014 το προϊόν θα τιμολογείται στα καταστήματα [...] στην τιμή του [...] τεμ. [...] από [...] τεμ. [...] που ισχύει σήμερα και έως 31/12/2013».*

239) Επισημαίνεται ότι, όπως και στην περίπτωση της αλυσίδας [...], οι αρχικές τιμές πώλησης που αναφέρονται στα ανωτέρω μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, στις οποίες έχει συμφωνηθεί να προμηθεύουν οι συνεργάτες δικτύου τα καταστήματα της αλυσίδας καταστημάτων [...], ταυτίζονται με τις αντίστοιχες τιμές των διαθέσιμων τιμοκαταλόγων της Friesland που ίσχυαν κατά τις ως άνω περιόδους<sup>568</sup>.

<sup>564</sup> Άλλωστε στη συμφωνία του 2014 με την εν λόγω αλυσίδα καταστημάτων αναφέρεται: «*Η εταιρεία, FrieslandCampinaHellas, αναλαμβάνει από 1.1.2014 την τροφοδοσία των συνεργαζόμενων με την [...] καταστημάτων, με τα κάτωθι εμπορεύματα στις τιμές που αναφέρονται*».

<sup>565</sup> Για «*τον εξαιρετικό χαρακτήρα της συγκεκριμένης συνεργασίας με τις αλυσίδες [...]*», βλ. παρ. 18 του συμπληρωματικού υπομνήματος της Friesland αρ. πρωτ. 834/14.12.2018)..

<sup>566</sup> Τα εν λόγω μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου συλλέχθηκαν στον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της εταιρίας [...] στις [...] (βλ. έγγραφα με κωδικοποίηση [...] στη λίστα των ληφθέντων εγγράφων).

<sup>567</sup> Αποστολέας του μηνύματος είναι ο υπάλληλος της Friesland [...]. Βρέθηκε στα γραφεία της [...] κατά τον έλεγχο που πραγματοποιήθηκε στις [...].

<sup>568</sup> Οι εν λόγω τιμοκατάλογοι προσκομίστηκαν από τη Friesland με την υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή της προς τη ΓΔΑ.

240) Περαιτέρω δε επισημαίνεται ότι τόσο η προσφώνηση «[α]γαπητοί συνεργάτες» όσο και οι περισσότεροι του ενός αποδέκτες του ως άνω ηλεκτρονικού μηνύματος στοχεύουν στην καθολική εφαρμογή της κεντρικά συμφωνηθείσας τιμολογιακής πολιτικής από τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις της Friesland, οι οποίες αναλαμβάνουν τον εφοδιασμό των καταστημάτων της αλυσίδας.

241) Αξίζει εν προκειμένω να σημειωθεί ότι, αναφορικά με την εν λόγω αλυσίδα καταστημάτων, εντοπίστηκε στα ηλεκτρονικά αρχεία της Friesland<sup>569</sup> πίνακας παρόμοιος με τον ανωτέρω του από 19.8.2013 μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ο οποίος παρατίθεται κατωτέρω:

[...]

242) Όπως φαίνεται τόσο από τον τίτλο («ΓΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΕΞΥΠΗΡΕΤΟΥΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ ΔΙΚΤΥΟΥ [...]») όσο και από το περιεχόμενο του ανωτέρω πίνακα (π.χ. η σχετική αναφορά «για [...] υπολογίζεται και το [...] μετρητοίς»), η συμφωνία τιμολόγησης των καταστημάτων [...] αφορά όχι μόνον τους συνεργάτες δικτύου, αλλά και [...] που αναλαμβάνουν τον εφοδιασμό του δικτύου της συγκεκριμένης αλυσίδας. Για την περίπτωση ειδικά [...] ωστόσο ισχύουν όσα έχουν αναλυθεί ανωτέρω. Η τελική τιμή χρέωσης, μάλιστα, του γάλακτος υψηλής παστερίωσης BARISTA'S GOLD κατά το έτος 2013 [...] συμφωνεί με την τιμή που υποδεικνύεται να εφαρμοστεί κατά την πώληση του συγκεκριμένου προϊόντος στο ανωτέρω από 19.12.2013 μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Το ίδιο ισχύει και για την αντίστοιχη τιμή του 2014, καθώς σε σχετικό σχόλιο επί του συγκεκριμένου προϊόντος στον ως άνω πίνακα αναφέρεται: «Από 1/1/2014 η τιμή διαμορφώνεται σε [...] τεμ.»<sup>570</sup>.

243) Προκειμένου να διερευνηθεί περαιτέρω την ως άνω αναλυθείσα πρακτική, ζητήθηκαν ενδεικτικά από το συνεργάτη δικτύου [...] τα τιμολόγια πώλησης προϊόντων της Friesland των ετών 2013-2014 στα καταστήματα των εν λόγω αλυσίδων [...]. Εν προκειμένω, η [...] απέστειλε<sup>572</sup> 615 τιμολόγια πώλησης προϊόντων συμπυκνωμένου γάλακτος και γάλακτος υψηλής θερμικής επεξεργασίας, καθώς και κρέμας γάλακτος σε τρεις δικαιοδόχους της αλυσίδας [...] και δύο δικαιοδόχους της αλυσίδας [...].<sup>573</sup> Διευκρινίζεται δε ότι τα εν λόγω τιμολόγια καλύπτουν το σύνολο του διαστήματος των ετών 2013 και 2014. Από την ανάλυση των τιμολογίων προέκυψαν τα εξής:

*Αναφορικά με την προμήθεια των σημείων της αλυσίδας [...]:*

244) Η [...] ακολουθεί στην τιμολόγησή της έναντι των καταστημάτων της εν λόγω αλυσίδας επακριβώς την αρχική τιμή και την ορισθείσα έκπτωση που ορίζει η Friesland για τα έτη 2013 και 2014 για το γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας Barista's Gold 1,5L. Συγκεκριμένα, η [...] κατά το έτος 2013 πωλεί το εν λόγω προϊόν στην αρχική τιμή των [...] /τεμ. εφαρμόζοντας την ορισθείσα από τη Friesland

<sup>569</sup> Τα οποία συλλέχθηκαν στο πλαίσιο του ελέγχου που διεξήχθη στα γραφεία της Friesland στις 15.3.2018. Σημειώνεται ότι το εν λόγω ηλεκτρονικό έγγραφο έχει ονομασία [...]

<sup>570</sup> Αξίζει να σημειωθεί ότι, σύμφωνα με σχετική διευκρίνιση της Friesland, δεν υπάρχει έγγραφη συμφωνία για τα έτη 2013 και 2014 με την αλυσίδα καταστημάτων [...] (βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 4325/10.7.2018 επιστολή παροχής στοιχείων της Friesland προς τη ΓΔΑ).

<sup>571</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 3905/21.6.2018 επιστολή της ΓΔΑ.

<sup>572</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 4209/4.7.2018 επιστολή της [...] προς τη ΓΔΑ.

<sup>573</sup> Πρόκειται για τους δικαιοδόχους [...] (εστάλησαν 163 τιμολόγια), [...] (εστάλησαν 164 τιμολόγια) και [...] (εστάλησαν 148 τιμολόγια).

<sup>574</sup> Πρόκειται για τους [...] (εστάλησαν 63 τιμολόγια) και [...] (εστάλησαν 77 τιμολόγια).

ποσοστιαία έκπτωση επί τιμολογίου ύψους [...] και πωλώντας, ως εκ τούτου, το προϊόν στην, επίσης, ορισθείσα από τη Friesland τελική τιμή των [...] /τεμ. Παρομοίως, κατά το έτος 2014<sup>575</sup> πωλεί το εν λόγω προϊόν στην αρχική τιμή των [...] /τεμ. μείον την ορισθείσα από την Friesland έκπτωση επί τιμολογίου ποσοστού [...], καταλήγοντας στην, επίσης, ορισθείσα από την Friesland τελική τιμή των [...] /τεμ. Τα ίδια συμπεράσματα προκύπτουν όσον αφορά και στην κρέμα γάλακτος Debic Vegetop Sweet 2L, την οποία πωλεί στην ορισθείσα από τη Friesland αρχική τιμή των [...] /τεμ. εφαρμόζοντας την καθορισμένη έκπτωση ποσοστού [...]. Ωστόσο, όσον αφορά στο προϊόν Frisian Cow 410 γρ. η [...] εμφανίζεται να τιμολογεί σε χαμηλότερη τιμή, η οποία είναι ίση με ποσό [...] /τεμ. αντί του ποσού [...] /τεμ. που ορίζει η Friesland.

*Αναφορικά με την προμήθεια των σημείων της αλυσίδας [...]:*

- 245) Για το έτος 2013 η [...] ακολουθεί επακριβώς την τελική τιμή του προϊόντος γάλακτος υψηλής θερμικής επεξεργασίας Barista's Gold 1,5L που έχει ορίσει η Friesland, ήτοι [...] /τεμ. Σημειώνεται δε ότι στα σχετικά τιμολόγια, η εν λόγω ορισθείσα από την Friesland ως τελική τιμή χρησιμοποιείται ως αρχική, χωρίς επί αυτής να εφαρμόζεται κάποια έκπτωση. Αξίζει δε να σημειωθεί, αναφορικά με τα προϊόντα συμπυκνωμένου γάλακτος, ότι η [...] ακολουθεί την ορισθείσα από τη Friesland αρχική τιμή για τα προϊόντα «εβαπορέ ζαχαρούχο NOYNOY 379 γρ.» και «εβαπορέ πλήρες NOYNOY 410 γρ.» (ήτοι [...] /τεμ. και [...] /τεμ. αντίστοιχα), εφαρμόζοντας παράλληλα την καθορισμένη έκπτωση επί τιμολογίου [...] μέχρι και τον Οκτώβριο του 2013, ήτοι περίοδο την οποία καλύπτει το ανωτέρω από 19.8.2013 μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της Friesland στο οποίο αναφέρονται οι σχετικές τιμές της κεντρικής συμφωνίας<sup>576</sup>. Κατά το έτος 2014, η [...] πωλεί το προϊόν Barista's Gold 1,5L στην αρχική τιμή των [...], όπως ορίζει η Friesland, εφαρμόζοντας την επίσης ορισθείσα από τη Friesland έκπτωση ποσοστού [...], πωλώντας, ως εκ τούτου, το προϊόν στη συμφωνηθείσα τελική τιμή των [...]. Αξίζει δε να αναφερθεί ότι, κατά τα έτη αυτά, η [...] προμηθεύει συχνά και εναλλακτικά τα σημεία της αλυσίδας [...] και με το γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας NOYNOY Family 1,5L τιμολογώντας το [...] του Barista's Gold 1,5L.
- 246) Εκ των ανωτέρω συνάγεται η εφαρμογή, εκ μέρους της συνεργαζόμενης επιχείρησης που εφοδιάζει καταστήματα των αλυσίδων [...] και [...] με προϊόντα της Friesland, των καθορισμένων από την ίδια (τη Friesland) τιμών πώλησης των προϊόντων της, κατόπιν σχετικής κεντρικής συμφωνίας μεταξύ της εταιρίας και των εν λόγω αλυσίδων.

#### ***IX.1.5.3 Εξέταση ενδεχόμενου καθορισμού εμπορικής πολιτικής των συνεργατών δικτύου***

- 247) Πέρα από τη σχετική συμβατική πρόβλεψη περί καθορισμού των τιμών πώλησης των συνεργατών δικτύου, η Friesland εμφανίζεται, με βάση τα διαθέσιμα στοιχεία της υπό εξέταση περιόδου, να παρεμβαίνει και στον καθορισμό της γενικότερης εμπορικής πολιτικής τους, συνιστάμενης κυρίως στις εκπτώσεις και παροχές που χορηγούν στο πελατολόγιό τους.

<sup>575</sup> Σημειώνεται ότι βάσει των προσκομισθέντων τιμολογίων, η ορισθείσα για το 2014 τιμή στο προϊόν Barista's Gold 1,5L εφαρμόζεται από την [...] από τις 11.1.2014 και εξής.

<sup>576</sup> Μετά τον Οκτώβριο 2013 οι τιμές των εν λόγω προϊόντων διαμορφώνονται σε [...] /τεμ. και [...] /τεμ. αντίστοιχα.

- 248) Αναλυτικότερα, σε εσωτερικό σημείωμα με ημερομηνία 19.7.1999 μεταξύ στελεχών της Friesland<sup>577</sup> [...] <sup>578</sup> [...].
- 249) Μεταγενέστερα, σε έγγραφο που εντοπίστηκε στα γραφεία του συνεργάτη δικτύου [...], η Friesland εμφανίζεται να ενημερώνει τον εν λόγω συνεργάτη αναφορικά με το ύψος των εκπτώσεων και παροχών ανά κατηγορία πελάτη και προϊόντων κατά το έτος 2006<sup>579</sup>.
- 250) Κατωτέρω παρουσιάζεται το εν λόγω έγγραφο:  
[...]
- 251) Αξίζει να σημειωθεί ότι, παρ' όλο που δεν προκύπτει σαφώς ότι συντάκτης και αποστολέας του ως άνω εγγράφου είναι η εταιρία Friesland, λαμβάνοντας υπόψη ότι έχει αποσταλεί με τηλεομοιοτυπία «Υπ' όψιν: κ. [...]» και αφορά σε προϊόντα της εταιρίας (βλ. π.χ. σχετική αναφορά στο σήμα [...]) τεκμαίρεται ότι πρόκειται για σχετική ενημέρωση που εστάλη στο συνεργάτη δικτύου από την ίδια την Friesland, γεγονός το οποίο δεν αμφισβητήθηκε κατά τη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας από τη FRIESLAND.
- 252) Σύμφωνα με το περιεχόμενο του ανωτέρω εγγράφου, το οποίο τιτλοφορείται [...]
- 253) Ωστόσο, λαμβανομένου υπόψη του τίτλου του ως άνω εγγράφου, ο οποίος αφορά σε παροχές [...], καθώς και του γεγονότος ότι, όπως η ίδια η εταιρία διευκρινίζει<sup>580</sup>, [...], στο ως άνω έγγραφο φαίνεται να αποτυπώνεται η εμπορική πολιτική εκπτώσεων και παροχών που καλείται ο συνεργάτης δικτύου να ακολουθήσει στο πλαίσιο της διάθεσης των προϊόντων της εταιρίας.
- 254) Περαιτέρω, αξίζει να σημειωθεί ότι τα ανωτέρω ποσοστά εκπτώσεων και παροχών περιλαμβάνονται σε έτερο ηλεκτρονικό αρχείο της εταιρίας υπό τον τίτλο [...] <sup>581</sup>. Στο εν λόγω έγγραφο, στο οποίο φαίνεται να αποτυπώνεται συνοπτικά η γενικότερη εμπορική πολιτική εκπτώσεων και παροχών ανά κατηγορία πελατών και προϊόντων της Friesland<sup>582</sup>, τα ποσοστά που αφορούν τα [...] ταυτίζονται με τα αντίστοιχα που αναφέρονται στα ανωτέρω έγγραφα.
- 255) Ως εκ τούτου, εκ των ανωτέρω εγγράφων συνάγεται η πρόθεση της εταιρίας να σχεδιάσει κεντρικά την εμπορική της πολιτική τουλάχιστον ως προς τα συγκεκριμένα

<sup>577</sup> Βλ. ηλεκτρονικό έγγραφο και ονομασία [...] που λήφθηκε από την [...], [...], κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 16.9.2008 στα γραφεία της Friesland.

<sup>578</sup> Πρόκειται για τον [...].

<sup>579</sup> Βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην [...]. Το εν λόγω έγγραφο φέρει χειρόγραφη σημείωση «Υπ' όψιν: κ[...]» και φαίνεται να έχει αποσταλεί με τηλεομοιοτυπία στο συνεργάτη δικτύου.

<sup>580</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ, όπου αναφέρει: [...]. Αξίζει να σημειωθεί ότι, όπως προκύπτει από σχετικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η ίδια η εταιρία (βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2114/2.4.2018 επιστολή της προς τη ΓΔΑ), η ποσοστιαία αναλογία επί του συνολικού κύκλου εργασιών που η Friesland πραγματοποιεί απευθείας σε πελάτες τους οποίους η ίδια κατηγοριοποιεί ως [...] υπολογίζεται κατά μέσο όρο για τα έτη 2009-2017 [...] στο ύψος του [...]. Η αντίστοιχη αναλογία ως προς τα γαλακτοκομικά και μόνο προϊόντα εκτιμάται σε [...] επίπεδα, ήτοι ίση με [...] κατά μέσο όρο για τα έτη 2009 - 2017.

<sup>581</sup> Πρόκειται για το αρχείο με την ονομασία [...], το οποίο εντοπίστηκε στα ηλεκτρονικά αρχεία της Friesland κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της εταιρίας στις 16.9.2008.

<sup>582</sup> Η εν λόγω διαπίστωση επιρρωνύεται και από το γεγονός ότι έναντι των συνεργατών δικτύου αποτυπώνονται τα ίδια ποσοστά εκπτώσεων και παροχών, ανά κατηγορία προϊόντων, που προβλέπονται στις ετήσιες συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας και τα οποία, ως ήδη έχει αναφερθεί, είναι κατά κανόνα ενιαία μεταξύ των επιμέρους συνεργατών δικτύου. Αναφορικά μάλιστα με ποσοστιαίες εκπτώσεις, που αναφέρονται στον πίνακα και δεν αποτυπώνονται στις σχετικές ετήσιες συμφωνίες, γίνεται ειδική μνεία. Βλ. π.χ. σχετική αναφορά: [...]

σημεία πώλησης και να την εφαρμόσει διαμέσου των ανεξάρτητων συνεργαζόμενων επιχειρήσεων – διανομέων της.

256) Επιπροσθέτως, όπως προκύπτει από την εξέταση των διαθέσιμων στοιχείων, η πρακτική του καθορισμού από την Friesland της εμπορικής πολιτικής των συνεργατών δικτύου σε όρους χορηγούμενων παροχών εντοπίζεται ακόμη και στο έτος 2013, καθώς στο από **11.11.2013** μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου<sup>583</sup> με θέμα [...] η Friesland αποστέλει στην εταιρία [...] πίνακα με τα ποσοστά παροχών για τις επιμέρους κατηγορίες [...] προϊόντων και πελατών. Ειδικότερα, κατωτέρω παρατίθεται τα στοιχεία του εν λόγω πίνακα:

[...]

257) Όπως προκύπτει από τον ανωτέρω πίνακα, [...].

258) Το 2014 εντοπίστηκε σχεδόν ο ίδιος πίνακας με αυτόν του έτους 2013<sup>584</sup>. Αναλυτικότερα, στο συλλεχθέν έγγραφο, το οποίο φέρει τίτλο [...], αποτυπώνεται ο ανωτέρω πίνακας με την επιμέρους κατηγοριοποίηση των παροχών ανά κατηγορία πελατών και προϊόντων, αλλά και επιπλέον πίνακας με ανάλογη διάκριση των προβλεπόμενων παροχών και πελατών, που όμως αφορούν [...]. Ο εν λόγω πίνακας παρατίθεται κατωτέρω:

[...]

259) Συνεπώς, από τα ανωτέρω έγγραφα, η Friesland εμφανίζεται να επικοινωνεί στους συνεργάτες δικτύου το ύψος των παροχών που επιθυμεί να εφαρμόζουν αυτοί στο πελατολόγιό τους. Η ταύτιση τόσο ως προς την κατηγοριοποίηση των πελατών όσο και ως προς τα ποσοστά των παροχών ανά κατηγορία προϊόντων που παρατηρείται στα δύο έγγραφα, αποκλείει το ενδεχόμενο αυτά να αποτυπώνουν μεγέθη που έχουν αποφασισθεί από το συνεργάτη δικτύου. Επιπρόσθετα, η [...].

260) Ως εκ τούτου, τεκμαίρεται ότι πέραν της πρακτικής καθορισμού των τιμών η Friesland επιδιώκει την εφαρμογή ενιαίων όρων εκπτώσεων και παροχών στο πελατολόγιο των συνεργατών δικτύου της υποδεικνύοντας στους τελευταίους τα σχετικά ποσοστιαία μεγέθη που θα εφαρμόζουν στο πλαίσιο της εμπορικής δραστηριοποίησής τους.

## **ΙΧ.2 ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΙΜΩΝ ΜΕΤΑΠΩΛΗΣΗΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ ΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΤΩΝ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ [...]**

### **ΙΧ.2.1 Όρος για παρακολούθηση τιμών μεταπώλησης στις συμβάσεις μεταξύ Friesland και συνεργατών δικτύου**

261) Στις συμβάσεις εμπορικής συνεργασίας μεταξύ Friesland και συνεργατών δικτύου υφίσταται όρος, κατά τα έτη 2007 και 2008, σύμφωνα με τον οποίο οι τελευταίοι υποχρεούνταν να αποστέλλουν στη Friesland σε καθημερινή βάση, μεταξύ άλλων, και τις τιμολογήσεις προς το πελατολόγιό τους στα προϊόντα της Friesland. Κατά τα έτη 2009 έως 2014 ο εν λόγω όρος τροποποιείται αναφέροντας ότι οι συνεργάτες δικτύου υποχρεούνται να αποστέλλουν καθημερινά στη Friesland, μεταξύ άλλων,

<sup>583</sup> Βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων κατά τον επιτόπιο έλεγχο της [...].

<sup>584</sup> Βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην [...].



[...] <sup>585</sup>. Ο σχετικός όρος απαλείφεται από τις συμβάσεις μεταξύ Friesland και συνεργατών δικτύου από το 2015 και εντεύθεν <sup>586</sup>. Αναλυτικότερα, ο εν λόγω όρος, διαμορφώθηκε μεταξύ των ετών ως εξής:

Έτη	Συμβατικός όρος
2007 <sup>587</sup>	[...] <sup>588</sup> .
2008 <sup>589</sup>	[...]
2009-2014 <sup>590</sup>	[...]

<sup>585</sup> Για τον εν λόγω όρο, βλ. αναλυτικά κατωτέρω. Επίσης, όπως προαναφέρθηκε, η Friesland [...] (βλ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015, 5334/4.9.2015 και 6572/6.11.2015 επιστολές της Friesland προς τη ΓΔΑ).

<sup>586</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ και το συν. 2 αυτής (συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας έτους 2015 μεταξύ Friesland και των συνεργατών δικτύου [...]). Βλ. επίσης έγγραφο με κωδικοποίηση [...] από τον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον επιτόπιο έλεγχο στη Friesland στις 15.3.2018 (σύμβαση 2015 μεταξύ Friesland και [...]). Για τις συμβάσεις εμπορικής συνεργασίας των ετών 2016 και 2017 αντίστοιχα, βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1640/12.3.2018 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ και τα συν. 2.1 και 2.2 (συμβάσεις μεταξύ Friesland και [...]), συν. 2.8 και 2.9 (συμβάσεις μεταξύ Friesland και [...]), συν. 2.14 και 2.15 (συμβάσεις μεταξύ Friesland και [...]), συν. 2.19 και 2.20 (συμβάσεις μεταξύ Friesland και [...]). Βλ. επίσης έγγραφο με κωδικοποίηση [...] από τον κατάλογο ληφθέντων εγγράφων κατά τον επιτόπιο έλεγχο στη Friesland στις 15.3.2018 (σύμβαση 2017 μεταξύ Friesland και [...]). Επιπλέον, για συμβάσεις έτους 2018, βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2113/2.4.2018 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ και το συν. 2 αυτής (συμβάσεις μεταξύ της Friesland και των συνεργατών της [...]).

<sup>587</sup> Βλ. συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας του έτους 2007, που συλλέχθηκαν από τη ΓΔΑ κατά τους επιτόπιους ελέγχους το 2014 σε συνεργάτες δικτύου της Friesland. Συγκεκριμένα, βλ. i. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων από τον επιτόπιο έλεγχο στην [...], ii. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων από τον επιτόπιο έλεγχο στην [...] και iii. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων από τον επιτόπιο έλεγχο στην [...]. Εν συνεχεία η Friesland, με την υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της προς τη ΓΔΑ, προσκόμισε συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας του έτους 2007 με τους συνεργάτες δικτύου [...] (βλ. συν. 3ii, 3iv, 3v (και όμοιο 2i), 3vi, 3vii και 3viii της ανωτέρω επιστολής, αντίστοιχα).

<sup>588</sup> Ο όρος, σύμφωνα με τον οποίο οι συνεργάτες δικτύου της Friesland υποχρεούνταν να της [...].

<sup>589</sup> Βλ. συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας του έτους 2008, που συλλέχθηκαν από τη ΓΔΑ κατά τους επιτόπιους ελέγχους το 2014 σε συνεργάτες δικτύου της Friesland. Συγκεκριμένα, βλ. i. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων από τον επιτόπιο έλεγχο στην [...], ii. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων από τον επιτόπιο έλεγχο στην [...] και iii. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων από τον επιτόπιο έλεγχο στην [...]. Εν συνεχεία η Friesland, με την υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της προς τη ΓΔΑ, προσκόμισε συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας του έτους 2008 με τους συνεργάτες δικτύου [...] (βλ. συν. 3ii, 3iv, 3v (και όμοιο 2i), 3vii και 3viii της ανωτέρω επιστολής, αντίστοιχα). Όπως προαναφέρθηκε, δεν υπάρχει συμφωνία του 2008 μεταξύ Friesland και τον συνεργάτη δικτύου [...], καθότι η συνεργασία της με τη Friesland διήρκεσε μέχρι τις αρχές του 2008.

<sup>590</sup> Βλ. συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας των ως άνω ετών μεταξύ της Friesland και συνεργατών δικτύου της, που συλλέχθηκαν από τη ΓΔΑ κατά τους επιτόπιους ελέγχους το 2014 σε συνεργάτες δικτύου. Συγκεκριμένα, βλ. i. έγγραφα με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων από τον επιτόπιο έλεγχο στην [...] (συμβάσεις ετών 2011-2013), ii. (έγγραφα με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων από τον επιτόπιο έλεγχο στην [...]) (συμβάσεις ετών 2009-2013), iii. έγγραφα με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων από τον επιτόπιο έλεγχο στην [...] (συμβάσεις ετών 2009-2013), iv. έγγραφα με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων από τον επιτόπιο έλεγχο στην [...] (συμβάσεις ετών 2009-2010) και v. έγγραφα με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων από τον επιτόπιο έλεγχο στην [...] (συμβάσεις ετών 2009-2012). Εν συνεχεία η Friesland, με την υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της προς τη ΓΔΑ, προσκόμισε συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας των ως άνω ετών με τους συνεργάτες δικτύου [...] (βλ. συν. 3ii, 3iv, 3v - και όμοιο 2i - 3vii και 3viii της ανωτέρω επιστολής, αντίστοιχα).

### IX.2.2 Η τοποθέτηση της Friesland

- 262) Αναφορικά με τον ανωτέρω υπό δ) αναφερόμενο όρο, όπως αυτός διαμορφώθηκε από το **2009 έως και το 2014**, σύμφωνα με τον οποίο [...], ζητήθηκαν διευκρινίσεις αναφορικά με το ποια είναι συγκεκριμένα τα εν λόγω στοιχεία και πληροφορίες. Επιπλέον, ζητήθηκε από τη Friesland να προσκομιστούν ενδεικτικές υποβολές των ως άνω στοιχείων από συνεργάτες δικτύου.
- 263) Η Friesland στην απάντησή της συνέδεσε το αίτημα παροχής της ως άνω πληροφόρησης με την εμπορική σχέση συνεργασίας που διατηρεί με τους συνεργάτες δικτύου στο πλαίσιο [...]. Αναλυτικότερα, η Friesland διευκρίνισε σχετικώς ότι η ως άνω συμβατική πρόβλεψη υλοποιείται διαμέσου της [...] <sup>591</sup>. Σχετικώς η Friesland προσκόμισε ενδεικτικά υποβολές των ως άνω στοιχείων από τους συνεργάτες δικτύου της <sup>592</sup>. Σύμφωνα με αυτές, τα στοιχεία που αποστέλλονται από τους συνεργάτες δικτύου φαίνεται να καταχωρούνται σε ένα λογισμικό ([...]), στο οποίο, [...], εμφανίζονται να τηρούνται και στοιχεία [...].
- 264) Δεδομένου, ωστόσο, ότι ο υπό κρίση συμβατικός όρος περιλαμβανόταν στις συμβάσεις εμπορικής συνεργασίας και όχι στις συμφωνίες [...], η Υπηρεσία κατά τη διάρκεια της έρευνάς της επανήλθε ζητώντας από την Friesland εκ νέου διευκρινίσεις επί των στοιχείων που ανταλλάσσονται σε εκτέλεση του ως άνω όρου, αιτούμενη παράλληλα την αποστολή σχετικών υποβολών που να μην αφορούν σε [...]. Παρά ταύτα, η Friesland στην απάντησή της επανέλαβε την τοποθέτησή της περί αποστολής των σχετικών στοιχείων για τους σκοπούς της [...]. Αναλυτικότερα, σύμφωνα με την απάντηση της Friesland, μέσω των [...], που συνάπτει με συνεργάτες δικτύου της, [...] <sup>593</sup>. Σύμφωνα με τη Friesland, [...] <sup>594</sup>, [...]. Η Friesland επισημαίνει ότι ο σχετικός όρος απλώς επαναλαμβάνει τις σχετικές υποχρεώσεις του συνεργάτη/αποθηκευτή, που αφορούν τη λειτουργία [...], αλλά άπτονται και των αγορών που πραγματοποιεί ο ίδιος προς μεταπώληση σε δικούς του πελάτες από τα προϊόντα ψυγείου που έχουν [...] στην αποθήκη του <sup>595</sup>.
- 265) Ωστόσο, λαμβάνοντας υπόψη ότι ο σχετικός συμβατικός όρος περί [...] αφορά σύμφωνα με την Friesland παροχή πληροφοριών απαραίτητων για τους σκοπούς της [...] εκ μέρους των συνεργατών δικτύου, θα αναμένετο να περιλαμβάνεται [...] με τους συνεργάτες δικτύου και όχι στις ετήσιες συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας, οι οποίες εξυπηρετούν διαφορετικό σκοπό. Άλλωστε, [...] μεταξύ της Friesland και των συνεργατών του δικτύου της προκύπτει ότι τα αιτούμενα στοιχεία είναι [...] <sup>596</sup>. Δεν

<sup>591</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ.

<sup>592</sup> Βλ. το συν. 5ii της ανωτέρω υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολής της Friesland προς τη ΓΔΑ.

<sup>593</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 6572/6.11.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ.

<sup>594</sup> [...] (βλ. συν. 2ii της υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολής της Friesland προς τη ΓΔΑ - πρόκειται για τύπους συμβάσεων [...] για τα έτη 2000-2015 μεταξύ της Friesland και της [...]). Για τα έτη 2016 έως και 2018, βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1640/12.3.2018 επιστολή της Friesland προς την ΓΔΑ και τα συν. 2.3 και 2.4 (συμβάσεις ετών 2016-2017 μεταξύ Friesland και [...]), συν. 2.5, 2.6 και 2.7 (συμβάσεις ετών 2016-2018 μεταξύ Friesland και [...]), συν. 2.10, 2.11 και 2.12 (συμβάσεις ετών 2016-2018 μεταξύ Friesland και [...]), συν. 2.16, 2.17 και 2.18 (συμβάσεις ετών 2016-2018 μεταξύ Friesland και [...]) και συν. 2.21 και 2.22 (συμβάσεις ετών 2016-2017 μεταξύ Friesland και [...]).

<sup>595</sup> Βλ. την ανωτέρω υπ' αριθ. πρωτ. 6572/6.11.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ. Συνεπώς, σύμφωνα με τη Friesland, τα σχετικά στοιχεία που προσκόμισε με το συν. 5ii της υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολής της προς τη ΓΔΑ [...].

<sup>596</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της Friesland προς τη ΓΔΑ και το συν. 2ii αυτής. Πρόκειται για τύπους συμβάσεων εναπόθεσης για τα έτη 2000-2015 μεταξύ της Friesland και της [...]. Για τα έτη 2016 έως και 2018, βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1640/12.3.2018 επιστολή της Friesland προς την ΓΔΑ και τα συν. 2.3 και 2.4 (συμβάσεις ετών 2016-2017 μεταξύ Friesland και [...]), συν. 2.5, 2.6 και

υπάρχει, δηλαδή, όρος στις συμβάσεις [...] όμοιος με τον ανωτέρω υπό δ) [...], σύμφωνα με τον οποίο οι συνεργάτες [...]. Εξάλλου, επισημαίνεται ότι υπάρχουν και συνεργάτες δικτύου οι οποίοι δεν πραγματοποιούν [...] <sup>597,598</sup>, ενώ η τελευταία έχει συνάψει με αυτούς συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας. Παρόλα αυτά και σε αυτές τις περιπτώσεις οι συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας συμπεριλαμβάνουν τον όρο [...] της Friesland για τα ανωτέρω υπό δ) στοιχεία.

266) Αξίζει να σημειωθεί ότι, στο πλαίσιο της ανωμοτί κατάθεσης του [...] <sup>599</sup>, ο ίδιος διευκρίνισε ότι δεν γνωρίζει το λόγο για τον οποίο ο συγκεκριμένος όρος δεν περιλαμβάνεται αποκλειστικά στις συμβάσεις [...]. Ωστόσο, επισήμανε ότι τα λοιπά στοιχεία που λαμβάνει η Friesland από τους συνεργάτες δικτύου είναι στοιχεία [...] <sup>600</sup>.

267) Ως εκ τούτου, με βάση τις σχετικές διεκρινίσεις που δόθηκαν στο πλαίσιο της ανωμοτί κατάθεσης του [...], δεν φαίνεται να αποστέλλονται εκ των συνεργατών δικτύου στοιχεία τα οποία αποκαλύπτουν την τιμολογιακή πολιτική των τελευταίων. Σε κάθε περίπτωση, ωστόσο, από τα ανωτέρω εκτεθέντα δεν προκύπτει επαρκής αιτιολόγηση της εταιρίας ως προς τη σκοπιμότητα ύπαρξης του εν λόγω όρου στις συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας, καθώς και ως προς το είδος των στοιχείων που προέβλεπε να ανταλλάγουν. Ως εκ τούτου, δεν προκύπτει με ασφάλεια το είδος των στοιχείων που οι συνεργάτες δικτύου υποχρεούνται να αποστέλλουν στη Friesland σε εφαρμογή του όρου [...] ο οποίος ήταν σε εφαρμογή κατά τα έτη 2009-2014.

### IX.2.3 Καταθέσεις συνεργατών δικτύου

268) Στο ερώτημα εάν η Friesland δύναται να ελέγχει την τιμή στην οποία οι συνεργάτες δικτύου της πωλούν στους πελάτες τους τα γαλακτοκομικά προϊόντα που προμηθεύονται από αυτήν, οι απαντήσεις των συνεργατών δικτύου διαφοροποιούνται μεταξύ τους <sup>601</sup>. Αξίζει να σημειωθεί ότι η απάντηση της [...], επιβεβαίωσε τη δυνατότητα ελέγχου που διατηρούσε η προμηθεύτρια εταιρία ως προς τις τιμές πώλησης του ως άνω συνεργάτη δικτύου σε εφαρμογή προφανώς της σχετικής συμβατικής πρόβλεψης, καθώς αναφέρει: «*Η Friesland μπορούσε να ελέγχει τις τιμές που πουλούσαμε τα προϊόντα που μας προμήθευε, καθότι της στέλναμε [...]. Η δε [...]* στην απάντησή της αναφέρει μεν ότι δεν της έχει ζητηθεί από την Friesland έλεγχος επί των τιμών που εφαρμόζει κατά την πώληση των προϊόντων της, ωστόσο θεωρεί δεδομένη την εφαρμογή του τιμοκαταλόγου που υποδεικνύει η Friesland <sup>602</sup>.

---

2.7 (συμβάσεις ετών 2016-2018 μεταξύ Friesland και [...]), συν. 2.10, 2.11 και 2.12 (συμβάσεις ετών 2016-2018 μεταξύ Friesland και [...]), συν. 2.16, 2.17 και 2.18 (συμβάσεις ετών 2016-2018 μεταξύ Friesland και [...]) και συν. 2.21 και 2.22 (συμβάσεις ετών 2016-2017 μεταξύ Friesland και [...]).

<sup>597</sup> Βλ. ανωτέρω Ενότ. VIII.1.2.1. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι με το συνεργάτη δικτύου [...] η Friesland δεν έχει συνάψει συμφωνίες [...], παρόλα αυτά ο εν λόγω όρος συμπεριλαμβάνεται στις συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας που έχει συνάψει μαζί του.

<sup>598</sup> Αναλυτικότερα, βλ. συν. 4ί στην απάντηση 2 της υπ' αριθ. πρωτ. 3306/24.5.2018 επιστολής της Friesland προς τη ΓΔΑ, στο οποίο αποτυπώνεται με ποιους συνεργάτες δικτύου η Friesland έχει συνάψει συμφωνία εμπορικής συνεργασίας και με ποιους έχει συνάψει και συμφωνία [...].

<sup>599</sup> Βλ. την ανωμοτί κατάθεση που λήφθηκε από στελέχη της ΓΔΑ κατά τη διάρκεια ελέγχου στα γραφεία της Friesland στις 15.3.2018.

<sup>600</sup> Αναφορικά μάλιστα με το προαναφερθέν σύστημα [...], στον οποίο παρέπεμψε ο [...], διευκρίνισε ότι τα στοιχεία που καταχωρούνται στο εν λόγω λογισμικό αφορούν [...]. Επιπλέον, στο πλαίσιο της εν λόγω ανωμοτί κατάθεσης ζητήθηκαν διευκρινίσεις σχετικά και με παρουσίαση, η οποία είχε εντοπιστεί στα ηλεκτρονικά αρχεία της Friesland κατά τον έλεγχο που είχε πραγματοποιηθεί στα γραφεία της στις 16.9.2008, με τον τίτλο [...], στον οποίο παρέπεμψε ο [...], απήντησε ότι είναι το σύστημα [...]

<sup>601</sup> Βλ. απαντήσεις υπ' αριθ. 15ii στις καταθέσεις των συνεργατών δικτύου.

<sup>602</sup> Βλ. την απάντηση της [...] «*Ισχύει ο τιμ/ος που μας επικοινωνεί. Δεν μας έχει ζητηθεί ποτέ*».

Αλλωστε, σύμφωνα με τις καταθέσεις των συνεργατών δικτύου [...] και [...], η Friesland δύναται να διαπιστώσει τις τιμές πώλησης των προϊόντων της ελέγχοντας κατά κύριο λόγο τα τιμολόγια των πελατών τους, τους οποίους γνωρίζει<sup>603</sup>. Ωστόσο, ο συνεργάτης δικτύου [...] επισημαίνει ότι δεν υπάρχει τρόπος με τον οποίο η Friesland δύναται να ελέγχει τις τιμές στις οποίες διαθέτει τα προϊόντα του στην αγορά.

- 269) Σε σχετικό ερώτημα αναφορικά με το εάν υπάρχει κάποιο λογισμικό σύστημα, στο πλαίσιο της συνεργασίας της Friesland με τους συνεργάτες δικτύου της, το οποίο υποστηρίζει τις συναλλαγές τους ή κάποιας μορφής καθημερινή ηλεκτρονική επικοινωνία, οι [...] και [...] <sup>604</sup> απάντησαν αρνητικά. Οι λοιποί ερωτηθέντες συνεργάτες δικτύου <sup>605</sup> αναφέρθηκαν [...]. Επιπλέον, πέρα από την εν λόγω αποστολή στοιχείων σε καθημερινή ή εβδομαδιαία βάση, στο πλαίσιο των [...] των προϊόντων της Friesland <sup>606</sup>, από τις καταθέσεις των [...] και [...] προκύπτει ότι η εταιρία, πέρα από τα στοιχεία που λαμβάνει στο πλαίσιο των [...], ζητάει και λαμβάνει στοιχεία που αφορούν τις τιμολογήσεις των συνεργατών δικτύου της προς τους δικούς τους πελάτες <sup>607</sup>. Αξίζει μάλιστα να σημειωθεί ότι, όπως προκύπτει από τις απαντήσεις των εν λόγω συνεργατών δικτύου, ο λόγος που αποστέλλονται τα συγκεκριμένα στοιχεία δεν τους είναι γνωστός.
- 270) Επίσης, οι συνεργάτες δικτύου ανέφεραν ότι καταχωρούν οι ίδιοι τις τιμές μεταπώλησης λιανικής που υπάρχουν στο λογισμικό τους <sup>608</sup>.
- 271) Τέλος, στο ερώτημα εάν στο [...] οι συνεργάτες δικτύου παραδίδουν στη Friesland, κατόπιν αιτήματός της, [...], οι απαντήσεις των συνεργατών δικτύου διαφοροποιούνται <sup>609</sup>. Συγκεκριμένα, οι [...] και [...] κατέθεσαν ότι αποστέλλουν/απέστειλαν στο τέλος κάθε έτους την ανωτέρω κατάσταση στη Friesland <sup>610</sup>. Οι [...] και [...] διευκρίνισαν ότι αποστέλλουν στοιχεία που αφορούν το

<sup>603</sup> Αναλυτικότερα, η [...] αναφέρει: «Γνωρίζει τα σημεία που πουλάμε και μπορεί να ελέγξει τα τιμολόγια». Αντιστοίχως, η [...] δηλώνει σχετικά: «Βγαίνοντας στην αγορά και ελέγχοντας τους πελάτες μας. Δεν μας ζητάει να τους στείλουμε τα τιμολόγια μας», ενώ ο συνεργάτης δικτύου [...] επισημαίνει: «Εμείς στοιχεία δεν δίνουμε, μπορεί να το μάθει από τον άνθρωπό της στην αγορά».

<sup>604</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 22i απάντηση των καταθέσεων των συνεργατών δικτύου της Friesland. Συγκεκριμένα, βλ. τις απαντήσεις της [...], η οποία κατέθεσε ότι «Δεν υπήρχε κάποιο λογισμικό σύστημα που μας συνέδεε με τη Friesland» και της [...], η οποία ανέφερε «Δεν υπάρχει λογισμικό σύστημα [...]».

<sup>605</sup> Βλ. καταθέσεις των [...] και [...].

<sup>606</sup> Βλ. τις υπ' αριθ. 22i και 22ii απαντήσεις των καταθέσεων των συνεργατών δικτύου της Friesland. Συγκεκριμένα, βλ. τις απαντήσεις της [...], η οποία κατέθεσε ότι [...] της [...], η οποία κατέθεσε ότι «Ναι [...] και της [...], η οποία κατέθεσε ότι [...]

<sup>607</sup> Βλ. τις υπ' αριθ. 22i και 22ii απαντήσεις των καταθέσεων της [...], η οποία κατέθεσε ότι [...] Για τους δικούς μας πελάτες, το αρχείο περιλαμβάνει και τιμές και εκπτώσεις, αξία προ ΦΠΑ, αξία ΦΠΑ και πληρωτέο ποσό. Για τους πελάτες της [...] γίνεται η αποστολή μια φορά το μήνα. [...] Για τους υπόλοιπους πελάτες, τα αρχεία με τα δεδομένα δεν μας έχουν πει, δεν γνωρίζω που χρησιμοποιούνται. Τα ζητάει και τα παίρνει» και της [...], η οποία κατέθεσε ότι «i) Καταχωρούμε στο σύστημα της εταιρείας μας [...]. Για τα υπόλοιπα στοιχεία μας το έχει ζητήσει η Friesland».

<sup>608</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 22vi απάντηση των καταθέσεων των συνεργατών δικτύου της Friesland. Συγκεκριμένα, η [...] κατέθεσε ότι «Ο τιμοκατάλογος είναι της FRIESLAND και ο εν λόγω τιμοκατάλογος καταχωρείται στο λογισμικό της [...] από υπάλληλο της εν λόγω εταιρίας. Μπορούν να γίνουν αλλαγές στον τιμοκατάλογο οποτεδήποτε». Ομοίως, η [...] κατέθεσε ότι «Εμείς. Καταχωρούμε τον τιμοκατάλογο στο λογισμικό για να μπορούμε να πουλάμε αμέσως. Η Friesland δεν μπορεί να μπει στο πρόγραμμά μας». Αντιστοίχως, η [...] κατέθεσε ότι «Η εταιρία μας. Η Friesland δεν έχει πρόσβαση στο σύστημά μας».

<sup>609</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 23 απάντηση των καταθέσεων των συνεργατών δικτύου της Friesland.

<sup>610</sup> Συγκεκριμένα, η [...] κατέθεσε ότι «Στο τέλος κάθε έτους στα πλαίσια της συνεργασίας αποστέλλουμε την ανωτέρω κατάσταση στη Friesland. [...]». Ομοίως, η εταιρία [...] κατέθεσε ότι «Όπως

[...] με τους οποίους η Friesland έχει υπογράψει [...]»<sup>611</sup>. Αντιθέτως, η [...] αρνήθηκε την αποστολή παρόμοιων στοιχείων στη Friesland<sup>612</sup>.

#### IX.2.4 Καταθέσεις χονδρεμπορικών επιχειρήσεων [...]

272) Οι ερωτηθείσες χονδρεμπορικές επιχειρήσεις [...] κατέθεσαν ότι η Friesland δεν δύναται να ελέγχει την τιμή στην οποία οι ίδιες μεταπωλούν στους πελάτες τους τα γαλακτοκομικά προϊόντα που προμηθεύονται από αυτήν<sup>613</sup>. Επιπλέον, ανέφεραν ότι δεν υπάρχει κάποιο λογισμικό σύστημα, το οποίο υποστηρίζει τις συναλλαγές τους ή κάποιας μορφής καθημερινή ηλεκτρονική επικοινωνία με τη Friesland<sup>614</sup>. Οι ανωτέρω μάλιστα χονδρεμπορικές επιχειρήσεις ανέφεραν ότι διαμορφώνουν οι ίδιες τις τιμές μεταπώλησης λιανικής που εμφανίζονται στο λογισμικό τους σύστημα<sup>615</sup>. Περαιτέρω, ανέφεραν ότι δεν αποστέλλουν στη Friesland κατάσταση [...]»<sup>616</sup>.

#### IX.2.5 Συμπέρασμα

273) Εκ των ανωτέρω καθίσταται σαφές ότι η Friesland κατά τα έτη 2007-2008 διαμέσου ρητής συμβατικής πρόβλεψης ζητούσε από τις αντισυμβαλλόμενες επιχειρήσεις συνεργατών δικτύου να λαμβάνει σε καθημερινή βάση τις τιμολογήσεις τους προς το δικό τους πελατολόγιο, [...]. Είναι σαφές ότι η Friesland είχε με αυτόν τον τρόπο τη δυνατότητα μέσω της πληροφόρησης που λάμβανε ως προς τις τιμολογήσεις του συνεργάτη δικτύου να διαπιστώσει, και μάλιστα σε καθημερινή βάση, την εφαρμογή του προαναφερθέντος σχετικού συμβατικού όρου που καθόριζε στην εν λόγω συνεργαζόμενη επιχείρηση τις τιμές πώλησης των προϊόντων της.

274) Ωστόσο, και όπως προκύπτει από τις καταθέσεις των συνεργατών δικτύου [...] και [...] που έλαβαν χώρα το 2014, η Friesland στο πλαίσιο της συνεργασίας της με τους συνεργάτες δικτύου εμφανίζεται να ζητάει από τους τελευταίους αναλυτική πληροφόρηση επί των πωλήσεών τους έναντι του δικού τους πελατολογίου, [...]. Στην περίπτωση της επιχείρησης [...], ο συνεργάτης δικτύου αναφέρει ότι αποστέλλει μηνιαίως στοιχεία, τα οποία μεταξύ άλλων αφορούν στις τιμές πώλησης και εκπτώσεις που εφαρμόζει, στη δε περίπτωση της επιχείρησης [...] αναφέρεται ότι αποστέλλονται, αρχικώς καθημερινά και πλέον εβδομαδιαίως, τα παραστατικά της εταιρίας που αφορούν, μεταξύ άλλων, σε πωλήσεις προς τους πελάτες τους και από τα οποία ευλόγως κρίνεται ότι δύναται να εξαχθεί πληροφόρηση ως προς τις εφαρμοζόμενες τιμές πώλησης και εκπτώσεις επί τιμολογίου<sup>617</sup>. Αξίζει να

---

προαναφερα αυτό γινόταν στο τέλος κάθε χρόνου. Ο λόγος ήταν για να ελέγχει το πελατολόγιο και τους τζίρους. Οι τιμές ήταν δεδομένο πως ήταν συγκεκριμένες».

<sup>611</sup> Αναλυτικότερα, η εταιρία [...] κατέθεσε ότι «Δίδεται λίστα πελατών που έχουν [...]. Για τους υπόλοιπους δεν δίδονται. [...]». Περαιτέρω, η [...] κατέθεσε ότι [...]». Η [...] κατέθεσε ότι «Όχι. Δεν της δίνουμε όλο το πελατολόγιο. [...]». Όπως έχει αναφερθεί και ανωτέρω (βλ. Ενót. VIII.1.2.2), οι συνεργάτες δικτύου [...].

<sup>612</sup> Συγκεκριμένα, η [...] κατέθεσε ότι «Όχι δεν μου ζητούνται τέτοια στοιχεία».

<sup>613</sup> Βλ. απαντήσεις υπ' αριθ. 15ii στις καταθέσεις των [...] και [...].

<sup>614</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 22i απάντηση των καταθέσεων. Συγκεκριμένα, η [...] κατέθεσε ότι «Δεν υπήρχε λογισμικό σύστημα ούτε καθημερινή ηλεκτρονική επικοινωνία. Τις αλλαγές των τιμών στο δικό μου σύστημα τις περνούσε η εταιρία μου. Όταν άλλαζε ο τιμοκατάλογος της Friesland ενημερώναμε κι εμείς αντίστοιχα τους πελάτες μας για την αλλαγή των τιμών» και η [...] ανέφερε «Όχι δεν αποστέλλω ηλεκτρονικά τέτοια στοιχεία στη Friesland».

<sup>615</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 22vi απάντηση των καταθέσεων των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, η [...] κατέθεσε ότι «Εγώ διαμορφώνω τον τιμοκατάλόγο μου στο σύστημα».

<sup>616</sup> Συγκεκριμένα, η [...] δήλωσε ότι «Όχι δεν παραδίδω τέτοιες καταστάσεις. Δεν υπάρχει λόγος. [...]» και η [...] ότι «Όχι δεν συνέβαινε κάτι τέτοιο. Είχανε ζητήσει το πελατολόγιο της εταιρίας μου [...]».

<sup>617</sup> Τα παραστατικά που αναμένεται να εκδίδονται από τους συνεργάτες δικτύου στο πλαίσιο των πωλήσεων που πραγματοποιούν έναντι του δικού τους πελατολογίου είναι δελτία αποστολής-τιμολόγια πώλησης. Όπως έχει ήδη επισημανθεί, [...]

υπενθυμιστεί ότι, όπως οι ίδιοι οι συνεργάτες δικτύου επισημαίνουν, ενώ τα στοιχεία τα οποία αποστέλλονται στην Friesland και αφορούν τα προϊόντα που διακινούνται στο πλαίσιο [...], η λοιπή πληροφόρηση που λαμβάνει η εταιρία ως προς το πελατολόγιο των συνεργατών δικτύου δεν διευκρινίζεται για ποιο λόγο ζητείται. *Ως εκ τούτου, η χρήση των εν λόγω στοιχείων από την Friesland από τα οποία μάλιστα, ως αναφέρθηκε, η εταιρία δύναται να διαπιστώσει την τιμολογιακή πολιτική των συνεργατών δικτύου δεν συνδέεται με κάποια αντικειμενική ανάγκη στο πλαίσιο της εμπορικής δραστηριοποίησής της.*

- 275) Ωστόσο, αξίζει να επισημανθεί ότι ακόμη και πέραν της υποχρέωσης αποστολής των ανωτέρω στοιχείων, η Friesland δύναται να διαπιστώσει την εφαρμογή των τιμών πώλησης των προϊόντων της εκ μέρους των συνεργατών δικτύου. Τούτο διότι, όπως αναφέρεται από τους συνεργάτες δικτύου [...] και [...] κατά τα ανωτέρω εκτεθέντα, η Friesland μπορεί να ελέγξει την τιμολογιακή τους πολιτική διαμέσω των επιχειρήσεων στις οποίες πωλούν τα προϊόντα της. Ενδεικτικά αναφέρεται η σχετική δήλωση του συνεργάτη δικτύου [...]: *«Γνωρίζει τα σημεία που πουλάμε και μπορεί να ελέγξει τα τιμολόγια».* Η εν λόγω δυνατότητα της Friesland επισημαίνεται, κατά τα προεκτεθέντα, ακόμη και σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της ίδιας της εταιρίας προς συνεργάτες δικτύου της αναφορικά με τον εφοδιασμό των καταστημάτων της αλυσίδας [...], σύμφωνα με τους όρους της μεταξύ τους συναφθείσας κεντρικής συμφωνίας, οι οποίοι περιλαμβάνουν και τις τιμές πώλησης των προϊόντων της, στο οποίο η Friesland όχι μόνο παραδέχεται τον ως άνω έλεγχο επί των τιμών, αλλά και ότι έχει γίνει γνώστης παραπόνων από επιχειρήσεις που συμμετέχουν στην κεντρική συμφωνία σχετικά με αποκλίσεις τιμών σε σχέση με τις συμφωνηθείσες. Συγκεκριμένα, στο εν λόγω μήνυμα αναφέρεται<sup>618</sup>: *«Τον τελευταίο καιρό άνθρωποι της Εταιρείας μας που επισκέπτονται τα καταστήματα διαπιστώνουν αποκλίσεις στην εφαρμογή της Συμφωνίας, αλλά και οι ίδιοι οι franchisees των καταστημάτων στέλνουν μηνύματα στα κεντρικά τους για διαφορές στις τιμές».* Ως εκ τούτου, εκ των ανωτέρω επιβεβαιώνεται η δυνατότητα που διαθέτει η εταιρία να διαπιστώνει την τήρηση εκ μέρους των συνεργατών δικτύου των καθορισμένων από την ίδια τιμών πώλησης των προϊόντων της.

### **ΙΧ.3 ΝΟΜΙΚΗ ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΕΠΙ ΤΟΥ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΥ (ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ) ΤΙΜΩΝ ΜΕΤΑΠΩΛΗΣΗΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ ΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΤΩΝ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ [...]**

#### **ΙΧ.3.1 Γενικό πλαίσιο**

- 276) Η ελευθερία διαμόρφωσης των τιμών αποτελεί έναν από τους βασικότερους στόχους των άρθρων 1 παρ. 1 ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ. Τα εν λόγω άρθρα μνημονεύουν ρητά, ως περιοριστικές του ανταγωνισμού, συμφωνίες ή εναρμονισμένες πρακτικές οι οποίες, άμεσα ή έμμεσα, καθορίζουν τις τιμές ή οποιουσδήποτε άλλους όρους συναλλαγής που σχετίζονται με τη διαμόρφωση τιμών. Κατά πάγια νομολογία, ο άμεσος ή έμμεσος καθορισμός τιμών συνιστά πρόδηλο περιορισμό του ανταγωνισμού (και την κυριότερη περίπτωση εξ αντικειμένου νόθευσης του ανταγωνισμού)<sup>619</sup>.

<sup>618</sup> Το εν λόγω μήνυμα που τοποθετείται χρονικά στο τέλος του 2013, εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην εταιρία [...] (βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στη λίστα των ληφθέντων εγγράφων).

<sup>619</sup> Βλ. ενδεικτικά ΕΑ 622/2015, σκ. 172, ΕΑ 580/VII/2013, σκ. 104 επικυρωθείσα από ΔΕΦΑΘ 527/2016, ΕΑ 495/VI/2010, σκ. 71 επικυρωθείσα από ΔΕΦΑΘ 2803/2011. Βλ. και ανωτέρω Ενότ. VII.1.5, VII.1.6.

- 277) Παρομοίως, σύμφωνα με το άρθρο 4 στοιχ. α' του Κανονισμού (ΕΚ) 2790/1999, ο καθορισμός τιμών μεταπώλησης, δηλαδή συμφωνίες ή εναρμονισμένες πρακτικές που έχουν ως άμεσο ή έμμεσο αντικείμενό τους τον καθορισμό πάγιου ή ελάχιστου επιπέδου τιμής μεταπώλησης, θεωρείται ως ιδιαίτερα σοβαρός περιορισμός του ανταγωνισμού<sup>620</sup>. Ειδικότερα, συμβατικοί όροι ή πρακτικές σε κάθετες συμφωνίες, με τους οποίους ορίζονται στο διανομέα οι τιμές μεταπώλησης των προϊόντων, θεωρούνται ότι έχουν ως αντικείμενό τους τον περιορισμό του ανταγωνισμού. Στις περιπτώσεις αυτές παρέλκει η διαπίστωση του αντιανταγωνιστικού αποτελέσματος από την εφαρμογή του συγκεκριμένου όρου/συμφωνίας<sup>621</sup>. Οι κατευθυντήριες γραμμές αναφέρονται σε δύο κυρίως αρνητικά αποτελέσματα που μπορεί να προκύψουν από τον καθορισμό τιμών μεταπώλησης: 1. Μείωση του ενδοσηματικού ανταγωνισμού σε επίπεδο τιμών και 2. μεγαλύτερη διαφάνεια σε επίπεδο τιμών. Στην περίπτωση των πάγιων ή ελάχιστων προκαθορισμένων τιμών μεταπώλησης, οι διανομείς δεν μπορούν πλέον να ανταγωνίζονται ο ένας τον άλλον ως προς την τιμή του οικείου σήματος, με αποτέλεσμα την εξάλειψη του ενδοσηματικού ανταγωνισμού σε επίπεδο τιμών (και την άμβλυση του ενδοσηματικού ανταγωνισμού γενικότερα). Η μεγαλύτερη διαφάνεια των τιμών διευκολύνει, επίσης, τις οριζόντιες αθέμιτες συμπράξεις μεταξύ παραγωγών ή διανομέων, τουλάχιστον στις αγορές που χαρακτηρίζονται από υψηλή συγκέντρωση<sup>622</sup>.
- 278) Σε περίπτωση συμβατικών διατάξεων ή εναρμονισμένων πρακτικών που ενέχουν απευθείας καθορισμό τιμών μεταπώλησης, ο περιορισμός του ανταγωνισμού είναι εμφανής. Ωστόσο, ο καθορισμός των τιμών μεταπώλησης μπορεί, επίσης, να επιτευχθεί και με έμμεσο τρόπο. Τέτοια παραδείγματα αποτελούν, μεταξύ άλλων, οι συμφωνίες για καθορισμό του περιθωρίου κέρδους του διανομέα<sup>623</sup>, του ανωτάτου επιπέδου έκπτωσης που ο διανομέας μπορεί να χορηγήσει από ένα καθορισμένο επίπεδο τιμών<sup>624</sup>, η εξάρτηση της χορήγησης εκπτώσεων ή της επιστροφής των δαπανών προώθησης εκ μέρους του προμηθευτή από την τήρηση συγκεκριμένου επιπέδου τιμών<sup>625</sup>, η σύνδεση της καθορισμένης τιμής μεταπώλησης με τις τιμές μεταπώλησης των ανταγωνιστών<sup>626</sup>, οι προειδοποιήσεις, η επιβολή κυρώσεων, η καθυστέρηση ή αναστολή παραδόσεων, καθώς και η καταγγελία συμβάσεων σε συνάρτηση με την τήρηση συγκεκριμένου επιπέδου τιμών<sup>627</sup>. Περαιτέρω, τόσο οι άμεσοι όσο και οι έμμεσοι τρόποι για την επίτευξη του καθορισμού τιμών μπορούν

<sup>620</sup> Σημειωτέον ότι, σύμφωνα με την ως άνω διάταξη του Κανονισμού απαλλαγής κατά κατηγορίες, δε θίγεται η δυνατότητα του προμηθευτή να επιβάλει μέγιστη τιμή πώλησης ή να συνιστά τιμή πώλησης, υπό τον όρο ότι αυτές δεν ισοδυναμούν με πάγια ή ελάχιστη τιμή πώλησης, συνεπεία πίεσεων οποιουδήποτε μέρους στη σύμβαση ή κινήτρων που προσφέρονται από οποιοδήποτε συμβαλλόμενο μέρος.

<sup>621</sup> Βλ. ό.π.

<sup>622</sup> Βλ. προηγούμενες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 112. Βλ. και Δ. Λουκάς, Ο καθορισμός τιμών μεταπώλησης και η επικείμενη αναθεώρηση των κανόνων για τους κάθετους περιορισμούς (Κανονισμός (ΕΚ) 2790/1999), ΔΕΕ 8-9/2009, σελ. 894 επ. Βλ. N. Zevgolís, *Resale Price Maintenance (RPM) in European Competition Law: Legal certainty Versus Economic theory?*, ECLR, Volume 34: Issue 1, 2013, p. 25.

<sup>623</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-260/07, *Pedro IV Servicios*, Συλλ. 2009, σελ. I-2437, σκ. 78.

<sup>624</sup> Βλ. ενδεικτικά απόφαση της Ευρ. Επιτροπής της 16.7.2003, *PO/YAMAHA*, Υπόθεση COMP/37975, σκ. 67-71, 124-127.

<sup>625</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-107/82, *AEG v. Commission*, Συλλογή 1983, σελ. 3151, σκ. 124-128.

<sup>626</sup> Βλ. Frank Wijckmans & Filip Tuytschaever, *Vertical Agreements in EU Competition Law, 2nd edition*, σελ. 144, όπου γίνεται εκτενής αναφορά στην υπόθεση *Tobacco*, Office of Fair Trading, 15 Απριλίου 2010.

<sup>627</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-107/82, ό.π., σκ. 129-130 και απόφαση της Επιτροπής 2001/711/ΕΚ, *Volkswagen- Passat*, Υπόθεση COMP/F-2/36.693, σκ. 66.

να γίνουν πιο αποτελεσματικοί όταν συνδυαστούν με λήψη μέτρων για τον εντοπισμό διανομέων που εφαρμόζουν μειωμένες τιμές, όπως η εφαρμογή συστήματος παρακολούθησης τιμών ή μέτρων που μπορεί να αποθαρρύνουν τον αγοραστή να μειώσει τις τιμές μεταπώλησης, όπως, μεταξύ άλλων, στην περίπτωση που ο προμηθευτής υποχρεώνει τον αγοραστή να εφαρμόζει μια ευνοϊκή ρήτρα για τους τακτικούς πελάτες<sup>628</sup>. Ωστόσο, η χρήση ενός συγκεκριμένου συνοδευτικού μέτρου ή η παροχή στον αγοραστή από τον προμηθευτή καταλόγου συνιστώμενων ή ανώτατων τιμών δεν θεωρείται αφ' εαυτής ότι οδηγεί σε καθορισμό των τιμών μεταπώλησης<sup>629</sup>.

279) Σε περίπτωση μη ύπαρξης (έστω κατά φαινόμενο) συμβατικών όρων, αναζητάται η συμμόρφωση των μεταπωλητών με τις αποσπελλόμενες από τον προμηθευτή τιμές, η οποία διαπιστώνεται εφόσον αυτές τίθενται σε εφαρμογή. Σε κάθε περίπτωση, δεν μπορεί να επιβληθεί δέσμευση ως προς τις τιμές μεταπώλησης. Οι συνιστώμενες/προτεινόμενες ή οι μέγιστες τιμές είναι μεν καταρχάς συμβατές με τις απαγορευτικές διατάξεις των άρθρων 1 του ν. 703/1977 και 101 ΣΛΕΕ, στο μέτρο, ωστόσο, που ο παραγωγός ή προμηθευτής περιορίζεται στην ανακοίνωση των τιμών αυτών στους διανομείς/μεταπωλητές και δεν προκύπτει άμεση ή έμμεση δέσμευση των τελευταίων για την τήρησή τους. Πρέπει, επίσης, να αποτρέπεται η επίταση της διαρθρωτικής ακαμψίας των τιμών, που παρεμποδίζει τον ανταγωνισμό ως προς τις τιμές. Συναφώς, δεν επιτρέπονται αυστηρές καθοδηγήσεις ως προς τον καθορισμό των τιμών λιανικής<sup>630</sup>. Ο πιθανός κίνδυνος για τον ανταγωνισμό των μέγιστων και συνιστώμενων τιμών είναι ότι λειτουργούν ως εστιακό σημείο (focal point) για τους μεταπωλητές και ενδεχομένως εφαρμόζονται από τους περισσότερους ή και από όλους τους μεταπωλητές ή και ότι οι μέγιστες ή συνιστώμενες τιμές μπορεί να αμβλύνουν τον ανταγωνισμό ή να διευκολύνουν την αθέμιτη σύμπραξη μεταξύ των προμηθευτών<sup>631</sup>. Αυτό δε το απευκταίο αντιανταγωνιστικό αποτέλεσμα επιτείνεται στις περιπτώσεις εκείνες που ο καθορισμός ανώτατων ή συνιστώμενων τιμών δεν λειτουργεί για μικρό χρονικό διάστημα, αλλά εφαρμόζεται για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, με σαφή σταθερότητα και συστηματικότητα<sup>632</sup>. Με άλλα λόγια, πρέπει να εξετάζεται και να διακριβώνεται, λαμβάνοντας υπόψη το σύνολο των συμβατικών ρητρών εντός του οικονομικού και νομικού τους πλαισίου, καθώς και τη συμπεριφορά των μερών, αν ο μεταπωλητής έχει στην πράξη πραγματική δυνατότητα να μειώσει την προτεινόμενη ή μέγιστη τιμή πώλησης ή αν, αντιθέτως, αυτή η τιμή πώλησης των συμβατικών προϊόντων επιβάλλεται στο μεταπωλητή εν είδει πάγιας ή ελάχιστης τιμής, με έμμεσο τρόπο ή με συγκεκριμένα μέσα, όπως π.χ. με τον καθορισμό του σχετικού περιθωρίου κέρδους του ή του ανώτατου ορίου των μειώσεων που μπορεί να χορηγήσει με βάση την προτεινόμενη τιμή, με απειλές, με εκφοβισμό, με προειδοποιήσεις, με κυρώσεις ή μέτρα παρακίνησης<sup>633</sup>.

<sup>628</sup> Βλ. παλιές Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 47 και αντίστοιχα ισχύουσες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 48.

<sup>629</sup> Βλ. προηγούμενες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 47 και αντίστοιχα ισχύουσες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 48.

<sup>630</sup> Βλ. ΕΑ 580/VII/2013, σκ. 106 και τη νομολογία στην οποία παραπέμπει.

<sup>631</sup> Βλ. προηγούμενες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 226 και αντίστοιχα ισχύουσες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 227.

<sup>632</sup> Εξ αντιδιαστολής, για το λόγο τούτο, για παράδειγμα, στις περιπτώσεις που κατά τους καλοκαιρινούς μήνες έχει διαπιστωθεί κατακόρυφη αύξηση της τιμής των καυσίμων, υπουργικές αποφάσεις που κατά καιρούς έχουν ληφθεί για την αντιμετώπιση του συγκεκριμένου φαινομένου και αφορούν στον καθορισμό ανώτατης τιμής μεταπώλησης, ισχύουν για πολύ μικρό χρονικό διάστημα, προκειμένου να επιτελέσουν τον προσωρινό/βραχυχρόνιο σκοπό τους και μόνο.

<sup>633</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-279/06, *CEPSA*, Συλλ. 2008, σελ. I-6681, σκ. 71 καθώς και ΔΕΚ C-260/07, ό.π., σκ. 79-80.



- 280) Σημαντικός παράγοντας για την αξιολόγηση των πιθανών αποτελεσμάτων που αντιβαίνουν στον ανταγωνισμό από τις μέγιστες ή συνιστώμενες τιμές μεταπώλησης είναι η θέση του προμηθευτή στην αγορά. Όσο ισχυρότερη είναι η θέση του προμηθευτή στην αγορά, τόσο μεγαλύτερος είναι ο κίνδυνος μία μέγιστη ή μία συνιστώμενη τιμή μεταπώλησης να οδηγήσει σε κατά το μάλλον ή ήττον ομοιόμορφη εφαρμογή αυτού του επιπέδου τιμών από τους μεταπωλητές, διότι αυτοί είναι πιθανόν να τη χρησιμοποιήσουν ως σημείο εστίασης (focal point)<sup>634</sup>. Οι μεταπωλητές ενδέχεται να δυσκολεύονται να αποκλίνουν από τις προτεινόμενες ή μέγιστες τιμές μεταπώλησης, που θεωρούν ότι είναι αυτές που προτιμά ένας ιδιαίτερα ισχυρός προμηθευτής.
- 281) Αυτή η δυσκολία εκτιμάται ότι υφίσταται και εν προκειμένω, δεδομένου ότι το «NOYNOY» αποτελεί δυνατό σήμα και ταυτόχρονα η Friesland αποτελεί ισχυρό προμηθευτή, ενώ ταυτόχρονα η διαπραγματευτική δύναμη ενός εκάστου χονδρεμπορίου έναντι της Friesland συγκριτικά θεωρείται μάλλον ασήμαντη.

### **IX.3.2 Οι διερευνηθείσες πρακτικές στην υπό κρίση υπόθεση**

#### ***IX.3.2.1 Καθορισμός τιμών μεταπώλησης στις συμβάσεις μεταξύ Friesland και συνεργατών δικτύου από το 1996 μέχρι τις αρχές του 2009***

- 282) Οι υπό εξέταση συμβάσεις μεταξύ της Friesland και των συνεργατών δικτύου της, σε επίπεδο χονδρεμπορίου, και οι επιμέρους όροι που εμπεριέχονται σε αυτές εμπίπτουν ευθέως στην έννοια της «συμφωνίας» κατά τα προεκτεθέντα<sup>635</sup> και δη στην έννοια της κάθετης συμφωνίας μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε διαφορετικό επίπεδο στην αλυσίδα διανομής. Στους επίμαχους όρους αποτυπώνεται η συνήθης συμβατική πρακτική μεταξύ της Friesland και των συνεργαζόμενων με αυτήν επιχειρήσεων σε επίπεδο χονδρεμπορίου. Συνεπώς, δεν τίθεται θέμα αμφισβήτησης της ύπαρξης συμφωνίας, υπό το πρίσμα του δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού.
- 283) Περαιτέρω, όπως προαναφέρθηκε<sup>636</sup>, στις υπό εξέταση συμβάσεις ο καθορισμός τιμών μεταπώλησης αποτυπώνεται συμβατικά κατά τη διάρκεια των ετών 1996 έως και 2008.
- 284) Ειδικότερα, στο πλαίσιο των συμβάσεων του 1996 προβλέπεται η υποχρέωση των συνεργατών δικτύου να πωλούν στους πελάτες τους σε τιμές κόστους<sup>637</sup>. Στις συμβάσεις των ετών 1997-1998 εντοπίζονται όροι βάσει των οποίων οι συνεργάτες δικτύου υποχρεούνται να χρεώνουν τους πελάτες τους στις τιμές τιμοκαταλόγου της Friesland μείον [...]. Αντίστοιχοι όροι απαντώνται και στις συμβάσεις μεταξύ Friesland και συνεργατών δικτύου κατά τα έτη 1999 έως και 2008, όπου ρητώς προβλέπεται η υποχρέωση των συνεργατών δικτύου να χρεώνουν τους πελάτες τους στις τιμές που αναφέρονται στους τιμοκαταλόγους της Friesland. Οι σχετικές συμβάσεις είναι ετήσιες και ακολουθείται, ανά τα έτη, συγκεκριμένος και ενιαίος τύπος σύμβασης με το σύνολο των συνεργατών δικτύου της Friesland ανά την ελληνική επικράτεια<sup>638</sup>.

<sup>634</sup> Βλ. προηγούμενες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 227 και αντίστοιχα ισχύουσες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 228.

<sup>635</sup> Βλ. Ενót. VII.1.4, VII.1.5.

<sup>636</sup> Βλ. Ενót. IX.1.1.

<sup>637</sup> Βλ. αναλυτικά ανωτέρω Ενót. IX.1.1.

<sup>638</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της Friesland προς τους συνεργάτες της και το συν. 2ί αυτής, με το οποίο η Friesland προσκόμισε τύπους συμβάσεων από το 1998 έως το 2013 με την [...], αλλά και τα συν. 3 ii, iv, v, vi, vii και viii της ως άνω επιστολής, με τα οποία η Friesland

- 285) Επισημαίνεται ότι οι συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας του 2009, στις οποίες απαλείφεται πλέον ο όρος περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης, υπεγράφησαν, σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, τον Μάρτιο και τον Απρίλιο του ίδιου έτους<sup>639</sup> και ότι εφεξής τα μέρη συνεχίζουν, και μετά την παρέλευση της 31.12.2008, την εκτέλεση των συμβάσεων του 2008, ως εάν αυτές δεν είχαν λήξει, μέχρι την υπογραφή των συμβάσεων του 2009, τον Μάρτιο και τον Απρίλιο του έτους αυτού. Εκτιμάται δηλαδή ότι η ισχύς των συμβάσεων του 2009 δεν εκκινεί από την 1.1.2009<sup>640</sup>. Στην περίπτωση αυτή, γίνεται δεκτό ότι οι συμβάσεις έχουν ανανεωθεί σιωπηρά, συνεχίζουν να ισχύουν και να είναι δεσμευτικές για τα μέρη, ήτοι έχουν πλέον καταστεί αορίστου χρόνου<sup>641</sup>. Ως εκ τούτου τεκμαίρεται ότι οι συμβάσεις του 2008, με τον ρητό όρο περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης, ανανεώθηκαν σιωπηρά και ίσχυσαν μέχρι την υπογραφή των νέου τύπου συμβάσεων τον Μάρτιο και τον Απρίλιο του 2009, στις οποίες ο περιοριστικός του ανταγωνισμού όρος απαλείφεται<sup>642</sup>.
- 286) Οι ως άνω συμβατικοί όροι δεν καταλείπουν αμφιβολία περί της στοιχειοθέτησης καθορισμού τιμών μεταπώλησης κατά τα έτη 1996 έως και τον Απρίλιο του 2009 στις συμβάσεις της Friesland με τους συνεργάτες δικτύου της. Ο καθορισμός συγκεκριμένης τιμής μεταπώλησης νοθεύει την εξέλιξη των τιμών στην αγορά και έχει ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού. Δεν επιτρέπει την ελεύθερη διαμόρφωση των τιμών και οδηγεί στην καθιέρωση ενός συγκεκριμένου επιπέδου τιμών, ενδεχομένως διαφορετικού από αυτό που θα προέκυπτε από την απρόσκοπτη λειτουργία του ανταγωνισμού<sup>643</sup>. Αφενός, οι διανομείς δεν μπορούν να παραβλέψουν τις συμβατικές υποχρεώσεις που περιορίζουν την ελευθερία τους στον ορισμό της

---

προσκόμισε στη ΓΔΑ παρόμοιους σχετικούς τύπους συμβάσεων με τους ως άνω όρους των συνεργατών δικτύου [...] αντιστοίχως.

<sup>639</sup> Συγκεκριμένα, όπως προαναφέρθηκε, οι συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας μεταξύ της Friesland και των συνεργατών δικτύου [...] υπεγράφησαν την 1.4.2009 και με τους συνεργάτες δικτύου [...] υπεγράφησαν στις 10.3.2009. Σύμφωνα, άλλωστε, με τα διαθέσιμα στοιχεία οι περισσότερες σχετικές συμβάσεις μεταξύ των μερών υπογράφονται στις αρχές ή στα μέσα εκάστου έτους.

<sup>640</sup> Μολονότι δηλαδή υπάρχει σχετικός όρος στις συμβάσεις των ετών 2009, σύμφωνα με τον οποίο «Με την παρούσα θέλουμε να επιβεβαιώσουμε και εγγράφως τους όρους και τις προϋποθέσεις συνεργασίας μας από 01/01/2009 έως 31/12/2009», εκτιμάται ότι η ισχύς των συμβάσεων του 2009 εκκινεί από την ημερομηνία υπογραφής τους, ήτοι από τον Μάρτιο και τον Απρίλιο του 2009.

<sup>641</sup> Κατ' αναλογική εφαρμογή του άρθρου 769 ΑΚ που αφορά τις εταιρίες και το οποίο ορίζει ότι «Αν η εταιρία που έχει συσταθεί για ορισμένο χρόνο συνεχίζεται σιωπηρά και ύστερα από την πάροδο αυτού του χρόνου, λογίζεται ότι ανανεώθηκε για αόριστο χρόνο» και του π.δ. 219/1991, περί εμπορικών αντιπροσώπων, το οποίο στο άρθρ. 8 παρ. 2 ορίζει ότι «Σύμβαση ορισμένου χρόνου, στην οποία τα δύο μέρη συνεχίζουν να εκτελούν μετά τη λήξη της, θεωρείται ότι μετατρέπεται σε σύμβαση αορίστου χρόνου». Βλ. ενδεικτικά και ΑΠ 849/2002.

<sup>642</sup> Άλλωστε, όπως θα εκτεθεί κατωτέρω, η εξακολούθηση εφαρμογής του σχετικού όρου συνεχίζεται όχι μόνο μέχρι τον Απρίλιο του 2009, αλλά τουλάχιστον μέχρι το 2014, οπότε και υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία - βλ. Ενót. ΙΧ.3.2.2. Βλ. επίσης σχετικά ανωτέρω Ενót. ΙΧ.1.3, όπου αναφέρεται ότι, σύμφωνα με την από [...] ανωμοτί κατάθεση της [...] «Ο τιμοκατάλογος μας παρέχεται από την Friesland. Είναι πανελλαδικός. Ίδιες τιμές από εμάς και από τη Friesland στην Αθήνα [...] Σε όλα τα έτη της συνεργασίας μας ίσχυαν τα ίδια». Βλ. και την από [...] ανωμοτί κατάθεση της [...], σύμφωνα με την οποία: «Εμείς πουλάμε τιμή τιμοκαταλόγου μείον την έκπτωσή μας, πάντοτε έτσι ήταν. [...] Άρα παίρνω τιμοκατάλογο Friesland, αφαιρώ παροχή μου και πουλάω, φαντάζομαι η Friesland δεν θέλει να πουλάνε ακριβότερα, θα μπορούσα να δώσω χαμηλότερα αλλά δε με συμφέρει γιατί η παροχή είναι μικρή. Δεν έχει συμβεί απόκλιση. Πάντα αυτό ίσχυε. Οι τιμές είναι υποχρεωτικές».

<sup>643</sup> Βλ. ενδεικτικά ΕΑ 385/Ν/2008, σελ. 23, επικυρωθείσα από το ΔΕφΑθ, το οποίο με την υπ' αριθ. 2803/2009 απόφασή του περιόρισε το ύψος των επιβληθέντων προστίμων. Βλ. και Van Bael & Bellis, Competition Law of the European Community, 5<sup>th</sup> Edition, Kluwer Law International, 2010, σελ. 193 επ. και σχετική νομολογία στην οποία παραπέμπουν.

τιμολογιακής τους πολιτικής, αφετέρου, όπως θα καταδειχθεί κατωτέρω, η Friesland έχει ως στόχο να εναρμονίσει τεχνητά τις τιμές.

- 287) Όπως έχει κρίνει το ΔΕΚ, το άρθρο 81 παράγραφος 1 στοιχείο α) αναφέρεται στον καθορισμό των τιμών με στόχο τη νόθευση της κανονικής εξέλιξης των τιμών στην αγορά<sup>644</sup>. Συναφώς, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει κρίνει ότι «*το σύστημα επιβολής τιμών μεταπώλησης καθιστά αδύνατη για τους μεταπωλητές τη θέσπιση δικών τους τιμών πώλησης, σε σχέση με το κόστος τους και την εμπορική τους πολιτική. Η ελεύθερη διαμόρφωση των τιμών και η δυνατότητα μεταφοράς στους αγοραστές ενδεχόμενων πλεονεκτημάτων παρεμποδίζεται ή τουλάχιστον μειώνεται αισθητά. Ένα τέτοιο σύστημα είναι καθαρά αντίθετο στην απαγόρευση του άρθρου 85 παρ. 1*»<sup>645</sup>. Επίσης, η ΕΑ στην πρόσφατη με αριθ. 646/2017 απόφασή της, αναφέρει τα εξής: «*[...] σημειώνεται ότι η τιμολογιακή-εκπαιωτική πολιτική της κάθε επιχείρησης λιανικής πώλησης καλλυντικών αποτελεί ζήτημα, που πρέπει να αποφασίζεται αυτόνομα από αυτή και στο οποίο δεν επιτρέπεται να επεμβαίνουν οι προμηθευτές της*»<sup>646</sup>.
- 288) Δεδομένου ότι στην προκειμένη περίπτωση αποδεικνύεται πλήρως ο ανταγωνιστικός χαρακτήρας των συμβάσεων, ήτοι είναι *per se* απαγορευμένος δεν απαιτείται οποιαδήποτε περαιτέρω έρευνα για τα αποτελέσματα που επέφεραν οι υπό κρίση συμβάσεις. Δηλαδή, για τη διαπίστωση της παράβασης του δικαίου του ανταγωνισμού δεν απαιτείται η ανάπτυξη και ανταγωνιστικών αποτελεσμάτων, δεδομένου ότι από μόνη της η συμφωνία με αντικείμενο τον καθορισμό τιμών αποτελεί πολύ σοβαρή παράβαση<sup>647</sup>.
- 289) Επιπλέον, αδιάφορη είναι η προσπάθεια ή μη της Friesland να επιβάλει τους όρους προς την κατεύθυνση διαμόρφωσης των τιμών. Η ύπαρξη και μόνο αυτών των όρων είναι δυνατό να έχει συνέπειες στη συμπεριφορά των διανομέων. Σύμφωνα άλλωστε με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή «*... άσχετα από την μειωμένη προσπάθεια της Systemform να επιβάλλει αυτές τις ρήτρες, η ύπαρξή τους ήταν δυνατόν να είχε συνέπειες στη συμπεριφορά των διανομέων της. Παραδείγματος χάριν, ακόμη και αν η Systemform δεν άσκησε έλεγχο στον από κοινού καθορισμό τιμών και δεν απαιτήσε ενημέρωση περί αυτών, η παρουσία αυτών των ρητρών στις συμβάσεις είναι δυνατόν να ασκήσουν πίεση στους διανομείς της ώστε να ευθυγραμμίσουν τη δική τους πολιτική τιμών με τις ευχές της Systemform*»<sup>648</sup>.
- 290) Συνεπώς, οι ως άνω αναλυόμενοι όροι των συμβάσεων διανομής μεταξύ της Friesland και των συνεργατών δικτύου της εμπεριέχουν, λόγω του περιεχομένου τους, αντικειμενικό περιορισμό του ανταγωνισμού, κατά παράβαση των άρθρων 1 παρ. 1 του ν. 703/1977 (νυν άρθ. 1 παρ. 1 ν. 3959/2011) και 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ (νυν άρθ. 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ), για την περίοδο από το 1996 έως τον Απρίλιο του 2009 (εξ αντικειμένου περιορισμός του ανταγωνισμού).

<sup>644</sup> Βλ. ενδεικτικά T-13/89, *ICI/Επιτροπή*, Συλλ. 1992, σελ. II- 1021, σκ. 310 & 311.

<sup>645</sup> 77/66/ΕΟΚ: Απόφαση της Επιτροπής, της 22ας Δεκεμβρίου 1976, περί διαδικασίας εφαρμογής του άρθρου 85 της Συνθήκης της ΕΟΚ (IV/24.510 - *GEROFABRIEK*) (Το κείμενο στην ολλανδική γλώσσα είναι το μόνο αυθεντικό), ΕΕ 1977, L 016, σελ. 8.

<sup>646</sup> Βλ. ενδεικτικά ΕΑ 646/2017, σκ. 342 και ενωσιακή νομολογία στην οποία παραπέμπει.

<sup>647</sup> Βλ. και ανωτέρω Ενót. VII.1.6.

<sup>648</sup> 97/123/ΕΚ Απόφαση της Επιτροπής της 4ης Δεκεμβρίου 1996 σχετικά με διαδικασία βάσει του άρθρου 85 της Συνθήκης ΕΚ και του άρθρου 53 της συμφωνίας ΕΟΧ (IV/35.679-*Novalliance/Systemform*) (Το κείμενο στη γερμανική γλώσσα είναι το μόνο αυθεντικό), ΕΕ αριθ. L 047 της 18/02/1997 σ. 0011 – 0021, σκ. 61). Βλ. και ΕΑ 385/V/2008, σελ. 20 επ. και ευρωπαϊκή νομολογία στην οποία παραπέμπει.

**IX.3.2.2 Τουλάχιστον ισχυρές ενδείξεις για εναρμονισμένη πρακτική καθορισμού τιμών μεταπώλησης μεταξύ Friesland και συνεργαζόμενων χονδρεμπορικών επιχειρήσεων από το 2009 έως τουλάχιστον το 2014 που συνδυαστικά αξιολογούμενες οδηγούν σε απόδειξη**

**IX.3.2.2.1 Σύνοψη καταθέσεων των συνεργατών δικτύου και των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων που [...]**

291) Από τις αρχές του 2009 και εφεξής, ο καθορισμός τιμών μεταπώλησης δεν αποτυπώνεται πλέον ρητά στις συμβάσεις των συνεργατών δικτύου<sup>649</sup>. Αναφορικά με τον τρόπο με τον οποίο διαμορφώνεται η τιμή μεταπώλησης από τις συνεργαζόμενες με τη Friesland επιχειρήσεις προς τους πελάτες τους, από τις καταθέσεις των συνεργαζόμενων - και μετά το 2009 - με τη Friesland χονδρεμπορικών επιχειρήσεων<sup>650</sup>, προκύπτει ότι οι περισσότεροι αναφέρουν πως καθ' όλα τα έτη της συνεργασίας τους με τη Friesland – ήτοι τόσο πριν όσο και μετά την απαλοιφή του περιοριστικού όρου – δεν αποκλίνουν από τις τιμές του τιμοκαταλόγου της, με κέρδος το ποσοστό έκπτωσης που τους χορηγεί<sup>651</sup>. Η [...] κατέθεσε ότι διαμορφώνει η ίδια την τιμή μεταπώλησης και δεν υποχρεούται να πωλεί με βάση τον τιμοκατάλογο της Friesland. Περαιτέρω, συνεργάτης δικτύου κατέθεσε ότι τηρεί τον τιμοκατάλογο της Friesland για πρακτικούς λόγους<sup>652</sup>. Σημειώνεται επίσης η κατάθεση συνεργάτη, ο οποίος, ενώ αναφέρει ότι θα μπορούσε να πωλήσει χαμηλότερα από τους τιμοκαταλόγους της Friesland, αλλά δεν το πράττει, καθώς δεν τον συμφέρει γιατί η παροχή είναι μικρή, εν συνεχεία καταθέτει ότι οι τιμές του τιμοκαταλόγου είναι υποχρεωτικές<sup>653</sup>. Ο ίδιος συνεργάτης δικτύου εκτιμά ότι η Friesland δεν θέλει να πουλάνε οι συνεργάτες δικτύου ακριβότερα<sup>654</sup>, ισχυρισμός από τον οποίο δύναται να συναχθεί ότι, ανεξάρτητα από την ύπαρξη ή όχι ρητού συμβατικού όρου περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης, η Friesland επιδιώκει την τήρηση συγκεκριμένης τιμολογιακής και εμπορικής πολιτικής από τις συνεργαζόμενες με αυτήν χονδρεμπορικές επιχειρήσεις, με στόχο, όπως θα εκτεθεί, την εναρμόνιση των τιμών μεταπώλησης. Τον ισχυρισμό αυτό επιβεβαιώνει και η προαναφερθείσα κατάθεση της [...], η οποία αναφέρει ως «πρακτικό λόγο» συμμόρφωσης με τις τιμές τιμοκαταλόγου της Friesland ότι πολλοί πελάτες, αλυσίδες σούπερ μάρκετ και όμιλοι συνεταιρισμών, έχουν πανελλαδική κάλυψη και δεν δύναται να ισχύει για αυτούς διαφορετική τιμή για κάθε περιοχή. Προς επίρρωση της συγκεκριμένης εκτίμησης λειτουργεί και η κατάθεση της [...], η οποία κατέθεσε ότι «*Η Friesland ήθελε να αγοράζουμε και να πουλάμε όλοι στις τιμές τιμοκαταλόγου [...]* Η τιμή τιμοκαταλόγου ήταν υποχρεωτική. Αν απέκλινε η εταιρία μας, μειωνόταν το

<sup>649</sup> Βλ. ανωτέρω Ενότ. IX.1.1, IX.3.2.1.

<sup>650</sup> Υπενθυμίζεται ότι η [...], η οποία κατέθεσε ότι υπήρχε σαφής καθορισμός τιμών μεταπώλησης από τη Friesland σε όλη τη διάρκεια της συνεργασίας της με τη αυτήν, [...] μέχρι το 2008, έτος κατά το οποίο υπήρχε, όπως προαναφέρθηκε, ρητός όρος καθορισμού τιμών μεταπώλησης στις σχετικές συμβάσεις. Ομοίως, η [...], η οποία κατέθεσε ότι οι τιμές τιμοκαταλόγου της Friesland ήταν υποχρεωτικές, [...] μέχρι το 2005.

<sup>651</sup> Βλ. ανωτέρω Ενότ. IX.1.3, IX.1.4, τις καταθέσεις των [...] (αλλά και [...] και [...]).

<sup>652</sup> Συγκεκριμένα, η [...] κατέθεσε ότι «[...] Για πρακτικούς λόγους τηρείται ο τιμοκατάλογος επειδή πολλοί πελάτες και αλυσίδες σούπερ μάρκετ και όμιλοι συνεταιρισμών έχουν πανελλαδική κάλυψη και δεν μπορεί να έχουν άλλη τιμή για κάθε περιοχή. Και με τα υπόλοιπα σημεία-πελάτες τηρείται ο τιμοκατάλογος».

<sup>653</sup> Βλ. αναλυτικά ανωτέρω Ενότ. IX.1.3 την κατάθεση της [...].

<sup>654</sup> Συγκεκριμένα, η [...] κατέθεσε ότι «*Εμείς πουλάμε τιμή τιμοκαταλόγου μείον την έκπτωσή μας, πάντοτε έτσι ήταν. [...] Άρα παίρνω τιμοκατάλογο Friesland, αφαιρώ παροχή μου και πουλάω, φαντάζομαι η Friesland δεν θέλει να πουλάνε ακριβότερα, θα μπορούσα να δώσω χαμηλότερα αλλά δε με συμφέρει γιατί η παροχή είναι μικρή. Δεν έχει συμβεί απόκλιση. Πάντα αυτό ίσχυε. Οι τιμές είναι υποχρεωτικές*».

κέρδος μας». Περαιτέρω, η [...] κατέθεσε ότι δεν συμμετέχει η ίδια στη διαμόρφωση των τιμών και ότι δεν έχει αποκλίνει ποτέ από τις τιμές τιμοκαταλόγου καθ' όλα τα έτη της συνεργασίας της με τη Friesland. Επισημαίνει ότι ο τιμοκατάλογος παρέχεται από τη Friesland, είναι πανελλαδικός και ότι εφαρμόζονται οι ίδιες τιμές από τον ίδιο και από τη Friesland, η οποία πωλεί απευθείας στην Αθήνα<sup>655,656</sup>. Ο ίδιος συνεργάτης δικτύου κατέθεσε ότι η Friesland έχει ορίσει την τιμή πώλησης στους νομούς, όπου ο ίδιος πωλεί τα προϊόντα της<sup>657</sup>. Εκ της ανωτέρω ιδίως κατάθεσης της [...], προκύπτει ο υποχρεωτικός χαρακτήρας των τιμοκαταλόγων της Friesland και η ρητή επιβολή τιμών μεταπώλησης από αυτήν.

292) Επιπλέον, όπως προαναφέρθηκε<sup>658</sup>, αναφορικά με τον τρόπο καθορισμού του περιθωρίου κέρδους των συνεργαζόμενων με Friesland επιχειρήσεων και με το εάν αυτό ορίζεται ίσο με το ποσοστό έκπτωσης επί των εκάστοτε εκδιδόμενων τιμολογίων πώλησης προϊόντων της Friesland προς τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις, οι τελευταίες απαντούν είτε ότι αυτό καθορίζεται από τη Friesland<sup>659</sup> είτε ότι διαμορφώνεται από τη Friesland (και είναι ίσο με το ποσοστό έκπτωσης [...]), αλλά οι συνεργάτες δύνανται να πωλήσουν ακριβότερα ή χαμηλότερα (οπότε στην τελευταία περίπτωση το κέρδος μειώνεται)<sup>660</sup> είτε ότι το περιθώριο κέρδους καθορίζεται από τον ανταγωνισμό ή από τους ίδιους τους συνεργάτες δικτύου<sup>661</sup>. Όπως προαναφέρθηκε, ανεξάρτητα από τις αποκλίσεις στις απαντήσεις των συνεργαζόμενων με τη Friesland επιχειρήσεων, σχεδόν όλες απαντούν ότι το περιθώριο κέρδους τους προκύπτει από το ποσοστό έκπτωσης [...] που τους παρέχει η Friesland<sup>662</sup>.

#### **IX.3.2.2.2 Νομική εκτίμηση**

293) Σε περίπτωση διερεύνησης ενδεχόμενης εναρμονισμένης πρακτικής<sup>663</sup> ανάμεσα σε προμηθευτή και μεταπωλητές, αναζητείται η συμμόρφωση των μεταπωλητών με τις τιμές που έχει αποστείλει ο προμηθευτής, η οποία διαπιστώνεται υπό την προϋπόθεση ότι οι τιμές που εστάλησαν τίθενται τελικά σε εφαρμογή<sup>664</sup>. Η ύπαρξη εναρμονισμένης πρακτικής χαρακτηρίζεται από ένα αντικειμενικό και ένα υποκειμενικό κριτήριο<sup>665</sup>.

294) Το αντικειμενικό κριτήριο συνίσταται στη συμπεριφορά που εναρμονίζεται και στην ομοιόμορφη δραστηριοποίηση των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων. Όπως προκύπτει

<sup>655</sup> Συγκεκριμένα, η [...] κατέθεσε ότι «Ο τιμοκατάλογος μας παρέχεται από την Friesland. Είναι πανελλαδικός. Ίδιες τιμές από εμάς και από τη Friesland στην Αθήνα. Εμείς δεν συμμετέχουμε στην διαμόρφωση των τιμών. Δεν θεωρώ ότι θα υπάρχουν κωρύσεις, αλλά δεν έχουμε αποκλίνει ποτέ. Σε όλα τα έτη της συνεργασίας μας ίσχυαν τα ίδια».

<sup>656</sup> Σύμφωνα δε τόσο με τις καταθέσεις των χονδρεμπόρων όσο και με τη Friesland, ο τιμοκατάλογος χονδρικής είναι ίδιος για όλους τους πελάτες της (βλ. ανωτέρω Ενότ. IX.1.2, IX.1.3).

<sup>657</sup> Συγκεκριμένα, η [...] κατέθεσε ότι «Στους Νομούς [...] που δίνουμε όλα τα προϊόντα Friesland δεν έχουμε συμφωνία γραπτή με τους πελάτες μας, μόνο προφορική, αλλά μας έχει ορίσει η Friesland μια τιμή πώλησης [...]».

<sup>658</sup> Βλ. αναλυτικά ανωτέρω Ενότ. IX.1.3, IX.1.4.

<sup>659</sup> Βλ. τις καταθέσεις των [...] και [...] στην Ενότ. IX.1.3, IX.1.4, οι οποίες, όπως προαναφέρθηκε, [...] μέχρι τα έτη [...].

<sup>660</sup> Βλ. τις καταθέσεις των [...] και [...] στην Ενότ. IX.1.3.

<sup>661</sup> Βλ. τις καταθέσεις των [...] και [...] στην Ενότ. IX.1.3, IX.1.4.

<sup>662</sup> Βλ. ανωτέρω Ενότ. IX.1.3, IX.1.4, τις καταθέσεις των [...], αλλά και [...] και [...].

<sup>663</sup> Δηλαδή περίπτωση κατά την οποία απουσιάζουν σχετικοί συμβατικοί όροι.

<sup>664</sup> Βλ. και Ν. Ζευγώλη, Κάθετες συμφωνίες και ανταγωνισμός, Εκδόσεις Σάκκουλα, 2012, σελ. 101 επ.

<sup>665</sup> Βλ. ενδεικτικά Δ. Τζουγανάτο, Δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού, Νομική Βιβλιοθήκη, 2013, σελ. 222 και Ν. Ζευγώλη (σχόλιο) στην υπ' αριθμ. T-208/01 [Volkswagen AG v. Commission], ό.π.

από τα ανωτέρω<sup>666</sup>, ο λόγος απαλοιφής των περιοριστικών του ανταγωνισμού όρων εκτιμάται ότι είναι η υποχρέωση κατάθεσης των συμφωνιών εμπορικής συνεργασίας της Friesland με τους συνεργάτες δικτύου της στο Υπουργείο Ανάπτυξης, ενόψει υλοποίησης νέας αγορανομικής διάταξης - οπότε και οι όροι των συμβάσεων εξετάζονται ενδεδειγμένα και απαλείφονται οι παραβατικοί - και όχι η αυτόβουλη επιθυμία για επάνοδο σε συνθήκες ελεύθερου ανταγωνισμού.

- 295) Περαιτέρω, όπως προαναφέρθηκε, οι καταθέσεις των συνεργαζόμενων με τη Friesland χονδρεμπορικών επιχειρήσεων, σύμφωνα με τις οποίες οι τιμές πώλησης των προϊόντων της Friesland που εφαρμόζουν στο πελατολόγιό τους δεν αποκλίνουν από τις αντίστοιχες τιμές του εκάστοτε ισχύοντος τιμοκαταλόγου της Friesland, επιβεβαιώνονται και από την ανάλυση των στοιχείων των τιμοκαταλόγων και τιμολογίων πώλησης της Friesland, αλλά και αυτών των συνεργαζόμενων χονδρεμπορικών επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, από την έρευνα της ΓΔΑ για το σύνολο της ερευνώμενης περιόδου<sup>667</sup>, συμπεριλαμβανομένου και του χρονικού διαστήματος μετά το 2009, οπότε και απαλείφονται οι συμβατικοί όροι περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης, προέκυψε ότι οι συνεργαζόμενες με τη Friesland χονδρεμπορικές επιχειρήσεις, ακόμα και αυτές που κατέθεσαν ότι διαμορφώνουν οι ίδιες την τιμή μεταπώλησης, εφαρμόζουν σχεδόν απαρέγκλιτα στο δικό τους πελατολόγιο τον τιμοκατάλογο της Friesland, μετακυλύοντας συχνά στους δικούς τους πελάτες μέρος των εκπτώσεων που οι ίδιοι λαμβάνουν από την εταιρία<sup>668</sup>. Από τη σύγκριση δηλαδή των τιμών στις οποίες πωλεί η Friesland γαλακτοκομικά προϊόντα προς τις συνεργαζόμενες με αυτήν χονδρεμπορικές επιχειρήσεις (όπως αυτές αναγράφονται στους τιμοκαταλόγους και στα τιμολόγια πώλησης της Friesland) με τις αρχικές τιμές στις οποίες μεταπωλούν τα προϊόντα αυτά οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις στους λιανοπωλητές (όπως αυτές αναγράφονται σε αντίστοιχα τιμολόγια πώλησης των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων), προκύπτει ότι οι τελευταίες ήταν ίδιες με τις τιμές του τιμοκαταλόγου (χονδρικής) της Friesland<sup>669</sup> και μετά το 2009 και έως το 2014, οπότε και υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία. Προκύπτει, δηλαδή, ότι και μετά την απαλοιφή του όρου περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης, οι συνεργάτες δικτύου της Friesland και οι χονδρέμποροι που [...] εξακολουθούν να αγοράζουν και να μεταπωλούν τα προϊόντα της Friesland, βάσει του εκάστοτε τιμοκαταλόγου χονδρικής της τελευταίας<sup>670</sup>. Συνεπώς, διαπιστώνεται ότι οι χονδρέμποροι<sup>671</sup> εφαρμόζουν ως εστιακό σημείο τον τιμοκατάλογο χονδρικής της Friesland, ενώ προκύπτει ότι θα μπορούσαν να καθορίζουν οι ίδιοι μόνο τις εκπτώσεις και το περιθώριο κέρδους τους. Με αυτόν τον τρόπο δεν επιτρέπεται η ελεύθερη διαμόρφωση των τιμών και καθιερώνεται συγκεκριμένο επίπεδο τιμών,

<sup>666</sup> Βλ. αναλυτικά ανωτέρω Ενót. IX.1.1.

<sup>667</sup> Ήτοι από το 2004 έως και το 2014, οπότε και υπάρχουν διαθέσιμα συγκρίσιμα στοιχεία τιμοκαταλόγων και τιμολογίων. Βλ. αναλυτικότερα Ενót. IX.1.5.1 για σχετικά στοιχεία ανά συνεργαζόμενη με τη Friesland χονδρεμπορική επιχείρηση.

<sup>668</sup> Όπως προαναφέρθηκε, η μόνη εταιρία από τις ερωτηθείσες συνεργαζόμενες επιχειρήσεις που επέδειξε δικό της τιμοκατάλογο με τιμές που παρεκκλίνουν από τις αντίστοιχες τιμές του τιμοκαταλόγου της Friesland είναι η [...], κατ' αντιστοιχία με σχετική δήλωσή της στο πλαίσιο ανωμοτί κατάθεσής της περί αυτόνομης διαμόρφωσης των τιμών πώλησης των προϊόντων της Friesland έναντι του δικού της πελατολογίου ανεξάρτητα από τον τιμοκατάλογο της ίδιας της Friesland. Ωστόσο, όπως ήδη αναφέρθηκε, από την ανάλυση των ανωτέρω στοιχείων προκύπτει ότι στην πράξη και η εν λόγω εταιρία ακολουθεί με αμελητέες αποκλίσεις την τιμολογιακή πολιτική που εφαρμόζεται από τη Friesland (βλ. αναλυτικά ανωτέρω Ενót. IX.1.5.1)

<sup>669</sup> Με τις ελάχιστες ανωτέρω αναφερόμενες αποκλίσεις (βλ. αναλυτικά Ενót. IX.1.5.1).

<sup>670</sup> Βλ. και ΕΑ 495/VI/2010, σκ. 73 επικυρωθείσα από το ΔΕΦΑθ, το οποίο με την υπ' αριθ. 2803/2011 απόφασή του περιόρισε το ύψος των επιβληθέντων προστίμων.

<sup>671</sup> Ήτοι, συνεργάτες δικτύου της Friesland και οι [...]).

ενδεχομένως διαφορετικό από αυτό που θα προέκυπτε από την απρόσκοπτη λειτουργία του ανταγωνισμού, ήτοι εάν οι συνεργαζόμενες με τη Friesland χονδρεμπορικές επιχειρήσεις δεν υποχρεούνταν, συμβατικά ή μη, να εφαρμόζουν ως αρχική τιμή μεταπώλησης τις τιμές χονδρικής του τιμοκαταλόγου της Friesland<sup>672</sup>.

- 296) Ως προς το υποκειμενικό κριτήριο, ο συντονισμός της συμπεριφοράς πρέπει να αποτελεί εκδήλωση (αιτιατό) της βούλησης των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων προς εναρμόνιση, δηλαδή της συνειδητής επιλογής τους να υποκαταστήσουν στην αβεβαιότητα της αυτόνομης δράσης, τη βεβαιότητα της συνεργασίας. Δεν απαιτείται να έχουν προβεί οι επιχειρήσεις στον από κοινού καθορισμό της μελλοντικής τους συμπεριφοράς, αρκεί να έχουν εξαλείψει την αβεβαιότητα ως προς τις μελλοντικές ενέργειές τους εντός της αγοράς<sup>673</sup>. Εν προκειμένω εκτιμάται ότι, ακόμα και εάν κατά τα έτη μετά το 2009 ο καθορισμός τιμών μεταπώλησης δεν αποτυπώνεται πλέον ρητά στις συμβάσεις των συνεργατών δικτύου, ο χαρακτήρας των τιμοκαταλόγων της Friesland ως υποχρεωτικός διαπιστώνεται, όπως προαναφέρθηκε<sup>674</sup>, σε μέρος τουλάχιστον των ερωτηθεισών χονδρεμπορικών επιχειρήσεων, από τις καταθέσεις των οποίων προκύπτει, επίσης, ότι η Friesland επιδιώκει την τήρηση συγκεκριμένης τιμολογιακής και εμπορικής πολιτικής από τους διανομείς της, με στόχο την εναρμόνιση των τιμών μεταπώλησης. Επιπλέον, ο όρος που περιλαμβανόταν για δώδεκα έτη (από το 1996 έως τις αρχές του 2009<sup>675</sup>) στις αντίστοιχες συμβάσεις της Friesland, εταιρίας κατέχουσας εμπειρία, εξειδίκευση και ισχυρό σήμα, ανελλιπώς επαναλαμβανόμενος κατ' έτος, εκτεινόμενος σε όλη την ελληνική επικράτεια και απαλειφθείς από το 2009, για τυπικούς λόγους όπως προαναφέρθηκε<sup>676</sup>, με τη συγκεκριμένη σε αυτές διατύπωσή του, να πωλούν, δηλαδή, οι συνεργάτες δικτύου τα γαλακτοκομικά προϊόντα αυτής προς τους λιανεμπόρους πελάτες τους στην τιμή του εκάστοτε ισχύοντος τιμοκαταλόγου χονδρικής πώλησης αυτής, συνιστά έντονη επιθυμία και σύσταση προς αυτούς, τείνει στη διαμόρφωση ενιαίας τιμής χονδρικής πώλησης των εν λόγω ειδών, ανά την Ελλάδα, και, αν δεν εμποδίζει, πάντως σίγουρα δεν ενθαρρύνει την ελεύθερη διαμόρφωση της τιμής χονδρικής πώλησης. Όπως προαναφέρθηκε, ο καθορισμός τιμών μεταπώλησης, ο οποίος υπήρχε ρητά στις συμβάσεις μέχρι τις αρχές του 2009, λειτούργησε για τους χονδρεμπόρους, μετά την απαλοιφή του, ως εστιακό σημείο τιμής μεταπώλησης των προϊόντων τους. Κατ' αυτόν τον τρόπο επηρεάζει την ελεύθερη διαμόρφωση των τιμών χονδρικής πώλησης, άλλως τείνει στον περιορισμό και στρέβλωση του ανταγωνισμού μεταξύ των χονδρεμπόρων συνεργατών της, αφού μειώνεται αισθητά η δυνατότητα θέσπισης δικής τους εμπορικής πολιτικής. Δηλαδή, οι συνεργαζόμενες με τη Friesland χονδρεμπορικές επιχειρήσεις σαφώς προκύπτει ότι έλαβαν υπόψη, άμεσα ή έμμεσα, την εκπεφρασμένη επί πολλά έτη και συμβατικά αποτυπωμένη βούληση της Friesland για καθορισμένη τιμή μεταπώλησης, πρακτική που εφαρμόστηκε με σταθερότητα και συστηματικότητα, για να καθορίσουν την τιμολογιακή πολιτική που θα ακολουθούσαν. Περαιτέρω, η εξακολούθηση συμμόρφωσης στους εκάστοτε ισχύοντες τιμοκαταλόγους της Friesland και μετά την απαλοιφή του όρου τον Μάρτιο και Απρίλιο του 2009 εκτιμάται ότι υπαγορεύεται και από το γενικότερο συμβατικό και οικονομικό πλαίσιο συνεργασίας μεταξύ Friesland και χονδρεμπορικών

<sup>672</sup> Βλ. αμέσως κατωτέρω περί μη ύπαρξης πραγματικής δυνατότητας των συνεργαζόμενων με τη Friesland χονδρεμπορικών επιχειρήσεων να αποκλίνουν από τις τιμές τιμοκαταλόγου της Friesland.

<sup>673</sup> Βλ. Δ. Τζουγανάτο, Δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού, ό.π., σελ. 223 επ. και νομολογία στην οποία παραπέμπει.

<sup>674</sup> Βλ. Ενót. IX.1.3.

<sup>675</sup> Όπως προαναφέρθηκε (Ενót. IX.1.1, IX.3.2.1), οι συμβάσεις του έτους αυτού ανανεώθηκαν σιωπηρά έως τον Μάρτιο και τον Απρίλιο του 2009, οπότε και υπεγράφησαν οι συμβάσεις του 2009.

<sup>676</sup> Βλ. Ενót. IX.1.1.

επιχειρήσεων, καθώς διαπιστώνεται ότι οι τελευταίες δεν είχαν ουσιαστικά στην πράξη την πραγματική δυνατότητα να αποκλίνουν από τις τιμές τιμοκαταλόγου της Friesland, καθώς, όπως ανέφεραν, εάν παρέκλιναν, το κέρδος τους μειωνόταν. Η εξακολούθηση, δηλαδή, συμμόρφωσης με τις τιμές τιμοκαταλόγου της Friesland υπαγορεύεται και από την αυτονόητη επιθυμία των διανομέων όχι απλά να διατηρήσουν το κέρδος τους, αλλά σε ορισμένες περιπτώσεις να διασφαλίσουν την επιβίωση της επιχείρησής τους<sup>677</sup>, γεγονός το οποίο επιβάλλει τη συμμόρφωση στις τιμές τιμοκαταλόγου<sup>678</sup>. Εκ των ανωτέρω εκτιμάται ότι προκύπτει σιωπηρή συναίνεση από μέρους των διανομέων στη διαπιστωθείσα<sup>679</sup> επιδίωξη της Friesland για την τήρηση συγκεκριμένης τιμολογιακής πολιτικής και εναρμόνισης των τιμών μεταπώλησης, ήτοι στην εξακολούθηση εφαρμογής των τιμών τιμοκαταλόγου της ως τιμών μεταπώλησης των διανομέων της και μετά το 2009.

- 297) Εκ των ανωτέρω προκύπτει ευθυγραμμισμένη συμπεριφορά των συνεργαζόμενων με τη Friesland χονδρεμπορικών επιχειρήσεων σε ό,τι αφορά την εφαρμογή των τιμοκαταλόγων της Friesland ως τιμών χρέωσης προς τους πελάτες τους τουλάχιστον μέχρι το 2014, όπως προκύπτει από τη σύγκριση τιμοκαταλόγων και τιμολογίων, ιδίως από το 2009 και εφεξής, οπότε ο όρος περί καθορισμού τιμών τύποις απαλείφεται. Το γεγονός ότι, σύμφωνα με τις ανωτέρω καταθέσεις και διαπιστώσεις από την ανάλυση των τιμολογίων, οι συνεργάτες της Friesland καθ' όλα τα έτη της συνεργασίας τους με αυτήν, ήτοι τόσο πριν όσο και μετά την απαλοιφή του συμβατικού όρου περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης, τιμολογούν με τον ίδιο τρόπο, δηλαδή αγοράζουν και πωλούν στην τιμή τιμοκαταλόγου της Friesland, με κέρδος το ποσοστό έκπτωσης που τους χορηγεί η Friesland<sup>680</sup>, συνηγορεί υπέρ της διαπίστωσης ύπαρξης μίας λανθάνουσας μορφής (οιονεί) συμφωνίας, έστω και αν αυτή δεν είναι ολοκληρωμένη με τη νομική έννοια του όρου, ανάμεσα στις εμπλεκόμενες επιχειρήσεις, ήτοι σε κοινή βούληση αυτών για εναρμόνιση της συμπεριφοράς τους και εξακολούθηση εφαρμογής του τιμοκαταλόγου της Friesland για τη μεταπώληση των προϊόντων των συνεργαζόμενων με αυτήν χονδρεμπορικών επιχειρήσεων, η οποία οδηγεί, κατά τα ανωτέρω, σε διαπίστωση ύπαρξης εναρμονισμένης πρακτικής που εμπίπτει στο ρυθμιστικό πλαίσιο του άρθρου 1 παρ. 1 του ν. 703/1977 (νυν άρθρου 1 παρ. 1 του ν. 3959/2011)<sup>681</sup>.
- 298) Ως εκ τούτου διαπιστώνεται η ύπαρξη εναρμονισμένης πρακτικής μεταξύ της Friesland και των συνεργαζόμενων με αυτήν χονδρεμπορικών επιχειρήσεων αναφορικά με την εφαρμογή των εκάστοτε τιμοκαταλόγων χονδρικής ως τιμών μεταπώλησης κατά παράβαση των άρθρων 1 παρ. 1 του ν. 703/1977 (νυν άρθρ. 1 παρ. 1 ν. 3959/2011) και 101 ΣΛΕΕ, για την περίοδο από το 2009 μέχρι τουλάχιστον το 2014<sup>682</sup>.
- 299) Επιπλέον, λαμβάνοντας ιδίως υπόψη τις καταθέσεις των συνεργατών δικτύου που αναφέρονται σε υποχρεωτικό χαρακτήρα των τιμοκαταλόγων της Friesland (και μετά το 2009)<sup>683</sup>, καθώς και τη διαπίστωση εφαρμογής των τιμοκαταλόγων της Friesland

<sup>677</sup> Βλ. ανωτέρω την κατάθεση της [...].

<sup>678</sup> Σχετικώς, όπως προαναφέρθηκε, σχεδόν όλες οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις κατέθεσαν ότι το περιθώριο κέρδους τους προκύπτει από το ποσοστό έκπτωσης [...] που τους παρέχει η Friesland.

<sup>679</sup> Από τις καταθέσεις ορισμένων τουλάχιστον εκ των συνεργαζόμενων με αυτήν χονδρεμπορικών επιχειρήσεων.

<sup>680</sup> Βλ. ανωτέρω Ενót. IX.1.3, IX.1.4, τις καταθέσεις των [...], αλλά και [...] και [...].

<sup>681</sup> Βλ. σχετικά Ν. Ζευγώλη (σχόλιο) στην υπ' αριθμ. Τ-208/01 [Volkswagen AG v. Commission] απόφαση του Πρωτοδικείου των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων της 3.12.2003, ΕΕμπΔ 4/2004, σελ. 849 επ.

<sup>682</sup> Υπενθυμίζεται ότι διαθέσιμα στοιχεία υπάρχουν μέχρι τα μέσα του 2014.

<sup>683</sup> Βλ. ανωτέρω ιδίως τις καταθέσεις των [...], αλλά και της [...].



ως τιμών μεταπώλησης από τους ερωτηθέντες διανομείς<sup>684</sup>, προκύπτει μερική τουλάχιστον εφαρμογή στην πράξη της επίμαχης ρήτρας περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης από το 2009 μέχρι το 2014.

### ***IX.3.2.3 Πρακτικές αυστηρής καθοδήγησης από τη Friesland ως προς τον καθορισμό τιμών μεταπώλησης των προϊόντων της από το 2009 έως τουλάχιστον το 2014***

#### ***IX.3.2.3.1 Σύνοψη προεκτεθέντων ειδικά για κεντρικές συμφωνίες της Friesland με [...]***

- 300) Περαιτέρω, όπως προαναφέρθηκε<sup>685</sup>, η αυστηρή καθοδήγηση από τη Friesland προς τους διανομείς της ως προς τις τιμές μεταπώλησης που οι τελευταίοι οφείλουν να εφαρμόζουν επιβεβαιώνεται και από μία σειρά εγγράφων που εντοπίστηκαν από τη ΓΔΑ στο πλαίσιο των επιτόπιων ελέγχων που διενεργήθηκαν τόσο στην ίδια την εταιρία όσο και στις συνεργαζόμενες με αυτήν χονδρεμπορικές επιχειρήσεις. Από τα εν λόγω έγγραφα, τα οποία αφορούν σε χρονικό διάστημα που εκτείνεται από το 2001 μέχρι τουλάχιστον το 2014, προκύπτει ότι και μετά τις αρχές του 2009<sup>686</sup> η Friesland εξακολουθεί να παρεμβαίνει στη διαμόρφωση των τιμών των διανομέων της προς το δικό τους πελατολόγιο.
- 301) Συγκεκριμένα, όπως προαναφέρθηκε<sup>687</sup>, η Friesland συμφωνεί κεντρικά με αλυσίδες καταστημάτων τις τιμές με τις οποίες τα τελευταία θα προμηθεύονται τα προϊόντα της υποχρεώνοντας τις συνεργαζόμενες χονδρεμπορικές επιχειρήσεις, που αναλαμβάνουν τον εφοδιασμό τους, να τις εφαρμόζουν. Αναλυτικότερα, στο μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην [...] <sup>688</sup>, με θέμα «*ΤΗΡΗΣΗ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ ΜΕ ΑΛΥΣΙΔΑ [...]*», αποτυπώνονται ρητά οι τιμές στις οποίες η Friesland ζητά από τους συνεργάτες δικτύου να πωλούν στα καταστήματα της αλυσίδας [...] τα προϊόντα της. Στο εν λόγω μήνυμα, το οποίο τοποθετείται χρονικά στο τέλος του 2013, η Friesland αναφέρεται σε κεντρική συμφωνία του 2011 μεταξύ της ίδιας και της αλυσίδας καταστημάτων [...]. Στο πλαίσιο της εν λόγω συμφωνίας, η Friesland καθοδηγεί αυστηρά τους συνεργάτες δικτύου, οι οποίοι αναλαμβάνουν τον εφοδιασμό των καταστημάτων της αλυσίδας, αναφορικά τόσο με τις τιμές στις οποίες θα πωλούν τα προϊόντα της εταιρίας όσο και με τις χορηγούμενες εκπτώσεις και παροχές. Μάλιστα, ως φαίνεται και από την ανωτέρω επικοινωνία, η εφαρμογή της υποδειχθείσας τιμολογιακής πολιτικής διερευνάται από την ίδια την εταιρία διαμέσου επισκέψεων στα καταστήματα, ενώ η Friesland γίνεται δέκτης διαμαρτυριών εκ μέρους των καταστημάτων σε περιπτώσεις αποκλίσεων από τις καθορισμένες τιμές. Συνεπεία αυτού, η Friesland απαιτεί την αυστηρή και συνεπή τήρηση από τους συνεργάτες της ανωτέρω κεντρικής συμφωνίας περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης και τη συντονισμένη και πειθαρχημένη εφαρμογή της<sup>689</sup>. Παρομοίως, όπως προαναφέρθηκε, ο καθορισμός των τιμών χρέωσης εκ μέρους των συνεργατών δικτύου στα καταστήματα [...] διαφαίνεται και στο από 27.5.2013

<sup>684</sup> Όπως προκύπτει από την σύγκριση των τιμοκαταλόγων της Friesland με τα τιμολόγια μεταπώλησης των διανομέων προς το πελατολόγιό τους από το 2009 μέχρι το 2014.

<sup>685</sup> Βλ. ανωτέρω Ενότ. IX.1.5.2.

<sup>686</sup> Οπότε και απαλείφεται από τις συμβάσεις της Friesland με τους συνεργάτες δικτύου της ο ρητός συμβατικός όρος περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης.

<sup>687</sup> Βλ. Ενότ. IX.1.5.2.

<sup>688</sup> Βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στη λίστα των εγγράφων κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην [...].

<sup>689</sup> Όπως προαναφέρθηκε, στο εν λόγω ηλεκτρονικό μήνυμα αναφέρεται συγκεκριμένα «*Αγαπητοί Συνεργάτες, [...] παρακαλώ για την αυστηρή και συνεπή τήρηση τους [...] Τέτοιες συμφωνίες μπορούν να κλείνονται, να λειτουργούν και να επωφελομάστε όλοι μαζί, μόνο με την προϋπόθεση της συντονισμένης, συνεπούς και πειθαρχημένης εφαρμογής τους*». Βλ. αναλυτικά Ενότ. IX.1.5.2.

μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μεταξύ στελεχών της Friesland<sup>690</sup>, το οποίο κοινοποιείται, μεταξύ άλλων, και στο συνεργάτη δικτύου [...]<sup>691</sup>. Η υποχρέωση εφαρμογής των τιμών πώλησης εκ μέρους των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων - διανομέων της Friesland συνάγεται στο μεν πρώτο εκ των ανωτέρω μηνυμάτων από την προσφώνηση «*Αγαπητοί Συνεργάτες*», η οποία υποδηλώνει γενική επίκληση των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων εκ μέρους της εταιρίας, στο δε δεύτερο από το γεγονός ότι τα στελέχη της εταιρίας καλούνται να ενημερώσουν τους «*κατά τόπους Σ/Δ*» αναφορικά με την τιμή χρέωσης του προϊόντος BARISTA'S GOLD. Περαιτέρω, όπως προαναφέρθηκε, στις ανωτέρω επικοινωνίες εμφανίζονται με βάση τις ηλεκτρονικές τους διευθύνσεις ως αποδέκτες των μηνυμάτων και άλλοι συνεργάτες δικτύου πέρα από εκείνους στους οποίους εντοπίστηκαν τα έγγραφα.

302) Άλλωστε, όπως προαναφέρθηκε, σε κάθε περίπτωση και πέραν των ως άνω επικοινωνιών, η υποχρέωση τήρησης συγκεκριμένης τιμολογιακής πολιτικής εκ μέρους των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων – διανομέων της Friesland προς τα καταστήματα της συγκεκριμένης αλυσίδας προβλέπεται στο πλαίσιο των ετήσιων κεντρικών συμφωνιών εμπορικής συνεργασίας μεταξύ της Friesland και της αλυσίδας καταστημάτων [...] για τα έτη 2013 και 2014<sup>692</sup>, όπου υπάρχει ρητή αναφορά περί των τιμών χρέωσης των προϊόντων<sup>693</sup>.

303) Περαιτέρω, όπως προαναφέρθηκε, πέρα από την αλυσίδα καταστημάτων [...], η Friesland εμφανίζεται να καθοδηγεί αυστηρά τις συνεργαζόμενες με αυτήν επιχειρήσεις αναφορικά με τις τιμές πώλησης των προϊόντων της και έναντι των καταστημάτων της αλυσίδας [...]. Συγκεκριμένα, το 2013 εστάλησαν στο συνεργάτη δικτύου [...] δύο μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου από τη Friesland, με τα οποία τον ενημερώνει για τις συμφωνηθείσες τιμές τιμολόγησης των προϊόντων της στα καταστήματα [...], στο πλαίσιο της συμφωνίας εμπορικής συνεργασίας του έτους 2013<sup>694</sup>. Επιπλέον, όπως προαναφέρθηκε, από πίνακα που εντοπίστηκε στα

<sup>690</sup> Βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στη λίστα των ληφθέντων εγγράφων κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην [...].

<sup>691</sup> Υπενθυμίζεται ότι στο ανωτέρω ηλεκτρονικό μήνυμα αναφέρεται «*Αγαπητοί συνάδελφοι, καλησπέρα, Θα ήθελα να σας ενημερώσω, ώστε να ενημερώσετε με την σειρά σας τους κατά τόπους Σ/Δ, ότι από αύριο θα μπορούν να τιμολογούν το νέο μας προϊόν BARISTA GOLD στα καταστήματα [...]. Η τιμή χρέωσης, παραμένει η ίδια με την τιμή που ίσχυε και για το NOYNOY FAMILY, δηλαδή [...]λίτρο ή [...] το τεμάχιο*». (βλ. αναλυτικά Ενότ. ΙΧ.1.5.2).

<sup>692</sup> Στη σχετική συμφωνία του 2013 αναφέρεται ρητά ότι «*[η] παραπάνω συμφωνία θα εφαρμοστεί από 15.4.2013 σε όλα τα καταστήματά σας από όλους τους κατά τόπους Συνεργάτες / Διανομείς μας*». Το ίδιο φαίνεται να ισχύει και για το 2014, καθώς, όπως αποδεικνύεται από τα προαναφερθέντα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, τα οριζόμενα στις εν λόγω συμφωνίες επικοινωνούνται από τη Friesland στους συνεργάτες δικτύου της για την εφαρμογή τους και κατά το έτος 2014. Άλλωστε, όπως προαναφέρθηκε, στη συμφωνία του 2014 με την εν λόγω αλυσίδα καταστημάτων αναφέρεται: «*Η εταιρεία, FrieslandCampinaHellas, αναλαμβάνει από 1.1.2014 την τροφοδοσία των συνεργαζόμενων με την [...] καταστημάτων, με τα κάτωθι εμπορεύματα στις τιμές που αναφέρονται*».

<sup>693</sup> Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 4325/10.7.2018 επιστολή παροχής στοιχείων της Friesland προς τη ΓΔΑ και αναλυτικά ανωτέρω Ενότ. ΙΧ.1.5.2. Όπως προκύπτει από τις ανωτέρω συμφωνίες, η Friesland συμφωνεί με την εν λόγω αλυσίδα τις τελικές τιμές με τις οποίες θα προμηθεύονται τα καταστήματα τα προϊόντα της, οι οποίες προκύπτουν λαμβάνοντας ως αρχικές τιμές, τις τιμές του εν ισχύ τιμοκαταλόγου της Friesland και εφαρμόζοντας εκπτώσεις επί τιμολογίου.

<sup>694</sup> Τα εν λόγω μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου συλλέχθηκαν στον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της εταιρίας [...] (βλ. έγγραφα με κωδικοποίηση [...] στη λίστα των ληφθέντων εγγράφων). Συγκεκριμένα, όπως προαναφέρθηκε, στο από 19.8.2013 μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της Friesland, το οποίο κοινοποιείται στο συνεργάτη δικτύου [...] (στα γραφεία του οποίου και εντοπίστηκε) επισυνάπτεται πίνακας υπό τον τίτλο «*ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ 2013*» στον οποίο αποτυπώνεται η τελική τιμή πώλησης του γάλακτος υψηλής παστερίωσης NOYNOY BARISTA'S GOLD, ενώ για τα γάλατα NOYNOY Εβαπορέ & Ζαχαρούχο ορίζεται τόσο η αρχική τιμή όσο και η αντίστοιχη έκπτωση επί τιμολογίου, αλλά και λοιπές παροχές επί των

ηλεκτρονικά αρχεία της Friesland<sup>695</sup> με τίτλο «ΓΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΕΞΥΠΗΡΕΤΟΥΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ ΔΙΚΤΥΟΥ & [...]» προκύπτει ότι η συμφωνία τιμολόγησης των καταστημάτων [...] αφορά όχι μόνον τους συνεργάτες δικτύου, αλλά και τους εργολάβους που αναλαμβάνουν τον εφοδιασμό του δικτύου της συγκεκριμένης αλυσίδας<sup>696, 697</sup>. Ωστόσο, η περίπτωση των εργολάβων έχει ήδη αξιολογηθεί ανωτέρω ως περίπτωση διαφορετική από τις υπόλοιπες, δηλ. ανωτέρω αναλύθηκε ότι είτε πρόκειται για συμφωνίες υπεργολαβίας είτε για συμφωνίες γνήσιας εμπορικής αντιπροσωπείας.

- 304) Επιπλέον, όπως προαναφέρθηκε, από την επεξεργασία των τιμολογίων πώλησης προϊόντων της Friesland από την [...] προς τα καταστήματα των αλυσίδων [...] κατά τα έτη 2013-2014 συνάγεται η εφαρμογή εκ μέρους του συνεργάτη δικτύου των καθορισμένων από τη Friesland τιμών<sup>698</sup>.

#### **IX.3.2.3.2 Νομική εκτίμηση**

- 305) Εκ των ανωτέρω συνάγεται ότι ο καθορισμός των τιμών μεταπώλησης από μέρους της Friesland προς τις συνεργαζόμενες με αυτήν χονδρεμπορικές επιχειρήσεις, που πωλούν τα προϊόντα της στα καταστήματα των αλυσίδων [...], έχει ενταχθεί στις κεντρικές συμφωνίες της Friesland με τις ανωτέρω αλυσίδες κατά τα έτη 2013-2014. Από τις συμφωνίες αυτές, αλλά και από την προαναφερόμενη αλληλογραφία προς τους συνεργάτες του δικτύου της αναφορικά με την αλυσίδα [...], συνάγεται ότι οι συνεργαζόμενες με τη Friesland χονδρεμπορικές επιχειρήσεις συντονίζονταν και ενθαρρύνονταν στην εφαρμογή των καθορισμένων, μέσω των κεντρικών συμφωνιών της Friesland, τιμών μεταπώλησης. Επιπλέον, από τη σχετική αλληλογραφία προκύπτει ότι η εφαρμογή της υποδειχθείσας τιμολογιακής πολιτικής διερευνάται από την ίδια τη Friesland διαμέσου επισκέψεων στα καταστήματα, ενώ η τελευταία γίνεται δέκτης διαμαρτυριών εκ μέρους των καταστημάτων σε περιπτώσεις αποκλίσεων από τις καθορισμένες τιμές. Συνεπεία αυτού, η Friesland απαιτεί την αυστηρή και συνεπή τήρηση από τους συνεργάτες της ανωτέρω κεντρικής συμφωνίας περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης και τη συντονισμένη και πειθαρχημένη εφαρμογή της<sup>699</sup>.

- 306) Εκ των ανωτέρω συνάγεται ευθύς περιορισμός της αυτονομίας των συνεργαζόμενων με τη Friesland χονδρεμπορικών επιχειρήσεων να καθορίζουν ελεύθερα τις τιμές

---

συγκεκριμένων προϊόντων (π.χ. [...] παροχή με πιστωτικό σημείωμα εκδοθέν από την ίδια την Friesland). Επιπλέον, σε επόμενο μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που εντοπίστηκε στην ίδια εταιρία με ημερομηνία 19.12.2013, η Friesland ενημερώνει το συνεργάτη δικτύου για τη συμφωνηθείσα με τον υπεύθυνο της αλυσίδας καταστημάτων [...] αύξηση της τιμής του γάλακτος υψηλής παστερίωσης NOYNOY BARISTA'S GOLD, προκειμένου ο συνεργάτης δικτύου να τιμολογεί στη νέα τιμή τα καταστήματα της ανωτέρω αλυσίδας. - βλ. αναλυτικά ανωτέρω Ενότ. IX.1.5.2.

<sup>695</sup> Κατά τον επιτόπιο έλεγχο που διεξήχθη στα γραφεία της εταιρίας στις 15.3.2018. Πρόκειται για πίνακα παρόμοιο με τον ανωτέρω του από 19.8.2013 μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

<sup>696</sup> Βλ. αναλυτικά ανωτέρω Ενότ. IX.1.5.2.

<sup>697</sup> Επιπλέον, παρά την απάντηση της Friesland ότι δεν υπάρχει έγγραφη συμφωνία της με την αλυσίδα καταστημάτων [...] για τα έτη 2013 και 2014 (βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 4325/10.7.2018 επιστολή της προς τη ΓΔΑ), το περιεχόμενο της συμφωνίας προκύπτει από τα προαναφερόμενα ηλεκτρονικά αρχεία με θέμα «ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ 2013» μεταξύ Friesland και [...](βλ. αναλυτικά ανωτέρω Ενότ. IX.1.5.2).

<sup>698</sup> Βλ. Ενότ. IX.1.5.2.

<sup>699</sup> Όπως προαναφέρθηκε, στο εν λόγω ηλεκτρονικό μήνυμα αναφέρεται συγκεκριμένα «[...] παρακαλώ για την αυστηρή και συνεπή τήρηση τους [...] Τέτοιες συμφωνίες μπορούν να κλείνονται, να λειτουργούν και να επωφελοúμαστε όλοι μαζί, μόνο με την προϋπόθεση της συντονισμένης, συνεπούς και πειθαρχημένης εφαρμογής τους». Βλ. αναλυτικά Ενότ. IX.1.5.2.

μεταπώλησης των προϊόντων τους και αποθάρρυνση τυχόν πρωτοβουλιών από αυτούς για διαφοροποίηση των τιμών αυτών, επισείοντας την απειλή ελέγχου της καταλληλότητάς τους και προξενώντας τεχνηέντως συνθήκες ανασφάλειας ως προς τη συμβατότητά τους με την τιμολογιακή πολιτική της Friesland βάσει των κεντρικών συμφωνιών με την αλυσίδα καταστημάτων [...], αλλά και την [...], με την οποία η Friesland εφήρμοξε αντίστοιχη κεντρική συμφωνία τουλάχιστον κατά τα ως άνω έτη. Η Friesland θα μπορούσε να γνωστοποιεί ενδεικτικές ή συνιστώμενες τιμές μεταπώλησης, δεν δύναται όμως σε καμία περίπτωση να αξιώνει την τήρηση από τις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις των τιμών αυτών, παρακολουθώντας μάλιστα, κατά τα ανωτέρω, τη συμμόρφωσή τους, προκειμένου να ελέγχεται η ταύτισή τους με την τιμολογιακή πολιτική της. Ούτε και δύναται να καθοδηγεί αυστηρά τις συνεργαζόμενες χονδρεμπορικές επιχειρήσεις ως προς τον καθορισμό των τιμών μεταπώλησης των προϊόντων τους<sup>700</sup>. Η παρακολούθηση των τιμών που εφήρμοζαν οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις συνέβαλε εκ των πραγμάτων στην αποτελεσματικότητα της πολιτικής καθορισμού μεταπώλησης της Friesland<sup>701</sup>, αφού επέτρεπε τον εντοπισμό των χονδρεμπόρων που εφήρμοζαν διαφοροποιημένες τιμές σε σχέση με τις ορισθείσες στις κεντρικές συμφωνίες, επιτείνοντας την ανασφάλειά τους σχετικά με τις συνέπειες που θα είχε τυχόν διαφοροποίησή τους από αυτές και αποθαρρύνοντάς τους από την υιοθέτηση διαφοροποιημένων τιμών κατά τρόπο που εκτιμάται ότι επηρεάζει την ένταση του ανταγωνισμού σε επίπεδο τιμών.

- 307) Η ανωτέρω συμπεριφορά της Friesland δεν δύναται να χαρακτηριστεί ως μία «αθώα» μη δεσμευτική σύσταση καθορισμού της τιμής στην οποία οι διανομείς θα πωλούν τα προϊόντα τους στα καταστήματα των αλυσίδων [...]. Μία μη δεσμευτική σύσταση δεν συνοδεύεται από σύναψη κεντρικών συμφωνιών από μέρους της Friesland με τις ανωτέρω αλυσίδες, οι οποίες τείνουν στο να περιορίσουν την αυτονομία των διανομέων να καθορίσουν αυτοβούλως τις τιμές μεταπώλησης των προϊόντων τους ούτε συνοδεύονται από αξιώσεις αυστηρής και συνεπούς τήρησης από τους διανομείς των ανωτέρω κεντρικών συμφωνιών, καθώς και συντονισμένης και πειθαρχημένης εφαρμογής τους. Η εν λόγω συμπεριφορά της Friesland ισοδυναμεί ουσιαστικά με επιβολή τιμών μεταπώλησης, ως αποτέλεσμα πίεσης που ασκεί η εταιρία στους διανομείς της.
- 308) Ως εκ τούτου συνάγεται ότι η ανωτέρω πρακτική συνιστά τουλάχιστον αυστηρή καθοδήγηση και άσκηση πιέσεων από μέρους της Friesland προς τις συνεργαζόμενες με αυτήν χονδρεμπορικές επιχειρήσεις<sup>702</sup> αναφορικά με συγκεκριμένες τιμές μεταπώλησης και ποσοστού έκπτωσης που πρέπει να εφαρμόζουν προς τα καταστήματα των αλυσίδων [...] κατά τα έτη 2013 και 2014, καθώς και μερικής τουλάχιστον εφαρμογής στην πράξη του καθορισμού τιμών μεταπώλησης στις περιπτώσεις που διαπιστώνεται<sup>703</sup>.
- 309) Πέρα από τις κεντρικές συμφωνίες με τις ανωτέρω δύο αλυσίδες [...], παρόμοια πρακτική φαίνεται να υιοθετεί η Friesland και αναφορικά με τον [...] κατά το έτος 2001. Συγκεκριμένα, όπως προαναφέρθηκε<sup>704</sup>, η Friesland με την από 15.5.2001

<sup>700</sup> Βλ. και ΠΕΚ Τ-67/01, JCB Service κατά Επιτροπής, Συλλ. 2004, σελ. ΙΙ-00049, σκ. 128.

<sup>701</sup> Βλ. και ανωτέρω Ενót. ΙΧ.1.5.2.

<sup>702</sup> Συγκεκριμένα, προς τους συνεργάτες δικτύου, όπως προκύπτει από την κεντρική συμφωνία με την αλυσίδα [...] και προς τους συνεργάτες δικτύου, αλλά και τους εργολάβους, όπως προκύπτει από το περιεχόμενο της κεντρικής συμφωνίας με την αλυσίδα [...].

<sup>703</sup> Όπως προκύπτει από την επεξεργασία των τιμολογίων πώλησης προϊόντων της Friesland από την [...] προς τα καταστήματα αλυσίδων [...] κατά τα έτη 2013-2014 - βλ. αναλυτικά ανωτέρω Ενót. ΙΧ.1.5.2.

<sup>704</sup> Βλ. ανωτέρω Ενót. ΙΧ.1.5.2.

επιστολή της προς τους συνεργάτες δικτύου της<sup>705</sup>, ανακοινώνει σε αυτούς τη σχετική ετήσια συμφωνία με τον [...] ως προς το προϊόν συμπυκνωμένου γάλακτος FRISIAN COW 410 gr, στην οποία, μεταξύ άλλων, ορίζεται η τιμή πώλησης του εν λόγω προϊόντος στα σούπερ μάρκετ - μέλη του [...] από τους συνεργάτες δικτύου. Η ύπαρξη σχετικής συμφωνίας μεταξύ Friesland και [...], όπως και στις προαναφερθείσες περιπτώσεις, δεν συνιστά απλώς μία μη δεσμευτική σύσταση, αλλά περιορίζει την αυτονομία των διανομέων να καθορίσουν αυτοβούλως τις τιμές μεταπώλησης των προϊόντων τους, αφού μειώνει αισθητά τη δυνατότητα θέσπισης δικής τους εμπορικής πολιτικής έναντι της εκπεφρασμένης βούλησης μιας επιχείρησης με ισχυρό σήμα στην αγορά και ενός ιδιαίτερα ισχυρού προμηθευτή.

- 310) Αντίστοιχα φαίνεται να ισχύουν και στην περίπτωση της [...], σύμφωνα με την προαναφερθείσα κατάθεση της [...]<sup>706</sup>. Συγκεκριμένα, όπως προαναφέρθηκε, σε ερώτημα σχετικό με τον καθορισμό περιθωρίου κέρδους, ο εν λόγω συνεργάτης δικτύου κατέθεσε ότι για την [...]<sup>707</sup>, η Friesland ήταν αυτή που καθόριζε την τιμή. Συγκεκριμένα, ο συνεργάτης δικτύου αναφέρει «[...] Στον [...] δίνω ειδική τιμή, κάθε χρόνο μου λέει η Friesland τι τιμή θα δώσω, επικοινωνούσα την τιμή - όταν άλλαζε - στον [...]. Η τιμή του ήταν και παραμένει πιο χαμηλή από την τιμή αγοράς μου από τη Friesland, μετά μου κόβει η Friesland πιστωτικό. Η συνεργασία αυτή υπήρχε πριν το [...], από τότε του τιμολογώ [...]<sup>708</sup>.
- 311) Τέλος, αναφορικά με διαθέσιμα στοιχεία περί ενδεχόμενου καθορισμού των εμπορικών παροχών των συνεργατών δικτύου προς το πελατολόγιό τους<sup>709</sup> εκτιμάται ότι, ελλείψει σαφών αποδεικτικών στοιχείων από τα οποία να προκύπτει ένας αυστηρός καθορισμός των παρεχόμενων εκπτώσεων ή μια αυστηρή καθοδήγηση ως προς αυτές, δεν αποδεικνύεται επαρκώς κατά το νόμο ο καθορισμός από μέρος της Friesland των εμπορικών παροχών των διανομέων της προς το πελατολόγιό τους.

#### **IX.3.2.4 Σύστημα παρακολούθησης τιμών στις συμβάσεις μεταξύ Friesland και συνεργατών δικτύου**

- 312) Αναφορικά με τη δυνατότητα εποπτείας από τη Friesland της τιμολόγησης των συνεργατών δικτύου της προς το πελατολόγιό τους, αυτή, όπως προαναφέρθηκε, προκύπτει ρητά από τον σχετικό συμβατικό όρο στις συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας των ετών 2007 και 2008, ο οποίος προέβλεπε ότι θα αποστέλλονται ηλεκτρονικά σε καθημερινή βάση στη Friesland οι τιμολογήσεις των συνεργατών προς το πελατολόγιό τους<sup>710</sup>. Ωστόσο, από τη διατύπωση του σχετικού όρου, αλλά και σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, δεν αποδεικνύεται εν προκειμένω ότι ο σκοπός του εν λόγω συμβατικού όρου ήταν άλλος από την [...], όπως αναφέρεται στις ανωτέρω συμβάσεις. Η ύπαρξη, δηλαδή, του συγκεκριμένου συνοδευτικού μέτρου κατά τα έτη 2007 και 2008 δεν τεκμηριώνεται επαρκώς ότι στόχευε στο να

<sup>705</sup> Βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] από τον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο στην [...].

<sup>706</sup> Βλ. ανωτέρω Ενότ. IX.1.3.

<sup>707</sup> Παρόλο που ήταν πελάτης του συνεργάτη δικτύου.

<sup>708</sup> Όπως προαναφέρθηκε, ο εν λόγω συνεργάτης δικτύου όντως κατά το 2011 εμφανίζεται να τιμολογεί το προϊόν NOYNOY ΕΒΑΠΟΡΕ 48x410gr ([...]) σε τιμή χαμηλότερη από την τιμή αγοράς από την Friesland. Συγκεκριμένα, στην εν λόγω καρτέλα εμφανίζονται οι τιμολογήσεις της εταιρίας με ημερομηνίες 4.1.2011, 7.2.2011, 2.3.2011, 5.4.2011 και 19.4.2011 στις οποίες η τιμή πώλησης του προϊόντος εμφανίζεται ίση με [...], ενώ η αντίστοιχη τιμή αγοράς με βάση τους διαθέσιμους τότε εν ισχύ τιμοκαταλόγους της Friesland υπήρξε υψηλότερη και ίση με [...] (οι τιμοκατάλογοι της Friesland προσκομίσθηκαν από την τελευταία στην υπ' αριθ. πρωτ. 5334/4.9.2015 επιστολή της προς τη ΓΔΑ).

<sup>709</sup> Βλ. ανωτέρω Ενότ. IX.1.5.3.

<sup>710</sup> Βλ. αναλυτικά ανωτέρω Ενότ. IX.2.1.

γίνει αποτελεσματικότερη η επίτευξη του καθορισμού τιμών μεταπώλησης, που προβλέπεται συμβατικά κατά τα εν λόγω έτη. Στη διαπίστωση αυτή συνηγορεί και το γεγονός ότι το σχετικό συνοδευτικό μέτρο για την παρακολούθηση της τιμολόγησης εμπεριέχεται μόνο στις συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας των ετών 2007 και 2008 και όχι κατά τα προηγούμενα έτη, όπου επίσης υπήρχε ρητός συμβατικός όρος περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης<sup>711</sup>.

- 313) Περαιτέρω, μετά την απαλοιφή του σχετικού συμβατικού όρου εκτιμάται ότι - παρά την ύπαρξη δυνατότητας της Friesland για παρακολούθηση των τιμών μεταπώλησης των συνεργατών δικτύου της<sup>712</sup> και εν τοις πράγμασι συλλογής στοιχείων που αφορούν τιμολογήσεις των τελευταίων προς το πελατολόγιό τους (πέραν των στοιχείων δηλαδή που συλλέγονται στο πλαίσιο των συμβάσεων [...]), σύμφωνα με τις καταθέσεις ορισμένων συνεργατών δικτύου<sup>713</sup> - από τα στοιχεία που συνελέγησαν δεν τεκμηριώνεται επαρκώς ότι η Friesland εφαρμόζει συστηματικά στις συνεργαζόμενες με αυτήν χονδρεμπορικές επιχειρήσεις μεθοδολογία παρακολούθησης των τιμών μεταπώλησης που αυτές εφαρμόζουν.
- 314) Εξαιρέση αποτελεί σχετικά, όπως προαναφέρθηκε, η παρακολούθηση της συμφωνηθείσας τιμής μεταπώλησης τουλάχιστον με την αλυσίδα καταστημάτων [...], συνεπεία της κεντρικής συμφωνίας που έχει συναφθεί από τη Friesland κατά τα έτη 2013-2014<sup>714</sup>. Όπως προαναφέρθηκε, σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, προκύπτει όχι μόνο ότι η Friesland παρακολουθεί τις τιμές μεταπώλησης των διανομέων της, αλλά και ότι μέσω του συστήματος παρακολούθησης που εφαρμόζει δύναται να εντοπίζει τους διανομείς που αποκλίνουν από τις συμφωνηθείσες, μέσω της κεντρικής συμφωνίας, τιμές και να απαιτεί, εν συνεχεία, την αυστηρή και συνεπή τήρηση από τους συνεργάτες της ανωτέρω κεντρικής συμφωνίας περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης και τη συντονισμένη και πειθαρχημένη εφαρμογή της<sup>715</sup>. Στην περίπτωση αυτή, δηλαδή, τεκμαίρεται ότι η παρακολούθηση τιμών λειτουργεί ως έμμεσος τόπος που καθιστά την επίτευξη του καθορισμού τιμών μεταπώλησης πιο αποτελεσματική.

#### **ΙΧ.4 ΣΥΝΟΨΗ ΤΩΝ ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΩΝ ΓΙΑ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟ ΑΠΟ ΤΗ FRIESLAND ΤΩΝ ΤΙΜΩΝ ΜΕΤΑΠΩΛΗΣΗΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΜΕ ΑΥΤΗΝ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΤΑ ΠΑΡΑΒΑΣΗ ΤΩΝ ΑΡΘΡΩΝ 1 Ν. 703/1977 (ΝΥΝ ΑΡΘ. 1 Ν. 3959/2011) ΚΑΙ 81 ΣΥΝΘΕΚ (ΝΥΝ ΑΡΘ. 101 ΣΛΕΕ)**

- 315) Α. Βάσει των ανωτέρω, στην υπό κρίση υπόθεση προκύπτουν τα ακόλουθα:

1. Οι συμβάσεις μεταξύ της Friesland και των συνεργατών δικτύου της από το 1996 έως τον Απρίλιο του 2009 εμπεριέχουν όρο περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης κατά παράβαση των άρθρων 1 παρ. 1 του ν. 703/1977 (νυν άρθ. 1 παρ. 1 ν. 3959/2011) και 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ (νυν άρθ. 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ).

<sup>711</sup> Βλ. σχετικά Ν. Ζευγώλη, Κάθετες συμφωνίες και ανταγωνισμός, Εκδόσεις Σάκκουλα, 2012, σελ. 107-108. Βλ. και υφιστάμενες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 48, όπου αναφέρεται ότι «η χρήση ενός συγκεκριμένου συνοδευτικού μέτρου ... δεν θεωρείται αφ' εαυτής ότι οδηγεί σε καθορισμό των τιμών μεταπώλησης».

<sup>712</sup> Βλ. Ενót. ΙΧ.2.3, τις καταθέσεις των [...] και [...], οι οποίοι κατέθεσαν ότι η Friesland δύναται να διαπιστώσει τις τιμές πώλησης των προϊόντων της ελέγχοντας κατά κύριο λόγο τα τιμολόγια των πελατών τους, τους οποίους γνωρίζει.

<sup>713</sup> Βλ. Ενót. ΙΧ.2.3, τις καταθέσεις των [...] και [...].

<sup>714</sup> Βλ. αναλυτικά ανωτέρω Ενót. ΙΧ.1.5.2.

<sup>715</sup> Βλ. ανωτέρω Ενót. ΙΧ.2.5 και Ενót. ΙΧ.3.2.3.2.

2. Προκύπτει μερική τουλάχιστον εφαρμογή στην πράξη της επίμαχης ρήτρας περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης<sup>716</sup> από το 2009 μέχρι τουλάχιστον το 2014, λαμβάνοντας ιδίως υπόψη τις καταθέσεις των συνεργατών δικτύου που αναφέρονται σε υποχρεωτικό χαρακτήρα των τιμοκαταλόγων της Friesland (και μετά το 2009), καθώς και τη διαπίστωση εφαρμογής των τιμοκαταλόγων χονδρικής της Friesland ως τιμών μεταπώλησης από τους ερωτηθέντες διανομείς. Συνεπώς, στοιχειοθετείται εν προκειμένω επαρκώς ο καθορισμός τιμών μεταπώλησης από μέρους της Friesland κατά παράβαση των άρθρων 1 παρ. 1 του ν. 703/1977 (νυν άρθ. 1 παρ. 1 ν. 3959/2011) και 101 ΣΛΕΕ.

316) Β. Περαιτέρω, πρακτικές της Friesland που διερευνήθηκαν ανωτέρω εγείρουν επιμέρους ανησυχίες ως προς τη συμβατότητά τους με τις διατάξεις των άρθρων 1 του ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 101 ΣΛΕΕ. Ειδικότερα, από την έρευνα της Υπηρεσίας προέκυψαν τα ακόλουθα:

1. Διαπιστώνεται εναρμονισμένη πρακτική μεταξύ της Friesland και των συνεργαζόμενων με αυτήν χονδρεμπορικών επιχειρήσεων αναφορικά με την εφαρμογή των εκάστοτε τιμοκαταλόγων χονδρικής ως τιμών μεταπώλησης κατά παράβαση των άρθρων 1 παρ. 1 του ν. 703/1977 (νυν άρθ. 1 παρ. 1 ν. 3959/2011) και 101 ΣΛΕΕ, για την περίοδο από το 2009 μέχρι τουλάχιστον το 2014.

2. Υπάρχει τουλάχιστον αυστηρή καθοδήγηση και άσκηση πίεσεων από μέρους της Friesland προς τις συνεργαζόμενες με αυτήν χονδρεμπορικές επιχειρήσεις<sup>717</sup> αναφορικά με συγκεκριμένες τιμές μεταπώλησης και ποσοστού έκπτωσης που πρέπει να εφαρμόζουν προς τα καταστήματα των αλυσίδων [...] και [...] κατά τα έτη 2013 και 2014. Περαιτέρω προκύπτει, μερική τουλάχιστον εφαρμογή στην πράξη κατά τα έτη 2013 και 2014 από συνεργάτες δικτύου των τιμών μεταπώλησης και του ποσοστού έκπτωσης που καθορίζει η Friesland μέσω των κεντρικών συμφωνιών που συνάπτει με τις αλυσίδες [...] και [...] <sup>718</sup>. Αυστηρή καθοδήγηση προκύπτει και αναφορικά με την τιμή μεταπώλησης γαλακτοκομικών προϊόντων από τους συνεργάτες της Friesland προς τα μέλη του [...] κατά το 2001.

Εκ των ανωτέρω (υπό Β.1 και 2) προκύπτει η ύπαρξη καθορισμού τιμών μεταπώλησης<sup>719</sup> που ενδέχεται να επηρεάζουν, έμμεσα και στην πράξη, την ένταση του ανταγωνισμού σε επίπεδο τιμών.

317) Γ. Ωστόσο, δεν τεκμηριώνεται επαρκώς κατά το νόμο:

1. Ότι η Friesland εφαρμόζει συστηματικά μεθοδολογία παρακολούθησης των τιμών μεταπώλησης των συνεργατών δικτύου και των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων που [...].

Εξαίρεση<sup>720</sup> αποτελεί σχετικά η παρακολούθηση της συμφωνηθείσας τιμής μεταπώλησης τουλάχιστον με την αλυσίδα καταστημάτων [...], συνεπεία της κεντρικής συμφωνίας που έχει συναφθεί από τη Friesland, όπου, όπως αναλύθηκε

<sup>716</sup> Απαληφθείσας από τους συμβατικούς όρους στις αρχές του 2009.

<sup>717</sup> Συγκεκριμένα, προς τους συνεργάτες δικτύου, όπως προκύπτει από την κεντρική συμφωνία με την αλυσίδα [...] και προς τους συνεργάτες δικτύου, όπως προκύπτει από το περιεχόμενο της κεντρικής συμφωνίας με την αλυσίδα [...].

<sup>718</sup> Όπως προκύπτει από την επεξεργασία των τιμολογίων πώλησης προϊόντων της Friesland από την [...] προς τα καταστήματα αλυσίδων [...] κατά τα έτη 2013-2014.

<sup>719</sup> Πέραν της μερικής τουλάχιστον εφαρμογής στην πράξη του καθορισμού τιμών μεταπώλησης από τον συνεργάτη δικτύου [...] κατά τα έτη 2013-2014.

<sup>720</sup> Βλ. και ΠΡΑΚΤΙΚΑ Συνεδρίασης 107<sup>ης</sup>, της 4<sup>ης</sup> Δεκεμβρίου 2018, σελ. 38.

ανωτέρω, η παρακολούθηση τιμών λειτουργεί ως έμμεσος τρόπος που καθιστά την επίτευξη του καθορισμού τιμών μεταπώλησης πιο αποτελεσματική<sup>721</sup>.

2. Ότι η Friesland καθορίζει τις παρεχόμενες εκπτώσεις/ παροχές των συνεργατών δικτύου της προς το πελατολόγιό τους.

#### **ΙΧ.5 ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΑΠΑΛΛΑΓΗΣ ΒΑΣΕΙ ΤΩΝ ΑΡΘΡΩΝ 1 ΠΑΡ. 3 ΤΟΥ Ν. 703/1977 (ΝΥΝ ΑΡΘ. 1 ΠΑΡ. 3 Ν. 3959/2011) ΚΑΙ 81 ΠΑΡ. 3 ΣΥΝΘΕΚ (ΝΥΝ ΑΡΘ. 101 ΠΑΡ. 3 ΣΛΕΕ)**

##### **ΙΧ.5.1 Γενικό πλαίσιο**

- 318) Στο παρόν τμήμα εξετάζεται μόνο η δυνατότητα χορήγησης ατομικής απαλλαγής βάσει των άρθρων 1 παρ. 3 του ν. 703/1977 και 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ και όχι η δυνατότητα ομαδικής απαλλαγής (βάσει του Κανονισμού απαλλαγής κατά κατηγορίες). Όπως προαναφέρθηκε<sup>722</sup>, χορήγηση τέτοιας ομαδικής απαλλαγής δεν είναι δυνατή εν προκειμένω, καθώς ο καθορισμός τιμών μεταπώλησης συνιστά ιδιαίτερα σοβαρό περιορισμό του ανταγωνισμού, μη απαλλασσόμενο βάσει του άρθρου 4 του προαναφερόμενου Κανονισμού. Η συμπερίληψη δε ιδιαίτερα σοβαρών περιορισμών του ανταγωνισμού σε μια κάθετη συμφωνία, συνεπάγεται την αδυναμία χορήγησης ομαδικής απαλλαγής για το σύνολο της κάθετης συμφωνίας και όχι μόνο για τους επίμαχους προβληματικούς όρους<sup>723</sup>.
- 319) Η ύπαρξη περιορισμών ιδιαίτερης σοβαρότητας σε μια συμφωνία καθιστά, πάντως, ιδιαίτερα δύσκολη στην πράξη την επίκληση ατομικής απαλλαγής με βάση τα άρθρα 1 παρ. 3 ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 81 παρ. 3 ΣυνθεΚ (νυν 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ), δεδομένου ότι οι εν λόγω περιορισμοί θεωρούνται κατά κανόνα ιδιαίτερα βλαπτικοί για τον ανταγωνισμό<sup>724</sup>. Ωστόσο, οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να αποδείξουν την ύπαρξη θετικών συνεπειών για τον ανταγωνισμό βάσει των ως άνω διατάξεων σε μια συγκεκριμένη περίπτωση<sup>725</sup>. Εφόσον οι επιχειρήσεις τεκμηριώσουν ότι η πιθανή βελτίωση της αποτελεσματικότητας προκύπτει από την εισαγωγή του ιδιαίτερης σοβαρότητας περιορισμού στη συμφωνία και αποδείξουν ότι γενικώς πληρούνται όλες οι προϋποθέσεις των άρθρων 1 παρ. 3 ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 81 παρ. 3 ΣυνθεΚ (νυν 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ), η Επιτροπή είναι υποχρεωμένη να αξιολογήσει πραγματικά τις ενδεχόμενες αρνητικές συνέπειες στον

<sup>721</sup> Βλ. Ενότ. ΙΧ.2.5, ΙΧ.3.2.3.2.

<sup>722</sup> Βλ. ανωτέρω Ενότ. VII.1.6, VII.1.7.

<sup>723</sup> Βλ. προηγούμενες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 66 και υφιστάμενες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 70. Βλ. ωστόσο και προηγούμενες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 67 και υφιστάμενες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 71, όπου ορίζεται ότι ο κανόνας του διαχωρισμού εφαρμόζεται στις προϋποθέσεις που προβλέπονται στο άρθρο 5 του ΚΑΚ, ήτοι αναφορικά με τις ρήτρες μη ανταγωνισμού.

<sup>724</sup> Βλ. προηγούμενες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 46 και ισχύουσες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 47.

<sup>725</sup> Βλ. ισχύουσες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 106-109 και 223 επ. Σε σχέση με το πλαίσιο της ανάλυσης για την εφαρμογή των κανόνων σε ατομικές περιπτώσεις, βλ. υφιστάμενες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 96επ. Ειδικότερα, την εφαρμογή ορισμένων κάθετων περιορισμών θα μπορούσε να δικαιολογήσει το άνοιγμα ή διεύρυνση ενός προμηθευτή σε νέες αγορές, στο πλαίσιο του οποίου παρέχεται γεωγραφική προστασία σε έναν διανομέα, ώστε να μπορέσει να αποσβέσει το κόστος των επενδύσεων, χρεώνοντας προσωρινά υψηλότερες τιμές, ή η επίλυση του προβλήματος του παρασιτισμού, όταν ένας διανομέας δρέπει ανέξοδα τα οφέλη από τις προσπάθειες προώθησης κάποιου άλλου διανομέα, πρόβλημα στην αποφυγή του οποίου συμβάλλουν η αποκλειστική διανομή ή παρόμοιοι περιορισμοί.



ανταγωνισμό προτού αποφανθεί οριστικά κατά πόσον πληρούνται οι προϋποθέσεις των εν λόγω άρθρων<sup>726</sup>.

- 320) Η χορήγηση απαλλαγής σε ατομική βάση για κάθετες συμφωνίες που περιέχουν τέτοιους περιορισμούς (σύμφωνα με τα άρθρα 1 παρ. 3 ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 81 παρ. 3 ΣυνθΕΚ (νυν 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ) προϋποθέτει τη συνδρομή των ουσιαστικών προϋποθέσεων των εν λόγω διατάξεων. Επίσης, σύμφωνα με το άρθρο 3 παρ. 2 του Κανονισμού (ΕΚ) 1/2003, η εφαρμογή της εθνικής νομοθεσίας ανταγωνισμού δεν μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα την απαγόρευση συμφωνιών, οι οποίες μπορούν να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών, αλλά δεν περιορίζουν τον ανταγωνισμό κατά την έννοια του άρθρου 101 παρ. 1 της Συνθήκης ή οι οποίες πληρούν τις προϋποθέσεις του άρθρου 101 παρ. 3 της Συνθήκης.
- 321) Όπως προαναφέρθηκε<sup>727</sup>, η εξαίρεση των άρθρων 1 παρ. 3 ν. 703/1977 και 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ (ατομική απαλλαγή) υπόκειται σε τέσσερις προϋποθέσεις, δύο θετικές και δύο αρνητικές:
- α) η συμφωνία πρέπει να συμβάλλει στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας ή της διανομής των προϊόντων ή στην προώθηση της τεχνικής - οικονομικής προόδου,
  - β) πρέπει να εξασφαλίζει δίκαιο τμήμα στους καταναλωτές από το όφελος που προκύπτει,
  - γ) οι περιορισμοί πρέπει να είναι απαραίτητοι για την επίτευξη των στόχων αυτών και
  - δ) η συμφωνία δεν πρέπει να παρέχει στα μέρη τη δυνατότητα κατάργησης του ανταγωνισμού.
- 322) Οι τέσσερις προϋποθέσεις των άρθρων 1 παρ. 3 ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 81 παρ. 3 ΣυνθΕΚ (νυν 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ) είναι σωρευτικές και πρέπει να πληρούνται όλες για να έχει εφαρμογή η απαλλαγή<sup>728</sup>. Αν δεν πληρούνται, δεν πρέπει να γίνει δεκτή η εφαρμογή της εξαίρεσης των εν λόγω άρθρων. Η απαρίθμηση των εν λόγω προϋποθέσεων είναι, επίσης, εξαντλητική. Εφόσον πληρούνται, η απαλλαγή ισχύει και δεν μπορεί να εξαρτηθεί από καμία άλλη προϋπόθεση<sup>729</sup>.
- 323) Σε περίπτωση εξέτασης μίας συμφωνίας σε ατομική βάση από την Επιτροπή, η τελευταία φέρει το βάρος απόδειξης ότι η εν λόγω συμφωνία παραβιάζει τα άρθρα 1 παρ. 1 ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ (νυν 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ). Ακολούθως, εφόσον αποδειχθεί ο αντιανταγωνιστικός χαρακτήρας της συμφωνίας, η ελεγχόμενη επιχείρηση (που επικαλείται το ευεργέτημα της απαλλαγής) φέρει και το βάρος απόδειξης ότι πληρούνται οι προαναφερόμενες σωρευτικές προϋποθέσεις<sup>730</sup>. Κατά συνέπεια, η επιχείρηση που επικαλείται τα άρθρα 1 παρ. 3 ν. 703/1977 και 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ πρέπει και να αποδείξει ότι πληρούνται οι σχετικές προϋποθέσεις με πειστικά επιχειρήματα και αποδεικτικά στοιχεία<sup>731</sup>. Στο πλαίσιο αυτό, λαμβάνονται

<sup>726</sup> Βλ. υφιστάμενες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 47.

<sup>727</sup> Βλ. Ενót. VII.1.8.

<sup>728</sup> Βλ. άρθρο 1 παρ. 3 ν. 703/1977, όπου ορίζεται ότι «Συμφωνίες, αποφάσεις και περιπτώσεις εναρμονισμένης πρακτικής ή κατηγορίες αυτών, που εμπίπτουν στην παράγραφο 1 του παρόντος άρθρου είναι εν όλω ή εν μέρει ισχυρές, εφόσον πληρούν αθροιστικά τις πιο κάτω προϋποθέσεις: ...» Παρεμφερές περιεχόμενο έχει και το άρθρο 1 παρ. 3 του ν. 3959/2011.

<sup>729</sup> Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παράγραφος 3 της συνθήκης, ό.π., παρ. 42 και εκεί αναφερόμενη νομολογία.

<sup>730</sup> Βλ. άρθρο 2 του Κανονισμού (ΕΚ) 1/2003, ό.π., καθώς και προηγούμενες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 62 και ισχύουσες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 96.

<sup>731</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕφΑθ 2803/2011, σκ. 17, όπου και παραπομπές σε πάγια ενωσιακή νομολογία.

υπόψη μόνο αντικειμενικά πλεονεκτήματα, πράγμα που σημαίνει ότι η τυχόν επικαλούμενη βελτίωση της αποτελεσματικότητας δεν εκτιμάται με βάση την υποκειμενική άποψη των μερών<sup>732</sup>.

### **ΙΧ.5.2 Εφαρμογή στην υπό κρίση υπόθεση**

- 324) Οι ιδιαίτερα σοβαροί περιορισμοί (όπως είναι ο καθορισμός τιμών μεταπώλησης) κατά κανόνα απαγορεύονται (μαύρη λίστα), καθόσον δεν πληρούν τις δύο πρώτες προϋποθέσεις των άρθρων 1 παρ. 3 ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 81 παρ. 3 ΣυνθΕΚ (νυν 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ). Συγκεκριμένα, δεν συμβάλλουν στη βελτίωση της παραγωγής ή της διανομής των προϊόντων ή στην προώθηση της τεχνικής - οικονομικής προόδου, δεν δημιουργούν αντικειμενικά οικονομικά πλεονεκτήματα, ούτε προσπορίζουν οφέλη στους καταναλωτές. Επιπλέον, αυτά τα είδη συμφωνιών δεν πληρούν κατά κανόνα το κριτήριο της αναλογικότητας και του απαραίτητου χαρακτήρα για την επίτευξη των στόχων αυτών (τρίτη προϋπόθεση)<sup>733</sup>. Σημειώνεται ότι και η τελευταία προϋπόθεση της εξαίρεσης που προβλέπουν τα άρθρα 1 παρ. 3 ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 81 παρ. 3 ΣυνθΕΚ (νυν 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ) δεν πληρούται, εάν η συμφωνία καταργεί τον ανταγωνισμό σε μία από τις σημαντικότερες εκφάνσεις του και, ιδίως, σε περίπτωση κατάργησης του ανταγωνισμού όσον αφορά στις τιμές<sup>734</sup>.
- 325) Με βάση τις προαναφερόμενες σκέψεις, οι, κατά τα ανωτέρω, σχετικοί με τον καθορισμό τιμών μεταπώλησης όροι που εντοπίστηκαν στις συμβάσεις της Friesland με τους συνεργάτες δικτύου στο πλαίσιο της εξεταζόμενης υπόθεσης, δεν πληρούν τις σωρευτικές προϋποθέσεις ατομικής απαλλαγής των άρθρων 1 παρ. 3 ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 81 παρ. 3 ΣυνθΕΚ (νυν 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ), ούτε έχουν εισφερθεί στοιχεία που να αναιρούν το συμπέρασμα αυτό. Ως εκ τούτου, δεν δύναται να χορηγηθεί ατομική απαλλαγή βάσει των άρθρων 1 παρ. 3 του ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 81 παρ. 3 ΣυνθΕΚ (νυν 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ) στις υπό εξέταση συμφωνίες μεταξύ των μερών.

## **ΙΧ.6 ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΜΗ ΑΣΚΗΣΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ**

### **ΙΧ.6.1 Υποχρέωση μη άσκησης ανταγωνισμού των συνεργατών δικτύου και των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων που [...]**

#### ***ΙΧ.6.1.1 Όροι στις συμβάσεις μεταξύ Friesland και συνεργατών δικτύου***

- 326) Στους όρους που περιλαμβάνονται στις συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας κατά τα έτη 1996 έως τις αρχές του 2009 μεταξύ Friesland και συνεργατών δικτύου της, αποτυπώνεται ρητά υποχρέωση μη άσκησης ανταγωνισμού.
- 327) Συγκεκριμένα, ο όρος σύμφωνα με τον οποίο οι συνεργάτες δικτύου της Friesland δεσμεύονταν να μην διαθέτουν ανταγωνιστικά προς εκείνην προϊόντα, πρωτοεμφανίστηκε, σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, το 1996 στη συμφωνία μεταξύ Friesland και συνεργάτη δικτύου [...]. Ο εν λόγω όρος εξακολούθησε να περιλαμβάνεται και στις μεταγενέστερες συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας μέχρι και το 2008, με ελαφρώς διαφοροποιημένη διατύπωση, χωρίς ωστόσο να παρέχεται η δυνατότητα στους συνεργάτες της Friesland να προμηθεύονται ανταγωνιστικά

<sup>732</sup> Βλ. ΕΑ 495/VI/2010, σκ. 156 και 580/VII/2013, σκ. 159, καθώς και Κατευθυντήριες Γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ. 3 της Συνθήκης, ό.π., παρ. 49.

<sup>733</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ. 3 της Συνθήκης, ό.π., παρ. 46, 79 και την πάγια ενωσιακή νομολογία στην οποία παραπέμπουν.

<sup>734</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ. 3 της Συνθήκης, ό.π., παρ. 110.

προϊόντα. Αναλυτικότερα, ο εν λόγω όρος, σύμφωνα με τα στοιχεία του φακέλου, διαμορφώθηκε, ανά έτος, ως εξής:

Έτη	Συμβατικός όρος
1996 <sup>735</sup>	«Δεσμεύεστε να παρέχετε τις ακόλουθες υπηρεσίες που έχουν σχέση με την διανομή, προώθηση και διαφήμιση των προϊόντων μας για το 1996, χωρίς να κάνετε το ίδιο για άλλα άμεσα ανταγωνιστικά προϊόντα».
1997 <sup>736</sup> - 1998 <sup>737</sup>	«Δεσμεύεστε για σωστή κάλυψη του πελατολογίου σας να παρέχετε τις ακόλουθες υπηρεσίες που έχουν σχέση με την διανομή, προώθηση και διαφήμιση των προϊόντων μας για το 1998 <sup>738</sup> , χωρίς να κάνετε το ίδιο για άλλα άμεσα ανταγωνιστικά προϊόντα».
1999-2001 <sup>739</sup>	«... δεσμεύεστε για την σωστή κάλυψη του πελατολογίου σας, την διανομή, προώθηση και διαφήμιση των προϊόντων μας, χωρίς να κάνετε το ίδιο για άλλα άμεσα ανταγωνιστικά προϊόντα».
2002 <sup>740</sup>	«... δεσμεύεστε για την σωστή κάλυψη του πελατολογίου σας, την διανομή, προώθηση και διαφήμιση των προϊόντων μας, χωρίς να κάνετε το ίδιο για άλλα άμεσα ανταγωνιστικά προϊόντα. Οποιαδήποτε συνεργασία σας στην περιοχή ευθύνης σας με ανταγωνιστικές ή μη εταιρείες απαιτείται να μας κοινοποιείται εγγράφως, πριν την έναρξή της».
2003 <sup>741</sup> -2004 <sup>742</sup>	«... δεσμεύεστε για την πλήρη κάλυψη του πελατολογίου σας, την διανομή, προώθηση και διαφήμιση των προϊόντων μας, χωρίς να κάνετε το ίδιο για άλλα άμεσα ανταγωνιστικά προϊόντα».

<sup>735</sup> Βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην [...].

<sup>736</sup> Βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην [...].

<sup>737</sup> Βλ. συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας με τις εταιρίες [...]. Σημειώνεται ότι ο συγκεκριμένος όρος δεν περιλαμβάνεται στη συμφωνία του 1998 μεταξύ Friesland και εταιρίας [...]. Οι εν λόγω συμφωνίες προσκομίστηκαν από τη Friesland με την υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της προς τη ΓΔΑ, συν. 3ii, 3iv, 3v και 3vi αντίστοιχα.

<sup>738</sup> Στη συμφωνία εμπορικής συνεργασίας του 1997 αναφέρεται σχετικά το έτος 1997.

<sup>739</sup> Βλ. συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας με τις εταιρίες [...] (για την τελευταία οι σχετικές συμφωνίες αφορούν στα έτη 2000-2001, ενώ για τις λοιπές εταιρίες οι συμφωνίες που εμπεριέχονται στο φάκελο της υπόθεσης αφορούν στα έτη 1999-2001). Οι εν λόγω συμφωνίες προσκομίστηκαν από τη Friesland με την υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της, συν. 3ii, 3iv, 3v, 3vi και 3viii αντίστοιχα. Οι συμφωνίες με την [...] για τα έτη 1999 και 2001 είχαν ήδη συλλεχθεί στο πλαίσιο επιτόπιου στα γραφεία της εν λόγω εταιρίας (βλ. έγγραφα με κωδικοποίηση [...] αντίστοιχα στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων).

<sup>740</sup> Βλ. συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας με τις εταιρίες [...]. Οι εν λόγω συμφωνίες προσκομίστηκαν από τη Friesland με την υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της, συν. 3ii, 3iv, 3v και 3vi αντίστοιχα. Στη συμφωνία εμπορικής συνεργασίας με την εταιρία [...] (συν. 3viii της ως άνω επιστολής), ο εν λόγω όρος εμφανίζεται ελαφρώς διαφοροποιημένος και συγκεκριμένα προβλέπει: «δεσμεύεστε για την πλήρη κάλυψη του πελατολογίου σας, την διανομή, προώθηση και διαφήμιση των προϊόντων μας, χωρίς να κάνετε το ίδιο για άλλα άμεσα ανταγωνιστικά προϊόντα».

<sup>741</sup> Βλ. συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας με τις εταιρίες [...]. Οι εν λόγω συμφωνίες προσκομίστηκαν από τη Friesland με την υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της, συν. 3ii, 3iv, 3v, 3vi και 3viii αντίστοιχα. Οι συμφωνίες των [...] (με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων) και [...] (με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων) είχαν ήδη συλλεχθεί στο πλαίσιο των επιτόπιων ελέγχων στα γραφεία των ανωτέρω εταιριών στις 18.6.2014.

<sup>742</sup> Βλ. συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας με τις εταιρίες [...]. Οι εν λόγω συμφωνίες προσκομίστηκαν από τη Friesland με την υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της, συν. 3ii, 3iv, 3v, 3vi, 3vii και 3viii αντίστοιχα. Η συμφωνία με την [...] (έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων) είχε ήδη συλλεχθεί κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της εν λόγω εταιρίας, σύμφωνα με την υπ' αριθ. πρωτ. οικ. 4415/13.6.2014 εντολή ελέγχου.

	<i>Οποιαδήποτε νέα σας συνεργασία με άλλες εταιρείες θα γνωστοποιείται έγκαιρα στην ΦΡΗΣΛΑΝΤ ΕΛΛΑΣ, για την σύμφωνη γνώμη της<sup>743</sup>».</i>
2005-2008 <sup>744</sup>	«... δεσμεύεστε για την σωστή κάλυψη του πελατολογίου σας, την διανομή όλων των κωδικών, προώθηση και διαφήμιση των προϊόντων μας, χωρίς να πραγματοποιείται το ίδιο για άλλα άμεσα ανταγωνιστικά προϊόντα.  <i>Οποιαδήποτε νέα σας συνεργασία με άλλες εταιρείες θα γνωστοποιείται έγκαιρα στην ΦΡΗΣΛΑΝΤ ΕΛΛΑΣ, για την σύμφωνη γνώμη της<sup>745</sup>».</i>

328) Στις αρχές του 2009 ο όρος περί γνωστοποίησης από τους συνεργάτες της Friesland οποιασδήποτε νέας συνεργασίας με άλλες εταιρίες για τη σύμφωνη γνώμη της απαλείφεται από τις συμφωνίες μεταξύ των μερών<sup>746</sup>. Κατά τα έτη 2009-2011<sup>747</sup> παραμένει στον σχετικό όρο μόνο [...] <sup>748,749</sup>.

#### **IX.6.1.2 Καταθέσεις συνεργατών δικτύου και ευρήματα ελέγχων**

329) Αξίζει να σημειωθεί ότι η συμβατικά προβλεπόμενη υποχρέωση των συνεργατών δικτύου της Friesland, κατά τα ανωτέρω εκτεθέντα, να της γνωστοποιούν έγκαιρα οποιαδήποτε νέα συνεργασία με άλλες εταιρίες για τη σύμφωνη γνώμη της προκύπτει και από αλληλογραφία μεταξύ στελεχών της Friesland που συλλέχθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο της ΓΔΑ στα γραφεία αυτής<sup>750</sup>. Συγκεκριμένα, πρόκειται για την από

<sup>743</sup> Η έμφαση ενυπάρχει στο κείμενο της σύμβασης.

<sup>744</sup> Βλ. συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας με τις εταιρίες [...]. Όπως προαναφέρθηκε, δεν υπάρχει συμφωνία του 2008 μεταξύ Friesland και του συνεργάτη δικτύου [...], καθότι η συνεργασία του με τη Friesland διήρκεσε μέχρι τις αρχές του 2008. Οι εν λόγω συμφωνίες προσκομίστηκαν από τη Friesland με την υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της, συν. 3ii, 3iv, 3v, 3vi, 3vii και 3viii αντίστοιχα. Οι συμφωνίες μεταξύ Friesland και των εταιριών [...] για τα έτη 2005-2008 (έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων), [...] για τα έτη 2005-2007 (έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων), [...] για τα έτη 2005-2006 (έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων), [...] για τα έτη 2006-2008 (έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων) και [...] για το έτος 2008 (έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων) είχαν ήδη συλλεχθεί στο πλαίσιο των επιτόπιων ελέγχων που πραγματοποιήθηκαν από τη ΓΔΑ στα γραφεία των εν λόγω εταιριών τον Ιούνιο και Ιούλιο του 2014.

<sup>745</sup> Η έμφαση ενυπάρχει στο κείμενο της σύμβασης.

<sup>746</sup> Βλ. ανωτέρω Ενότ. IX.1.1, όπου αναφέρεται ότι οι συμβάσεις της Friesland με τους συνεργάτες δικτύου της του έτους 2008, με τη ρήτρα μη ανταγωνισμού, ανανεώθηκαν σιωπηρά και ίσχυσαν μέχρι την υπογραφή των νέου τύπου συμβάσεων τον Μάρτιο και τον Απρίλιο του 2009, στις οποίες ο περιοριστικός του ανταγωνισμού όρος πλέον απαλείφεται.

<sup>747</sup> Βλ. συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας με τις εταιρίες [...]. Οι εν λόγω συμφωνίες προσκομίστηκαν από τη Friesland με την υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή της προς την ΓΔΑ, συν. 3ii, 3iv, 3v, 3vii και 3viii αντίστοιχα. Σημειώνεται ότι ο εν λόγω όρος υπάρχει και στη συμφωνία του 2012 με τους συνεργάτες δικτύου [...] (βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2295/8.4.2015 επιστολή Friesland προς τη ΓΔΑ, συν. 3vii) και [...] (βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων που συλλέχθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην [...]). Οι συμφωνίες μεταξύ Friesland και των εταιριών [...] για το έτος 2011 (έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων), [...] για τα έτη 2009-2011 (έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων), [...] για τα έτη 2009-2011 (έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων) και [...] για τα έτη 2010-2011 (έγγραφο με κωδικοποίηση [...] στον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων) είχαν ήδη συλλεχθεί και κατά τη διενέργεια των επιτόπιων ελέγχων που πραγματοποιήθηκαν από τη ΓΔΑ στα γραφεία των ανωτέρω εταιριών.

<sup>748</sup> Συγκεκριμένα, ο σχετικός όρος διαμορφώνεται ως εξής: [...]

<sup>749</sup> Στις συμφωνίες των ετών 2012-2014 αφαιρείται από τον εν λόγω όρο και [...]. Η σχετική συμβατική πρόβλεψη διαμορφώνεται ως εξής: [...] Στις συμφωνίες των ετών που ακολούθησαν, [...], δεν υπάρχει σχετική με την ως άνω αναφορά.

<sup>750</sup> Βλ. ηλεκτρονικό έγγραφο που λήφθηκε από την [...], Διευθυντή Πωλήσεων της Friesland, κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 16.9.2008 στα γραφεία της Friesland.

13.12.2006 επιστολή μεταξύ στελεχών της Friesland με θέμα [...] <sup>751</sup> αναφορικά με τους συνεργάτες δικτύου της Friesland στη [...] και στην [...], οι οποίοι είχαν δεχτεί πρόταση συνεργασίας από την [...].

- 330) Αναφορικά με τον πρώτο, στον οποίο έγινε πρόταση συνεργασίας για όλα τα προϊόντα της [...] πλην των γαλακτοκομικών, αναφέρεται στην επιστολή: «*Ο Συνεργάτης μας τους ξεκαθάρισε από την αρχή ότι θα τον ενδιέφερε αυτή η συνεργασία εφ' όσον οι παροχές ήταν ικανοποιητικές **ΚΑΙ ΕΦ' ΟΣΟΝ** υπήρχε και η συγκατάθεση της FR-HL*». Από την επιστολή προκύπτει ότι εν τέλει ο συνεργάτης της Friesland απήντησε αρνητικά στην πρόταση συνεργασίας της [...], καθώς οι παροχές που του προτάθηκαν δεν ήταν ικανοποιητικές για την εταιρία του.
- 331) Η πρόταση της [...] προς τον συνεργάτη της Friesland [...] αφορούσε σε προμήθεια γαλακτοκομικών προϊόντων <sup>752</sup>. Από την επιστολή προκύπτει ότι ο συνεργάτης της Friesland γνωστοποίησε τηλεφωνικά στην τελευταία την πρόταση συνεργασίας που δέχτηκε από τη [...] για τα γαλακτοκομικά προϊόντα της, καθώς και ότι σκοπεύει να απαντήσει θετικά σε αυτή. Η Friesland του ζήτησε να της αποστείλει μία επιστολή με την οποία να την ενημερώνει εγγράφως για την πρόταση συνεργασίας που δέχτηκε, καθώς και για τις κατηγορίες προϊόντων που αυτή θα αφορούσε. Στην απάντηση του συνεργάτη της Friesland ότι δεν υπάρχει λόγος να στείλει επιστολή και ότι αρκεί η προφορική ενημέρωση, η Friesland τόνισε, σύμφωνα με την ανωτέρω επιστολή, ότι «*απλά μας ανακοινώνει μια συνεργασία, ενώ θα έπρεπε να μας έχει ενημερώσει **έγκαιρα** για τις επαφές και για τις προθέσεις του. Παραπέμφθηκε δε και στην παράγραφο Β της πρώτης (1) σελίδας της Εμπορικής Συμφωνίας Συνεργασίας για το 2006, που αναφέρει μεταξύ άλλων ότι για οποιαδήποτε νέα Συνεργασία του θα πρέπει πρώτα να υπάρχει η σύμφωνη γνώμη της FR-HL...*». Σύμφωνα με την επιστολή, ο συνεργάτης της Friesland απάντησε ότι δεν είχε προσέξει το σχετικό όρο και την ενημέρωσε ότι η συνεργασία του με την [...] θα είναι ένα ξεχωριστό δίκτυο πωλήσεων και διανομής. Την διαβεβαίωσε, επίσης, ότι «*...σε καμία περίπτωση η νέα αυτή συνεργασία δεν θα αποβεί εις βάρος των στόχων και των συμφερόντων της FR-HL*» <sup>753</sup>.
- 332) Από τις καταθέσεις που δόθηκαν από συνεργάτες δικτύου της Friesland κατά τη διενέργεια επιτόπιων ελέγχων στα γραφεία τους και σε ερώτηση αναφορικά με την ύπαρξη όρων βάσει των οποίων οι συνεργάτες της Friesland υποχρεούνται να προμηθεύονται και διαθέτουν αποκλειστικά τα γαλακτοκομικά προϊόντα της ίδιας και όχι άλλα ανταγωνιστικά προϊόντα <sup>754</sup>, προκύπτουν τα ακόλουθα:
- 333) Η [...] αναφέρει ότι υπάρχει όρος «*Να μην εμπορευόμαστε ανταγωνιστικές εταιρίες π.χ. Δέλτα, Φάγε. Για τα προϊόντα [...]. Είναι προφορική συμφωνία. Δεν μας υποχρέωσε να αλλάξουμε τις υπάρχουσες συνεργασίες μας με [...] και [...]*» <sup>755</sup>.
- 334) Ο νόμιμος εκπρόσωπος της [...] ανέφερε πως νομίζει ότι υπάρχει σχετικός όρος, αλλά δεν είναι σίγουρος <sup>756</sup>, ενώ οι λοιποί συνεργάτες δικτύου αναφέρουν ότι η

<sup>751</sup> Επιστολή του [...] προς τον [...]. Σύμφωνα με μία παρουσίαση του ίδιου έτους με θέμα: [...], που εντοπίστηκε στα ηλεκτρονικά αρχεία του [...].

<sup>752</sup> Σύμφωνα με την ανωτέρω επιστολή μεταξύ πελατών της Friesland, ο [...] ήταν συνεργάτης της [...] στο [...] και [...].

<sup>753</sup> Σύμφωνα με την επιστολή, η εν λόγω συνεργασία αφορούσε μόνο το νησί [...] και αναμενόταν να ξεκινήσει εντός του Ιανουαρίου του 2007.

<sup>754</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 14iii απάντηση των καταθέσεων των συνεργατών δικτύου της Friesland κατά τους επιτόπιους ελέγχους το 2014.

<sup>755</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 14iii απάντηση του [...].

<sup>756</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 14iii απάντηση του [...], στην από [...] κατάθεσή του στη ΓΔΑ.

Friesland δεν τους υποχρεώνει να προμηθεύονται και να διανέμουν αποκλειστικά τα προϊόντα της ίδιας<sup>757</sup>. Η [...] προσθέτει ότι από τη στιγμή που έχει καλή συνεργασία με τη Friesland δεν έχει σκεφτεί να συνεργαστεί με άλλη εταιρία και αναφέρει ότι ακόμα και αν υπήρχαν στις συμβάσεις σχετικοί όροι για να μη διαθέτει ανταγωνιστικά προϊόντα, η Friesland δεν του έχει ζητήσει ποτέ κάτι τέτοιο. Διευκρινίζει, ωστόσο, ότι και ο ίδιος δεν της είπε ποτέ ότι θα συνεργαστεί με άλλη εταιρία<sup>758</sup>.

335) Επιπροσθέτως, σε ερώτημα σχετικά με την ύπαρξη υποχρέωσης ενημέρωσης της Friesland σε περίπτωση πρότασης συνεργασίας από άλλη εταιρία (ανταγωνιστριά της ή μη) και τη λήψη συναίνεσης της Friesland πριν τη σύναψη σύμβασης με άλλη εταιρία για προμήθεια προϊόντων<sup>759</sup>, οι συνεργάτες δικτύου της Friesland κατέθεσαν τα εξής:

336) Ο συνεργάτης δικτύου [...] κατέθεσε ότι «...εγώ έχω καταλάβει ότι πρέπει να ενημερώσω, αυτή είναι η εμπορική πρακτική» και η εταιρία [...] κατέθεσε ότι «Ναι, η Friesland είχε ζητήσει να την ενημερώνουμε σε περίπτωση που είχαμε πρόταση συνεργασίας από άλλη εταιρία - ανταγωνιστριά ή μη - και να λαμβάνουμε τη συναίνεσή της προτού συνάψουμε σύμβαση με άλλη εταιρία. Αυτό συνέβαινε καθ' όλη τη διάρκεια της συνεργασίας μας, τουλάχιστον μέχρι το [...]»<sup>760</sup>. Οι λοιποί συνεργάτες δικτύου κατέθεσαν ότι η Friesland δεν τους έχει ζητήσει κάτι τέτοιο<sup>761</sup>.

337) Σε ερώτηση σχετικά με τον τρόπο που αντιμετώπισε η Friesland τυχόν περιπτώσεις κατά τις οποίες οι συνεργάτες δικτύου της την ενημέρωσαν για την πρόθεσή τους να συνεργαστούν με άλλη εταιρία (ανταγωνιστριά της ή μη) ή ακόμη και για περιπτώσεις κατά τις οποίες τελικά συνεργάστηκαν με άλλη εταιρία για προμήθεια (και) ανταγωνιστικών γαλακτοκομικών προϊόντων, οι συνεργάτες δικτύου ανέφεραν κατά κύριο λόγο είτε ότι η Friesland δεν έχει ενημερωθεί σχετικά είτε ότι έχει διαπιστώσει ότι ορισμένοι διανέμουν και κάποιες κατηγορίες γαλακτοκομικών προϊόντων ανταγωνιστών και δεν έχει αντιδράσει είτε ότι δεν προέκυψε αυτό το θέμα ή δεν επιδίωξαν να συνεργαστούν με άλλη εταιρία πλην της Friesland<sup>762</sup>.

338) Σχετικώς, η [...] ανέφερε συγκεκριμένα ότι το 2010 είχε εξετάσει το ενδεχόμενο να συνεργαστεί με τη [...] <sup>763</sup>, [...]. Ωστόσο, διευκρίνισε ότι η Friesland δεν έλαβε γνώση του συγκεκριμένου γεγονότος. Παράλληλα, ο εν λόγω συνεργάτης δικτύου ανέφερε ότι το [...] διένεμε γιαούρτια της [...], εν γνώσει της Friesland, η οποία δεν αντέδρασε στη συγκεκριμένη συνεργασία.

339) Η [...] δήλωσε ότι «Δεν υπήρξε ποτέ τέτοια περίπτωση». Ομοίως, η [...] απάντησε «Όχι, δεν έχει συμβεί κάτι τέτοιο» και η [...] κατέθεσε ότι «Δεν προέκυψε αυτό το θέμα στο πλαίσιο της συνεργασίας μας». Τέλος, η [...] ανέφερε ότι «Δεν έχει προκύψει διάθεση από εμένα να συνεργαστώ με ανταγωνιστική της Friesland εταιρία, οπότε και

<sup>757</sup> Συγκεκριμένα, την απάντηση αυτή έδωσαν οι [...] και [...], η οποία, ωστόσο, αναφέρει ότι όλοι οι όροι προβλέπονται στις συμβάσεις,

<sup>758</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 14iii απάντηση του [...] στην από [...] κατάθεσή του. Αναφορικά με τους λόγους που επιλέγει να μη διαθέτει προϊόντα άλλων εταιριών, ο καταθέτων αναφέρει ότι εάν διέθετε π.χ. και προϊόντα της ΔΕΛΤΑ (φρέσκο γάλα) θα έπρεπε να κάνει και πολλαπλές επισκέψεις στους πελάτες του, ανεβάζοντας το κόστος, ενώ για τη διάθεση των προϊόντων της Friesland, που δεν έχει φρέσκο γάλα, πραγματοποιεί περίπου ένα δρομολόγιο ανά εβδομάδα στους πελάτες του.

<sup>759</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 14iv απάντηση των σχετικών καταθέσεων.

<sup>760</sup> Όπως προαναφέρθηκε, η συνεργασία της Friesland με το συνεργάτη της [...], ήτοι έτος κατά το οποίο υπήρχε σχετικός συμβατικός όρος μεταξύ της Friesland και των συνεργατών δικτύου.

<sup>761</sup> Βλ. τις καταθέσεις των [...] και [...].

<sup>762</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 14v απάντηση των σχετικών καταθέσεων.

<sup>763</sup> Συγκεκριμένα, [...] (βλ. την υπ' αριθ. 14iii απάντησή του).

δεν ξέρω την αντίδραση της. Οποτε την έχω ενημερώσει ότι πρόκειται να συνεργαστώ με άλλη εταιρία (μη ανταγωνίστρια της Friesland) το μόνο που μου έχει πει είναι καλή επιτυχία. Δεν έχω διαπιστώσει ότι θα με απέτρεπαν να συνεργαστώ με άλλη εταιρία». Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί η απάντηση της εταιρίας [...], σύμφωνα με την οποία δεν υπήρξαν περιπτώσεις πρόθεσης συνεργασίας με ανταγωνίστριες εταιρίες στις κατηγορίες [...] που «ενδιέφεραν» την Friesland. Ειδικότερα ο εν λόγω συνεργάτης δικτύου δήλωσε σχετικά: «Δεν υπήρξαν τέτοιες περιπτώσεις για τις κατηγορίες προϊόντων που ενδιέφεραν τη Friesland ([...]). Για τα υπόλοιπα γαλακτοκομικά προϊόντα δεν υπάρχει περιορισμός».

340) Σε ειδικότερη ερώτηση αναφορικά με την ύπαρξη επιπτώσεων για τους συνεργάτες δικτύου της Friesland σε περίπτωση συνεργασίας τους με ανταγωνίστρια εταιρία<sup>764</sup>, οι εταιρίες απήντησαν ως ακολούθως.

341) Η [...] απήντησε ότι δεν υπάρχουν επιπτώσεις σε περίπτωση συνεργασίας με ανταγωνίστρια εταιρία. Παρομοίως, η [...] ανέφερε, κατά την εκτίμησή της, ότι δεν θα υπάρξουν συνέπειες σε μία αντίστοιχη περίπτωση. Για παράδειγμα, επισήμανε την περίπτωση συνεργασίας της με την «[...]» (η οποία διαθέτει [...]) ως προς την οποία η Friesland «... απλά μας εξέφρασε τη δυσaréσκείά της και μας υπέδειξε να δείξουμε προσοχή να μην χάσουμε μερίδιο στο γάλα [...]. Η εν λόγω υπόδειξη έγινε στη [...]»<sup>765</sup> [...]. Αντιστοίχως, η [...] δήλωσε σχετικά: «Θεωρώ πως δεν υπάρχουν επιπτώσεις αλλά δεν έχει τύχει για να ξέρω». Παρόμοια είναι η απάντηση και της [...], η οποία δήλωσε ότι δεν γνωρίζει για τυχόν επιπτώσεις, καθώς δεν της έχει συμβεί κάτι ανάλογο, ενώ η [...] διευκρίνισε ότι δεν προέκυψε τέτοιο θέμα. Ωστόσο, κατά την εκτίμηση της [...], σε περίπτωση συνεργασίας της με ανταγωνίστρια της Friesland εταιρία, η τελευταία θα απαιτούσε είτε αποκλειστική είτε καθόλου συνεργασία. Συγκεκριμένα, ο εν λόγω συνεργάτης δικτύου δήλωσε σχετικά: «Δεν έφτασε ποτέ το θέμα. Νομίζω θα μου έλεγαν ή αυτοί ή εμείς...»<sup>766</sup>. Ωστόσο, πέραν των ανωτέρω δηλώσεων αξίζει να σημειωθεί ότι, όπως προέκυψε από τις καταθέσεις τους, οι συνεργάτες δικτύου [...] <sup>767</sup>, [...] <sup>768</sup> και [...] <sup>769</sup> προμηθεύονται αποκλειστικά γαλακτοκομικά προϊόντα από την Friesland. Αντιστοίχως, και η [...] στην απάντησή της αναφέρεται μόνο σε προϊόντα της Friesland [...] <sup>770</sup>. Μόνο στις περιπτώσεις των

<sup>764</sup> Βλ. υπ' αριθ. 14νι απάντηση των καταθέσεων των συνεργατών δικτύου της Friesland.

<sup>765</sup> Σε άλλο σημείο της κατάθεσής του, ο εκπρόσωπος της εταιρίας [...] διευκρινίζει σχετικώς ότι «[...]» (βλ. την υπ' αριθ. 5ιν απάντησή του).

<sup>766</sup> Προσθέτει, επίσης, «Δεν έχω δει συνάδελφο να διανέμει πολλούς. Εγώ αν ήμουν manager του προμηθευτή θα το έκανα. Θα του μείωνε το κόστος διανομής. Δεν ξέρω γιατί δεν το κάνουν, πιστεύω ότι με μικτή διανομή θα έπεφτε το κόστος. Θα μπορούσε να έχει χωριστούς merchandisers, presellers και κοινή διανομή».

<sup>767</sup> Η [...] απήντησε ότι: «Εμπορία γαλακτοκομικών προϊόντων η εταιρία κάνει από το [...]. [...] Όλα αυτά τα χρόνια συνεργαζόμαστε μόνο με τη Friesland [...] Δεν συνεργαζόμαστε με άλλη επιχείρηση γαλακτοκομικών» (βλ. τις υπ' αριθ. 3i, 3ii και 5ιν απαντήσεις της κατάθεσης).

<sup>768</sup> Η [...] δήλωσε σχετικά: «Τα προϊόντα της Friesland, εβαπορέ, μακράς διάρκειας, παίρνω και παιδικές τροφές και είδη υγιεινής, γιαούρτια, κρέμες γάλακτος. Όλη τη γκάμα των εμπορικών της σημάτων [...] Δεν έχω σύμβαση με άλλη εταιρεία. Από πέρυσι αγοράζω [...] από τη [...] και από το [...], χωρίς σύμβαση, αγοράζω και πουλάω» (βλ. τις υπ' αριθ. 3ii και 5ιν απαντήσεις της κατάθεσης).

<sup>769</sup> Η [...] ανέφερε: «Το [...] συνεργαζόμουν με την [...]. Με προμήθευε [...]. Το σήμα ήταν το [...]. Με την εταιρία αυτή συνεργάστηκα μέχρι το [...]. Από το [...] Το [...] ξεκίνησε η συνεργασία μου με την Friesland. Η Friesland με προμηθεύει με όλα τα γαλακτοκομικά προϊόντα που διακινεί στην Ελλάδα (γάλα εβαπορέ, γάλα μακράς διάρκειας, υψηλής παστερίωσης, παιδικές τροφές και παιδικά γάλατα, τυριά, βούτυρα, κρέμες γάλακτος, γιαούρτια) [...] Δεν έχω υπογράψει συμβάσεις για προμήθεια γαλακτοκομικών προϊόντων με άλλη εταιρία» (βλ. τις υπ' αριθ. 3ii και 5ιν απαντήσεις της κατάθεσης).

<sup>770</sup> Η [...] δήλωσε σχετικά: «Η Friesland μας προμήθευε με κρύα προϊόντα από το [...]. Από το [...] και μετά τη διανομή των κρύων προϊόντων [...]. Τα ζεστά προϊόντα της Friesland τα διανέμαμε από το [...] Διανέμαμε όλα τα προϊόντα της Friesland πλην [...]. Εμπορικά σήματα: NOYNOY, Frisian Cow, Family

συνεργατών δικτύου [...] <sup>771</sup> και [...] <sup>772</sup> γίνεται αναφορά και σε διακίνηση ανταγωνιστικών σημάτων.

### IX.6.1.3 Καταθέσεις χονδρεμπορικών επιχειρήσεων [...]

342) Από τις καταθέσεις που ελήφθησαν από τις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις [...], και σε ερώτηση αναφορικά με την ύπαρξη όρων βάσει των οποίων οι συνεργάτες της Friesland υποχρεούνται να προμηθεύονται και διαθέτουν αποκλειστικά τα γαλακτοκομικά προϊόντα της ίδιας και όχι άλλα ανταγωνιστικά προϊόντα <sup>773</sup>, η [...] κατέθεσε ότι «Δεν είχαμε εγγράφως περιορισμό, αλλά αν επρόκειτο να φέρουμε κάποιο άλλο ανταγωνιστικό προϊόν η Friesland σίγουρα θα αντιδρούσε. Το [...] όταν προμηθευόμουν και το [...] γάλα [...] <sup>774</sup>, υπήρξε σχετική συζήτηση με τη Friesland για το μέλλον της συνεργασίας μας. Εγώ αποφάσισα να φέρω το ανταγωνιστικό προς τη Friesland προϊόν για να αυξήσω τα κέρδη μου. Ζητήσαμε από τη Friesland να μας κάνει καλύτερες παροχές και αρνήθηκε. Ως εκ τούτου [...] Ωστόσο, πλέον δεν υπήρχε ενδιαφέρον από την εταιρία μας για περαιτέρω συνεργασία καθότι με τα περιθώρια κέρδους που είχαμε από τη Friesland δεν βγαίναμε <sup>775</sup>». Σύμφωνα με την [...], το περιθώριο κέρδους που δίνει η Friesland στο διανομέα δεν ήταν ικανό να καλύψει τα

---

κ.ά.». Επιπλέον, η εταιρία ανέφερε ότι την τελευταία [...] προμηθευόταν [...] προϊόντα από την [...] εταιρία [...] και από το [...] προμηθευόταν επίσης [...] από την [...] εταιρία [...] (βλ. τις υπ' αριθ. 3i και 3ii απαντήσεις της κατάθεσης).

<sup>771</sup> Η [...] σε ερώτηση αναφορικά με τα γαλακτοκομικά προϊόντα που προμηθεύεται από την έναρξη της λειτουργίας της (εμπορικά σήματα, προμηθευτές με τους οποίους έχει συνεργαστεί ή/και συνεργάζεται και έτος έναρξης συνεργασίας με καθέναν από αυτούς) απήντησε ότι η Friesland είναι ο μοναδικός προμηθευτής της σε εβαπορέ, γάλα υψηλής παστερίωσης και παρεμφερή προϊόντα. Από τη Friesland προμηθεύεται, επίσης, παστεριωμένο βρεφικό γάλα και τυριά. Η συνεργασία με τη Friesland ξεκίνησε περίπου το [...]. Συγκεκριμένα, δήλωσε σχετικά: «Ό,τι αφορά εβαπορέ, γάλα υψηλής παστερίωσης και παρεμφερή προϊόντα, είναι [ενν. προμηθευτής] η Friesland Campina. Δεν δουλεύουμε κάποιο άλλο συνεργάτη σε αυτά. Στο παστεριωμένο βρεφικό γάλα Friesland Campina. Τα σήματα είναι το Family (γάλα υψηλής παστερίωσης), γενικά τα NOYNOY (τα οποία λέγονται πλέον όλα NOYNOY, συσκευασμένα και μη). Στα τυριά έχουμε τα σήματα Milner και Fina ως χωριστά σήματα και τα προϊόντα Gouda, Edam, με σήμα NOYNOY (συσκευασμένα και κοπή). Η συνεργασία ξεκίνησε περίπου το [...] με την Friesland [...]». Επιπλέον, και αναφορικά με τη συνεργασία του σε λοιπά ανταγωνιστικά σήματα διευκρίνισε ότι: «Με άλλες εταιρείες έχουμε τις εξής συνεργασίες α) [...] έχουμε το σήμα [...], είναι [...]. Δεν διακινούμε γάλατα [...]. Εδώ και [...] διακινούμε και [...] με το σήμα [...] και [...]. Η συνεργασία μας ξεκίνησε το [...] με πλήρη γκάμα. β) Προμηθευόμαστε [...] γ) Έχουμε [...] δ) Έχουμε συνεργασία με το [...] ε) [...] Οι συνεργάτες υπό δ) και ε) [...] Όσον αφορά την [...] στ) με τη [...], συνεργαζόμαστε ως προς όλη τη γκάμα προϊόντων της. Η [...] δεν μας δίνει φρέσκο γάλα, [...]. Παίρνουμε τη [...]. Συνεργαζόμαστε και με άλλα [...]» (βλ. την υπ' αριθ. 3ii απάντηση της κατάθεσης).

<sup>772</sup> Η [...], σε ερώτηση αναφορικά με τα γαλακτοκομικά προϊόντα που προμηθεύεται από την έναρξη της λειτουργίας της (εμπορικά σήματα, προμηθευτές με τους οποίους έχει συνεργαστεί ή/και συνεργάζεται και έτος έναρξης συνεργασίας με καθέναν από αυτούς), απήντησε ότι η εταιρία εμπορεύεται γαλακτοκομικά προϊόντα από το [...]. Από τη Friesland, με την οποία συνεργάζεται από το [...], προμηθεύεται τυριά, γάλα υψηλής παστερίωσης, γάλα εβαπορέ, γάλα μακράς διάρκειας, γιαούρτια, κρέμα γάλακτος. Επιπλέον, ανέφερε ότι συνεργάζεται και με άλλες εταιρίες από τις οποίες προμηθεύεται [...]. Συγκεκριμένα, αναφέρει: «Επίσης συνεργαζόμαστε με τη [...] από το [...] και μας προμηθεύει [...]. Συνεργαζόμαστε με τη [...] από το [...] και μας προμηθεύει [...] και [...]. Τέλος είμαστε [...] συνεργασίας μας με τη [...] ως προς [...] και [...]. Επίσης συνεργαζόμασταν από το [...] με τη [...] αλλά η συνεργασία [...]. Από τη [...] προμηθευόμασταν [...]. Συνεργαζόμαστε με την εταιρεία [...] από το [...] ως προς [...]. Συνεργαζόμαστε με το [...] από το [...] ως προς [...]» (βλ. τις υπ' αριθ. 3i και 3ii απαντήσεις της κατάθεσης).

<sup>773</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 14iii απάντηση των σχετικών καταθέσεων.

<sup>774</sup> Η [...] σε ερώτηση αναφορικά με τα γαλακτοκομικά προϊόντα που προμηθεύεται από την έναρξη της λειτουργίας της (εμπορικά σήματα, προμηθευτές με τους οποίους έχει συνεργαστεί ή/και συνεργάζεται και έτος έναρξης συνεργασίας με καθέναν από αυτούς), απήντησε ότι «Από [...] με τη Friesland. [...] με εβαπορέ και NOYNOY Family (μακράς διάρκειας). Αργότερα [...]» βλ. υπ' αριθ. 3ii απάντηση της κατάθεσης).

<sup>775</sup> Βλ. την υπ' αριθ. 14iii απάντηση του [...] στην από [...] κατάθεσή του.



έξοδά του<sup>776</sup>. Ωστόσο αξίζει να σημειωθεί ότι στην από 3.11.2005 επιστολή της Friesland προς το συνεργάτη δικτύου [...] με θέμα: «[...]» η ίδια η Friesland αναφέρει ως λόγο διακοπής της συνεργασίας μεταξύ Friesland και [...] την προώθηση από την τελευταία ανταγωνιστικού προϊόντος<sup>777</sup>. Επισημαίνεται ότι, παρά την απάντηση της εν λόγω χονδρεμπορικής επιχείρησης σε σχετικό ερώτημα, σύμφωνα με την οποία δεν απαιτείτο η ενημέρωση της Friesland σε περίπτωση πρότασης συνεργασίας από άλλη εταιρία (ανταγωνίστρια της ή μη), η [...] παρέπεμψε στο ανωτέρω περιστατικό όταν αντιστοίχως ρωτήθηκε αναφορικά με τυχόν επιπτώσεις που αντιμετώπισε από την Friesland σε περίπτωση συνεργασίας με ανταγωνιστική επιχείρηση<sup>778</sup>.

- 343) Η έτερη ερωτηθείσα χονδρεμπορική επιχείρηση [...] διευκρίνισε σχετικώς ότι η Friesland δεν την υποχρεώνει να προμηθεύεται και να διανέμει αποκλειστικά τα προϊόντα της ίδιας και όχι άλλα ανταγωνιστικά<sup>779</sup>, ενώ παράλληλα αρνήθηκε την υποχρέωση ενημέρωσης της εταιρίας αναφορικά με πρόταση συνεργασίας από άλλη επιχείρηση (ανταγωνίστρια της ή μη), καθώς και την ύπαρξη αντιδράσεων σε περίπτωση πρόθεσης συνεργασίας με άλλη επιχείρηση ή ακόμη και επιπτώσεων κατά την εν τέλει σύναψη συμφωνίας συνεργασίας με ανταγωνίστρια εταιρία<sup>780</sup>. Η εν λόγω χονδρεμπορική επιχείρηση, μάλιστα, δήλωσε σχετικά «Δεν την έχω ενημερώσει ουδέποτε για ανταγωνιστική μου συνεργασία. Όταν έρχονται πωλητές της FRIESLAND στις εγκαταστάσεις μου βλέπουν τα ανταγωνιστικά προϊόντα [...] Έχουμε πολύ καλή υγιή συνεργασία».

#### **IX.6.1.4 Νομική Εκτίμηση**

##### **IX.6.1.4.1 Σύνοψη προεκτεθέντων για την υποχρέωση μη άσκησης ανταγωνισμού**

- 344) Όπως προκύπτει από τα ανωτέρω<sup>781</sup>, από το 1996 (τουλάχιστον) έως τις αρχές του 2009, η Friesland υποχρέωνε ρητά στις συμβάσεις της τους συνεργάτες δικτύου της να μην διαθέτουν ανταγωνιστικά, προς εκείνην, προϊόντα. Επιπλέον, από το 2002 έως τις αρχές του 2009, οι συνεργάτες δικτύου της Friesland υποχρεούνταν να της γνωστοποιούν εγκαίρως οποιαδήποτε νέα συνεργασία με άλλες εταιρίες (ανταγωνίστριες ή μη), για τη σύμφωνη γνώμη της. Στις αρχές του 2009, οι εν λόγω όροι απαλείφονται από τις συμφωνίες μεταξύ των μερών<sup>782</sup>.

<sup>776</sup> Συγκεκριμένα, ανέφερε στην υπ' αριθ. 5iii απάντηση της κατάθεσής του ότι «[...]». Όταν τους απέδειξα ότι το περιθώριο κέρδους που δίνουν στον διανομέα δεν είναι ικανό να καλύψει τα έξοδα του, αρνήθηκαν να αυξήσουν το ποσοστό κερδοφορίας μας. Αν θυμάμαι καλά είχα [...] περιθώριο κέρδους, [...]».

<sup>777</sup> Βλ. έγγραφο με κωδικοποίηση [...] από τον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο στα γραφεία της Friesland στις 16.9.2008. Στην εν λόγω επιστολή αναφέρεται συγκεκριμένα ότι: «[...] σας ενημερώνω ότι από την Δευτέρα 7/11/2005 διακόπτεται η συνεργασία μεταξύ [...] & FRIESLAND HELLAS λόγω του ότι προωθεί ανταγωνιστικό του NOYNOY Family προϊόν, κάτι που βάση της μεταξύ μας συμφωνίας δεν είναι αποδεκτό [...]».

<sup>778</sup> Βλ. τις υπ' αριθ. 14iv και 14vi απαντήσεις της σχετικής κατάθεσης.

<sup>779</sup> Η [...], σε ερώτηση αναφορικά με τα γαλακτοκομικά προϊόντα που προμηθεύεται από την έναρξη της λειτουργίας της (εμπορικά σήματα, προμηθευτές με τους οποίους έχει συνεργαστεί ή/και συνεργάζεται και έτος έναρξης συνεργασίας με καθέναν από αυτούς) δήλωσε σχετικά: «Κυρίως δουλεύω από την FRIESLAND τα εξής: FRISIAN COW 1,5% + 3,5% λιπαρά, το ΕΒΑΠΟΡΕ 410 γρ, τις μερίδες εβαπορέ του NOYNOY. Εμπορεύομαι επίσης τις εταιρείες [...] και [...] με τα σήματα [...] και από την [...] το [...] σε συσκευασίες [...]. Επίσης το [...] από την [...], το [...] και το αντίστοιχο [...]» (βλ. την υπ' αριθ. 3ii απάντηση της κατάθεσης).

<sup>780</sup> Βλ. σχετικά τις υπ' αριθ. 14iv, 14v και 14vi απαντήσεις της κατάθεσης.

<sup>781</sup> Βλ. Ενότ. IX.6.1.1.

<sup>782</sup> Βλ. ανωτέρω Ενότ. IX.3.2.1, όπου αναφέρεται ότι οι συμβάσεις της Friesland με τους συνεργάτες δικτύου της του έτους 2008, με την ρήτρα μη ανταγωνισμού, ανανεώθηκαν σιωπηρά και ίσχυσαν μέχρι

- 345) Η ανωτέρω περιγραφόμενη υποχρέωση των συνεργατών δικτύου της Friesland να της γνωστοποιούν έγκαιρα οποιαδήποτε νέα συνεργασία με άλλες εταιρίες για τη σύμφωνη γνώμη της προκύπτει και από αλληλογραφία μεταξύ στελεχών της κατά το 2006, που συλλέχθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Friesland το 2008. Ειδικότερα, σε συγκεκριμένη περίπτωση, όπου η Friesland διαπιστώνει ότι οι συνεργάτες της δεν τηρούν επακριβώς τους ανωτέρω όρους, εκφράζει τη δυσαρέσκειά της, υπενθυμίζοντάς τα σχετικώς ορίζομενα στις συμβάσεις<sup>783</sup>. Επιπλέον, σύμφωνα με κατάθεση χονδρεμπόρου [...] με προϊόντα της Friesland, η τελευταία διέκοψε τη συνεργασία της μαζί του επειδή, κατά την εκτίμησή του, αυτός προμηθεύτηκε ανταγωνιστικό του NOYNOY FAMILY<sup>784</sup> προϊόν ([...])<sup>785</sup>. Η διακοπή της συνεργασίας μεταξύ της Friesland και της συνεργαζόμενης χονδρεμπορικής επιχείρησης εξαιτίας της προώθησης ανταγωνιστικού προς τη Friesland προϊόντος κατά παράβαση του σχετικού συμβατικού όρου επιβεβαιώνεται και από την ίδια τη Friesland, όπως προαναφέρθηκε<sup>786</sup>.
- 346) Από τις αρχές του 2009 και εντεύθεν - οπότε και οι ανωτέρω όροι παύουν να εμπεριέχονται ρητά στους όρους των συμβάσεων της Friesland με τους συνεργάτες δικτύου της - σύμφωνα με την κατάθεση της [...], στις περιπτώσεις που η Friesland, αντιλαμβάνεται ότι οι συνεργάτες της προμηθεύονται και ανταγωνιστικά προς αυτή προϊόντα, διατυπώνει τη δυσαρέσκειά της και επιστά την προσοχή για μη μείωση του μεριδίου της όσον αφορά συγκεκριμένες κατηγορίες προϊόντων που φαίνεται να την ενδιαφέρουν (όπως [...]). Μάλιστα, σύμφωνα με την κατάθεση του ίδιου συνεργάτη δικτύου της Friesland που δόθηκε το 2014, υπάρχει προφορική συμφωνία ανάμεσα στον τελευταίο και τη Friesland για μη προμήθεια ανταγωνιστικών προϊόντων από μέρους του συνεργάτη δικτύου στις κατηγορίες [...]<sup>787</sup>.
- 347) Σύμφωνα με τα στοιχεία του φακέλου, κανένας συνεργάτης της Friesland δεν έχει προμηθευτεί από ανταγωνίστρια εταιρία συμπυκνωμένο γάλα<sup>788</sup>, αγορά στην οποία η Friesland κατέχει ισχυρή θέση. Αντίθετα, η Friesland δεν έχει αντιδράσει στις περιπτώσεις ήδη υπαρχουσών συνεργασιών ή σε περιπτώσεις που οι συνεργάτες της προμηθεύονται συγκεκριμένες κατηγορίες γαλακτοκομικών προϊόντων ανταγωνιστών, όπως [...]<sup>789</sup> [...]. Επίσης, από τις καταθέσεις των συνεργατών της Friesland προκύπτει ότι οι [...] και [...] προμηθεύονται το σύνολο των γαλακτοκομικών προϊόντων που εμπορεύονται αποκλειστικά από τη Friesland.
- 348) Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι η Friesland, κατά τη διάρκεια ισχύος των σχετικών συμβατικών όρων περί υποχρέωσης μη άσκησης ανταγωνισμού, επιδιώκει την εφαρμογή τους ελέγχοντας τις συνεργασίες και εκφράζοντας τη δυσαρέσκειά της σε περιπτώσεις που διαπιστώνει διαπραγματεύσεις των συνεργατών δικτύου της με ανταγωνίστριες εταιρίες για προμήθεια των προϊόντων τους. Περαιτέρω, μετά την

---

την υπογραφή των νέου τύπου συμβάσεων τον Μάρτιο και τον Απρίλιο του 2009, στις οποίες ο περιοριστικός του ανταγωνισμού όρος πλέον απαλείφεται.

<sup>783</sup> Βλ. ανωτέρω Ενót. IX.6.1.2 και την από 13.12.2006 επιστολή μεταξύ στελεχών της Friesland με θέμα [...].

<sup>784</sup> Υπενθυμίζεται ότι το NOYNOY FAMILY είναι γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας.

<sup>785</sup> Βλ. ανωτέρω Ενót. IX.6.1.3 και την από [...] κατάθεση της [...].

<sup>786</sup> Βλ. αναλυτικά ανωτέρω Ενót. IX.6.1.3 και έγγραφο με κωδικοποίηση [...] από τον κατάλογο των ληφθέντων εγγράφων κατά τον έλεγχο στα γραφεία της Friesland στις 16.9.2008.

<sup>787</sup> Βλ. ανωτέρω Ενót. IX.6.1.2 και την υπ' αριθ. 14iii απάντηση στην κατάθεση της [...].

<sup>788</sup> Μοναδική εξαίρεση ως προς το συμπυκνωμένο γάλα αποτελεί ο χονδρέμπορος [...], ο οποίος στην ως άνω κατάθεσή του διευκρινίζει ότι παρόλο που δουλεύει κυρίως με τη Friesland, εμπορεύεται επίσης και συμπυκνωμένο γάλα από τη [...] (βλ. ανωτέρω υπ' αριθ. 3ii απάντηση).

<sup>789</sup> Διευκρινίζεται ότι στην αγορά [...] το μερίδιο της Friesland για το χρονικό διάστημα 2005-2017 κυμαίνεται από [...] (το 2017) έως [...] (το 2006).

απαλοιφή του σχετικού όρου το 2009, η Friesland εμφανίζεται να επιδιώκει την εφαρμογή της επίμαχης ρήτρας μη ανταγωνισμού στα προϊόντα [...], σύμφωνα με κατάθεση συνεργάτη δικτύου της το 2014<sup>790</sup>, που κάνει λόγο για «προφορική συμφωνία» μεταξύ των δύο εταιριών για μη προμήθεια από τον συνεργάτη δικτύου των συγκεκριμένων προϊόντων από ανταγωνίστριες εταιρίες. Ωστόσο, από άλλο σημείο της κατάθεσής του<sup>791</sup> προκύπτει ότι ο συνεργάτης δικτύου προμηθεύεται ορισμένα τέτοια προϊόντα από ανταγωνιστές. Γι' αυτό η υποχρέωση μη άσκησης ανταγωνισμού έχει διάρκεια μέχρι τις αρχές του 2009, οπότε ο σχετικός συμβατικός όρος αφαιρείται από τις συμβάσεις και δεν εκτείνεται μέχρι το 2014, όταν ελήφθη αυτή η κατάθεση.

#### **IX.6.1.4.2 Γενικό πλαίσιο**

- 349) Η υποχρέωση μη άσκησης ανταγωνισμού υπό τη μορφή της «*προώθησης συγκεκριμένου σήματος*» καλύπτει τις συμφωνίες που έχουν ως κύριο χαρακτηριστικό ότι ο αγοραστής υποχρεώνεται ή παρακινείται να συγκεντρώνει τις παραγγελίες του για συγκεκριμένο είδος προϊόντος σε έναν προμηθευτή<sup>792</sup>. Η προώθηση συγκεκριμένου σήματος απαλλάσσεται βάσει του Κανονισμού Απαλλαγής κατά Κατηγορίες (εφεξής και ΚΑΚ), όταν τα μερίδια αγοράς του προμηθευτή και του αγοραστή δεν υπερβαίνουν έκαστο το 30% και η ισχύς της υποχρέωσης μη άσκησης ανταγωνισμού δεν υπερβαίνει σε διάρκεια τα πέντε έτη<sup>793</sup>. Στην περίπτωση που το μερίδιο αγοράς στη σχετική αγορά υπερβαίνει το 30% ή υπάρχει υπέρβαση του χρονικού ορίου των 5 ετών, δεν εφαρμόζεται η ως άνω προβλεπόμενη ομαδική απαλλαγή και αξιολογείται κατά περίπτωση ο περιορισμός του ανταγωνισμού κατ' άρθρο 1 παρ. 1 του ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και αντιστοίχως του άρθρου 81 ΣυνθΕΚ (νυν 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ)<sup>794</sup>. Για τη διαπίστωση της ύπαρξης περιορισμού του ανταγωνισμού θα πρέπει να εκτιμηθεί ο βαθμός αποκλεισμού της αγοράς και περιορισμού του ενδοσηματικού ανταγωνισμού<sup>795</sup>.
- 350) Κατά την ατομική αξιολόγηση των αρνητικών επιπτώσεων στον ανταγωνισμό, σύμφωνα με τα άρθρα 1 παρ. 1 ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ (νυν 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ), λαμβάνονται ιδίως υπόψη η θέση του προμηθευτή στη σχετική αγορά, η θέση των ανταγωνιστών στην αγορά, η έκταση και διάρκεια ισχύος της υποχρέωσης μη άσκησης ανταγωνισμού, οι φραγμοί εισόδου, η αντισταθμιστική ισχύς των αγοραστών και το επίπεδο εμπορίου που θίγεται από την υποχρέωση αποκλειστικότητας<sup>796</sup>. Όσο ισχυρότερη θέση έχει ο προμηθευτής έναντι των ανταγωνιστών του, όσο μεγαλύτερο το δεσμευμένο από τις υποχρεώσεις ανταγωνισμού μερίδιο αγοράς και όσο μεγαλύτερη η διάρκεια της υποχρέωσης, τόσο υψηλότερος είναι και ο κίνδυνος αποκλεισμού της αγοράς<sup>797</sup>. Αντιστρόφως, όσο ισχυρότεροι ή/και περισσότεροι είναι οι καθιερωμένοι ανταγωνιστές τόσο μικρότερη

<sup>790</sup> Βλ. ανωτέρω την κατάθεση της [...]

<sup>791</sup> Βλ.ό.π..

<sup>792</sup> Βλ. προηγούμενες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 106, 138 και ισχύουσες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 129.

<sup>793</sup> Βλ. άρθρο 5α) του Κανονισμού απαλλαγής κατά κατηγορίες (Κανονισμός (ΕΚ) 2790/1999), σύμφωνα με το οποίο η ομαδική απαλλαγή δεν τυγχάνει εφαρμογής για κάθε άμεση ή έμμεση υποχρέωση μη ανταγωνισμού, η διάρκεια της οποίας είναι αόριστη ή υπερβαίνει τα πέντε έτη.

<sup>794</sup> Βλ. προηγούμενες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 139 και ισχύουσες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 131.

<sup>795</sup> Βλ. και ΕΑ 520/2011, σκ. 204 και ενωσιακή νομολογία στην οποία παραπέμπει.

<sup>796</sup> Βλ. προηγούμενες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 140 επ. και ισχύουσες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 132 επ.

<sup>797</sup> Βλ. προηγούμενες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 141 και ισχύουσες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, παρ. 133.

είναι η απειλή ο καθένας μεμονωμένα να μπορεί να προκαλέσει αποκλεισμό και τόσο μικρότερος ο κίνδυνος άμβλυνσης του διασηματικού ανταγωνισμού. Πράγματι, εφόσον υπάρχει ικανοποιητικός αριθμός ανταγωνιστών με αρκετή ισχύ, δεν θεωρείται πιθανό να υπάρξουν αισθητά αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα. Ο αποκλεισμός των ανταγωνιστών δεν είναι ιδιαίτερα πιθανός όταν αυτοί κατέχουν παρόμοια θέση στην αγορά και είναι σε θέση να προσφέρουν εξίσου ελκυστικά προϊόντα. Μόνο εάν οι ανταγωνιζόμενοι προμηθευτές είναι σημαντικά μικρότεροι από τον προμηθευτή που επιβάλλει την υποχρέωση μη άσκησης ανταγωνισμού θεωρείται πιθανό ότι οι προμηθευτές αυτοί θα αποκλειστούν<sup>798</sup>.

- 351) Ειδικά η θέση του προμηθευτή στην αγορά αποτελεί παράγοντα ιδιαίτερα σημαντικό για την αξιολόγηση των ενδεχόμενων αντιανταγωνιστικών επιπτώσεων που έχουν οι υποχρεώσεις προώθησης συγκεκριμένου σήματος<sup>799</sup>. Συναφώς, οι υποχρεώσεις προώθησης συγκεκριμένου σήματος είναι πιθανότερο να οδηγήσουν σε αποκλεισμό των ανταγωνιστών από την αγορά όταν συνάπτονται από επιχειρήσεις που κατέχουν δεσπόζουσα θέση<sup>800</sup>, τούτο δε ακόμα και στην περίπτωση που το αντίστοιχο δεσμευμένο μερίδιο αγοράς είναι μικρό<sup>801</sup>. Επομένως, η δεσπόζουσα θέση μιας επιχείρησης αποτελεί τον ασφαλέστερο δείκτη για την εκτίμηση του κινδύνου πρόκλησης αρνητικών επιπτώσεων στον ανταγωνισμό (ιδίως με τη μορφή αποκλεισμού των ανταγωνιστών)<sup>802</sup>. Οι δε επιχειρήσεις που κατέχουν δεσπόζουσα θέση δεν επιτρέπεται να επιβάλλουν υποχρεώσεις μη άσκησης ανταγωνισμού στους αγοραστές τους, εκτός αν μπορούν να επικαλεστούν αντικειμενικές δικαιολογίες για την αιτιολόγηση μιας τέτοιας εμπορικής πρακτικής<sup>803</sup>. Βεβαίως, στην εξεταζόμενη περίπτωση, όπως έχει ήδη αναλυθεί ανωτέρω, ζήτημα δεσπόζουσας θέσης από μέρους της FRIESLAND δεν τίθεται είτε η αγορά συμπυκνωμένου γάλακτος θεωρηθεί διακριτή είτε όχι. Τέλος, όταν διαπιστώνονται σοβαρά δυσμενή αποτελέσματα για τον ανταγωνισμό, το ερώτημα μιας πιθανής απαλλαγής βάσει των άρθρων 1 παρ. 3 του ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 81 παρ. 3 ΣυνθΕΚ (νυν 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ) τίθεται εφόσον ο προμηθευτής δεν κατέχει δεσπόζουσα θέση<sup>804</sup>. Ωστόσο, όπως θα αναλυθεί και στη συνέχεια, η Friesland δεν κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά του συμπυκνωμένου γάλακτος, καθόσον αυτή με βάση την πρόσφατη απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (ARLA) σε ό,τι αφορά ειδικά την Ελληνική Επικράτεια θεωρείται ευρύτερη από την εθνική αγορά (ενδεχομένως και ευρωπαϊκή).

#### ***ΙΧ.6.1.4.3 Εφαρμογή στην υπό κρίση υπόθεση***

##### ***ΙΧ.6.1.4.3.1 Υποχρέωση αποκλειστικότητας σε συνδυασμό με μεγάλη χρονική διάρκεια***

- 352) Εν προκειμένω, πρόκειται για σαφή ρήτρα μη ανταγωνισμού (αποκλειστικότητας), στο πλαίσιο συμφωνιών μεταξύ ανεξάρτητων επιχειρήσεων κατά την έννοια των άρθρων 1 του ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 81 ΣυνθΕΚ (νυν 101 ΣΛΕΕ), με

<sup>798</sup> Βλ. προηγούμενες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 142 και ισχύουσες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, παρ. 134.

<sup>799</sup> Βλ. προηγούμενες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 140 και ισχύουσες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, παρ. 132.

<sup>800</sup> Βλ. προηγούμενες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 141 και ισχύουσες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, παρ. 133.

<sup>801</sup> Βλ. προηγούμενες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 148 και ισχύουσες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, παρ. 140.

<sup>802</sup> Βλ. και ΕΑ 520/2011, σκ. 208.

<sup>803</sup> Βλ. ισχύουσες Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 141.

<sup>804</sup> Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 153.

αντικείμενο τον αποκλεισμό της διακίνησης και εμπορίας εκ μέρους των αντισυμβαλλόμενων συνεργατών δικτύου - διανομέων προϊόντων ανταγωνιστικών της Friesland, συμπεριλαμβανομένης της αγοράς του συμπυκνωμένου γάλακτος, στην οποία η τελευταία κατέχει σημαντική θέση (όχι όμως δεσπόζουσα). Η υπό εξέταση ρήτρα μη ανταγωνισμού εφαρμοζόταν κατά τα έτη 1996 έως τις αρχές του 2009 στο σύνολο των συνεργατών δικτύου της Friesland, ήτοι στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας.

- 353) Στην παρούσα Ενότητα εξετάζονται τα αποτελέσματα για τον ανταγωνισμό από τις εξεταζόμενες ρήτρες μη ανταγωνισμού/ αποκλειστικότητας που εφάρμοξε η Friesland, υπό το πρίσμα των άρθρων 1 παρ. 1 του ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ (νυν 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ).
- 354) Βάσει των κριτηρίων που προαναφέρθηκαν και την υπαγωγή στην υπό κρίση υπόθεση και κυρίως λόγω της μακράς διάρκειας της υποχρέωσης μη άσκησης ανταγωνισμού, προκύπτει έντονος κίνδυνος αποκλεισμού των ανταγωνιστών της Friesland από τη σχετική αγορά. Ειδικότερα:
- 355) Η σημαντική θέση της Friesland στην αγορά του συμπυκνωμένου γάλακτος αποτελεί και τον ασφαλέστερο δείκτη για την εκτίμηση του κινδύνου πρόκλησης αρνητικών επιπτώσεων στον ανταγωνισμό (ιδίως με τη μορφή αποκλεισμού των ανταγωνιστών). Στο ίδιο συμπέρασμα κατατείνει και το γεγονός ότι τα σήματα της Friesland χαίρουν ιδιαίτερης φήμης και έχουν τον χαρακτήρα «must stock».
- 356) Επομένως, είναι σφόδρα πιθανή η στρέβλωση του ανταγωνισμού λόγω του ότι οι εξεταζόμενες ρήτρες αποκλειστικότητας καλύπτουν σημαντικό (και σε κάθε περίπτωση, ουσιώδες ή μη αμελητέο) τμήμα της ζήτησης. Με τις εν λόγω υποχρεώσεις αποκλειστικότητας, οι οποίες εφαρμόζονταν συστηματικά στις συμβάσεις της Friesland με τους συνεργάτες δικτύου της επί μακρό χρονικό διάστημα πολύ περισσότερο από πέντε έτη, η ελεγχόμενη περιορίζει τόσο την πρόσβαση των ανταγωνιστών στους χονδρεμπόρους, όσο και στην πλειονότητα των τελικών σημείων πώλησης (ιδίως μικρά σημεία πώλησης που καλύπτουν παραδοσιακά τις ανάγκες τους από τους εν λόγω χονδρεμπόρους).
- 357) Από τα ανωτέρω καθίσταται, επίσης, σαφές ότι στην εξεταζόμενη αγορά τόσο οι πραγματικοί όσο και οι δυνητικοί ανταγωνιστές της Friesland δεν μπορούν να ανταγωνιστούν αυτήν επί ίσοις όροις για το σύνολο της ζήτησης ενός πελάτη, καθώς η Friesland μέσω της επιβολής υποχρεώσεων αποκλειστικότητας σε χονδρεμπόρους έχει τη δυνατότητα να παρεμποδίζει τον ανταγωνισμό ιδίως στη σχετική αγορά του συμπυκνωμένου γάλακτος, αφενός με το να περιορίζει τις δυνατότητες ανάπτυξης των πραγματικών ανταγωνιστών της, και αφετέρου με το να δημιουργεί προφανή εμπόδια εισόδου σε δυνητικούς ανταγωνιστές. Η διεκδίκηση των εν λόγω χονδρεμπόρων (συνεργατών δικτύου της Friesland) από ανταγωνιστές δεν είναι εφικτή στην πράξη, λόγω της ισχυρής φήμης των σημάτων της (ασχέτως αν αυτή η φήμη από μόνη της δεν επαρκεί ώστε να της προσδώσει το χαρακτηρισμό της δεσπόζουσας), καθώς και της συνακόλουθης απροθυμίας των χονδρεμπόρων να σταματήσουν να συναλλάσσονται με το πλέον δημοφιλές και επικερδές χαρτοφυλάκιο προϊόντων στην αγορά, υπέρ κάποιου σημαντικά ασθενέστερου ανταγωνιστή. Το ίδιο ασύμφορη και αναποτελεσματική είναι, άλλωστε, εν προκειμένω, και η συγκρότηση από τους ανταγωνιστές δικών τους μηχανισμών χονδρικής πώλησης, ιδίως για τους ανταγωνιστές εκείνους που εμπορεύονται συγκεκριμένα προϊόντα, και όχι μια ευρύτερη «γκάμα» προϊόντων εξαιτίας ιδίως του σημαντικού κόστους που συνεπάγεται για έναν ανταγωνιστή η εδραίωση ενός ευρείας

*κλίμακας δικτύου πωλήσεων και διανομής σε πολλαπλά σημεία πώλησης σε όλη την επικράτεια.*

- 358) Σε κάθε περίπτωση, η Friesland, εκμεταλλευόμενη τη δύναμη των σημάτων της, περιορίζει - μέσω των εξεταζόμενων ρητρών μη άσκησης ανταγωνισμού/ αποκλειστικότητας - την ελευθερία των ανεξάρτητων χονδρεμπόρων να οργανώσουν τη διανομή τους με τον πλέον αποδοτικό τρόπο, επωφελούμενοι πλήρως από τις υφιστάμενες στην αγορά δυνατότητες ανταγωνισμού, καθώς και τη δυνατότητα των άλλων προμηθευτών γαλακτοκομικών προϊόντων να την ανταγωνιστούν με βάση το κριτήριο της αποδόσης τους στο σύνολο της αγοράς, και όχι μόνο σε τμήμα αυτής.
- 359) Περαιτέρω, για την αξιολόγηση της υπό εξέταση παράβασης, συνεκτιμάται και η επιβεβαίωση της εφαρμογής του όρου, με βάση τα ανωτέρω αναλυτικώς εκτεθέντα. Συγκεκριμένα, επισημαίνεται η έκφραση δυσαρέσκειας της Friesland και η υπενθύμιση από μέρους της προς συνεργάτη δικτύου των σχετικώς οριζομένων στις συμβάσεις, στην περίπτωση που διαπιστώνει ότι δεν τηρούνται επακριβώς οι συμβατικοί όροι περί γνωστοποίησης προς τη Friesland για τη σύμφωνη γνώμη της, οποιασδήποτε νέας συνεργασίας προτείνεται από ανταγωνιστές σε συνεργάτες δικτύου της<sup>805</sup>.
- 360) Τέλος, επιτακτικό του περιορισμού αποτέλεσμα συνιστά, εν προκειμένω, και η ύπαρξη έτερων παραβατικών όρων περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης, οι οποίοι ενυπάρχουν στις συμβάσεις μεταξύ της Friesland και των συνεργατών δικτύου της κατά τα ίδια υπό εξέταση έτη (1996 έως τις αρχές 2009), όπως προεκτέθηκε<sup>806</sup>. Από το πλέγμα των όρων αυτών δημιουργείται ένα σύστημα διανομής που λόγω της μεγάλης χρονικής του διάρκειας περιορίζει τους συνεργάτες δικτύου υπέρμετρα, επιτείνοντας τον περιορισμό του ανταγωνισμού, αφού οι μεταπωλητές περιορίζονται, κατά τα υπό κρίση έτη, τόσο ως προς τις τιμές στις οποίες δύνανται να μεταπωλούν, όσο και ως προς την αγορά προς μεταπώληση ανταγωνιστικών της Friesland προϊόντων.
- 361) Με βάση τα ως άνω στοιχεία, με σαφήνεια προκύπτουν τα ιδιαίτερος δυσμενή αποτελέσματα για τον ανταγωνισμό από τις εξεταζόμενες ρήτρες μη ανταγωνισμού/ αποκλειστικότητας που εφάρμοξε η Friesland από το 1996 έως τουλάχιστον τις αρχές του 2009 (δηλ. 13 χρόνια), υπό το πρίσμα των άρθρων 1 παρ. 1 του ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ (νυν 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ).

***IX.6.1.4.3.2 Δυνατότητα χορήγησης απαλλαγής βάσει των άρθρων 1 παρ. 3 του ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 81 παρ. 3 ΣυνθΕΚ (νυν 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ)***

- 362) Λαμβάνοντας υπόψη τα ιδιαίτερος δυσμενή αποτελέσματα για τον ανταγωνισμό από τις παρεμποδιστικές πρακτικές που εφάρμοξε η Friesland επί σειρά ετών (πλέον της δεκαετίας), ενδεχόμενη ατομική εξαίρεση των ως άνω ρητρών αποκλειστικότητας βάσει των άρθρων 1 παρ. 3 του ν. 703/1977 - ν. 3959/2011 και 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ θα επέτεινε τα προβλήματα ανταγωνισμού στην αγορά του συμπυκνωμένου γάλακτος. Άλλωστε, οι προϋποθέσεις για την εφαρμογή των εν λόγω διατάξεων πρέπει να συντρέχουν σωρευτικά. Εξάλλου, για τους ίδιους λόγους που περιγράφονται ανωτέρω<sup>807</sup>, ούτε και τυχόν βελτιώσεις αποτελεσματικότητας θα μπορούσε να

<sup>805</sup> Βλ. ανωτέρω Ενót. IX.6.1.2 και την από 13.12.2006 επιστολή μεταξύ στελεχών της Friesland με θέμα [...]. Βλ. και την κατάθεση της [...] το 2014, που κάνει λόγο για προφορική συμφωνία μεταξύ των δύο εταιριών για μη προμήθεια από τον συνεργάτη δικτύου προϊόντων [...] από ανταγωνίστριες της Friesland εταιρίες.

<sup>806</sup> Βλ. ανωτέρω Ενót. IX.2.1, IX.3.2.1.

<sup>807</sup> Βλ. Ενót. VII.1.8, IX.5.1.

θεωρηθεί ότι πληρούν τις προϋποθέσεις ατομικής εξαίρεσης στην κρινόμενη υπόθεση.

- 363) Συμπερασματικά, οι εξεταζόμενες ρήτρες μη άσκησης ανταγωνισμού (αποκλειστικότητας) στις συμβάσεις της Friesland με τους συνεργάτες δικτύου της κατά τα έτη 1996 μέχρι τον Απρίλιο του 2009 συνιστούν και παράβαση των διατάξεων των άρθρων 1 του ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 81 ΣυνθΕΚ (νυν 101 ΣΛΕΕ), καθόσον είναι δυνατόν να περιορίσουν τις δυνατότητες ανάπτυξης του ανταγωνισμού, λαμβανομένης υπόψη της μακράς διάρκειας που αυτές έχουν (για χρονικό διάστημα υπερδιπλάσιο της πενταετίας)<sup>808</sup>.
- 364) Όπως προαναφέρθηκε, ειδικά η θέση του προμηθευτή, αλλά και των ανταγωνιστών, στην αγορά αποτελεί παράγοντα ιδιαίτερα σημαντικό για την αξιολόγηση των ενδεχόμενων αντανταγωνιστικών επιπτώσεων που έχουν οι υποχρεώσεις προώθησης συγκεκριμένου σήματος. Περαιτέρω, σύμφωνα με τη νομολογία, προκειμένου να αξιολογηθεί εάν οι ρήτρες μη ανταγωνισμού ενδέχεται να προκαλέσουν ιδιαίτερος δυσμενή αποτελέσματα για τον ανταγωνισμό, και κατά συνέπεια εάν εμπίπτουν στην απαγόρευση των άρθρων 1 παρ. 1 του ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 101 ΣΛΕΕ, πρέπει να ερευνηθεί εάν το σύνολο των παρεμφερών συμβάσεων που έχουν συναφθεί στη σχετική αγορά και των λοιπών στοιχείων του οικονομικού και νομικού πλαισίου εντός του οποίου εντάσσονται οι συγκεκριμένες συμβάσεις παρέχουν την ένδειξη ότι οι συμβάσεις αυτές έχουν ως σωρευτικό αποτέλεσμα τη στεγανοποίηση της αγοράς αυτής έναντι των νέων εγχωρίων και αλλοδαπών ανταγωνιστών. Αν από την εξέταση προκύψει ότι δεν συμβαίνει αυτό, οι επιμέρους συμβάσεις που συναποτελούν τη δέσμη συμφωνιών δεν επηρεάζουν τον ανταγωνισμό κατά την έννοια των ανωτέρω άρθρων. Αν αντιθέτως από την εξέταση προκύψει ότι η διείσδυση στην αγορά είναι δυσχερής, πρέπει να εξεταστεί περαιτέρω κατά πόσο οι επίδικες συμβάσεις συμβάλλουν στην παραγωγή του σωρευτικού αποτελέσματος, εννοείται δε ότι απαγορεύονται μόνο οι συμβάσεις που συμβάλλουν σημαντικά στην ενδεχόμενη στεγανοποίηση της αγοράς<sup>809</sup>.
- 365) Εν προκειμένω, για τους σκοπούς της παρούσας ανάλυσης δεν ήταν πλήρως διαθέσιμα από το σύνολο των εταιριών του κλάδου τα στοιχεία παλαιότερων ετών<sup>810</sup>, τα οποία απαιτούνται για τον προσδιορισμό του δεσμευμένου μεριδίου αγοράς της ελεγχόμενης και των ανταγωνιστών της σε επίπεδο χονδρικής πώλησης και, κατά συνέπεια, ο προσδιορισμός του συνολικού ποσοστού της αγοράς που είχε αποκλειστεί για τους επίδοξους νεοεισερχόμενους και για τους υπάρχοντες ανταγωνιστές που δεν διαθέτουν δεσμευμένα σημεία πώλησης<sup>811</sup>. Ως εκ τούτου, δεν είναι δυνατόν να εκτιμηθεί ο βαθμός στον οποίο οι συμβάσεις που σύναπτε η Friesland με τους συνεργάτες δικτύου της κατά τα έτη 1996 έως τις αρχές του 2009 με την προαναφερθείσα ρήτρα μη ανταγωνισμού συνετέλεσαν ή όχι στην παραγωγή σωρευτικού αποτελέσματος στεγανοποίησης της αγοράς, σε ό,τι αφορά ιδίως τις αγορές του συμπυκνωμένου γάλακτος, του παιδικού γάλακτος, του λειτουργικού γάλακτος, του γάλακτος υψηλής θερμικής επεξεργασίας και της κρέμας γάλακτος.

<sup>808</sup> Βλ. ΔΕφΑθ 869/2013, σκ. 41, η οποία επικύρωσε την απόφαση ΕΑ 520/2011.

<sup>809</sup> Βλ. T-7/93, *Langnese-Iglo GmbH κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1995 σελ. ΙΙ-1583, σκ. 99 και C-234/89, *Stergios Delimitis vs Henninger Brau AG*, Συλλ. 1991, σελ. Ι-935, σκ. 23-24. Βλ. Και Frank Wijckmans & Filip Tuytschaever, *Vertical Agreements in EU Competition Law, 2nd edition*, παρ. 5.08 και περαιτέρω νομολογία στην οποία παραπέμπει.

<sup>810</sup> Συγκεκριμένα των ετών 1996 έως τις αρχές του 2009, κατά τα οποία ενυπήρχε στις συμβάσεις της Friesland με τους συνεργάτες δικτύου της η προαναφερθείσα ρήτρα μη ανταγωνισμού.

<sup>811</sup> Βλ. προηγούμενες Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π. παρ. 140 επ. Βλ. σχετικά και C-234/89, *Stergios Delimitis vs Henninger Brau AG*, ό.π. σκ. 19 και 25.

**ΙΧ.6.2 Σύνοψη των διαπιστώσεων για τη ρήτρα μη άσκησης ανταγωνισμού στους συμβατικούς όρους των συνεργαζόμενων με τη Friesland χονδρεμπορικών επιχειρήσεων κατά παράβαση των άρθρων 1 ν. 703/1977 (νυν άρθ. 1 ν. 3959/2011) και 81 ΣυνθΕΚ (νυν άρθ. 101 ΣΛΕΕ)**

366) Α. Βάσει των ανωτέρω, στην υπό κρίση υπόθεση προκύπτουν τα ακόλουθα:

Οι συμβάσεις μεταξύ της Friesland και των συνεργατών δικτύου της από το 1996 έως τον Απρίλιο του 2009 εμπεριέχουν ρήτρα μη ανταγωνισμού κατά παράβαση των άρθρων 1 παρ. 1 του ν. 703/1977 (νυν άρθ. 1 παρ. 1 ν. 3959/2011) και 81 παρ. 1. ΣυνθΕΚ (νυν άρθ. 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ), καθόσον είναι δυνατόν να περιορίσουν τις δυνατότητες ανάπτυξης του ανταγωνισμού, λόγω της μακράς διάρκειας ισχύος τους.

**Β.** Σε ό,τι αφορά τις σχετικές αγορές του συμπυκνωμένου γάλακτος παιδικού γάλακτος, του λειτουργικού γάλακτος, του γάλακτος υψηλής θερμικής επεξεργασίας και της κρέμας γάλακτος, όπου το μερίδιο αγοράς της ελεγχόμενης ξεπερνά το τιθέμενο ως προϋπόθεση εφαρμογής του ΚΑΚ όριο του 30%, δεν είναι δυνατόν να εκτιμηθεί ο βαθμός στον οποίο οι συμβάσεις που σύναπτε η Friesland με τους συνεργάτες του δικτύου της κατά τα έτη 1996 έως τις αρχές του 2009 με την προαναφερθείσα ρήτρα μη ανταγωνισμού, συνετέλεσαν ή όχι στην παραγωγή σφραγισμένου αποτελέσματος στεγανοποίησης της αγοράς στις ανωτέρω σχετικές αγορές.

**ΙΧ.7 ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗ ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ**

367) Σύμφωνα με το άρθρο 21 ν. 703/1977 [Γνωστοποιήσεις συμπράξεων]<sup>812</sup>: «1. Οι προβλεπόμενες στην παράγραφο 1 του άρθρου 1 συμφωνίες, αποφάσεις και περιπτώσεις εναρμονισμένης πρακτικής πρέπει να γνωστοποιούνται από τις συμπράττουσες επιχειρήσεις ή ενώσεις επιχειρήσεων στην Επιτροπή Ανταγωνισμού μέσα σε τριάντα (30) ημέρες από τη σύναψη, λήψη ή τέλεσή τους. Τα στοιχεία που οφείλουν να γνωστοποιούν οι επιχειρήσεις είναι τα εξής: α) την ταυτότητα των επιχειρήσεων, β) το αντικείμενο της σύμπραξης, γ) την αγορά που αφορά η σύμπραξη, δ) το χρόνο σύναψης και ε) τη διάρκειά της<sup>813</sup>. 2. Παράλειψη της γνωστοποίησης

<sup>812</sup> Άρθρο 5 παρ. 2 ν. 2296/1995, όπως συμπληρώθηκε με τα άρθρα 1 παρ. 24 ν. 2837/2000, 26 και 34 ν. 3373/2005 και 21, 28 παρ. 7 και 38 παρ. 1 ν. 3784/2009.

<sup>813</sup> Η παρ. 1 όπως αντικαταστάθηκε με το άρθρο 21 ν. 3784/2009. Η προηγούμενη διάταξη είχε ως εξής: «1. Οι προβλεπόμενες στο άρθρο 1 παρ. 1 συμφωνίες, αποφάσεις και περιπτώσεις εναρμονισμένης πρακτικής πρέπει να γνωστοποιούνται από τις συμπράττουσες επιχειρήσεις ή ενώσεις επιχειρήσεων στην Επιτροπή Ανταγωνισμού μέσα σε τριάντα (30) ημέρες από τη σύναψη, λήψη ή τέλεσή τους».

Το διάστημα 2000-2005 η υποχρέωση γνωστοποίησης της παραγράφου 1 δεν ίσχυε για συμφωνίες και εναρμονισμένες πρακτικές, όταν: (α) αυτές συνάπτονταν μεταξύ δύο ή περισσότερων επιχειρήσεων, η καθεμία από τις οποίες δραστηριοποιείτο για τους σκοπούς της συμφωνίας σε διαφορετικό στάδιο της αλυσίδας παραγωγής ή διανομής και αφορούσαν τους όρους, με τους οποίους τα μέρη προμηθεύονταν ή πωλούσαν ορισμένα προϊόντα και υπηρεσίες, και (β) συμμετείχαν μόνο δύο επιχειρήσεις και οι συμφωνίες αυτές απλώς επέβαλλαν στον αποκτώντα ή στον χρήστη δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας ή στον εκ συμβάσεως εκδοχέα ή δικαιούχο άδειας εκμετάλλευσης μεθόδων κατασκευής ή γνώσεων σχετικών με τη χρησιμοποίηση και εφαρμογή βιομηχανικής τεχνικής, περιορισμούς στην άσκηση των δικαιωμάτων αυτών. Στις περιπτώσεις αυτές η δυνατότητα χορήγησης απαλλαγής κατά το άρθρο 1 παρ. 3 προϋπέθετε γνωστοποίησή τους στην ΕΑ. Ο δε χρόνος έναρξης της κατ' άρθρο 1 παρ. 3 απόφασης μπορούσε να είναι προγενέστερος του χρόνου γνωστοποίησης των συμφωνιών ή εναρμονισμένων πρακτικών αυτών (άρθρο 1 παρ. 24 ν. 2837/2000). Η διάταξη καταργήθηκε με το άρθρο 34 ν. 3373/2005, με έναρξη ισχύος την 2.8.2005 (οπότε και δημοσιεύθηκε στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως ο ν. 3373/2005, ΦΕΚ Α 188/2.8.2005).

Κατά συνέπεια, για τις συναφθείσες πριν την 2.8.2005 συμβάσεις, η παράλειψη γνωστοποίησής τους συνεπάγεται οριστική αδυναμία εφαρμογής του άρθρου 1 παρ. 3 ν. 703/1977. Για τις συναφθείσες μετά την 2.8.2005 συμβάσεις, η παράλειψη γνωστοποίησης συνεπάγεται εις βάρος καθεμιάς εκ των επιχειρήσεων, οι οποίες συμπράττουν και παρέλειψαν τη γνωστοποίηση, αφενός μεν οριστική



συνεπάγεται εις βάρος της καθεμίας των επιχειρήσεων ή ενώσεων επιχειρήσεων, οι οποίες συμπράττουν και παρέλειψαν τη γνωστοποίηση: α) οριστική αδυναμία εφαρμογής του άρθρου 1 παρ. 3<sup>814</sup>. β) επιβολή προστίμου ύψους τουλάχιστον δεκαπέντε χιλιάδων (15.000) ευρώ μέχρι δέκα τοις εκατό (10%) των ακαθάριστων εσόδων της επιχείρησης της τρέχουσας ή προηγούμενης της παράβασης χρήσης». Η περίπτωση α' του ως άνω άρθρου 21 παρ. 2 καταργήθηκε με το άρθρο 28 παρ. 7 ν. 3784/2009.

- 368) Εντούτοις, η σχετική διάταξη που προέβλεπε την αδυναμία εφαρμογής του άρθρου 1 παρ. 3 του ν. 703/1977 καταργήθηκε την 7.9.2009<sup>815</sup>, βάσει του ν. 3784/2009, με τον οποίο προβλέφθηκε ότι κάθε άλλη υπόθεση που εκκρεμεί στην Επιτροπή Ανταγωνισμού και για την οποία δεν έχει εκδοθεί απόφαση διέπεται από τις διατάξεις του. Εξάλλου, με το άρθρο 51 του ν. 3959/2011, από την έναρξη ισχύος του καταργήθηκε ο ν. 703/1977 και κάθε άλλη αντίθετη διάταξη νόμου και στις διατάξεις του ν. 3959/2011 δεν περιλαμβάνεται καμία ρύθμιση για την αντιμετώπιση των ανωτέρω αναφερομένων περιπτώσεων γνωστοποιήσεων.
- 369) Ειδικά δε σε ό,τι αφορά την παράλειψη γνωστοποίησης των συμβάσεων που έχουν συναφθεί μετά την 2.8.2005 εντός της προβλεπόμενης προθεσμίας, επισημαίνεται ότι οι σχετικές ρυθμίσεις απαλείφθηκαν στο σύνολο της ελληνικής νομοθεσίας και δεν περιλαμβάνονται σήμερα σε νομοθετικό κείμενο. Δεδομένης επιπλέον της νομολογίας περί της αναδρομικής εφαρμογής μεταγενέστερης ευνοϊκότερης διάταξης, με βάση την οποία καταλογίζεται λιγότερο επιβαρυντική ποινή από αυτήν που καθοριζόταν από διάταξη που ίσχυε κατά το χρόνο της τέλεσης της παράβασης<sup>816</sup>,

---

αδυναμία εφαρμογής του άρθρου 1 παρ. 3 ν. 703/1977, αφετέρου δε και επιβολή προστίμου λόγω μη γνωστοποίησης. Στην από 3.1.2006 ανακοίνωσή της ΕΑ αναφέρεται ότι «*Η Επιτροπή Ανταγωνισμού, σχετικά με την εφαρμογή των παρ. 11 και 12 του άρθρου 33 του ν. 3373/2005, ανακοινώνει ότι θα θεωρήσει ως προσήκουσες και σύννομες τις γνωστοποιήσεις που θα γίνουν προς τη Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού καθέτων συμφωνιών ή εναρμονισμένων πρακτικών, οι οποίες πληρούν τις προϋποθέσεις του άρθρου 1 παρ. 24 του νόμου 2837/2000, είχαν καταρτιστεί ή συναφθεί προ της 2.8.2005 (ημερομηνία ισχύος του ν. 3373/2005) και εξακολουθούν να βρίσκονται σε ισχύ*». Βλ. ΕΑ 395/Ν/2008, σελ. 34 επ.

<sup>814</sup> Η περίπτωση α' καταργήθηκε με το άρθρο 28 παρ. 7 ν. 3784/2009 χωρίς να αναριθμηθεί η επόμενη περίπτωση.

<sup>815</sup> Το εν λόγω εδάφιο α της παραγράφου 2 του άρθρου 21 ν. 703/1977 καταργήθηκε δυνάμει του άρθρου 28 παρ. 7 ν. 3784/2009 «*Αναθέωρηση Διατάξεων του ν. 703/1977 περί Ανταγωνισμού κ.ά. διατάξεις*», ΦΕΚ Α' 137/7.8.2009, ο οποίος ετέθη σε ισχύ την 7.9.2009. Σύμφωνα με τα άρθρα 38 και 39 αυτού:

Άρθρο 38 - Μεταβατικές και τελικές διατάξεις «*1. Γνωστοποιήσεις οι οποίες έχουν γίνει σύμφωνα με τα άρθρα 4α και 21 του ν. 703/1977, πριν από τη θέση σε ισχύ του παρόντος, υπάγονται στις ρυθμίσεις του παρόντος νόμου.*

*2. Γνωστοποιήσεις οι οποίες έχουν γίνει σύμφωνα με το άρθρο 4β του ν. 703/1977, πριν από τη θέση σε ισχύ του παρόντος νόμου, δεν υπάγονται στις διατάξεις του παρόντος νόμου.*

*3. Για υποθέσεις που εκκρεμούν ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού, κατά τη θέση σε ισχύ του παρόντος νόμου, το άρθρο 2α του ν. 703/1977 εφαρμόζεται ως είχε προ της καταργήσεώς του.*

*4. Με την επιφύλαξη της προηγούμενης παραγράφου του παρόντος άρθρου, μετά τη θέση σε ισχύ του παρόντος, κάθε άλλη υπόθεση που εκκρεμεί στην Επιτροπή Ανταγωνισμού και για την οποία δεν έχει εκδοθεί απόφαση από αυτή διέπεται από τις διατάξεις του παρόντος νόμου. [...] ».*

Άρθρο 39

«*1. Οι διατάξεις του παρόντος νόμου τίθενται σε ισχύ μετά πάροδο τριάντα (30) ημερών από τη δημοσίευση του στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, εξαιρουμένων των διατάξεων των άρθρων 31 έως και 38, οι οποίες τίθενται σε ισχύ από τη δημοσίευση του παρόντος νόμου στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.*

*2. Διατάξεις που έρχονται σε αντίθεση με τον παρόντα νόμο παύουν να ισχύουν από τη θέση σε ισχύ αυτού».*

<sup>816</sup> Βλ. και ΕΔΔΑ Απόφαση της 17.9.2009, *Scoppola v. Italy*, ΕφαρμΔημΔικ 2010, τ. 1, σελ. 179, σκ. 109.

μετά την κατάργηση του άρθρου 21 του ν. 703/1977, δεν υφίσταται το νομικό έρεισμα για τον καταλογισμό παράβασης εκπρόθεσμης γνωστοποίησης.

## **Χ. ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ – ΕΝΙΑΙΟΣ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ ΤΩΝ ΠΑΡΑΒΑΣΕΩΝ**

### **Χ.1 ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ**

- 370) Κατά πάγια νομολογία, παραβίαση των διατάξεων περί ανταγωνισμού δεν στοιχειοθετείται μόνο από μεμονωμένη ενέργεια, αλλά και από μία αλληλουχία διαδοχικών πράξεων ή ακόμη και από μια συνεχή, αδιάλειπτη συμπεριφορά, οπότε μπορεί ορθώς να θεωρηθεί ότι τα επιμέρους στοιχεία τους συνθέτουν μία ενιαία παράβαση<sup>817</sup>. Τούτο συντρέχει ανεξαρτήτως του ότι ένα ή περισσότερα στοιχεία αυτής της σειράς ενεργειών ή η διαρκής αυτή συμπεριφορά θα μπορούσαν να συνιστούν και αφ' εαυτών παράβαση των εν λόγω άρθρων<sup>818</sup>.
- 371) Σε ό,τι αφορά τη διαπίστωση ότι τελέσθηκε μια ενιαία παράβαση, αρκεί να αποδειχθεί ότι οι επίμαχες συμφωνίες/ εναρμονισμένες πρακτικές ή και καταχρηστικές πρακτικές - μολονότι ενδέχεται να αφορούν ακόμη και σε διαφορετικά προϊόντα, υπηρεσίες ή εδάφη - εντάσσονται σε ένα συνολικό σχέδιο, το οποίο η ελεγχόμενη επιχείρηση έθεσε εν γνώσει της σε εφαρμογή, προκειμένου να επιτύχει έναν αντίθετο προς τον ανταγωνισμό σκοπό<sup>819</sup>.
- 372) Συναφώς έχουν ληφθεί υπόψη πολλά κριτήρια όπως, μεταξύ άλλων, η ταύτιση αντικειμένου<sup>820</sup>, προϊόντων και υπηρεσιών στις οποίες αφορούν οι επίμαχες πρακτικές<sup>821</sup>, η χρήση των ίδιων μεθόδων για την εφαρμογή τους<sup>822</sup> και η ταύτιση του γεωγραφικού πεδίου εφαρμογής των επίμαχων πρακτικών<sup>823</sup>. Τυχόν μεταβολή στις πρακτικές τέλεσης της παράβασης, μεταβλητότητα στην ένταση και στα χαρακτηριστικά τους ή μεταβολή στον αριθμό και την ταυτότητα των συμμετεχουσών επιχειρήσεων, δεν σηματοδοτεί άνευ άλλου τινός την άρση του

<sup>817</sup> Βλ. ΓενΔΕΕ Τ- 410/09 Almamet GmbH Handel mit Spanen und Pulvern aus Metall κατά Επιτροπής, της 12ης Δεκεμβρίου 2012, αδημ., σκ. 152 και νομολογία στην οποία παραπέμπει.

<sup>818</sup> Βλ. ΔΕΕ C- 49/92 P, Επιτροπή κατά Anic Partecipazioni SpA, Συλλ. 1999, σελ I-4125, σκ. 81.

<sup>819</sup> Βλ. σχετικώς, απόφαση ΔΕΚ C-204/00 P, C-205/00 P, C-211/00 P, C-213/00 P, C-217/00 P και C-219/00 P, Aalborg Portland κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. 2004, σελ. I -123, σκ. 258 και 260, καθώς και αποφάσεις C-105/04 P Nederlandse Federatieve Vereniging voor de Groothandel op Elektrotechnisch Gebied κατά Επιτροπής, Συλλ. 2006, σελ. 8725 σκ. 110 και C- 441/11 Επιτροπή κατά Verhuizingen Coppens NV, σκ. 41. Βλ. επίσης ΓενΔΕΕ Τ-204/08 και Τ-212/08, Team Relocations NV κατά Επιτροπής, Συλλ. 2011, σελ. II-3569, σκ. 36, η οποία επικυρώθηκε με την απόφαση ΔΕΕ C-444/11P, Team Relocations κ.α. κατά Επιτροπής, σκ. 49 επ., ΓενΔΕΕ Τ-147/09 και 148 /09, Trelleborg Industrie SAS κ.α. κατά Επιτροπής, της 17.05.2013, σκ. 58. Βλ. σχετικά και ΠΕΚ Τ-101/05 και Τ-111/05 BASF AG και UCB SA κατά Επιτροπής, ό.π. σκ. 180.

<sup>820</sup> Βλ. συναφώς, ΔΕΚ, C-113/04 P, Technische Unie κατά Επιτροπής, Συλλ. 2006, σελ. I-8831, σκ. 170 και 171, και ΠΕΚ Τ-43/02, Jungbunzlauer κατά Επιτροπής, Συλλογή 2006, σ. II-3435, σκέψη 312.

<sup>821</sup> Βλ. συναφώς, ΠΕΚ Τ-71/03, Τ-74/03, Τ-87/03 και Τ-91/03, Tokai Carbon κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. 2005, σελ. II-10, σκέψεις 118, 119 και 124, και Τ-43/02, Jungbunzlauer κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 312. Για διαφορετικά προϊόντα, βλ. Απόφαση Ευρ. Επιτροπής COMP /F/ 38620- Υπεροξείδιο του υδρογόνου και υπερβωρικό άλας, παρ. 98, ΓενΔΕΕ Τ- 410/09 Almamet GmbH Handel mit Spanen und Pulvern aus Metall κατά Επιτροπής, ό.π. σκ. 170-175, ΠΕΚ Τ-15/02 BASF κατά Επιτροπής, Συλλ. 2006, σελ. II-497, σκ.76-77.

<sup>822</sup> Βλ. ΓενΔΕΕ Τ-147/09 και 148 /09, Trelleborg Industrie SAS κ.α. κατά Επιτροπής, σκ. 60 και νομολογία στην οποία παραπέμπει. βλ. χαρακτηριστικά ΓενΔΕΕ Τ-385/06 Aalberts κατά Επιτροπής Συλλ. 2011, σελ. II-1233, σκ.83-106.

<sup>823</sup> ΓενΔΕΕ Τ-147/09 και 148 /09, Trelleborg Industrie SAS κ.α. κατά Επιτροπής, ό.π. σκ. 60. Για διακριτές τοπικές αγορές βλ. ΠΕΚ Τ-25/95 κλπ Cimenteries CBR κατά Επιτροπής, ό.π. σκ. 4122.

ενιαίου χαρακτήρα της παράβασης<sup>824</sup>. Πέραν των περιστάσεων, που προαναφέρθηκαν, συνεκτιμάται περαιτέρω τυχόν προκύπτουσα «σχέση συμπληρωματικότητας» μεταξύ των υπό εξέταση δράσεων<sup>825</sup>, αν και η πλήρωση του κριτηρίου της συμπληρωματικότητας δεν είναι απαραίτητη προκειμένου περισσότερες πρακτικές να συμπεριληφθούν σε ενιαία και διαρκή παράβαση<sup>826</sup>. Συνεκτιμάται, επίσης, τυχόν χρονική συνέχεια ή ενότητα των επιμέρους συστατικών στοιχείων<sup>827</sup>, ενώ σταθμίζονται για τη συναγωγή συμπερασμάτων ως προς τη διακοπή ή μη της συνέχειας μίας παράβασης, ιδίως, η ιδιαίτερη φυσιογνωμία αυτής και το πλαίσιο της λειτουργίας της<sup>828</sup>. Τα στοιχεία και οι περιστάσεις που κρίνονται συναφή πρέπει να εξετάζονται στο σύνολό τους για την εξαγωγή συμπεράσματος<sup>829</sup>.

## Χ.2 ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΥΠΟ ΚΡΙΣΗ ΥΠΟΘΕΣΗ

373) Σύμφωνα με τα όσα αναλυτικώς προεκτέθηκαν στις οικείες Ενότητες, η διάρκεια των επιμέρους παραβάσεων προσδιορίζεται ως εξής:

374) Ως προς τις επιμέρους παραβάσεις των άρθρων 1 ν. 703/1977, 1 ν. 3959/2011, 81 ΣυνθΕΚ, 101 ΣΛΕΕ<sup>830</sup>:

1. Οι συμβάσεις μεταξύ της Friesland και των συνεργατών δικτύου της από το 1996 έως τον Απρίλιο του 2009 εμπεριέχουν όρο περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης κατά παράβαση των άρθρων 1 παρ. 1 του ν. 703/1977 (νυν άρθ. 1 παρ. 1 ν. 3959/2011) και 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ (νυν άρθ. 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ).

2. Διαπιστώνεται εναρμονισμένη πρακτική μεταξύ της Friesland και των συνεργαζόμενων με αυτήν χονδρεμπορικών επιχειρήσεων όσον αφορά στην εφαρμογή των εκάστοτε τιμοκαταλόγων χονδρικής ως τιμών μεταπώλησης κατά παράβαση των άρθρων 1 παρ. 1 του ν. 703/1977 (νυν άρθ. 1 παρ. 1 ν. 3959/2011) και 101 ΣΛΕΕ, για την περίοδο από το 2009 μέχρι τουλάχιστον το 2014.

3. Προκύπτει μερική τουλάχιστον εφαρμογή στην πράξη της επίμαχης ρήτρας περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης<sup>831</sup> από το 2009 μέχρι τουλάχιστον το 2014,

<sup>824</sup> Βλ. χαρακτηριστικά ΓενΔΕΕ T-385/06 Aalberts κατά Επιτροπής Συλλ. 2011, σελ. II-1233, σκ.83-106, που έγινε δεκτή στο σημείο αυτό από το ΔΕΕ C-287/11 P, Επιτροπή κατά Aalberts κ.α.

<sup>825</sup> Βλ. ΠΕΚ T-101/05 και T-111/05 BASF AG και UCB SA κατά Επιτροπής, ό.π. σκ. 179, ΓενΔΕΕ T-410/09 Almamet GmbH Handel mit Spanen und Pulvern aus Metall κατά Επιτροπής, ό.π. σκ. 154. Βλ. και ΠΕΚ T-101/05 και T-111/05 BASF AG και UCB SA κατά Επιτροπής, ό.π. σκ. 181, ΓενΔΕΕ T-446/05, Amann & Söhne και Cousin Filterie κατά Επιτροπής, Συλλ. 2010., II-01255 σκ. 92.

<sup>826</sup> Βλ. ΔΕΕ C-239/11 P, C-489/11P και 498/11 P Siemens AG, Mitsubishi Electric Corp. and Toshiba Corp. κατά Επιτροπής, της 19.12.2013, σκ. 248.

<sup>827</sup> Βλ. ΠΕΚ T-43/92, Dunlop Slazenger κατά Επιτροπής, Συλλ. 1994, σελ. II-441, σκ. 79 και T-120/04, Peróxidos Orgánicos κατά Επιτροπής, Συλλ. 2006, σελ. II-4441, σκ. 51 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία. Για τα απαιτούμενα αποδεικτικά στοιχεία και τις χρονικές ασυνέχειες βλ. ΔΕΚ C-204/00 P, C-205/00 P, C-211/00 P, C-213/00 P, C-217/00 P και C-219/00 P, Aalborg Portland κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. 2004, σελ. I -123, σκ. 57, 258 και 260, C-105/04 P Nederlandse Federatieve Vereniging voor de Groothandel op Elektrotechnisch Gebied κατά Επιτροπής, Συλλ. 2006, σελ. 8725 σκ. 94-98, ΓενΔΕΕ T-147/09 και 148 /09, Trelleborg Industrie SAS κ.α. κατά Επιτροπής, ό.π. σκ. 59-61, ΠΕΚ T- 53/03 BPB κατά Επιτροπής, Συλλ. 2008, σελ. II- 133, σκ. 256, ΔΕΚ C-113/04 P Technische Unie κατά Επιτροπής, Συλλ. 2006, σελ. I – 8831, σκ. 169.

<sup>828</sup> ΓενΔΕΕ T-208/08 Gosselin Group κατά Επιτροπής Συλλ. 2011, σελ. II-3639, σκ. 165 και νομολογία στην οποία παραπέμπει. Συνέκρινε ΔΕΚ C- 65/02 P και C-73/02 P ThyssenKrupp Stainless GmbH and ThyssenKrupp Acciai speciali Terni SpA κατά Επιτροπής, Συλλ. 2005, I-06773, σκ. 30-39, ΓενΔΕΕ T-147/09 και 148 /09, Trelleborg Industrie SAS κ.α. κατά Επιτροπής, ό.π. σκ. 68-70 και ΓενΔΕΕ T-439/07 Coats Holdings Ltd κατά Επιτροπής, της 27.06.2012, σκ. 152.

<sup>829</sup> ΠΕΚ T-259/02 κλπ Raiffeissen Zentralbank Osterreich κ.α. κατά Επιτροπής, Συλλ. 2006, σελ. II-5169, σελ. 121.

<sup>830</sup> Βλ. Ενót. IX.4.

λαμβάνοντας ιδίως υπόψη τις καταθέσεις των συνεργατών δικτύου που αναφέρονται σε υποχρεωτικό χαρακτήρα των τιμοκαταλόγων της Friesland (και μετά το 2009), καθώς και διαπίστωση εφαρμογής των τιμοκαταλόγων χονδρικής της Friesland ως τιμών μεταπώλησης από τους ερωτηθέντες διανομείς. Περαιτέρω προκύπτει, μερική τουλάχιστον εφαρμογή στην πράξη κατά τα έτη 2013 και 2014 από συνεργάτες δικτύου των τιμών μεταπώλησης και του ποσοστού έκπτωσης που καθορίζει η Friesland μέσω την κεντρικών συμφωνιών που συνάπτει με τις αλυσίδες [...]»<sup>832</sup>. Εκ των ανωτέρω (υπό 2 και 3) στοιχειοθετείται εν προκειμένω επαρκώς ο καθορισμός τιμών μεταπώλησης από μέρους της Friesland κατά παράβαση των άρθρων 1 παρ. 1 του ν. 703/1977 (νυν άρθρ. 1 παρ. 1 ν. 3959/2011) και 101 ΣΛΕΕ από το 2009 μέχρι τουλάχιστον το 2014.

4. Οι συμβάσεις μεταξύ της Friesland και των συνεργατών δικτύου της από το 1996 έως τον Απρίλιο του 2009 εμπεριέχουν ρήτρα μη ανταγωνισμού κατά παράβαση των άρθρων 1 παρ. 1 του ν. 703/1977 (νυν άρθρ. 1 παρ. 1 ν. 3959/2011) και 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ (νυν άρθρ. 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ), καθόσον είναι δυνατόν να περιορίσουν τις δυνατότητες ανάπτυξης του ανταγωνισμού, λόγω της μακράς διάρκειας ισχύος των εν λόγω συμβάσεων.

375) Όταν η ΕΑ εξετάζει περισσότερες αυτοτελείς παραβάσεις, κατά το περιεχόμενο και το είδος τους, ο υπολογισμός του ύψους του προστίμου πρέπει να γίνεται ξεχωριστά για κάθε μια από αυτές, ενώ σε περίπτωση που τέτοια παράβαση διαρκεί περισσότερα συναπτά έτη, αυτή δεν λογίζεται ως αυτοτελής για κάθε έτος, αλλά εξακολουθούσα και ενιαία χρονικώς, ώστε το προβλεπόμενο στο νόμο ανώτατο όριο (πλαφόν) να ισχύει για τη συνολική διάρκεια της αποδιδόμενης παράβασης<sup>833</sup>. Από την άλλη πλευρά, ωστόσο, όταν οι αντιανταγωνιστικές πρακτικές υπό το πρίσμα των διατάξεων των άρθρων 1 παρ. 1 ν. 703/1977 ή/και 1 παρ. 1 ν. 3959/2011, καθώς και των άρθρων 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ και 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ διακρίνονται από ενιαίο και διαρκή χαρακτήρα, λόγω εμβέλειας, χρονικής αλληλουχίας, συμπληρωματικότητας και κοινής στόχευσης στο πλαίσιο μιας μακρόχρονης στρατηγικής στρέβλωσης του ανταγωνισμού, γίνεται δεκτό ότι στο πλαίσιο αυτό κάθε επιμέρους αντιανταγωνιστική πρακτική μπορεί να συνιστά αυτοτελή παράβαση, αλλά και τμήμα μιας ενιαίας παράβασης των ιδίων διατάξεων<sup>834</sup>, οπότε το ανώτατο όριο του προστίμου επιβάλλεται επί της ενιαίας παράβασης<sup>835</sup>.

<sup>831</sup> Απαληφθείσας από τους συμβατικούς όρους στις αρχές 2009.

<sup>832</sup> Όπως προκύπτει από την επεξεργασία των τιμολογίων πώλησης προϊόντων της Friesland από την [...] προς τα καταστήματα αλυσίδων [...] κατά τα έτη 2013-2014.

<sup>833</sup> Βλ. ΕΑ 625/2016, σκ. 6-7 (εκδοθείσα κατ' αναπομπή σε συνέχεια της ΔΕφΑθ 527/2016 προς χωριστή επιβολή προστίμων σε επιμέρους παραβάσεις του άρθρου 1 ν. 703/1977 στο πλαίσιο συμβάσεων δικαιόχρησης), η οποία όμως αφορά παραβάσεις που από την πρωτόδικη απόφαση της ΕΑ (580/VII/2013) προκύπτει ότι είχαν κριθεί εξαρχής ως αυτοτελείς.

<sup>834</sup> Στην ενωσιακή νομολογία [βλ. ενδεικτικά ΓενΔΕΕ Τ-91/11, *InnoLux Corp. κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής*, ψηφιακή Συλλογή (Γενική Συλλογή), σκ. 136-139] γίνεται δεκτό ότι «στον τομέα του ανταγωνισμού, μολονότι η έννοια της ενιαίας και διαρκούς παραβάσεως, όπως έχει ερμηνευθεί, παρέχει τη δυνατότητα στην Επιτροπή να διαπιστώσει παράβαση, με μία μόνον διαδικασία και απόφαση, περισσότερων συμπεριφορών για τις οποίες η διαπίστωση θα μπορούσε να γίνει κατά περίπτωση, τούτο δεν συνεπάγεται ότι η Επιτροπή υποχρεούται να ενεργήσει κατ' αυτόν τον τρόπο. Συγκεκριμένα, η Επιτροπή διαθέτει διακριτική ευχέρεια ως προς τις διαδικασίες που θα κινηθεί. Συναφώς, η Επιτροπή δεν μπορεί να υποχρεωθεί να διαπιστώνει και να τιμωρεί κάθε αντίθετη προς τον ανταγωνισμό συμπεριφορά και τα δικαστήρια της Ένωσης δεν μπορούν - έστω και ενόψει της μείωσης του προστίμου - να κρίνουν ότι η Επιτροπή, λαμβανομένων υπόψη των αποδεικτικών στοιχείων που είχε στη διάθεσή της, όφειλε να αποδείξει ότι συγκεκριμένη επιχείρηση διέπραξε παράβαση κατά συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Η άσκηση της διακριτικής αυτής ευχέρειας υπόκειται σε δικαστικό έλεγχο». Άλλωστε, όπως γίνεται δεκτό «θα ήταν τεχνητή η κατάτμηση μιας συνεχούς συμπεριφοράς χαρακτηριζομένης από έναν

376) Εν προκειμένω, αναφορικά με τις αντιανταγωνιστικές πρακτικές της Friesland για το χρονικό διάστημα από 1996 έως και το 2014 έναντι του συνόλου των συνεργαζόμενων με αυτήν χονδρεμπορικών επιχειρήσεων, κατά παράβαση των άρθρων 1 παρ. 1 ν. 703/1977, 1 ν. 3959/2011, 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ, 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ, εκτιμάται ότι παρότι λαμβάνουν διαφορετικές μορφές (ήτοι ρήτρα μη ανταγωνισμού, καθορισμός τιμών μεταπώλησης, εναρμονισμένη πρακτική) και υλοποιούνται με διαφορετική ένταση κατά την εξεταζόμενη περίοδο, μπορούν να ιδωθούν τόσο η καθεμία μεμονωμένα όσο και ως δέσμη όλων μαζί, υπό το πρίσμα του συνολικότερου στόχου της Friesland για τον έλεγχο του δικτύου χονδρεμπορίου της με αποτέλεσμα τον περιορισμό του ανταγωνισμού εντός αυτού<sup>836</sup>. Τούτο δε διότι πρόκειται για πρακτικές που παρουσιάζουν σχέση συμπληρωματικότητας, υπό την έννοια ότι έκαστη εξ αυτών αποσκοπεί στην αντιμετώπιση των συνεπειών της κανονικής λειτουργίας του ανταγωνισμού, ιδίως αναφορικά με τις τιμές, αλλά και με την υποχρέωση μη άσκησης ανταγωνισμού, και συντείνουν μέσω της αλληλεπίδρασής τους στην επέλευση του συνόλου των επιδιωκόμενων αντιανταγωνιστικών αποτελεσμάτων στο πλαίσιο ενός σφαιρικού σχεδίου με κοινό στόχο<sup>837</sup>. Επομένως, θα ήταν πλασματικό να καταταμηθεί η συμπεριφορά αυτή, την οποία χαρακτηρίζει ένας κοινός σκοπός, σε διακριτές επιμέρους παραβάσεις<sup>838</sup>. Ως εκ τούτου, οι εξετασθείσες αντιανταγωνιστικές πρακτικές στοιχειοθετούν, ως σύνολο, μια ενιαία και διαρκή παράβαση, κατά την έννοια των κείμενων διατάξεων<sup>839</sup>.

377) Ειδικότερα, ο ενιαίος και διαρκής χαρακτήρας των ως άνω επιμέρους παραβάσεων των άρθρων 1 ν. 703/1977, 1 ν. 3959/2011, 81 ΣυνθΕΚ (101 ΣΛΕΕ), προκύπτει ιδίως από το ότι:

α) αποτελούν ως σύνολο κάθετους περιορισμούς που εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής των άρθρων 1 ν. 703/1977 ή/και 1 ν. 3959/2011 (καθώς και των άρθρων 81 ΣυνθΕΚ ή/και 101 ΣΛΕΕ),

β) συνιστούν συμβατικούς όρους που ταυτίζονται κατά περιεχόμενο - ανά είδος επιμέρους παράβασης - και ανευρίσκονται στα υπό εξέταση ιδιωτικά συμφωνητικά

---

και τον αυτό σκοπό, αναλύοντάς την σε πλείονες και χωριστές παραβάσεις, ενώ, αντιθέτως, πρόκειται για ενιαία παράβαση η οποία συγκεκριμενοποιήθηκε σταδιακά τόσο με συμφωνίες όσο και με εναρμονισμένες πρακτικές» [βλ. ΓενΔΕΕ T-204/08 και T-212/08, *Team Relocations NV κ.λπ. κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής*, Συλλ. 2011, σελ. II-3569, σκ. 33-37, 40]. Αυτό κατά βάση εκτιμάται ότι συμβαίνει και στην εξεταζόμενη περίπτωση.

<sup>835</sup> Βλ. κατ' αναλογία ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 184 και 396 και τη νομολογία στην οποία παραπέμπει καθώς και ΕΑ 563/VII/2013, σκ. 229 επ. και ιδίως 233-234 και 333.

<sup>836</sup> Βλ. ενδεικτικά ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 183-184 και την εκεί παρατιθέμενη ενωσιακή νομολογία.

<sup>837</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΕ C-239/11 P, C-489/11 P και C-498/11 P, *Siemens, Mitsubishi, Toshiba κατά Επιτροπής*, ψηφιακή Συλλογή (Γενική Συλλογή - μέρος: "Πληροφορίες σχετικά με τις μη δημοσιευόμενες αποφάσεις και διατάξεις"), σκ. 247-248 και ΓενΔΕΕ T-446/05, *Amman & Sohne και Cousin Filterie κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2010, σελ. II-1255, σκ. 92, ΠΕΚ T-101/05 και T-111/05, *BASF και UCB κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2007, σελ. II-4949, σκ. 179-181.

<sup>838</sup> Στην ενωσιακή νομολογία γίνεται δεκτό ότι «[σ]υνεπώς, για να μπορούν να χαρακτηριστούν διάφορες ενέργειες ως ενιαία και διαρκής παράβαση, πρέπει να ληφθεί υπόψη κάθε περίπτωση ικανή να επιβεβαιώσει ή να θέσει υπό αμφισβήτηση τη συμπληρωματικότητα αυτή, όπως το χρονικό διάστημα εφαρμογής, το περιεχόμενο (συμπεριλαμβανομένων των χρησιμοποιούμενων μεθόδων) και, συνακόλουθα, ο σκοπός των διαφόρων υπό εξέταση ενεργειών» [βλ. Γεν ΔΕΕ T-204/08 και T-212/08, ό.π., σκ. 33-37, 40]. Βλ. επίσης συνδυαστικά και ΔΕΕ C-642/13 P (της 21.01.2017), *Villeroy & Boch - Belgium κατά Επιτροπής*, ψηφιακή Συλλογή (Γενική Συλλογή), σκ. 63, όπου αναφέρεται ότι δεν είναι απαραίτητο «να αποδειχθεί η ύπαρξη σχέσης συμπληρωματικότητας μεταξύ των προσπατούμενων πρακτικών, καθώς ενιαία και διαρκής παράβαση μπορεί να καταλογιστεί σε μη ανταγωνιστικές μεταξύ τους επιχειρήσεις και δεν απαιτεί συστηματικό ορισμό των σχετικών αγορών [...]».

<sup>839</sup> Βλ. ΕΑ 563/VII/2013, σκ. 233 και την παρατιθέμενη ενωσιακή νομολογία. Βλ. επίσης ΓενΔΕΕ T-147/09 και T-148/09, ό.π., σκ. 60.

που έχουν συναφθεί μεταξύ της Friesland και των συνεργαζόμενων με αυτήν χονδρεμπορικών επιχειρήσεων,

γ) αφορούν - ανά είδος παράβασης - τις ίδιες επιχειρήσεις και τα ίδια συμβατικά προϊόντα,

δ) οι επιμέρους εκφάνσεις με τις οποίες εκδηλώνονται οι ανταγωνιστικές πρακτικές σε κάθετο επίπεδο (καθορισμός τιμών μεταπώλησης, εναρμονισμένη πρακτική, ρήτρες μη ανταγωνισμού), συμπληρώνουν η μία την άλλη και οδηγούν στον περιορισμό του ανταγωνισμού ως προς τις τιμές και στον αποκλεισμό των ανταγωνιστών στις οικείες αγορές.

ε) συμπίπτει - ανά είδος παράβασης - η εμβέλεια και η χρονική τους αλληλουχία, δεδομένου ότι οι κάθετοι περιορισμοί εντάσσονται έκαστος στο πλαίσιο της μακράς και αδιάλειπτης λειτουργίας του υπό εξέταση δικτύου διανομής.

378) Συνεπώς, η επί μακρόν συμπεριφορά της Friesland αποτελεί έκφραση μίας ενιαίας και συνολικής στρατηγικής και στο πλαίσιο αυτό κάθε μία από τις ανωτέρω επιμέρους πρακτικές - ανά είδος παράβασης - συμβάλλουν, μέσω του συνδυαστικού τους αποτελέσματος, στην επίτευξη ενός κοινού, αντίθετου προς τον ανταγωνισμό, σκοπού<sup>840</sup>. Συνιστούν, δε, περίπτωση μιας αλληλουχίας πράξεων και διαρκούς συμπεριφοράς, οπότε μπορεί ορθώς να θεωρηθεί ότι τα επιμέρους στοιχεία τους - ανά είδος παράβασης - συνθέτουν μία ενιαία παράβαση<sup>841</sup>.

379) Για τις επιμέρους διαπιστωθείσες παραβάσεις των άρθρων 1 του ν. 3959/2011 (πρώην άρθ. 1 ν. 703/1977) και 101 ΣΛΕΕ αναφορικά με απαγορευμένες συμπράξεις<sup>842</sup> νομίμως επιβάλλεται ενιαίο πρόστιμο, αφού αποτελούν κατ' ουσίαν την ίδια παράβαση που βασίζεται σε ίδιες προϋποθέσεις, ενώ η επιβολή κύρωσης για καθεμία από αυτές αποβλέπει στον ίδιο σκοπό.

380) Συμπερασματικά, υπό το φως των στοιχείων που αξιολογήθηκαν στο πλαίσιο της εξεταζόμενης υπόθεσης, προκύπτει κατ' αρχήν ότι οι επιμέρους περιορισμοί του ανταγωνισμού που διαπιστώθηκαν, πέραν από αυτοτελείς παραβάσεις των άρθρων 1 ν. 703/1977 ή/και 1 ν. 3959/2011, καθώς και των άρθρων 81 ΣυνθΕΚ ή/και 101 ΣΛΕΕ, συνιστούν και τμήμα μιας ενιαίας και διαρκούς παράβασης, που εκτείνεται κατά το χρονικό διάστημα από το 1996 έως τουλάχιστον το 2014. Το δε ανώτατο όριο του επιβληθησομένου προστίμου θα υπολογιστεί επί της ενιαίας παράβασης για το προαναφερόμενο χρονικό διάστημα<sup>843</sup>. Ως εκ τούτου, το ανώτατο όριο του

<sup>840</sup> Βλ. ενδεικτικά ΠΕΚ Τ-54/03, *Lafarge κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2008, σελ. ΙΙ-120, σκ. 482, καθώς και ΠΕΚ Τ-446/05, ό.π., σκ. 92 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία.

<sup>841</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-204/00 P, C-205/00 P, C-211/00 P, C-213/00 P, C-217/00 P και C-219/00 P, *Aalborg Portland κ.λπ. κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2004, σελ. Ι-123, σκ. 258 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία. Βλ. επίσης ΠΕΚ Τ-279/02 *Degussa AG κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2006, σελ. ΙΙ-897, σκ. 155.

<sup>842</sup> ΔΕφΑθ 2265/2010, σκ. 40, 44. Βλ. και ΕΑ 581/VII/2013, σκ.431-432.

<sup>843</sup> Βλ. ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 396 και την εκεί παρατιθέμενη ενωσιακή νομολογία, ΕΑ 563/VII/2013, σκ. 333 και ΕΑ 373/V/2007 (όπου ο καθορισμός τιμών μεταπώλησης και η απαγόρευση παθητικών πωλήσεων κρίθηκαν ως μία ενιαία παράβαση στο πλαίσιο της κάθετης σύμπραξης, με τη συνακόλουθη επιβολή ενός προστίμου σε κάθε συμμετέχουσα επιχείρηση). Βλ. επίσης ΔΕφΑθ 2265/2010, σκ. 43-44 δυνάμει της οποίας αναπέμφθηκε η ΕΑ 434/V/2009 με ρητή αναφορά ότι μπορεί να επιβληθεί χωριστό πρόστιμο για όλες τις επιμέρους ανταγωνιστικές πρακτικές στο πλαίσιο του άρθρου 1 (ρήτρες μη ανταγωνισμού, όροι αποκλειστικής προμήθειας/κατανομής αγορών και ρήτρες απαγόρευσης ενεργητικών/παθητικών πωλήσεων σε κάθετες συμφωνίες). Σύμφωνα με την εν λόγω απόφαση: «για τις παραβάσεις του άρθρου 1 παρ. 2 του ν. 703/1977 και του άρθρου 81 της ΣυνθΕΚ (απαγορευμένες συμπράξεις στην ελληνική και ευρωπαϊκή αγορά), νομίμως επιβάλλεται ενιαίο πρόστιμο, αφού αποτελούν την ίδια παράβαση (εναρμονισμένη πρακτική) και η στοιχειοθέτησή τους βασίζεται σε ίδιες

επιβληθησομένου προστίμου πρέπει να υπολογιστεί επί της ενιαίας παράβασης για το προαναφερόμενο χρονικό διάστημα. Κατά συνέπεια, στην κρινόμενη υπόθεση η Επιτροπή δύναται να επιβάλλει ενιαίο πρόστιμο για τις υπό εξέταση παραβάσεις των άρθρων 1 του ν. 703/1977, 1 του ν. 3959/2011 81 ΣυνθεΚ και 101 ΣΛΕΕ (απαγορευμένη σύμπραξη).

## ΧΙ. ΕΠΙ ΤΩΝ ΕΠΙΒΑΛΛΟΜΕΝΩΝ ΚΥΡΩΣΕΩΝ - ΠΡΟΣΤΙΜΩΝ

### ΧΙ.1 ΕΦΑΡΜΟΣΤΕΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ ΔΙΚΑΙΟΥ

- 381) Όπως προαναφέρθηκε, βάσει των αρχών που διέπουν τη διαχρονική εφαρμογή του δικαίου, καθώς και βάσει των αρχών της ασφάλειας δικαίου και της προστασίας της δικαιολογημένης εμπιστοσύνης των διοικουμένων, ισχύει ως γενικός κανόνας, ότι εφαρμοστέες είναι οι διατάξεις ουσιαστικού δικαίου, οι οποίες ίσχυαν κατά το χρόνο επελεύσεως των γεγονότων που συνιστούν την παράβαση, χωρίς να έχει σημασία ο χρόνος κατά τον οποίο εφαρμόζονται οι σχετικές διατάξεις<sup>844</sup>. Επισημαίνεται ότι στους κανόνες ουσιαστικού δικαίου συγκαταλέγονται και οι διατάξεις που προβλέπουν τις επιβλητέες κυρώσεις<sup>845</sup>. Έτσι, κάθε συμπεριφορά η οποία έλαβε χώρα και έληξε μέχρι την 20.4.2011 (ημερομηνία κατάργησης του ν. 703/1977 και θέσης σε ισχύ του ν. 3959/2011) και η οποία πιθανολογείται ότι πληροί την αντικειμενική και υποκειμενική υπόσταση των προβλεπομένων στα άρθρα 1 και 2 του ν. 703/1977 παραβάσεων, αξιολογείται βάσει του προαναφερόμενου άρθρου<sup>846</sup>.
- 382) Ειδικά ως προς το ζήτημα των προβλεπόμενων κυρώσεων, γίνεται δεκτό ότι η αρχή της μη αναδρομικότητας των ποινικών νόμων, την οποία καθιερώνει το άρθρο 7 της ΕΣΔΑ ως θεμελιώδες δικαίωμα, συνιστά γενική αρχή του ενωσιακού δικαίου η οποία τυγχάνει εφαρμογής όταν επιβάλλονται πρόστιμα για παράβαση των κανόνων του ανταγωνισμού. Ως εκ τούτου, και βάσει της αρχής αυτής, οι επιβαλλόμενες κυρώσεις πρέπει να αντιστοιχούν σε εκείνες που είχαν καθοριστεί κατά τον χρόνο της διάπραξης της παράβασης<sup>847</sup>. Ωστόσο, ο γενικός αυτός κανόνας κάμπτεται σε περίπτωση ευνοϊκότερων νέων διατάξεων. Στις περιπτώσεις αυτές, επομένως, οι νέες αυτές (ευνοϊκότερες) διατάξεις ισχύουν και για τις προ της ισχύος τους παραβάσεις<sup>848</sup>.

---

*προϋποθέσεις, ενώ η επιβολή κύρωσης για κάθε ομάδα από τις παραβάσεις αυτές αποβλέπει στον ίδιο σκοπό (απαγόρευση των συμπράξεων)». Βλ. σχετικά ΕΑ 510/2010.*

<sup>844</sup> Βλ. απόφαση ΔΕΕ υποθ. C-201/09 και C-216/09, *ArcelorMittal Luxembourg SA* κατά Επιτροπής, σκ. 67-71.

<sup>845</sup> Βλ. απόφαση ΔΕΕ υποθ. C-201/09 και C-216/09, *ArcelorMittal Luxembourg SA* κατά Επιτροπής, σκ. 69 και 77.

<sup>846</sup> Βλ. ενδεικτικά και ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 425 επ.

<sup>847</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-189/02 P, *Dansk Rørindustri κλπ. κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2005, σελ. I-5425, σκ. 202-209 και ΔΕΚ C-397/03 P, *Archer Daniels Midland και Archer Daniels Midland Ingredients κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2006, σελ. I-4429, σκ. 18-19, καθώς και ΠΕΚ T-23/99, *LR AF 1998 κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2002, σελ. II-1705, σκ. 219-221 και ΠΕΚ T-329/01, *Archer Daniels Midland κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2006, σελ. II-3255, σκ. 38.

<sup>848</sup> Βλ. απόφαση ΕΔΔΑ της 17.9.2009, *Scoppola κατά Ιταλίας*, ό.π., σκ. 109, που έκρινε ότι συνιστά παραβίαση του άρθρου 7 της ΕΣΔΑ η μη εφαρμογή μεταγενέστερης ευνοϊκότερης διάταξης, με αναφορά, μεταξύ άλλων, και στο Διεθνές Σύμφωνο Ατομικών και Πολιτικών Δικαιωμάτων του ΟΗΕ (άρθ. 15), στην Αμερικανική Σύμβαση για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα (άρθ. 9), στο Χάρτη Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της ΕΕ (άρθ. 49) και στη νομολογία του ΔΕΕ C-387/02, 391/02 και 403/02, *Berlusconi κ.α.*, Συλλ. 2005, σελ. I-3565, σκ. 66-69· πρβλ. και ΣτΕ 2233/2009, σκ. 5 και νομολογία στην οποία παραπέμπει, ιδίως ΣτΕ 886/2000, σκ. 5, καθώς και ΔεφΑθ 292/2009, σκ. 6, και αποφάσεις ΔΕΕ C-201/09 και C-216/09, ό.π., σκ. 72, ΔΕΚ C-189/02 P, ό.π., σκ. 217-233, και ΔΕΚ C-397/03 P, ό.π., σκ. 21-26.

- 383) Σύμφωνα με το άρθρο 25 παρ. 1 του ν. 3959/2011 (προϊσχύον άρθρο 9 παρ. 1 του ν. 703/1977), εάν η ΕΑ μετά από σχετική έρευνα που διεξάγεται διαπιστώσει παράβαση των άρθρων 1 και 2 ή/και των άρθρων 101 και 102 ΣΛΕΕ μπορεί, με απόφασή της, να επιβάλει πρόστιμο στις επιχειρήσεις ή στις ενώσεις επιχειρήσεων που υπέπεσαν στην παράβαση. Περαιτέρω, με βάση το άρθρο 25 παρ. 2 του ν. 3959/2011, για τον καθορισμό του προστίμου λαμβάνονται υπόψη, μεταξύ άλλων, η σοβαρότητα και διάρκεια της παράβασης, ενώ το επιβαλλόμενο πρόστιμο μπορεί να φθάσει μέχρι ποσοστού δέκα τοις εκατό (10%) του συνολικού κύκλου εργασιών της επιχείρησης της χρήσης κατά την οποία έπαυσε η παράβαση ή, αν αυτή συνεχίζεται μέχρι την έκδοση της απόφασης, της προηγούμενης της έκδοσης της απόφασης χρήσης. Η εν λόγω διάταξη, προβλέποντας χαμηλότερο ανώτατο ύψος προστίμου σε σχέση με την προϊσχύουσα αντίστοιχη διάταξη του ν. 703/1977 (προϊσχύον άρθρο 9 παρ. 2 του ν. 703/1977), φαίνεται να συνιστά ευνοϊκότερη για την καταγγελλόμενη διάταξη και, ως εκ τούτου, κρίνεται εφαρμοστέα εν προκειμένω. Ανάλογες διατάξεις ισχύουν και στο ενωσιακό δίκαιο<sup>849</sup>.
- 384) Περαιτέρω, επισημαίνεται ότι οι διαδικαστικοί κανόνες έχουν κατά κανόνα εφαρμογή κατά τον χρόνο έναρξης της ισχύος τους, η έκδοση δε μιας πράξης από τη Διοίκηση ερείδεται στη νομική εκείνη βάση που είναι σε ισχύ κατά το χρόνο έκδοσης της πράξης<sup>850</sup>. Διευκρινίζεται, σχετικά, ότι η αρμοδιότητα της ΕΑ για την επιβολή κυρώσεων εν προκειμένω απορρέει από το 14 παρ. 1 του ν. 3959/2011 και συνακόλουθα η διαδικασία επιβολής και είσπραξης των τυχόν επιβληθησομένων προστίμων διεξάγεται σύμφωνα με τις σχετικές διατάξεις του ως άνω ισχύοντος νόμου.

## ΧΙ.2 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΥ ΥΨΟΥΣ ΠΡΟΣΤΙΜΟΥ

- 385) Σύμφωνα με το ισχύον νομικό πλαίσιο περί της εξουσίας επιβολής κυρώσεων, εάν η ΕΑ διαπιστώσει παράβαση των άρθρων 1 και 2 ν. 703/1977 (νυν άρθρα 1 και 2 ν. 3959/2011) ή/και των άρθρων 81 και 82 ΣυνθΕΚ (νυν άρθρα 101 και 102 ΣΛΕΕ) μπορεί με απόφασή της να επιβάλει πρόστιμο στις επιχειρήσεις και στις ενώσεις επιχειρήσεων που υπέπεσαν στην παράβαση<sup>851</sup>. Όπως προαναφέρθηκε, για τον καθορισμό του προστίμου λαμβάνονται υπόψη, μεταξύ άλλων, η σοβαρότητα και η διάρκεια της παράβασης, ενώ το επιβαλλόμενο πρόστιμο μπορεί να φτάσει μέχρι ποσοστού δέκα τοις εκατό (10%) του συνολικού κύκλου εργασιών της επιχείρησης της χρήσης κατά την οποία έπαυσε η παράβαση, ή, αν αυτή συνεχίζεται μέχρι την έκδοση της απόφασης, της προηγούμενης της έκδοσης της απόφασης χρήσης<sup>852</sup>. Ανάλογες διατάξεις ισχύουν και στο ενωσιακό δίκαιο<sup>853</sup>.

<sup>849</sup> Βλ. Κανονισμό (ΕΚ) 1/2003 της 16ης Δεκεμβρίου 2002, ΕΕ L 1/1 της 4.1.2003, άρθρο 5 αναφορικά με τις εξουσίες των αρχών ανταγωνισμού των κρατών-μελών για την επιβολή προστίμων, καθώς και άρθρο 23 αναφορικά με τις αντίστοιχες εξουσίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

<sup>850</sup> Βλ. ΔΕΕ C-201/09 και C-216/09, ό.π., σκ. 75 και την εκεί παρατιθέμενη νομολογία. Βλ. επίσης ενδεικτικά ΣτΕ 463/2011, σκ. 5 (και εκεί παραπεμπόμενη νομολογία), ΣτΕ 3662/2000, ΔΕφΑθ 119/2010, σκ. 3.

<sup>851</sup> Βλ. άρθρο 25 παρ. 1 ν. 3959/2011 (προϊσχύον άρθρο 9 παρ. 1 ν. 703/1977).

<sup>852</sup> Βλ. άρθρο 25 παρ. 2α) ν. 3959/2011 (προϊσχύον άρθρο 9 παρ. 2 εδ. α και β ν. 703/1977) και Κατευθυντήριες Γραμμές για τον τρόπο υπολογισμού του ύψους των προστίμων, ό.π., παρ. 6 επ. Βλ. σχετικά και ΣτΕ 2007/2013, σκ. 28 (όπου και παραπομπές σε αντίστοιχη ενωσιακή νομολογία): το μέγιστο του επιβαλλόμενου προστίμου, το οποίο σκοπεί όχι μόνο να κολάσει τις παράνομες πράξεις των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων, αλλά και να αποτρέψει τόσο τις εν λόγω επιχειρήσεις, όσο και άλλους επιχειρηματίες, από τη μελλοντική παράβαση των κανόνων του δικαίου του ανταγωνισμού, ορίζεται με βάση τα συνολικά ακαθάριστα έσοδα της επιχείρησης. Ο συνολικός αυτός κύκλος εργασιών αποτελεί ένδειξη, έστω κατά προσέγγιση και ατελή, του μεγέθους και της οικονομικής ισχύος της επιχείρησης, στοιχείων που νομίμως λαμβάνονται υπόψη για την εκτίμηση της



- 386) Σύμφωνα με την Ανακοίνωση ΕΑ της 12.5.2006 αναφορικά με τις κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό προστίμων, η ΕΑ καθορίζει το βασικό ποσό του προστίμου για κάθε επιχείρηση σε συνάρτηση με τη σοβαρότητα και τη διάρκεια της παράβασης. Εν συνεχεία, εφόσον το κρίνει σκόπιμο, προσαυξάνει ή μειώνει το βασικό ποσό, ανάλογα με το εάν συντρέχουν αντίστοιχα επιβαρυντικές ή ελαφρυντικές περιστάσεις<sup>854</sup>. Ειδικότερα, το βασικό ποσό του προστίμου προκύπτει ως εξής:
- α) ορίζεται ποσοστό ύψους μέχρι 30% επί των ετήσιων ακαθάριστων εσόδων της επιχείρησης από προϊόντα που αφορούν στην παράβαση, με κριτήριο τη σοβαρότητα αυτής, και
- β) το ποσό αυτό υπολογίζεται επί των ετήσιων ως άνω εσόδων για κάθε έτος της παράβασης αθροιστικά<sup>855</sup>.
- 387) Στην περίπτωση που η Επιτροπή δεν έχει στη διάθεσή της τα ετήσια ακαθάριστα έσοδα της επιχείρησης από προϊόντα και υπηρεσίες που αφορούν στην παράβαση, θα χρησιμοποιεί τα ακαθάριστα έσοδα της επιχείρησης της τρέχουσας ή της προηγούμενης της παράβασης χρήσης για τον υπολογισμό του προστίμου<sup>856</sup>.
- 388) Η ΕΑ δύναται να αποκλίνει από τη γενική μέθοδο υπολογισμού του προστίμου που προβλέπεται στη σχετική Ανακοίνωση της 12.5.2006, όταν οι ιδιαιτερότητες ορισμένης υπόθεσης το υπαγορεύουν<sup>857</sup>.
- 389) Συναφώς, είναι επιτρεπτός ο κατ' αυτοδέσμευση της διοίκησης προσδιορισμός από αυτή των κριτηρίων που σκοπεύει να εφαρμόσει στο πλαίσιο άσκησης της διακριτικής της ευχέρειας και της εξουσίας που διαθέτει. Στην ΕΑ εναπόκειται να ακολουθήσει τη μέθοδο υπολογισμού του ύψους του προστίμου, με την οποία αυτοδεσμεύτηκε, ενώ επιτρέπεται η απόκλιση από τα ούτως τεθέντα κριτήρια, λόγω συντρέχουσών ιδιαίτερων περιστάσεων σε συγκεκριμένη περίπτωση (είτε προς αυστηρότερη είτε προς ηπιότερη κατεύθυνση) – απόκλιση, ωστόσο, που θα πρέπει να δικαιολογείται ειδικώς<sup>858</sup>.

---

σοβαρότητας της παράβασης. Επιπλέον, τα εν λόγω στοιχεία σχετίζονται με την ανάγκη διασφάλισης της αποτελεσματικότητας και της επαρκούς αποτρεπτικότητας του προστίμου, η οποία λαμβάνεται υπόψη για τον προσδιορισμό του ύψους αυτού.

<sup>853</sup> Βλ. Κανονισμό (ΕΚ) 1/2003, ό.π., άρθρο 5 αναφορικά με τις εξουσίες των αρχών ανταγωνισμού των κρατών – μελών για την επιβολή προστίμων, καθώς και άρθρο 23 αναφορικά με τις αντίστοιχες εξουσίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

<sup>854</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές ΕΑ για τον τρόπο υπολογισμού του ύψους των προστίμων, ό.π., παρ. 6-7.

<sup>855</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές ΕΑ για τον τρόπο υπολογισμού του ύψους των προστίμων, ό.π., παρ. 8. Η βάση για τον υπολογισμό του προστίμου είναι ο συνολικός κύκλος εργασιών της επιχείρησης από προϊόντα ή υπηρεσίες που αφορούν στην παράβαση. Παρομοίως, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή χρησιμοποιεί ως βάση υπολογισμού την αξία των πωλήσεων των προϊόντων ή υπηρεσιών που πραγματοποιήθηκαν από την επιχείρηση, με τις οποίες η παράβαση σχετίζεται άμεσα ή έμμεσα. Ο συνδυασμός της αξίας των πωλήσεων με τις οποίες σχετίζεται άμεσα ή έμμεσα η παράβαση, καθώς και της διάρκειας της παράβασης, θεωρείται ως κατάλληλη βάση υπολογισμού για να προσδιοριστεί η οικονομική σημασία της παράβασης, καθώς και το σχετικό βάρος της συμμετοχής κάθε επιχείρησης σε αυτήν (βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τη μέθοδο υπολογισμού των προστίμων που επιβάλλονται κατ' εφαρμογή του άρθρου 23 παράγραφος 2 σημείο α) του Κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1/2003, ΕΕ C 210 της 1.9.2006, σελ. 2 επ., παρ. 6, 13-15) (εφεξής και «Κατευθυντήριες Γραμμές ΕΕπ για τα πρόστιμα»).

<sup>856</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές ΕΑ για τον τρόπο υπολογισμού του ύψους των προστίμων, ό.π., παρ. 18.

<sup>857</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές ΕΑ για τον τρόπο υπολογισμού του ύψους των προστίμων, ό.π., παρ. 21.

<sup>858</sup> Βλ. ΕΑ 580/VII/2013, σκ. 168 και ΕΑ 622/2015, σκ. 365, με περαιτέρω παραπομπές σε νομολογία. Βλ. και ΣτΕ 2007/2013, σκ. 29.

390) Κατά την άσκηση της ανωτέρω αρμοδιότητάς της, η ΕΑ έχει ευρεία διακριτική ευχέρεια (εντός του κατά το νόμο ανώτατου ορίου) για τη συγκεκριμενοποίηση του εκάστοτε επιβληθησομένου προστίμου, προκειμένου να διασφαλίζεται με επάρκεια το επιδιωκόμενο αποτρεπτικό αποτέλεσμα. Πράγματι, η αποτελεσματική εφαρμογή των ενωσιακών κανόνων ανταγωνισμού προϋποθέτει ότι η εκάστοτε αρχή ανταγωνισμού μπορεί οποτεδήποτε να προσαρμόζει το ύψος των προστίμων στις ανάγκες της πολιτικής αυτής<sup>859</sup>.

### **ΧΙ.3 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΒΑΣΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΣΤΙΜΟΥ ΣΤΗΝ ΥΠΟ ΚΡΙΣΗ ΥΠΟΘΕΣΗ**

391) Η βάση για τον υπολογισμό του προστίμου είναι ο συνολικός κύκλος εργασιών της επιχείρησης από προϊόντα ή υπηρεσίες που αφορούν στην παράβαση<sup>860</sup>. Παρομοίως, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή χρησιμοποιεί ως βάση υπολογισμού την αξία των πωλήσεων των προϊόντων ή υπηρεσιών που πραγματοποιήθηκαν από την επιχείρηση, με τις οποίες η παράβαση σχετίζεται άμεσα ή έμμεσα. Ο συνδυασμός της αξίας των πωλήσεων με τις οποίες σχετίζεται άμεσα ή έμμεσα η παράβαση, καθώς και της διάρκειας της παράβασης, θεωρείται ως κατάλληλη βάση υπολογισμού για να προσδιοριστεί η οικονομική σημασία της παράβασης, καθώς και το σχετικό βάρος της συμμετοχής κάθε επιχείρησης σε αυτήν. Η αναφορά στους παράγοντες αυτούς είναι ενδεικτική της τάξης μεγέθους του προστίμου και δεν θα πρέπει να εκλαμβάνεται ως η βάση μιας αυτόματης και αριθμητικής μεθόδου υπολογισμού<sup>861</sup>.

392) Σύμφωνα και με την ερμηνευτική ανακοίνωση της Επιτροπής Ανταγωνισμού της 17<sup>ης</sup> Ιουλίου 2009 αναφορικά με το εύρος των ακαθάριστων εσόδων που χρησιμοποιούνται ως βάση για τον υπολογισμό του προστίμου, λαμβάνεται κάθε φορά υπόψη το σύνολο των ακαθάριστων εσόδων της επιχείρησης στη σχετική αγορά προϊόντων που αφορά η διαπιστωθείσα παράβαση. Και τούτο, διότι η σχετική αγορά προϊόντων αποτελεί συνήθως ασφαλές κριτήριο για τον προσδιορισμό της αξίας πωλήσεων των προϊόντων που επηρεάζονται άμεσα ή έμμεσα από την παράβαση, ενώ παράλληλα διασφαλίζεται με τον τρόπο αυτό και ο επιδιωκόμενος αποτρεπτικός χαρακτήρας του προστίμου<sup>862</sup>. Πολύ περισσότερο, όταν οι κατευθυντήριες γραμμές δεν προβλέπουν ειδική προσαύξηση προκειμένου να διασφαλίζεται επαρκώς το αποτρεπτικό αποτέλεσμα του προστίμου στην περίπτωση επιχειρήσεων με ιδιαίτερα μεγάλο κύκλο εργασιών, ενώ οι αντίστοιχες κατευθυντήριες γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής προβλέπουν ειδικώς τη δυνατότητα τέτοιας προσαύξησης. Επισημαίνεται, ωστόσο, ότι τούτο δεν αναιρεί τη διακριτική ευχέρεια της Επιτροπής να περιορίζει, κατά περίπτωση και βάσει των συντρεχουσών ιδιαίτερων περιστάσεων, τη βάση υπολογισμού του προστίμου σε συγκεκριμένη κατηγορία προϊόντων που αποτέλεσαν το άμεσο αντικείμενο της διαπιστωθείσας αντιανταγωνιστικής συμπεριφοράς, υπό την προϋπόθεση ότι ο εν λόγω περιορισμός δεν υπονομεύει τον επιδιωκόμενο αποτρεπτικό χαρακτήρα του προστίμου.

393) Εν προκειμένω, οι ως άνω περιγραφόμενες παραβάσεις των άρθρων 1 του ν. 703/1977 (νυν άρθρο 1 ν. 3959/2011) και 81 ΣυνθΕΚ (νυν άρθρο 101 ΣΛΕΕ) επηρεάζουν άμεσα ή και έμμεσα τη διάθεση γαλακτοκομικών προϊόντων, η οποία εκτείνεται – από γεωγραφική άποψη – σε όλη την ελληνική επικράτεια.

<sup>859</sup> Βλ. ΕΑ 580/VII/2013, σκ. 169 και ΕΑ 622/2015, σκ. 366, με περαιτέρω παραπομπές σε νομολογία.

<sup>860</sup> Ανακοίνωση της Ε.Α σχετικά με τις κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό των προστίμων της 12.5.2006, παρ. 8.

<sup>861</sup> Κατευθυντήριες Γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την επιβολή προστίμων, ΕΕ αριθ. C 210 της 1.9.2006, παρ. 6, 13-15.

<sup>862</sup> Βλ. σχετ. και ΔΕφΑθ 2094/2007, σκ. 12.

Επομένως, ως βάση για τον υπολογισμό του προστίμου στην υπό κρίση υπόθεση για παράβαση των άρθρων 1 του ν. 703/1977 (νυν άρθρο 1 ν. 3959/2011) και 81 ΣυνθΕΚ (νυν άρθρο 101 ΣΛΕΕ) - και συγκεκριμένα για τον καθορισμό τιμών μεταπώλησης - πρέπει να ληφθεί υπόψη η συνολική αξία πωλήσεων γαλακτοκομικών προϊόντων που πραγματοποίησε η Friesland κατά την επίμαχη περίοδο των ετών 1996 έως και 2014<sup>863</sup>. Σε ό,τι δε αφορά την διαπιστωθείσα παράβαση των ως άνω άρθρων λόγω της υποχρέωσης μη άσκησης ανταγωνισμού πρέπει να ληφθεί υπόψη η συνολική αξία πωλήσεων της ελεγχόμενης, κατά το χρονικό διάστημα από το 1996 μέχρι τον Απρίλιο του 2009<sup>864</sup>.

#### **ΧΙ.4 ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΩΝ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟ ΤΟΥ ΠΡΟΣΤΙΜΟΥ ΣΤΗΝ ΥΠΟ ΚΡΙΣΗ ΥΠΟΘΕΣΗ**

394) Για τον καθορισμό του ύψους του προστίμου, η Επιτροπή συνεκτιμά μια σειρά από παράγοντες που σχετίζονται, πρωτίστως, με τη σοβαρότητα και τη διάρκεια της παράβασης. Ειδικότερα, η Επιτροπή λαμβάνει υπόψη το είδος της παράβασης, τη διάρκεια και τη γεωγραφική έκτασή της, την οικονομική δύναμη της επιχείρησης που παραβιάζει τους κανόνες ανταγωνισμού, τα αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα που προκλήθηκαν ή απειλήθηκε να προκληθούν στην αγορά, το οικονομικό όφελος που αποκόμισε ο παραβάτης, εφόσον είναι δυνατό να υπολογιστεί το ύψος του, καθώς και το ειδικό βάρος της κάθε επιχείρησης στη σχετική αγορά και το είδος συμμετοχής της στην παράβαση<sup>865</sup>.

##### **ΧΙ.4.1 Σοβαρότητα των παραβάσεων**

395) **Είδος της παράβασης:** Όπως έχει ήδη εκτεθεί<sup>866</sup>, κάθετες συμπράξεις που ενέχουν καθορισμό τιμών μεταπώλησης συνιστούν ιδιαίτερα σοβαρούς εξ αντικειμένου περιορισμούς του ανταγωνισμού (άρθρα 1 ν. 703/1977, 1 ν. 3959/2011, 81 ΣυνθΕΚ και 101 ΣΛΕΕ). Συναφώς, η εμπέδεια, η χρονική αλληλουχία και η συμπληρωματικότητα των πρακτικών αυτών, καθώς και η κοινή τους στόχευση, αποτελούν στοιχεία που διαγράφουν μια ενιαία, μακρόχρονη και στοχευμένη στρατηγική αποκλεισμού των ανταγωνιστών της Friesland από την αγορά, η οποία και συνεκτιμάται για την αξιολόγηση της σοβαρότητας των παραβάσεων<sup>867</sup>. Για την εκτίμηση της σοβαρότητας των παραβάσεων, πρέπει, επίσης, να συνεκτιμηθεί, όπως προαναφέρθηκε, ότι πρόκειται για πολλαπλές πρακτικές μιας επιχείρησης με σήμα μεγάλης φήμης, οι οποίες έλαβαν ποικίλες μορφές, διήρκησαν πολλά έτη, κατέλαβαν πολύ μεγάλο τμήμα της αγοράς και εφαρμόστηκαν στις σχέσεις της ελεγχόμενης με το σύνολο των συνεργαζόμενων με αυτήν χονδρεμπορικών επιχειρήσεων<sup>868</sup>, που αποτελούν σημαντικό δίαυλο διανομής των οικείων προϊόντων προς τους καταναλωτές των τελικών (και ιδίως των μικρών) σημείων πώλησης όλης της επικράτειας.

396) **Πραγματικός (ή δυνητικός αντίκτυπος στην αγορά):** Οι διαπιστωθέντες εξ αντικειμένου περιορισμοί του ανταγωνιστού ιδιαίτερης σοβαρότητας (καθορισμός τιμών μεταπώλησης) από τη φύση τους θεωρείται ότι έχουν αντίκτυπο στην αγορά.

<sup>863</sup> Βλ. αναλυτικά Ενót. ΙΧ.4 και Χ.2.

<sup>864</sup> Βλ. αναλυτικά Ενót. ΙΧ.6.2.

<sup>865</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές ΕΑ για τον τρόπο υπολογισμού του ύψους των προστίμων, ό.π., παρ. 10-11. Ανάλογα προβλέπονται και στις Κατευθυντήριες Γραμμές ΕΕπ για τα πρόστιμα, ό.π., παρ. 19επ.

<sup>866</sup> Βλ. Ενót. VII.1.7, ΙΧ.3.1 και ΙΧ.5.

<sup>867</sup> Βλ. ενδεικτικά ΓενΔΕΕ T-38/02 *Groupes Danone κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2005, σελ. ΙΙ-4407, σκ. 145 και 149. Βλ. και αναλυτικά ανωτέρω Ενót. ΧΙ.

<sup>868</sup> Συνεργάτες δικτύου και χονδρεμπόρους [...].

Επιπλέον, το γεγονός ότι από τα διαθέσιμα στοιχεία προέκυψαν επαρκώς κατά νόμο στοιχεία αναφορικά με τον αντίκτυπο από την εφαρμογή των σχετικών ρητρών<sup>869</sup>, ως προς τα βλαπτικά τους αποτελέσματα στην πράξη - τα οποία πάντως είναι αδύνατο να προσδιοριστούν επακριβώς - δέον να ληφθεί υπόψη κατά τον υπολογισμό του προστίμου. Εφαρμόστηκαν δε στην πράξη, επί σειρά ετών. Κατά συνέπεια, θεωρείται ότι είχαν και πραγματικό αντίκτυπο στη σχετική αγορά<sup>870</sup>.

- 397) **Βάρος επιχείρησης στην αγορά:** Οι ως άνω παραβάσεις διαπράχθηκαν από εταιρία που διαθέτει ιδιαίτερη οικονομική δύναμη στον κλάδο παραγωγής και εμπορίας γαλακτοκομικών προϊόντων.
- 398) **Έκταση της γεωγραφικής αγοράς:** Οι διαπιστωθείσες στο ως άνω σκεπτικό παραβάσεις των άρθρων 1 του ν. 703/1977, 1 του ν. 3959/2011, 81 ΣυνθΕΚ και 101 ΣΛΕΕ, εκτείνονται σε ολόκληρο το σύστημα διανομής σε επίπεδο χονδρεμπορίου και, ως εκ τούτου, στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας.
- 399) **Οικονομικό όφελος της παραβαίνουσας επιχείρησης:** Εν προκειμένω, από τα στοιχεία του φακέλου δεν είναι δυνατόν να εκτιμηθεί το εύρος του οικονομικού οφέλους που αποκόμισε ή επιδίωξε να αποκομίσει η ελεγχόμενη εταιρία.

#### **XII.4.2 Διάρκεια των παραβάσεων**

- 400) Οι υπό εξέταση πρακτικές που αφορούν στην παράβαση των άρθρων 1 του ν. 703/1977, 1 του ν. 3959/2011, 81 ΣυνθΕΚ και 101 ΣΛΕΕ έχουν διάρκεια που εκτείνεται από το έτος 1996 έως και το έτος 2014 τουλάχιστον. Κατά τη διάρκεια της εν λόγω χρονικής περιόδου, διαπιστώνεται η ενιαία και συνεχής αντιανταγωνιστική συμπεριφορά της ελεγχόμενης κατά τα ως άνω εκτεθέντα αφενός μέσω της επιβολής κάθετων περιορισμών στο υπό εξέταση δίκτυο των χονδρεμπόρων της. Η πρώτη επιμέρους διαπιστωθείσα παράβαση που αφορά στον καθορισμό τιμών μεταπώλησης έχει ως χρονική διάρκεια τα έτη 1996 έως και 2014 τουλάχιστον. Η δεύτερη επιμέρους διαπιστωθείσα παράβαση που αφορά στη ρήτρα μη ανταγωνισμού, έχει ως χρονική διάρκεια τα έτη 1996 έως τον Απρίλιο του 2009. Στο πλαίσιο των παραβάσεων των άρθρων 1 του ν. 703/1977, 1 του ν. 3959/2011, 81 ΣυνθΕΚ και 101 ΣΛΕΕ, παρόλο που κάποιες πρακτικές φαίνεται να έλαβαν χώρα σε διαφορετικό χρόνο από άλλες και να είχαν διαφορετική εμβέλεια (τουλάχιστον με βάση τα στοιχεία στη διάθεση της Επιτροπής), υφίσταται μια συνεχής παρεμποδιστική συμπεριφορά που εντοπίζεται καθ' όλη τη διάρκεια των ετών 1996 έως τουλάχιστον και το έτος 2014.

#### **XI.4.3 Ζήτημα οικονομικής ισχύος**

- 401) Κατά πάγια πρακτική και νομολογία, σε περίπτωση συμμετοχής των μελών του δικτύου διανομής ενός παραγωγού/προμηθευτή σε (κάθετες) συμφωνίες που εμπεριέχουν ρήτρες κατά παράβαση των κανόνων του ανταγωνισμού, δεν φαίνεται καταρχήν ενδεδειγμένο να επιβληθούν πρόστιμα και στις επιχειρήσεις αυτές. Η πρωτοβουλία των περιοριστικών για τον ανταγωνισμό συμφωνιών αναλαμβάνεται κατά κανόνα από τον παραγωγό/προμηθευτή, ο οποίος έχει μεγαλύτερη οικονομική ισχύ και διαθέτει τα μέσα πίεσης για να εξασφαλίσει την τήρηση – από μέρους των διανομέων του – των πρακτικών αυτών. Οι εν λόγω παραβάσεις, επομένως, δεν θα είχαν παρουσιαστεί δίχως την πρωτοβουλία και την ενεργό σύμπραξη του

<sup>869</sup> Έστω και μερική, όπου διαπιστώνεται τέτοια.

<sup>870</sup> Βλ. ενδεικτικά ΓενΔΕΕ T-38/02 *Groupes Danone κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2005, σελ. II-4407, σκ. 148.

παραγωγού/προμηθευτή έναντι των οικονομικά ασθενέστερων συμβεβλημένων διανομέων<sup>871</sup>.

402) Κατ' αναλογία, δεν φαίνεται ενδεδειγμένο να επιβληθούν πρόστιμα στις συνεργαζόμενες με τη Friesland χονδρεμπορικές επιχειρήσεις<sup>872</sup>, οι οποίες δεν προκύπτει ότι διαθέτουν επαρκή αντισταθμιστική δύναμη έναντι της ελεγχόμενης, διότι η Friesland έχει στην οικεία αγορά μεγάλη εμπορική και οικονομική ισχύ, ενώ το ευρύ χαρτοφυλάκιο προϊόντων με ισχυρά σήματα που διαθέτει στην αγορά επαυξάνει την εμπορική της σημασία και την καθιστά αναγκαίο εμπορικό εταίρο. Συνεπώς, συνάγεται ότι η ελεγχόμενη, η οποία κατέχει οικονομική δύναμη στον κλάδο παραγωγής και εμπορίας γαλακτοκομικών προϊόντων γενικότερα, θεωρείται ότι διαθέτει ισχυρά μέσα πίεσης έναντι των αντισυμβαλλομένων της. Ως εκ τούτου, προκρίνεται η επιβολή προστίμου μόνο στη Friesland, καθώς και η απαλλαγή της ευθύνης του συνόλου των συνεργαζόμενων με τη Friesland χονδρεμπορικών επιχειρήσεων για την παράβαση των άρθρων 1 του ν. 703/1977, 1 του ν. 3959/2011, 81 ΣυνθΕΚ και 101 ΣΛΕΕ.

#### **XI.4.4 Επιβαρυντικές και ελαφρυντικές περιστάσεις & υπολογισμός προστίμου**

403) Το βασικό ποσό του προστίμου μπορεί να προσαυξάνεται, εάν συντρέχουν επιβαρυντικές περιστάσεις, όπως π.χ. όταν η εμπλεκόμενη επιχείρηση έχει διαπράξει στο παρελθόν διαπιστωμένη παράβαση των κανόνων του ανταγωνισμού, όταν η εμπλεκόμενη επιχείρηση αρνήθηκε να συνεργαστεί ή αποπειράθηκε να παρεμποδίσει τη ΓΔΑ κατά τη διεξαγωγή της έρευνάς της επί της συγκεκριμένης υπόθεσης, ή όταν η εμπλεκόμενη επιχείρηση είχε ηγετικό ρόλο στην παράνομη συμπεριφορά ή είχε προτρέψει άλλες επιχειρήσεις να την υιοθετήσουν (αξιολογείται ιδίως αν είχε εξαναγκάσει άλλη επιχείρηση να συμμετάσχει στην πραγματοποίηση της παράβασης ή αν είχε επιβάλει αντίποινα σε άλλες επιχειρήσεις για να θέσουν τις παράνομες πρακτικές σε εφαρμογή)<sup>873</sup>. Στην υπό κρίση υπόθεση, από το σύνολο των διαθέσιμων στοιχείων, εκτιμάται ότι δεν συντρέχουν επιβαρυντικές περιστάσεις για τη Friesland. Είναι δε χαρακτηριστικό ότι η εν λόγω εταιρία δεν είχε καμία απολύτως εμπλοκή κατά το παρελθόν στο λεγόμενο καρτέλ του γάλακτος (βλ. απόφαση ΕΑ 369/Υ/2007, αλλά και ΕΑ 373/Υ/2007).

404) Επίσης, από την ειδικότερη ανάλυση των στοιχείων προκύπτει ότι, παρά τη γενικότερη οικονομική κρίση, η εταιρία FRIESLAND ήταν και εξακολουθεί να είναι οικονομικά εύρωστη, μολονότι δεν αμφισβητείται ότι πρόκειται για *επιχείρηση δραστηριοποιούμενη σε χώρα που πλήττεται από παρατεταμένη οικονομική κρίση*<sup>874</sup>. Επιπροσθέτως, δεν αμφισβητείται ότι, με βάση τα στοιχεία του φακέλου, η εν λόγω επιχείρηση απασχολεί συνολικώς κατά τι λιγότερο από 500 άμεσα εργαζομένους (για την ακρίβεια, 470 εργαζόμενοι απασχολούνται στη FRIESLAND<sup>875</sup>), αριθμός ο οποίος δεν μπορεί να θεωρηθεί αμελητέος, λαμβάνοντας υπόψη και την *«παρατεταμένη δημοσιονομική και οικονομική κρίση που πλήττει τη χώρα»*<sup>876</sup>, στοιχείο άλλωστε που, με βάση πρόσφατη πάγια εθνική νομολογία, έχει ήδη γίνει δεκτό ότι θα

<sup>871</sup> Βλ. Απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, 2001/711/ΕΚ, Volkswagen Passat, παρ. 104, Απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, 2002/758/ΕΚ, Mercedes Benz, παρ. 233. Βλ. και ΕΑ 434/Υ/2009, σκ. 84.

<sup>872</sup> Συνεργάτες δικτύου και χονδρεμπόρους που [...].

<sup>873</sup> Ανακοίνωση της Ε.Α σχετικά με τις κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό των προστίμων της 12.5.2006, παρ. 14.

<sup>874</sup> Πρβλ. σχετικά και Γνωμοδότηση ΕΑ 38/2018.

<sup>875</sup> Επίσης, η FRIESLAND συνεργάζεται με σημαντικό αριθμό κτηνοτρόφων.

<sup>876</sup> Βλ. χαρακτηριστικά παρ. 5 των αποφάσεων υπ' αριθ. 1107/2018 ΣτΕ, 1108/2018 ΣτΕ και 1109/2018 ΣτΕ.

πρέπει να λαμβάνεται υπόψη κατά την επιμέτρηση του ύψους του προστίμου σε ανάλογες περιπτώσεις<sup>877</sup>. Επιπλέον, λαμβάνεται υπόψη ότι πρόκειται για πολυεθνική εταιρία, η οποία όμως έχει επιλέξει να επενδύσει σε βιομηχανική παραγωγή στην Ελλάδα εν μέσω κρίσης με τη δημιουργία εργοστασιακής μονάδας στην περιοχή της Πάτρας (2011).

405) Περαιτέρω, το βασικό ποσό του προστίμου μπορεί να μειώνεται, εάν συντρέχουν ελαφρυντικές περιστάσεις, όπως π.χ. όταν η εμπλεκόμενη επιχείρηση παρέχει αποδείξεις ότι έχει παύσει την παράβαση ύστερα από την πρώτη παρέμβαση της ΓΔΑ (π.χ. διενέργεια επιτόπιου ελέγχου), όταν η εμπλεκόμενη επιχείρηση αποδεικνύει ότι από αμέλεια οδηγήθηκε στην παράβαση, ή όταν παρέχει αποδείξεις ότι η εμπλοκή της στην παράβαση είναι ιδιαίτερα περιορισμένη ή και όταν η εμπλεκόμενη επιχείρηση συνεργάστηκε αποτελεσματικά με την Επιτροπή<sup>878</sup>. Σημειωτέον ότι η πλήρης συνεργασία με την Ε.Α. κατά τη διεξαγωγή της έρευνας συνιστά εκ του νόμου υποχρέωση κάθε εταιρίας, για την οποία η ελεγχόμενη δεν μπορεί, κατά κανόνα, να επικαλείται την αναγνώριση ελαφρυντικής περίπτωσης<sup>879</sup>. Εν προκειμένω, διαπιστώνεται ότι δεν συντρέχουν οι ανωτέρω ελαφρυντικές περιστάσεις.

406) Ωστόσο, το γεγονός ότι η FRIESLAND προέβη με το με αριθ. πρωτ. 5592/25.09.2018<sup>880</sup> έγγραφό της σε εκδήλωση ενδιαφέροντος προς διευθέτηση διαφοράς επιθυμώντας, όπως αναφέρει χαρακτηριστικά, με αυτή να θέσει υπόψη της ΕΑ την ειλικρινή βούλησή της να εξετάσει πέραν της οριζόντιας σύμπραξης και «τη δυνατότητα διευθέτησης και τυχόν άλλων ερευνώμενων υποθέσεων εικαζόμενων παραβάσεων των άρθρων 1 ή/και 2 ν. 3959/2011 ή/και 101 ή/και 102 ΣΛΕΕ στην οικεία αγορά, εφόσον τέτοια δυνατότητα θεσπιστεί με κατάλληλες προβλέψεις στο οικείο νομοθετικό πλαίσιο», πριν ακόμη της επιδοθεί η υπ' αριθ. 5519/20.09.2018 Εισηγήση, καταδεικνύει πράγματι από μέρους της συγκεκριμένης εταιρίας – προηγηθείσης και της διαδικασίας διευθέτησης που οδήγησε στην υπ' αριθ. ΕΑ 668/2018 απόφαση διευθέτησης για την επίμαχη (έκφανση της ίδιας έρευνας) σε αυτή την υπόθεση σύμπραξη - ειλικρινή πρόθεση<sup>881</sup> και ταυτόχρονα καλόπιστη διάθεση αυστηρής αυτοαξιολόγησης που σαφώς εκφεύγει κατά τρόπο απολύτως διακριτό της εκ του νόμου απαιτούμενης πλήρους συνεργασίας με την ΕΑ και για το λόγο αυτό θα πρέπει *in concreto* να ληφθεί υπόψη από μέρους της Επιτροπής για την επιμέτρηση του ύψους του προστίμου<sup>882</sup>. Ως εκ τούτου, η ΕΑ κατά πλειοψηφία προκρίνει ότι το

<sup>877</sup> Πρβλ. ανάλογο σκεπτικό και στην υπ' αριθ. 636/2017 Απόφαση ΕΑ (παρ. 51).

<sup>878</sup> Ανακοίνωση της Ε.Α σχετικά με τις κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό των προστίμων της 12.5.2006, παρ. 15.

<sup>879</sup> Επισημαίνεται, σχετικώς, ότι τόσο οι κατευθυντήριες γραμμές της Ε.Α. για τον υπολογισμό προστίμων (παρ. 15), όσο και οι αντίστοιχες κατευθυντήριες γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (παρ. 29), διευκρινίζουν ότι το στοιχείο της συνεργασίας αναγνωρίζεται ως ελαφρυντική περίπτωση μόνο στην περίπτωση που η εμπλεκόμενη επιχείρηση συνεργάστηκε αποτελεσματικά με την Επιτροπή, πέραν του πεδίου εφαρμογής της Ανακοίνωσης περί Επείκειας και πέραν των υποχρεώσεων της. Συναφώς, η ανταπόκριση των ελεγχόμενων στα αιτήματα παροχής πληροφοριών βάσει του νόμου δεν αναγνωρίζεται κατά κανόνα ως ελαφρυντική περίπτωση: βλ. αναλ. απόφαση ΓενΔΕΕ T-213/00 CMA CGM κατά Επιτροπής Συλλ. 2003, σελ. II-913, σκ. 303.

<sup>880</sup> Δηλ. κατά την ίδια ημερομηνία που η Friesland προέβη στη Δήλωση Διευθέτησης σε αποδοχή της Εισηγήσεως Διευθέτησης με αριθ. πρωτ. 5507/19.9.2018, με τελικό αποτέλεσμα την έκδοση της υπ' αριθ. 668/2018 απόφασης διευθέτησης από την Επιτροπή Ανταγωνισμού.

<sup>881</sup> Βλ. και ΠΡΑΚΤΙΚΟ της Συνεδρίασης 107, της 4<sup>ης</sup> Δεκεμβρίου 2018, σελ. 42, το σχετικό διάλογο μεταξύ Αντιπροέδρου και πληρεξουσίας δικηγόρου, κας Τσίρη.

<sup>882</sup> Προς επίρρωση, βλ. επιπλέον και παρ. 54 του συμπληρωματικού υπομνήματος της Friesland [αριθ. πρωτ. 834/14.12.2018], όπου αναφέρονται επί λέξει τα εξής: «Τέλος, ο κ. Εισηγητής, σε συνέχεια σχετικής ερώτησης και της κας Αντιπροέδρου, αναφορικά με το υπ'αρ. πρωτ. 5592/25.09.2018 έγγραφο της Εταιρείας με τίτλο «Εκδήλωση ενδιαφέροντος προς διευθέτηση διαφοράς», έθεσε το ερώτημα εάν, με

βασικό ποσοστό προστίμου θα πρέπει να υπολογιστεί με συντελεστή [...], καθόσον κατ' εξαίρεση θεωρεί την κατά τα ανωτέρω περιγραφείσα υποβολή εκδήλωσης ενδιαφέροντος διευθέτησης από μέρους της FRIESLAND<sup>883</sup>, ως ειδικότερη έκφανση της αποτελεσματικής συνεργασίας που η συγκεκριμένη επιχείρηση από καιρό επέδειξε (ήδη δηλ. πριν την έκδοση της υπ' αριθ. ΕΑ 668/2018 απόφασης διευθέτησης) και η οποία σαφώς και απολύτως διακριτά υπερβαίνει σε εξαιρετικά σημαντικό βαθμό τη συνήθη υποχρέωση που αυτή θα είχε ούτως ή άλλως να συνεργαστεί με την ΕΑ ως ερευνώμενη από αυτήν, όπως άλλωστε συμβαίνει και με κάθε άλλη επιχείρηση που βρίσκεται σε αντίστοιχη θέση<sup>884</sup>.

## ΧΙΙ. ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΥΨΟΥΣ ΤΟΥ ΠΡΟΣΤΙΜΟΥ

Για την εταιρία FRIESLAND, ο συνολικός κύκλος εργασιών επί του οποίου υπολογίζεται το πρόστιμο προκύπτει από το άθροισμα των ακαθάριστων εσόδων που αυτή πέτυχε στη σχετική αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων κατά τη χρονική διάρκεια της παράβασης<sup>885</sup>, ήτοι από το έτος 1996 έως και το 2014.

Ως εκ τούτου, τα ποσά του κύκλου εργασιών της FRIESLAND στη σχετική αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων κατά τα έτη 1996-2014 επί των οποίων υπολογίζεται το πρόστιμο έχουν ως εξής:

---

*δεδομένο ότι το υφιστάμενο πλαίσιο διευθέτησης αφορά τις οριζόντιες συμπράξεις μόνο, θα πρέπει να ιδωθεί υπό το πρίσμα των πολύ πρόσφατων αποφάσεων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και ειδικότερα των υπ' αρ. ΑΤ 40469 (DENON & MARANTZ), ΑΤ 40465 (ASUS), ΑΤ 40182 (PIONEER), ΑΤ 40181 (PHILIPS), & ΑΡΑ αποφάσεων, οι περισσότερες από τις οποίες εκδόθηκαν το καλοκαίρι του 2018. Στο ζήτημα αυτό απαντήσαμε θετικά και περαιτέρω ο κ. [...] εξέφρασε την ευχή να υπάρξει ανάλογη νομοθετική πρωτοβουλία στο μέλλον, έτσι ώστε στη διευθέτηση να συμπεριλαμβάνονται και περιπτώσεις κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης και κάθετων αντιανταγωνιστικών συμπράξεων, προς όφελος των ελεγχόμενων επιχειρήσεων αλλά και συνολικά της ελληνικής οικονομίας, υπογράμμισε δε και πάλι το γεγονός ότι οι ενέργειες αυτές καταδεικνύουν καλή πίστη και ειλικρινή πρόθεση συνεργασίας εκ μέρους της Εταιρείας και πέραν των υποχρεώσεών της να συνεργαστεί».*

<sup>883</sup> Πρβλ. ανάλογο σκεπτικό σε Απόφαση ΕΑ 645/2017 (βλ. ιδίως παρ. 258).

<sup>884</sup> Στα Πρακτικά της 4<sup>ης</sup> Δεκεμβρίου 2018 [Συνεδρίαση 107<sup>η</sup>] αναφέρονται χαρακτηριστικά τα εξής: «Σε ανταλλαγή ερωτήσεων και απαντήσεων με τον Εισηγητή κ. Ζευγώλη αναφέρθηκαν τα ακόλουθα: «Εισηγητής Ν. Ζευγώλης: σε συνέχεια ερώτησης της Αντιπροέδρου, εστιάζοντας στο με αρ. πρωτ. 5592/25.09.2018 έγγραφο της Friesland με τίτλο «Εκδήλωση ενδιαφέροντος προς διευθέτηση διαφοράς», (αφού διευκρίνισε ότι αυτό κατατέθηκε πριν την επίδοση της υπό κρίση εισήγησης, αν και φέρει αριθμό πρωτοκόλλου μεταγενέστερο αυτής), έθεσε στον [...] της Friesland το ερώτημα ότι με δεδομένο ότι το υφιστάμενο πλαίσιο διευθέτησης αφορά τις οριζόντιες συμπράξεις μόνο, εάν η εκδήλωση ενδιαφέροντος της Friesland, κατά την άποψη της εταιρίας, θα πρέπει να εξεταστεί από την ΕΑ υπό το πρίσμα των πολύ πρόσφατων αποφάσεων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και ειδικότερα των υπ' αρ. ΑΤ 40469 (DENON & MARANTZ), ΑΤ 40465 (ASUS), ΑΤ 40182 (PIONEER), ΑΤ 40181 (PHILIPS), & ΑΡΑ αποφάσεων, οι περισσότερες από τις οποίες εκδόθηκαν το καλοκαίρι του 2018. Στο συγκεκριμένο ερώτημα ο [...] της Friesland και οι πληρεξούσιοι δικηγόροι απήντησαν θετικά. Επιπλέον, ο [...] της εταιρίας εξέφρασε την ευχή του αυτό το αίτημα της Friesland (το με αρ. πρωτ. 5592/25.09.2018 έγγραφο) να αποτελέσει αφετηρία προκειμένου στο μέλλον να υπάρξει και ανάλογη νομοθετική τροπολογία έτσι ώστε στη διευθέτηση να συμπεριλαμβάνονται και περιπτώσεις κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης και κάθετων αντι-ανταγωνιστικών συμπράξεων, καθόσον αυτό είναι κάτι που θα βοηθούσε και τις επιχειρήσεις, αλλά και τα δημόσια ταμεία».

<sup>885</sup> Βλ. Ανακοίνωση ΕΑ της 12.5.2006 αναφορικά με τις κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό προστίμων που επιβάλλονται δυνάμει του άρθρου 9 παρ. 1 περίπτωση στ' του ν. 703/1977. Βλ. επίσης Ανακοίνωση ΕΑ της 17.7.2009 αναφορικά με το εύρος των ακαθάριστων εσόδων από προϊόντα ή υπηρεσίες που καθορίζουν το βασικό ποσό προστίμου σε περίπτωση παράβασης των άρθρων 1, 2 και 2α του ν. 703/1977 και 81, 82 ΣυνθΕΚ.

Έτος <sup>886</sup>	Συνολικές Πωλήσεις (€)
1996	[...]
1997	[...]
1998	[...]
1999	[...]
2000	[...]
2001	[...]
2002	[...]
2003	[...]
2004	[...]
2005	[...]
2006	[...]
2007	[...]
2008	[...]
2009	[...]
2010	[...]
2011	[...]
2012	[...]
2013	[...]
2014	[...]
<b>Σύνολο</b>	[...]

Με βάση τα ανωτέρω, το υψηλότερο δυνατό πρόστιμο (10%) που θα μπορούσε να επιβληθεί στην εταιρία υπολογίζεται επί του συνολικού κύκλου εργασιών της χρήσης κατά την οποία έπαυσε η παράβαση, δηλαδή του έτους 2014 (ήτοι [...] ευρώ) και ανέρχεται στα [...] ευρώ.

Κατά την κρίση της πλειοψηφίας των μελών της Επιτροπής, σταθμίζοντας ιδίως τους προαναφερόμενους παράγοντες αναφορικά με τη σοβαρότητα και τις ειδικές περιστάσεις της κρινόμενης υπόθεσης, το βασικό ποσοστό προστίμου θα πρέπει να

<sup>886</sup> Λόγω έλλειψης στοιχείων (βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1640/12.3.2018 της Friesland), για τα έτη 1996-2008, λαμβάνεται υπόψη ο μεγαλύτερος ετήσιος σχετικός κύκλος εργασιών της επίμαχης περιόδου (€ 180.710.703), ήτοι ο κύκλος εργασιών του έτους 2009 με βάση και τη σχετική Ανακοίνωση ΕΑ της 12.5.2006 αναφορικά με τις κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό προστίμων.



υπολογιστεί με συντελεστή [[...]]% επί του συνολικού κύκλου εργασιών της FRIESLAND στη σχετική αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων, για τα έτη της παράβασης που προαναφέρθηκαν, δηλ. μειωμένο για τους λόγους που αναλυτικά εκτίθενται ανωτέρω.

Επομένως, με βάση τις προαναφερόμενες σκέψεις, το βασικό ποσό του προστίμου για την εταιρία FRIESLAND προσδιορίζεται ως εξής:

Έτος <sup>887</sup>	Συνολικές Πωλήσεις (€)	Ποσοστό επί των πωλήσεων	Βασικό Ποσό Προστίμου (€)
1996	[...]	[...]	[...]
1997	[...]		[...]
1998	[...]		[...]
1999	[...]		[...]
2000	[...]		[...]
2001	[...]		[...]
2002	[...]		[...]
2003	[...]		[...]
2004	[...]		[...]
2005	[...]		[...]
2006	[...]		[...]
2007	[...]		[...]
2008	[...]		[...]
2009	[...]		[...]
2010	[...]		[...]
2011	[...]		[...]
2012	[...]		[...]
2013	[...]		[...]
2014	[...]		[...]
<b>Σύνολο</b>	[...]		

<sup>887</sup> Λόγω έλλειψης στοιχείων (βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1640/12.3.2018 της Friesland), για τα έτη 1996-2008, λαμβάνεται υπόψη ο μεγαλύτερος ετήσιος σχετικός κύκλος εργασιών της επίμαχης περιόδου (€ 180.710.703), ήτοι ο κύκλος εργασιών του έτους 2009.

Κατά τη γνώμη του μειοψηφούντος Προέδρου της Επιτροπής, θα έπρεπε να επιβληθεί για την ίδια αυτή παράβαση αυστηρότερο πρόστιμο, και συγκεκριμένα ποσοστό [...] επί της συνολικής αξίας των σχετικών με την παράβαση προϊόντων της Friesland, προκειμένου να διασφαλιστεί έτι περαιτέρω ο αποτρεπτικός χαρακτήρας του προστίμου, συνεκτιμώντας ιδίως τη διάρκεια της εν λόγω παράβασης, καθώς και την οικονομική ισχύ της εμπλεκόμενης επιχείρησης.

### ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

Η Ολομέλεια της Επιτροπής Ανταγωνισμού, αποφάσισε σε φανερή ψηφοφορία τα ακόλουθα:

**I. Κατά πλειοψηφία δεν διαπιστώνει** παράβαση του άρθρου 2 του ν. 3959/2011 από την εταιρία «ΦΡΗΣΛΑΝΤ ΚΑΜΠΙΝΑ ΕΛΛΑΣ ΑΕ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΠΑΙΔΙΚΩΝ ΤΡΟΦΩΝ», σύμφωνα με τα εκτεθέντα στο ως άνω σκεπτικό, επίσης δεν πληρούνται οι προϋποθέσεις απαγόρευσης με βάση το άρθρο 102 ΣΛΕΕ κι ως εκ τούτου, δεν συντρέχει λόγος περαιτέρω δράσης της Επιτροπής Ανταγωνισμού στην παρούσα υπόθεση ως προς το συγκεκριμένο ζήτημα.

**II. Ομόφωνα διαπιστώνει** ότι η εταιρία «ΦΡΗΣΛΑΝΤ ΚΑΜΠΙΝΑ ΕΛΛΑΣ ΑΕ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΠΑΙΔΙΚΩΝ ΤΡΟΦΩΝ» παραβίασε, σύμφωνα με τα εκτεθέντα στο ως άνω σκεπτικό, το άρθρο 1 του ν. 703/1977, όπως ίσχυε, πλέον άρθρο 1 του ν. 3959/2011, καθώς και το άρθρο 101 ΣΛΕΕ (πρώην άρθρο 81 ΣυνΘΕΚ) με τη συμμετοχή της σε απαγορευμένη κάθετη σύμπραξη (υποχρέωση μη άσκησης ανταγωνισμού και καθορισμό τιμών μεταπώλησης) συνολικά για το χρονικό διάστημα από 1.1.1996 έως 31.12.2014, δυνάμει των συμβάσεων και πρακτικών που περιγράφησαν ανωτέρω,

**III. Ομόφωνα υποχρεώνει** την προαναφερόμενη εταιρία να παραλείπει στο μέλλον τη διαπιστωθείσα στο ως άνω σκεπτικό παράβαση του άρθρου 1 του ν. 703/1977, όπως ίσχυε, πλέον άρθρου 1 του ν. 3959/2011, καθώς και του άρθρου 101 ΣΛΕΕ,

**IV. Κατά πλειοψηφία επιβάλλει** πρόστιμο στην εταιρία «ΦΡΗΣΛΑΝΤ ΚΑΜΠΙΝΑ ΕΛΛΑΣ ΑΕ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΠΑΙΔΙΚΩΝ ΤΡΟΦΩΝ» για την τέλεση της διαπιστωθείσας για το χρονικό διάστημα από 1.1.1996 έως 31.12.2014, βάσει του ως άνω σκεπτικού, ενιαίας και διαρκούς παράβασης του άρθρου 1 του ν. 703/1977, όπως ίσχυε, πλέον άρθρου 1 του ν. 3959/2011, καθώς και του άρθρου 101 ΣΛΕΕ, ύψους τριών εκατομμυρίων τριακοσίων τεσσάρων χιλιάδων εκατόν δέκα **(3.304.110) ΕΥΡΩ**,

**IV. Ομόφωνα απειλεί** την προαναφερόμενη εταιρία με χρηματική ποινή/πρόστιμο ποσού δέκα χιλιάδων **(10.000) ΕΥΡΩ** για κάθε ημέρα καθυστέρησης συμμόρφωσης προς την ως άνω απόφαση, από την ημέρα της δημοσίευσής της, ήτοι για κάθε μέρα επανάλληψης της ως άνω παράβασης, εφόσον διαπιστωθεί τέτοια με νέα απόφαση της Επιτροπής.

Η απόφαση εκδόθηκε την **21<sup>η</sup> Δεκεμβρίου 2018**.

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

Ο Συντάκτης της Απόφασης

Ο Πρόεδρος

Νικόλαος Ζευγώλης

Δημήτριος Κυριτσάκης

Η Γραμματέας

Ηλιάνα Κούτρα