

ΑΠΟΦΑΣΗ ΑΡΙΘ. *751/2021

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

ΣΕ ΟΛΟΜΕΛΕΙΑ

Συνεδρίασε στην Αίθουσα Συνεδριάσεων του 1ου ορόφου του κτηρίου των γραφείων της, επί της οδού Κότσικα 1Α, Αθήνα, την 18^η Μαΐου 2021, ημέρα Τρίτη και ώρα 13:00, με την εξής σύνθεση:

Πρόεδρος: Ιωάννης Λιανός

Μέλη: Καλλιόπη Μπενετάτου (Αντιπρόεδρος)

Παναγιώτης Φώτης (Εισηγητής),

Ιωάννης Στεφάτος,

Μαρία Ιωαννίδου,

Σωτήριος Καρκαλάκος και

Ιωάννης Πετρόγλου.

Γραμματέας: Ηλιάνα Κούτρα

Θέμα της συνεδρίασης: Λήψη απόφασης επί της υπ' αριθ. πρωτ. 5540/17.9.2015 καταγγελίας της εταιρείας «ΑΓΝΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΑΕΡΙΟΥΧΩΝ ΠΟΤΩΝ», σε συνέχεια της υπ' αριθ. 708/2020 Απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού.

Πριν την έναρξη της συνεδρίασης, ο Πρόεδρος της Επιτροπής όρισε Γραμματέα της υπόθεσης την Ηλιάνα Κούτρα με αναπληρώτρια αυτής την Ευγενία Ντόρντα.

Στη συνεδρίαση τα νομίμως κλητευθέντα μέρη παραστάθηκαν ως εξής: 1) η εταιρεία ΑΓΝΗ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΑΕΡΙΟΥΧΩΝ ΠΟΤΩΝ με το νόμιμο εκπρόσωπό της [...], μετά του πληρεξουσίου δικηγόρου της Δημητρίου Τεμπέρη και 2) η εταιρεία COCA-COLA 3E ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Β.Ε.Ε, με τους νομίμους εκπροσώπους της [...], και [...], μετά του πληρεξουσίων δικηγόρων της Αναστασίας Δρίτσα, Ασημάκη Κομνηνού και Βιολέτας Παναγιωτοπούλου.

Στην αρχή της συζήτησης το λόγο έλαβε ο Εισηγητής της υπόθεσης, Παναγιώτης Φώτης, ο οποίος ανέπτυξε συνοπτικά το περιεχόμενο της υπ' αριθ. πρωτ. 8663/7.10.2021 γραπτής Εισήγησης επί της κρινόμενης υπόθεσης και πρότεινε, για τους λόγους που αναφέρονται αναλυτικά στην Εισήγηση, την απόρριψη της υπ'

* Η παρούσα απόφαση εκδίδεται σε τρεις (3) επιπλέον εκδόσεις με τα διακριτικά: 1) Έκδοση για το ΦΕΚ, 2) Έκδοση για την εταιρία ΑΓΝΗ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΑΕΡΙΟΥΧΩΝ ΠΟΤΩΝ και 3) Έκδοση για την εταιρία COCA-COLA 3E ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Β.Ε.Ε. 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 [...]).

αριθ. πρωτ. 5540/17.9.2015 καταγγελίας της εταιρείας «ΑΓΝΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΑΕΡΙΟΥΧΩΝ ΠΟΤΩΝ» κατά της εταιρείας «COCA-COLA 3E ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Β.Ε.Ε», για πιθανή παράβαση του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011, ως νόμω και ουσία αβάσιμη.

Κατόπιν, τον λόγο έλαβαν οι πληρεξούσιοι δικηγόροι των εταιριών και οι νόμιμοι εκπρόσωποι, 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 της εταιρίας ΑΓΝΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΑΕΡΙΟΥΧΩΝ ΠΟΤΩΝ ζήτησαν την εξέταση μάρτυρα. Η Επιτροπή, αποδεχόμενη το σχετικό αίτημά τους, εξέτασε τον μάρτυρα, [...].

Με την ολοκλήρωση της ακροαματικής διαδικασίας και την εξέταση των μαρτύρων οι πληρεξούσιοι δικηγόροι ζήτησαν και ο Πρόεδρος της Επιτροπής χορήγησε προθεσμία επτά (7) ημερών μετά την παραλαβή των πρακτικών από τα ενδιαφερόμενα μέρη, προκειμένου να υποβάλουν τα συμπληρωματικά υπομνήματά τους.

Η Επιτροπή συνήλθε σε διάσκεψη την 21^η Οκτωβρίου 2021 (ημέρα Πέμπτη και ώρα 12:00 π.μ.), με τη συμμετοχή του Εισηγητή της υπόθεσης Παναγιώτη Φώτη, 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

I ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΗΣ ΥΠΟΘΕΣΗΣ

1. Την 17.9.2015, η εταιρεία «ΑΓΝΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΑΕΡΙΟΥΧΩΝ ΠΟΤΩΝ» (εφεξής και «ΑΓΝΗ» ή «καταγγέλλουσα»), η οποία δραστηριοποιείται στην παρασκευή αεριούχων αναψυκτικών (πορτοκαλάδας, λεμονάδας και γκαζόζας) με το σήμα ΑΓΝΗ, κατέθεσε την υπ' αριθ. πρωτ. 5540 καταγγελία κατά της εταιρείας «COCA-COLA 3E ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Β.Ε.Ε» (εφεξής «καταγγελλόμενη» ή «COCA COLA 3E»), για κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης της.

2. Σύμφωνα με την εταιρεία ΑΓΝΗ, η καταγγελλόμενη, κατέχοντας δεσπόζουσα θέση στην αγορά των αναψυκτικών τύπου cola, αλλά και στις λοιπές αγορές αναψυκτικών, καταχράται τη θέση αυτή εφαρμόζοντας από το 2013 επιθετική συμπεριφορά και μεθόδους «ληστρικής υποτιμολόγησης» (εφεξής πρακτική αναφερόμενη και ως «επιθετική τιμολόγηση»), στα ανταγωνιστικά προς την καταγγέλλουσα προϊόντα, προσπαθώντας με αυτό τον τρόπο να εξοβελίσει την καταγγέλλουσα από την αγορά. Συναφώς, η καταγγέλλουσα ισχυρίζεται ότι η

καταγγελλόμενη προβαίνει σε επιλεκτική μείωση τιμών στα ανταγωνιστικά προς την καταγγέλλουσα προϊόντα της με σκοπό τον εξοβελισμό της καταγγέλλουσας. Όπως μνημονεύεται στην καταγγελία, η ΑΓΝΗ παρασκευάζει και διαθέτει μόνο προϊόντα πορτοκαλάδας, λεμονάδας και γκαζόζας με το σήμα «ΑΓΝΗ» και μόνο σε γυάλινες φιάλες των 250cc, ενώ δεν παρασκευάζει και δεν διαθέτει προϊόντα τύπου Cola.

3. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την ΑΓΝΗ, η COCA COLA 3E διαθέτει, μεταξύ άλλων, τα αναψυκτικά με τα σήματα «Coca Cola», «Fanta orange» (πορτοκαλάδα), «Fanta lemon» (λεμονάδα) και «Sprite» (γκαζόζα), σε διάφορες συσκευασίες, μεταξύ των οποίων και σε συσκευασία κιβωτίου 24 γυάλινων επιστρεφόμενων φιαλών των 250cc, σε συσκευασίες κυτίου αλουμινίου (can) ή πλαστικής φιάλης (pet), ποικίλης χωρητικότητας. Όπως ισχυρίζεται η καταγγέλλουσα, *«η πώληση των ανωτέρω προϊόντων της, ανεξαρτήτως του τύπου αναψυκτικού, γινόταν πάντοτε στις ίδιες ακριβώς τιμές, τις οποίες ανέγραφε σε τιμοκατάλογο που εξέδιδε, ενώ οι αυξήσεις που πραγματοποιούσε ήταν διαχρονικά οι ίδιες (πανομοιότυπες) σε όλα τα αναψυκτικά προϊόντα της, ώστε η προτεινόμενη τιμή να ήταν η ίδια και στα τέσσερα ως άνω αναψυκτικά στη συγκεκριμένη συσκευασία κιβωτίου 24 γυάλινων επιστρεφόμενων φιαλών των 250 cc, τόσο στο λιανεμπόριο όσο και στο χονδρεμπόριο. Το ίδιο γινόταν και στις λοιπές συσκευασίες αναψυκτικών τύπου can και pet»*. Ειδικότερα, οι τιμές τιμοκαταλόγου των προϊόντων της COCA COLA 3E σε γυάλινες φιάλες των 250cc ήταν πάντοτε ίδιες¹, ανεξαρτήτως του τύπου προϊόντος². Από το 2013 όμως, σύμφωνα με την ΑΓΝΗ, η καταγγελλόμενη *«εφαρμόζει νέα τιμολογιακή πολιτική σε σχέση με αυτήν που τηρούσε επί σειρά ετών, διαφοροποιώντας την λιανική και χονδρική τιμή διάθεσης της Coca Cola στη συσκευασία κιβωτίου 24 γυάλινων επιστρεφόμενων φιαλών των 250 cc([...] στην οποία και μόνο παρασκευάζουμε και διαθέτουμε τα αναψυκτικά «ΑΓΝΗ»³, αναφορικά με την τιμή των ανταγωνιστικών ως προς την εταιρία μας προϊόντων, ήτοι της «Sprite» (γκαζόζας), «Fanta orange» (πορτοκαλάδας) και «Fanta lemon» (λεμονάδας)»*. Σύμφωνα με τα καταγγελλόμενα, η COCA COLA 3E το 2013, για πρώτη φορά αύξησε την τιμή της Coca Cola στις γυάλινες φιάλες των 250cc, χωρίς ταυτόχρονα να αυξήσει (στην ίδια συσκευασία) και την τιμή των προϊόντων της “Sprite” (γκαζόζα), “Fanta orange” (πορτοκαλάδα) και “Fanta lemon” (λεμονάδα). Αντίστοιχα, σύμφωνα με την καταγγέλλουσα, το 2014, η καταγγελλόμενη προέβη σε αυξήσεις σε όλα της τα προϊόντα αναψυκτικών σε γυάλινες φιάλες των 250cc, αλλά οι αυξήσεις ήταν μεγαλύτερες στα προϊόντα τύπου Cola, σε σχέση με τα λοιπά αναψυκτικά⁴. Συνοψίζοντας, η καταγγέλλουσα θεωρεί ότι η επί σειρά ετών,

¹ Προς επίρρωση των ισχυρισμών της η ΑΓΝΗ παραθέτει στην καταγγελία τιμοκαταλόγους ισχύος από 14.10.2011 και 27.2.2012 της εταιρίας COCACOLA 3E, στην οποία αναγράφονται τιμές των αναφερόμενων προϊόντων.

² Σύμφωνα με την καταγγέλλουσα, οι τιμές για τα προϊόντα που συσκευάζονταν σε γυάλινες φιάλες 250cc δεν διαφοροποιούνταν, είτε αυτά ήταν προϊόντα Coca Cola, είτε Fanta Orange – πορτοκαλάδα, είτε Fanta lemon – λεμονάδα, είτε Sprite γκαζόζα.

³ Τα έντονα γράμματα από την καταγγέλλουσα.

⁴ Σύμφωνα με την καταγγελία: *«Δηλαδή, παρατηρείται ότι οι τιμές αυξήθηκαν παντού (ακολουθώντας την αύξηση του κόστους), όμως η τιμή στο αναψυκτικό τύπου «Cola» διαμορφώθηκε σε υψηλότερο επίπεδο απ' ό,τι στα τρία άλλα αναψυκτικά της, («Sprite», «Fanta orange» και «Fanta lemon»), των οποίων οι τιμές ήταν ίδιες/ίσες μεταξύ τους»*.

ακολουθούμενη τιμολογιακή πολιτική της καταγγελλόμενης, σύμφωνα με την οποία όλα τα προϊόντα αναψυκτικών σε γυάλινες φιάλες 250cc (τύπου cola, πορτοκαλάδα, λεμονάδα και γκαζόζα), διατίθεντο στην ίδια τιμή, αποδεικνύει ότι το κόστος παραγωγής των ως άνω προϊόντων είναι ίδιο⁵.

4. Ως εκ τούτου, σύμφωνα με την καταγγελία, η ως άνω απόφαση της καταγγελλόμενης τα έτη 2013 – 2014 «να κρατήσει τεχνηέντως χαμηλότερα τις τιμές της όσον αφορά μονάχα τα ανταγωνιστικά ως προς την επιχείρησή μας προϊόντα και να μην αυξήσει αυτές στο ίδιο ύψος με το αναψυκτικό τύπου cola, όπως έπραττε πάντοτε επί σειρά ετών, δεδομένου ότι το κόστος παρασκευής των τεσσάρων ανωτέρω προϊόντων της συσκευασίας του κιβωτίου 24 γυάλινων επιστρεφόμενων φιαλών των 250 cc (ή «250 RGB x24») δεν παράλλασσε (γι' αυτό και τα διέθετε πάντοτε στην ίδια ακριβώς τιμή τόσο στο χονδρεμπόριο όσο και στο λιανεμπόριο) φανερώνει τη νεοπαγή στρατηγική της να εκτοπίσει την επιχείρησή μας μέσω της επιβολής στην αγορά μη ευλόγων τιμών». Μάλιστα, όπως αναφέρει η ΑΓΝΗ, η πρακτική αυτή εξόντωσής της γίνεται ακόμα πιο εύληπτη, καθώς τα ίδια αναψυκτικά (Sprite, Fanta orange και Fanta lemon) σε άλλες μη ανταγωνιστικές συσκευασίες (κυτίου αλουμινίου - can ή πλαστικής φιάλης - pet), διατίθενται από την COCA COLA 3E στην ίδια τιμή με το αναψυκτικό «Coca Cola», όμοιας συσκευασίας. Επομένως, κατά την ΑΓΝΗ, η καταγγελλόμενη προβαίνει σε επιλεκτική τιμολόγηση των αναψυκτικών της μόνο ως προς τα ανταγωνιστικά προϊόντα γυάλινης φιάλης 250cc πορτοκαλάδας, λεμονάδας, γκαζόζας, ενώ όσον αφορά τα ίδια προϊόντα σε άλλη συσκευασία (pet ή can), η COCA COLA 3E τα διαθέτει στην ίδια τιμή με το αναψυκτικό Coca Cola. Επιπρόσθετα, η ΑΓΝΗ αναφέρει ότι προκειμένου η καταγγελλόμενη να πλήξει τα αναψυκτικά της καταγγέλλουσας με τη μεγαλύτερη ζήτηση στην τοπική αγορά (ήτοι, την πορτοκαλάδα και τη λεμονάδα ΑΓΝΗ), το 2014 διέθεσε στο χονδρεμπόριο και το λιανεμπόριο και τα αναψυκτικά της “Fanta orange” και “Fanta lemon” σε συσκευασίες pet και can –συσκευασίες που η ΑΓΝΗ δεν εμπορεύεται - σε τιμές χαμηλότερες από αυτές των αναψυκτικών Coca Cola και Sprite στις αντίστοιχες συσκευασίες.

5. Σύμφωνα με τα καταγγελλόμενα, η COCA COLA 3E, ως δεσπόζουσα εταιρεία χρησιμοποιεί τα κέρδη της στην αγορά του αναψυκτικού τύπου cola, προκειμένου να επιδοτήσει τις δραστηριότητές της στα λοιπά ανθρακούχα αναψυκτικά, απειλώντας να εξαλείψει τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό στις αγορές αυτές. Ειδικότερα, «η θυσία στην οποία υποβάλλεται η καταγγελλόμενη είναι ότι χρεώνει χαμηλότερη τιμή για συγκεκριμένο τμήμα της παραγωγής της (τα προϊόντα fanta πορτοκαλάδα, fanta λεμονάδα και sprite που είναι ανταγωνιστικά με αυτά της επιχειρήσεώς μας), υφιστάμενη οικιοθελώς ζημία (έστω και με τη μορφή χαμηλότερων εσόδων από τα αναμενόμενα εάν εφάρμοζε την πάγια τιμολογιακή της πολιτική), η οποία θα μπορούσε να είχε αποφευχθεί. Τη ζημία αυτή την αναπληρώνει από την αυξημένη τιμή πώλησης του αναψυκτικού τύπου cola, η οποία διαφοροποιείται τα έτη 2013 και 2014 σε σχέση με τα λοιπά προϊόντα της, καθώς και από τη δραστηριοποίησή της σε άλλες γεωγραφικές αγορές...». Σύμφωνα με

⁵ Βλ. παρ. 2.2. της καταγγελίας.

τους ισχυρισμούς της ΑΓΝΗ, η εν λόγω επιλεκτική τιμολόγηση λαμβάνει χώρα στην τοπική αγορά που δραστηριοποιείται η ίδια (βλ. παρ. 7 κατωτέρω) και αφορά κυρίως τις συσκευασίες γυάλινων φιαλών, με απώτερο σκοπό τον αφανισμό της καταγγέλλουσας. Μάλιστα, η ΑΓΝΗ αναφέρει ότι συνεπεία των πρακτικών της COCA COLA 3E, οι οποίες αποτελούν συνέχεια της διαχρονικής στρατηγικής εξόντωσης των ανταγωνιστών της, έχουν μειωθεί οι πωλήσεις της πρώτης⁶, με αποτέλεσμα να αναγκαστεί να αυξήσει τις τιμές των αναψυκτικών της «λόγω της αναπόφευκτης αύξησης του κόστους παραγωγής» και να απειλείται η ομαλή λειτουργία της. Για το λόγο αυτό, η καταγγέλλουσα υπογραμμίζει την αναγκαιότητα της συνεκτίμησης των συνθηκών της αγοράς από τις προηγούμενες πρακτικές της COCA COLA 3E, όπου οι τοπικοί παραγωγοί – όπως η ΑΓΝΗ - έχουν αποδυναμωθεί τόσο σε επίπεδο παραγωγικών δυνατοτήτων, όσο και σε επίπεδο διάθεσης και διανομής των προϊόντων τους. Όπως επισημαίνεται στην καταγγελία, χωρίς την προηγούμενη παράνομη συμπεριφορά της καταγγελλόμενης, οι ανταγωνιστές της θα ήταν σε θέση να ακολουθήσουν σε ορισμένο βαθμό τη μείωση των τιμών της. Τέλος, η ΑΓΝΗ αναφέρει ότι η προηγούμενη συμπεριφορά της καταγγελλόμενης συνιστά έκδηλη απόδειξη των προθέσεων της να εκτοπίσει τους ανταγωνιστές της, όπως την ίδια.

6. Επικουρικά, η ΑΓΝΗ αναφέρει ότι ακόμα και στην υποθετική περίπτωση που η καταγγελλόμενη δεν τιμολογεί κάτω του κόστους, η ανωτέρω περιγραφόμενη στρατηγική της υποτιμολόγησης και η μεθοδευμένη επιλεκτική μείωση της τιμής των προϊόντων της COCA COLA 3E, τα οποία ανταγωνίζονται αυτά της ΑΓΝΗ εστιάζοντας στη γυάλινη συσκευασία, συνιστά κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης έχουσα ως στρατηγικό στόχο τον εξοβελισμό της ΑΓΝΗ, αφού η καταγγελλόμενη γνωρίζει τη δυσμενή θέση της καταγγέλλουσας και την αδυναμία της να αντιδράσει.

7. Η ως άνω περιγραφείσα πρακτική εφαρμόζεται σύμφωνα με την ΑΓΝΗ τουλάχιστον στην περιοχή όπου αυτή δραστηριοποιείται, ήτοι τουλάχιστον στο Νομό Βοιωτίας (πέραν των μερικών σημείων πώλησης που διαθέτει η καταγγέλλουσα στη Στερεά Ελλάδα, Αττική και Εύβοια).

8. Σε συνέχεια της ανωτέρω καταγγελίας κοινοποιήθηκε στα μέρη της παρούσας η υπ' αριθ. πρωτ. 7780/28.11.2019 Έκθεση του Εισηγητή Π. Φώτη, σύμφωνα με την οποία πρότεινε, για τους λόγους που αναφέρονται αναλυτικά σε αυτήν, την απόρριψη της υπ' αριθ. πρωτ. 5540/17.9.2015 καταγγελίας της εταιρείας ΑΓΝΗ κατά της εταιρείας COCA COLA 3E, για πιθανή παράβαση του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011, ως νόμο και ουσία αβάσιμη. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού (εφεξής και «ΕΑ») συνεδρίασε επί της υπόθεσης την 30.01.2020. Η ακροαματική διαδικασία ολοκληρώθηκε την ίδια ημέρα και ακολούθως τα μέρη έλαβαν συγκεκριμένη προθεσμία - μετά την παραλαβή των πρακτικών- προκειμένου να υποβάλουν τα συμπληρωματικά υπομνήματά τους.

⁶ Η πτώση των πωλήσεων της ΑΓΝΗ οφείλεται εν μέρει, κατά την τελευταία, και σε παλαιότερες αντι-ανταγωνιστικές πρακτικές της καταγγελλόμενης, για τις οποίες έχει ήδη αποφανθεί η ΕΑ (βλ. σχετικά ενότητα «Επί των παλαιότερων αποφάσεων της ΕΑ και της Ε.Επ. σχετικά με πρακτικές της καταγγελλόμενης» της παρούσας).

9. Η ΕΑ συνήλθε σε διάσκεψη την 30.03.2020, η οποία συνεχίσθηκε και ολοκληρώθηκε την 14.04.2020. Κατόπιν συνεκτίμησης της Έκθεσης του Εισηγητή, των Υπομνημάτων των μερών⁷ και της συζήτησης κατά την ακροαματική διαδικασία,⁸ εκδόθηκε η υπ' αριθ. 708/2020 Απόφαση ΕΑ, βάσει της οποίας «...η Επιτροπή έκρινε ότι απαιτείται να προσκομισθούν από τα μέρη περισσότερα στοιχεία όσον αφορά τις καθαρές τιμές των προϊόντων της COCA COLA 3E τα οποία ανταγωνίζονται αυτά της ΑΓΝΗ, ώστε να εξεταστεί εάν αυτές είναι κάτω του μέσου μεταβλητού κόστους, προκειμένου να αποφασίσει επί της καταγγελλόμενης συμπεριφοράς για πιθανή συμπεριφορά επιθετικής τιμολόγησης...»⁹.

10. Ειδικότερα, σύμφωνα με την παρ. 5 της υπ' αριθ. 708/2020 Απόφασης ΕΑ, «...για τη συμπλήρωση της Έκθεσης επί της σχετικής υπόθεσης, κρίνεται απαραίτητη η συλλογή και επεξεργασία των κάτωθι τουλάχιστον συμπληρωματικών/ διευκρινιστικών στοιχείων για να είναι η Επιτροπή Ανταγωνισμού σε θέση να εξετάσει τα αναφερόμενα ζητήματα αναφορικά με την εκτίμηση της σχέσης μέσου μεταβλητού κόστους – καθαρής τιμής για τα προϊόντα, τα οποία αποτελούν αντικείμενο της υπ' αριθ. 5540/17.09.2015 καταγγελίας της εταιρείας ΑΓΝΗ:

(α) Αναλυτικά στοιχεία για τις χορηγούμενες εκπτώσεις σε επίπεδο χονδρεμπορίου από την καταγγελλόμενη για όλα τα προϊόντα αναψυκτικών τύπου non-coca cola (δηλαδή προϊόντα αναψυκτικών sprite, fanta orange και fanta lemon) στη συσκευασία 250cc, 24 τεμαχίων στο επιστρεφόμενο γυαλί για τα έτη 2012 -2019,

(β) για την περίοδο (2012-2019), αναλυτικά στοιχεία όσον αφορά τα δέκα (10) πιο σημαντικά, σε ποσότητες και μερίδιο προμήθειας, τελικά σημεία πώλησης της καταγγέλουσας (όπου η ΑΓΝΗ συμβάλλεται απευθείας με τα τελικά σημεία πώλησης),

(γ) για την ίδια περίοδο (2012-2019), αναλυτικά στοιχεία για τις χορηγούμενες εκπτώσεις της καταγγελλόμενης στα τελικά σημεία πώλησης που θα προκύψουν από τις απαντήσεις της ΑΓΝΗ υπό (β) (εφόσον η COCA COLA 3E συμβάλλεται απευθείας με τα τελικά σημεία πώλησης) για όλα τα προϊόντα αναψυκτικών και για όλες τις συσκευασίες στις οποίες αυτά κυκλοφορούν για τα οποία υπάρχουν ανταγωνιστικά προϊόντα της ΑΓΝΗ,

(δ) επιπλέον, να προσκομισθούν για την ίδια περίοδο (2012-2019), αναλυτικά στοιχεία για τις χορηγούμενες εκπτώσεις σε επίπεδο λιανικής, όπου η COCA COLA 3E συμβάλλεται απευθείας με τελικά σημεία πώλησης (ενδεικτικά, σούπερ μάρκετ, περίπτερα, καταστήματα ψιλικών, γαλακτοπωλεία, καφενεία, κυλικεία, καντίνες) στον νομό Βοιωτίας και στον νομό Φωκίδας.

(ε) να προσκομισθούν για την ίδια περίοδο (2012-2019), αναλυτικά στοιχεία για το κόστος για δικαιώματα χρήσης των σημάτων (royalties), τα οποία καταβάλλονται από

⁷ Βλ. σχετικά τα υπ' αριθ. πρωτ. 31/15.01.2020, 36/15.01.2020, 60/24.01.2020, 62/24.01.2020, 147/10.03.2020, 148/10.03.2020 υπομνήματα των εταιριών.

⁸ Συνεδρίαση 4/30.01.2020.

⁹ Βλ. σχετικά παρ. 4 της υπ' αριθ. 708/2020 Απόφασης ΕΑ.

την καταγγελλόμενη στον κύριο των σημάτων, δηλαδή την COCA-COLA COMPANY, και

(στ) το σύνολο των δαπανών διαφήμισης που καταβάλει η καταγγελλόμενη, ανά έτος για την περίοδο 2012-2019, και για τις οποίες δεν έχει αποδοθεί σχετικό δημοτικό τέλος διαφήμισης».

11. Συνεπώς, κατά τα ανωτέρω, η παρούσα Απόφαση της ΕΑ αναφέρεται στο περιεχόμενο των υπ' αριθ. πρωτ. 7780/28.11.2019 υπ' αριθ. πρωτ. 8663/7.10.2021 Εκθέσεων του Εισηγητή Π. Φώτη.

II ΤΑ ΜΕΡΗ

II.1 Η ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΥΣΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΑΓΝΗ Α.Β.Ε.Ε.

12. Η καταγγέλλουσα ΑΓΝΗ ΑΒΕΕ, με έδρα τον Ορχομενό Βοιωτίας, είναι επιχείρηση παρασκευής αεριούχων αναψυκτικών πορτοκαλάδας, λεμονάδας και γκαζόζας με το σήμα ΑΓΝΗ, αλλά παράλληλα δραστηριοποιείται και στο χονδρικό εμπόριο αλκοολούχων ποτών παραγωγής τρίτων. Η εταιρεία προήλθε από μετατροπή το 2000 της ατομικής επιχείρησης του [...], ο οποίος ασκούσε παραγωγική δραστηριότητα (από το 1957), ενώ από το 1968 έγινε πρατηριούχος των αναψυκτικών Coca Cola της τότε εταιρείας «ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΣ Α.Ε.». Κατά την καταγγέλλουσα, η συνεργασία της με την καταγγελλόμενη διεκόπη στις αρχές του 1980. Εντούτοις, η ΑΓΝΗ σε μεταγενέστερη επιστολή της αναφέρει ότι η συνεργασία της με την καταγγελλόμενη δεν έχει διακοπεί, καθώς η ΑΓΝΗ, μέσω της χονδρεμπορικής της δραστηριότητας, διαθέτει στους πελάτες της και τα σήματα αναψυκτικών της καταγγελλόμενης¹⁰. Η συνεργασία της ΑΓΝΗ με την καταγγελλόμενη γίνεται κατόπιν τηλεφωνικής παραγγελίας των κωδικών και ποσοτήτων των αναψυκτικών, χυμών ή νερών της, τα οποία η COCA COLA 3E αποστέλλει με δικά της φορτηγά. Σύμφωνα με την ΑΓΝΗ, υπήρχε υπογεγραμμένη σύμβαση από τον Ν. Οικονόμου, η οποία εντούτοις δεν εντοπίστηκε από την καταγγελλόμενη, προκειμένου να προσκομιστεί στην Υπηρεσία. Η ΑΓΝΗ αναφέρει ότι τα μόνα αναψυκτικά που εμπορεύεται, πλην των δικών της, είναι της καταγγελλόμενης, λόγω της ηγετικής θέσης τους στην αγορά¹¹.

13. Τα αναψυκτικά «ΑΓΝΗ», όπως έχει αναφερθεί στην ενότητα «ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΗΣ ΥΠΟΘΕΣΗΣ» παρ. 7 της παρούσας, διατίθενται σε γυάλινη συσκευασία των 250 cc στο Νομό Βοιωτίας και σε ορισμένα σημεία πώλησης των όμορων Νομών (Φωκίδα, Φθιώτιδα, Εύβοια και Ερυθρές Αττικής).

II.2 Η ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΗ ΕΤΑΙΡΙΑ COCA-COLA ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΣ Α.Ε.

14. Η εταιρεία COCA COLA 3E είναι ανώνυμη βιομηχανική και εμπορική εταιρεία που ιδρύθηκε στην Ελλάδα και έχει έδρα στο Μαρούσι Αττικής. Η εταιρεία

¹⁰ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2473/1.4.2016 επιστολή της ΑΓΝΗ.

¹¹ Ο.π.

ιδρύθηκε στην Ελλάδα το 1990 ως AMITA A.E., στη συνέχεια το 1993 μετονομάστηκε σε ΕΛΧΥΜ Α.Ε. Το 2012, κατόπιν της απόσχισης με απορρόφηση του κλάδου παραγωγής και εμπορίας (διανομής και πώλησης) από την Coca Cola Ελληνική Εταιρεία Εμφιάλωσης Α.Ε.¹², η εταιρεία μετονομάστηκε περαιτέρω σε COCA-COLA 3E ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Β.Ε.Ε. [...] θυγατρικές της μητρικής εταιρείας του ομίλου Coca-Cola HBC AG. Οι μετοχές της τελευταίας διαπραγματεύονται στο Χρηματιστήριο του Λονδίνου και δευτερευόντως στο Χρηματιστήριο Αθηνών.

15. Η καταγγελλόμενη δραστηριοποιείται μέσω του ομίλου κυρίως στην παραγωγή, πώληση και διανομή μη αλκοολούχων αναψυκτικών ποτών με βάση συμφωνία μεταβίβασης χρήσης του εμπορικού σήματος από την The Coca-Cola Company (εφεξής και «TCCC»)¹³. Ειδικότερα, η εταιρεία διαθέτει μονάδες παραγωγής, εγκαταστάσεις αποθήκευσης και κέντρα διανομής ανά την Ελλάδα, μέσω των οποίων διανέμει και εμπορεύεται τα εμπορικά σήματα της TCCC (Coca-Cola, Fanta, Sprite, Powerade, Nestea, illy - issimo και τα mixers Schweppes), ενώ παράλληλα διαθέτει και μια ποικιλία δικών της εμπορικών σημάτων, όπως η Amita, η Amita Motion, η Amita Fun, το Frulite και το φυσικό μεταλλικό Νερό ΑΥΡΑ. Επιπλέον, διανέμει τα snack TSAKIRIS, το ενεργειακό ποτό Monster, τον καφέ Lavazza και τα αλκοολούχα ποτά των εταιριών The Edrington, Ισιδώρου Αρβανίτου, Brown-Forman και Gruppo Campari¹⁴.

16. Σύμφωνα με την ετήσια οικονομική έκθεση της εταιρείας για τη χρήση που έληξε στις 31 Δεκεμβρίου 2018, οι πωλήσεις της ανήλθαν σε [...]εκ. €, έναντι [...]εκ. €, το 2017, [...]εκ. € το 2016 και [...]εκ. € το 2015, ενώ τα κέρδη προ φόρων για το 2018 ανήλθαν σε [...]€ έναντι κερδών [...]€ το 2017 [...] € το 2016 και ζημιών [...] € το 2015.

III ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΣΧΕΤΙΚΩΝ ΑΓΟΡΩΝ ΚΑΙ ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ

III.1 Η ΣΧΕΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ¹⁵

17. Σε προηγούμενες αποφάσεις της¹⁶, η ΕΑ είχε αποφανθεί ότι η ευρύτερη αγορά των μη οινοπνευματωδών ποτών περιλαμβάνει ένα φάσμα προϊόντων, όπως αεριούχα και μη αναψυκτικά, χυμούς φρούτων, εμφιαλωμένα νερά, καφέ, τσάι και γάλα. Τα αεριούχα αναψυκτικά χαρακτηρίζονται από τη γλυκιά, ζαχαρώδη γεύση τους, την αναβράζουσα σύστασή τους (περιέχουν διοξείδιο του άνθρακος) και οι καταναλωτές τα επιλέγουν, κυρίως, για την απάλειψη του αισθήματος της δίψας. Η ΕΑ έχει

¹² Η οποία εγκρίθηκε στις 31.7.2012 με την απόφαση ΕΜ – 18753/2012 των αρμόδιων ρυθμιστικών αρχών.

¹³ Βλ. σχετικά την Έκθεση Διοικητικού Συμβουλίου της Εταιρίας με την επωνυμία «Coca-Cola Τρία Έψιλον Ελλάδος Α.Β.Ε.Ε.» επί των Οικονομικών Καταστάσεων της Εταιρίας για τη χρήση που έληξε στις 31 Δεκεμβρίου 2017.

¹⁴ Βλ. την ιστοσελίδα της εταιρίας <https://gr.coca-colahellenic.com>.

¹⁵ 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 και της σκοπούμενης χρήσης τους.

¹⁶ Βλ. αποφάσεις της ΕΑ 56/Π/1999 και 207/Π/2002. Η σχετική ανάλυση της ΕΑ επιβεβαιώθηκε από την απόφαση του ΔΕφΑθ 2116/2004, σκ. 10 επ.

αποφανθεί ότι τα αεριούχα αναψυκτικά αποτελούν διακεκριμένη αγορά προϊόντος σε σχέση με τους φυσικούς χυμούς¹⁷. Περαιτέρω, η εν γένει αγορά των αεριούχων αναψυκτικών διακρίνεται σε δύο επιμέρους σχετικές αγορές προϊόντων, αυτή των αεριούχων αναψυκτικών τύπου cola και αυτή των λοιπών αεριούχων αναψυκτικών (πορτοκαλάδες, τύπου lemon –lime, mixers κ.λπ.). Τα αναψυκτικά τύπου cola δεν είναι στη συνείδηση των καταναλωτών πλήρως εναλλάξιμα με τα αεριούχα αναψυκτικά λοιπών τύπων, αφού ανταποκρίνονται σε διαφορετικές γευστικές ανάγκες των καταναλωτών και υπερβαίνουν ως προϊόντα σε εμβέλεια τα λοιπά αναψυκτικά (πορτοκαλάδες, λεμονάδες), ιδιαίτερα στις σύγχρονες καταναλωτικές συμπεριφορές, καθώς είναι συνήθης πλέον η χρήση τους ως συνοδευτικά γεύματος κατά τρόπο παρόμοιο (όχι όμως και εναλλάξιμο) με τα ελαφρά αλκοολούχα ποτά (μπύρα/ κρασί). Οι τάσεις της αγοράς αναψυκτικών τύπου cola, η διαφοροποίηση στην εμπορική πολιτική, στην τιμολόγηση και στις διαφημιστικές δαπάνες, καθώς και η αύξηση της ζήτησης για αναψυκτικά του τύπου αυτού εις βάρος των αναψυκτικών άλλων τύπων, καταδεικνύουν ότι τα αναψυκτικά τύπου cola ακολουθούν αυτόνομη πορεία ως προϊόντα και αντιμετωπίζονται ως τέτοια στη συνείδηση των καταναλωτών¹⁸. Από τη σχετική αγορά των λοιπών αεριούχων αναψυκτικών, εξαιρούνται τα προϊόντα mixers, δηλαδή tonic water και σόδα, αφού αυτά δεν αποτελούν ευχερή εναλλακτικά προϊόντα με τα λοιπά αεριούχα (πορτοκαλάδα, λεμονίτα και τύπου lemon lime). Τα εν λόγω προϊόντα χρησιμοποιούνται από τους καταναλωτές για χρήση διάφορη των προϊόντων κορεσμού του αισθήματος της δίψας και κυρίως για ανάμιξη των οινοπνευματωδών ποτών ή μετά το φαγητό. Τέλος, η αγορά του εμφιαλωμένου νερού, διαφοροποιείται τόσο από την αγορά των αεριούχων αναψυκτικών όσο και από εκείνη των φυσικών χυμών.

18. Οι ανωτέρω αγορές διακρίνονται περαιτέρω, σε δύο κύριες κατηγορίες: (α) στην κρύα αγορά, η οποία περιλαμβάνει τα προϊόντα που διατίθενται μέσω ψυγείων άμεσα προς κατανάλωση από τελικά σημεία πώλησης (περίπτερα, καταστήματα ψιλικών, γαλακτοπωλεία, καφεενεία, κυλικεία, καντίνες κ.λπ.) και (β) στη ζεστή αγορά, η οποία αφορά κυρίως τις πωλήσεις κυρίως προς σούπερ μάρκετ και παντοπωλεία για μη άμεση κατανάλωση.

¹⁷ Βλ. απόφαση ΕΑ 33/1996.

¹⁸ Βλ. ΕΑ 207/III/2002 και ΔΕφαΘ 2116/2004. Στα ίδια συμπεράσματα σε σχέση με τις αγορές άλλων ευρωπαϊκών χωρών έχει καταλήξει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (εφεξής και «Ε.Επ.») (έρευνα Σεπτεμβρίου 1987 για την ιταλική αγορά, δημοσιευμένη στην 19η Έκθεση επί της Πολιτικής Ανταγωνισμού, σελ. 65, έρευνα 1995 για τη γαλλική αγορά και έρευνα για την αγγλική αγορά, όπως αναφέρονται στις παρ. 5, 67 και 93 της από 22.3.2000 απόφασης ΠΕΚ στις υποθέσεις T-125 και T-127/97 *Coca Cola Company και Coca Cola Enterprises κατά Επιτροπής*, απόφαση 97/540/ΕΚ, υπόθεση IV/M.794 *Coca Cola Enterprises Inc/Amalgamated Beverages GB*, ΕΕ της 9.8.1997 αριθμ. L 218, σελ. 15 και υπόθεση IV/M833 *The Coca Cola Company/Carlsberg A/S*, ΕΕ της 15.5.1998, αριθμ. L145, σελ. 41). Σημειωτέον, ότι στο ίδιο συμπέρασμα κατέληξε και η ιταλική Αρχή Ανταγωνισμού, με την υπ' αριθ. 7804/12.7.1999 απόφασή της, παρ. 57. Βλ. πάντως και την από 22.05.2005 Απόφαση της Επιτροπής στην υπόθεση COMP/A.39.116/B2 – *Coca-Cola*, όπου η Επιτροπή κατέληξε στην προκαταρκτική άποψη ότι η σχετική αγορά είναι αυτή των αεριούχων αναψυκτικών.

III.2 Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΥΣΑΣ

19. Η εταιρεία ΑΓΝΗ αναφέρει στην καταγγελία της ότι, όπως έχει ήδη κρίνει η ΕΑ σε προηγούμενη απόφασή της¹⁹, τα αεριούχα αναψυκτικά αποτελούν διακριτή αγορά προϊόντος σε σχέση με τους φυσικούς χυμούς. Περαιτέρω, υποστηρίζει ότι η εν γένει αγορά των αεριούχων αναψυκτικών διακρίνεται σε δύο επιμέρους αγορές, αυτή των αεριούχων αναψυκτικών τύπου cola και αυτή των λοιπών αεριούχων αναψυκτικών. Εντούτοις, σημειώνει ότι η διάκριση της αγοράς των αεριούχων αναψυκτικών σε δύο επιμέρους σχετικές αγορές (των αναψυκτικών τύπου Cola και των λοιπών αναψυκτικών) είναι ερευνητέα, καθώς τα αναψυκτικά πέραν του βασικού συστατικού τους, έχουν τα ίδια χαρακτηριστικά (γλυκιά γεύση και αναβράζουσα ιδιότητα), υπηρετώντας την ίδια ανάγκη απαλείψεως της δίψας, απευθύνονται στο ίδιο καταναλωτικό κοινό (κυρίως στους νέους), και έχουν κοινό τρόπο παρασκευής, γι' αυτό και οι παραγωγοί αναψυκτικών διαθέτουν στην γκάμα τους και το προϊόν cola και τα λοιπά αναψυκτικά²⁰. Υφίσταται δηλαδή κατά την ΑΓΝΗ «...υποκατάσταση από την πλευρά της προσφοράς, μολονότι αποτελεί εμπόδιο εισόδου στην αγορά η έλλειψη «ηγετικών» σημάτων...». Ακολούθως, η καταγγέλλουσα προσθέτει ότι μέχρι το 2013 η καταγγελλόμενη τιμολογούσε τα αναψυκτικά της (cola και λοιπά) με τον ίδιο τρόπο, στις ίδιες τιμές, ανεξαρτήτως του τύπου αναψυκτικού, καθώς αφενός για την παραγωγή τους χρησιμοποιείται το ίδιο ανθρώπινο δυναμικό και ο ίδιος κεφαλαιουχικός εξοπλισμός αφετέρου, δε, το κόστος τόσο της παραγωγής (όπως τιμή πετρελαίου, ζάχαρης κ.λπ.) όσο και διανομής δεν διαφέρει είτε αφορά cola είτε τα λοιπά αναψυκτικά. Η δε καταγγελλόμενη ασκεί τη διαπραγματευτική δύναμή της στην αγορά για όλο το φάσμα των αναψυκτικών της. Η ΑΓΝΗ αφήνοντας ανοικτό το ζήτημα εάν η εν γένει αγορά των αεριούχων αναψυκτικών διακρίνεται σε δύο επιμέρους σχετικές αγορές (τύπου cola και λοιπών αναψυκτικών), συμφωνεί εν συνεχεία με τη διάκριση περί κρύας και ζεστής αγοράς, επισημαίνοντας ότι τα αναψυκτικά ιδιωτικής ετικέτας δεν περιλαμβάνονται στη σχετική - κρύα αγορά (για άμεση κατανάλωση), καθώς όχι μόνο δεν υφίσταται υποκατάσταση από την πλευρά της ζήτησης, αλλά ούτε διατίθενται τέτοια προϊόντα στα οικεία σημεία πώλησης (περίπτερα, καφεενία κ.λπ) για άμεση κατανάλωση.

III.3 Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΗΣ

20. Η εταιρεία COCACOLA 3E επιφυλάχθηκε για την ακριβή οριοθέτηση των σχετικών αγορών, αναφέροντας ότι υπάρχουν λόγοι διαφοροποίησης του κόστους παραγωγής μεταξύ των διαφόρων τύπων αναψυκτικών²¹.

III.4 Η ΑΠΟΨΗ ΤΗΣ ΕΑ ΕΠΙ ΤΗΣ ΣΧΕΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ

21. Λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω, καθώς και τις προηγούμενες αποφάσεις της ΕΑ, ότι τα αναψυκτικά τύπου cola δεν είναι στη συνείδηση των καταναλωτών πλήρως

¹⁹ Αναφέρει την 207/III/2002 Απόφαση ΕΑ.

²⁰ Βλ. σχετικά την υπ' αριθ. πρωτ. 2473/1.4.2016 επιστολή της καταγγέλλουσας.

²¹ Βλ. σχετικά τις ενότητες που αφορούν την αρχική και συμπληρωματική έρευνα της ΕΑ στην παρούσα και την υπ' αριθ. πρωτ. 147/10.1.2017 επιστολή της καταγγελλόμενης.

εναλλάξιμα με τα αεριούχα αναψυκτικά λοιπών τύπων, αφού ανταποκρίνονται σε διαφορετικές γευστικές ανάγκες των καταναλωτών και υπερβαίνουν ως προϊόντα σε εμβέλεια τα λοιπά αναψυκτικά (πορτοκαλάδες, λεμονάδες), ότι ακολουθούν αυτόνομη πορεία ως προϊόντα και αντιμετωπίζονται ως τέτοια στη συνείδηση των καταναλωτών, καθώς και ότι κατά την παραγωγική διαδικασία υφίστανται διαφοροποιήσεις στο κόστος μεταξύ των διαφόρων τύπων αναψυκτικών, στην παρούσα υπόθεση, η ΕΑ κρίνει ότι η σχετική αγορά της παρούσας υπόθεσης καταρχήν περιλαμβάνει:

- i. την αγορά των ανθρακούχων αναψυκτικών τύπου Cola.
 - ii. την αγορά των λοιπών ανθρακούχων αναψυκτικών (πορτοκαλάδες, αναψυκτικά τύπου lemon – lime, κ.λπ.).
22. Οι ανωτέρω αγορές διακρίνονται περαιτέρω, σε δύο κύριες κατηγορίες:
- α. στην κρύα αγορά, η οποία περιλαμβάνει τα προϊόντα που διατίθενται μέσω ψυγείων άμεσα προς κατανάλωση από τελικά σημεία πώλησης και
 - β. στη ζεστή αγορά, η οποία αφορά κυρίως τις πωλήσεις προς σούπερ-μάρκετ και παντοπωλεία όχι για άμεση κατανάλωση.
23. Η καταγγελλόμενη COCA COLA 3E δραστηριοποιείται σε όλες τις προαναφερόμενες αγορές, ενώ η καταγγέλλουσα ΑΓΝΗ, δραστηριοποιείται μόνο στην αγορά των λοιπών ανθρακούχων αναψυκτικών (πορτοκαλάδες, αναψυκτικά τύπου lemon – lime, κ.λπ.).
24. Σε κάθε περίπτωση, παρέλκει στην παρούσα υπόθεση περαιτέρω διερεύνηση τυχόν ευρύτερης οριοθέτησης της αγοράς, ήτοι ως αγορά ανθρακούχων αναψυκτικών, όπως αυτή έχει γίνει δεκτή από την Ε.Επ.²², καθώς υπό οποιαδήποτε θεώρηση, δε μεταβάλλονται τα αποτελέσματα της αξιολόγησης της καταγγελίας.

III.5 Η ΣΧΕΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΑΓΟΡΑ²³

25. Σε προηγούμενες αποφάσεις της ΕΑ, ως σχετική γεωγραφική αγορά τόσο των ανθρακούχων αναψυκτικών τύπου cola, όσο και των λοιπών ανθρακούχων αναψυκτικών είχε θεωρηθεί η ελληνική επικράτεια. Μάλιστα, στην υπ' αριθ. 207/III/2002 Απόφαση ΕΑ, κατά την οριοθέτηση της γεωγραφικής αγοράς, παρά την ύπαρξη διαφορετικών τιμοκαταλόγων ανά γεωγραφική περιοχή (ηπειρωτική και νησιωτική Ελλάδα), ελήφθη υπόψη ότι δεν υπήρχαν φραγμοί εισόδου ανταγωνιστικών προϊόντων στη νησιωτική χώρα και ως εκ τούτου ως σχετική γεωγραφική αγορά ορίστηκε η ελληνική επικράτεια²⁴.

26. Σε αντίστοιχη άποψη έχει καταλήξει και η Ε.Επ., η οποία χαρακτήρισε τις σχετικές αγορές των ανθρακούχων αναψυκτικών ως εθνικές. Συγκεκριμένα, η Ε.Επ. σε διάφορες αποφάσεις της έχει καταλήξει ότι η σχετική γεωγραφική αγορά των μη αλκοολούχων ποτών (περιλαμβανομένων των ανθρακούχων αναψυκτικών τύπου cola

²² Σχετ. η από 22.05.2005 Απόφαση της Ε.Επ. στην υπόθεση COMP/A.39.116/B2 – Coca-Cola.

²³ Η σχετική γεωγραφική αγορά περιλαμβάνει την περιοχή στην οποία οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις πωλούν τα σχετικά προϊόντα υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού.

²⁴ Η κρίση αυτή επιβεβαιώθηκε από την απόφαση του ΔΕφαθ 2116/2004.

και των λοιπών ανθρακούχων αναψυκτικών – non cola) είναι κατά βάση εθνική, καθώς, μεταξύ άλλων, υφίστανται συμφωνίες για άδεια χρήσης εμπορικού σήματος, που καλύπτουν κατά κανόνα συγκεκριμένες εθνικές περιοχές, η διανομή των προϊόντων είναι κυρίως οργανωμένη σε εθνικό επίπεδο, υφίστανται διαφορετικές καταναλωτικές συνήθειες και διαφορετικές τιμές ανά κράτος – μέλος, το κόστος μεταφοράς μεταξύ των διαφόρων χωρών είναι υψηλό και υφίστανται περιορισμένες εμπορικές ροές²⁵.

27. Η καταγγέλλουσα αναφέρει ότι η σχετική γεωγραφική αγορά ταυτίζεται με την περιοχή, μέσα στα όρια της οποίας δραστηριοποιούνται και ανταγωνίζονται οι επιχειρήσεις ως πωλητές ή αγοραστές των σχετικών προϊόντων ή υπηρεσιών υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού. Η καταγγέλλουσα προσθέτει ότι στην υπό κρίση υπόθεση ως σχετική γεωγραφική αγορά δύναται να θεωρηθεί τουλάχιστον ο νομός Βοιωτίας, όπου δραστηριοποιείται κατεξοχήν η ΑΓΝΗ (πλην μερικών σημείων πώλησης Φωκίδα, Φθιώτιδα, Αττική και Εύβοια) και όπου τουλάχιστον εφαρμόζεται η καταγγελλόμενη πρακτική.

28. Από την πλευρά της η καταγγελλόμενη σε σχετική ερώτηση για το εάν υπάρχουν διαφοροποιήσεις στην τιμολογιακή πολιτική της ανάλογα με την περιοχή δραστηριοποίησής της διευκρινίζει ότι οι τιμοκατάλογοί της είναι ίδιοι σε όλη την ελληνική επικράτεια και δεν υφίστανται διαφοροποιήσεις ανά γεωγραφική περιοχή/νομό²⁶.

III.6 Η ΑΠΟΨΗ ΤΗΣ ΕΑ ΕΠΙ ΤΗΣ ΣΧΕΤΙΚΗΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

29. Λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω, η ΕΑ κρίνει ότι ως σχετική γεωγραφική αγορά στην παρούσα υπόθεση είναι η ελληνική επικράτεια.

30. Σε κάθε περίπτωση, περαιτέρω διάκριση της γεωγραφικής αγοράς παρέλκει, καθώς ακόμα και υπό στενότερη θεώρηση της σχετικής αγοράς, δεν μεταβάλλονται τα αποτελέσματα της παρούσας υπόθεσης. Πράγματι, όπως θα αναδειχθεί κατωτέρω²⁷, ακόμη και αν γίνονταν δεκτοί οι ισχυρισμοί της καταγγέλλουσας, ως προς την οριοθέτηση της γεωγραφικής αγοράς, ακόμη δηλαδή και αν γινόταν δεκτό ότι η σχετική αγορά περιορίζεται στην περιοχή του νομού Βοιωτίας και ενδεχομένως των λοιπών νομών, στους οποίους αυτή αναφέρει ότι δραστηριοποιείται, δεν θα μεταβάλλονταν τα αποτελέσματα της παρούσας. Κατά το μέρος δε που η εξέταση του καταχρηστικού ή μη χαρακτήρα της συμπεριφοράς της καταγγελλόμενης στηρίζεται, πάντως, στις ανωτέρω παραδοχές, που είναι και οι ευνοϊκότερες δυνατές για την καταγγελλόμενη, δεν απαιτείται περαιτέρω επαλήθευση της ακριβείας τους. Εξάλλου,

²⁵ Βλ. σχετ. Αποφάσεις της Ε.Επ. Μ.2504 CADBURY SCHWEPPE/ PERNOD RICARD, παρ. 15, Μ.1683 THE COCA-COLA COMPANY / KAR-TESS GROUP (HELLENIC BOTTLING), παρ. 21, Μ.2276 THE COCA-COLA COMPANY / NESTLE / JV, παρ. 23.

²⁶ Επιστολή της καταγγελλόμενης με αριθ. πρωτ. 147/10.1.2017, σε απάντηση ερωτηματολογίου της ΓΔΑ με αριθ. πρωτ. 7915/11.11.2016.

²⁷ Βλ. κατωτέρω Ενότητες II και VIII.

για τους ίδιους λόγους, η καταγγελλόμενη δεν υφίσταται βλάβη από την παράλειψη περαιτέρω έρευνας του συγκεκριμένου ζητήματος²⁸.

III.7 ΔΙΑΦΘΩΣΗ ΚΑΙ ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ

31. Στην αγορά ανθρακούχων αναψυκτικών, δραστηριοποιείται πλήθος εταιριών, με αναγνωρισμένα σήματα τόσο διεθνώς, όσο και στην ελληνική επικράτεια, όπως Coca Cola, Pepsi, Sprite, 7up, Fanta, HBH LOUX, GREEN COLA, ΕΨΑ. Επίσης, στην αγορά δραστηριοποιούνται και εταιρίες τοπικής παραγωγής (π.χ. ΚΛΙΑΦΑΣ, ΑΓΝΗ, ΒΑΠ κ.α.).

32. Τα μερίδια αγοράς σε αξία^{29, 30} στην αγορά των αναψυκτικών τύπου cola και στην αγορά των λοιπών αναψυκτικών (non-colas) παρουσιάζονται στους πίνακες 1 έως 3 που ακολουθούν.

Πίνακας 1: Μερίδια αγοράς στην ελληνική επικράτεια – ζεστή αγορά (σε αξία)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016 YTD*	2017	2018	2019 YTD*
Αναψυκτικά τύπου Cola									
Coca Cola	[85-95]%	[85-95]%	[85-95]%	[85-95]%	[85-95]%	[85-95]%	[85-95]%	[85-95]%	[85-95]%
Pepsico	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Vikos	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Epsa	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Loux	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Green Cola	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Ιδιωτική Ετικέτα (PL)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΛΟΙΠΟΙ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Λοιπά ανθρακούχα αναψυκτικά (non – colas)									
Coca Cola	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%	[35-45]%	[35-45]%
Pepsico	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%
Vikos	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Epsa	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-15]%	[0-5]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%
Loux Colas	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
Green Cola	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Ιδιωτική Ετικέτα (PL)	[5,7]	[7,6]	[7,3]	[7,7]	[6,8]	[5,4]	[5,9]	[6,2]	[5,5]
ΛΟΙΠΟΙ	[14,5]	[14,2]	[13,3]	[12,2]	[10,7]	[10,4]	[13]	[13,1]	[13,2]

* YTD : Ιανουάριος- Οκτώβριος

Πηγή: Coca Cola 3E (αριθ. πρωτ. 147/10.1.2017& 7293/11.11.2019)

²⁸ Πρβλ. ΣτΕ 3123/2014, ΔΕΦΑΘ 2057/2010 και ΕΑ 364/V/2007.

²⁹ Τα μερίδια αγοράς προσκομίστηκαν με τις υπ. αριθ. πρωτ. 147/10.1.2017 και 7293/11.11.2019 επιστολές της COCA COLA 3E. και αναφέρονται σε στοιχεία της εταιρίας [...]. Όπως αναφέρει η [...], τα δεδομένα των μεριδίων αγοράς «[...].

³⁰ Τα μερίδια αγοράς προκύπτουν από την [...] και αφορούν μόνο τη ζεστή αγορά. Αναλυτικά στοιχεία για τη διάρθρωση της κρύας αγοράς και της συνολικής αγοράς (ζεστής και κρύας), για την ελληνική επικράτεια και για τους επιμέρους νομούς δεν είναι διαθέσιμα. Σε κάθε περίπτωση, παρέλκει η εξεύρεση μεριδίων αγοράς για την κρύα αγορά και για το σύνολο αυτής (ελληνική επικράτεια), καθώς υπό οποιαδήποτε θεώρηση δε μεταβάλλονται τα αποτελέσματα της υπό εξέταση συμπεριφοράς της καταγγελλόμενης.

Πίνακας 2: Μεριδία αγοράς στην περιοχή Βοιωτίας, Φθιώτιδας, Φωκίδας – ζεστή αγορά (σε αξία)

	2014	2015	2016 ΥΤD*	2017	2018	2019 ΥΤD*
Αναψυκτικά τύπου Cola						
Coca Cola	[85-95]%	[85-95]%	[85-95]%	[85-95]%	[85-95]%	[85-95]%
Pepsico	[5-15]%	[0-5]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%
Vikos	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Epsa	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Loux	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Green Cola	[0-5]%	[0-5]%	[5-15]%	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%
Ιδιωτική Ετικέτα (PL)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΛΟΙΠΟΙ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Λοιπά ανθρακούχα αναψυκτικά (non – colas)						
Coca Cola	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
Pepsico	[15,-25]%	[15,-25]%	[15,-25]%	[15,-25]%	[15,-25]%	[15,-25]%
Vikos	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Epsa	[5-15]%	[5-15]%	[0-5]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%
Loux	[5-15]%	[5-15]%	[15,-25]%	[15,-25]%	[15,-25]%	[15,-25]%
Green Cola	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Ιδιωτική Ετικέτα (PL)	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%
ΛΟΙΠΟΙ	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%

*ΥΤD : Ιανουάριος- Οκτώβριος

Πηγή: Coca Cola (αριθ. πρωτ. 147/10.1.2017& 7293/11.11.19).

Πίνακας 3: Μεριδία αγοράς στην περιοχή Εύβοιας – ζεστή αγορά (σε αξία)

	2014	2015	2016 ΥΤD*	2017	2018	2019 ΥΤD*
Αναψυκτικά τύπου Cola						
Coca Cola	[85-95]%	[85-95]%	[85-95]%	[85-95]%	[85-95]%	[85-95]%
Pepsico	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Vikos	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Epsa	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Loux	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Green Cola	[0-5]%	[0-5]%	[5-15]%	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%
Ιδιωτική Ετικέτα (PL)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΛΟΙΠΟΙ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Λοιπά ανθρακούχα αναψυκτικά (non – colas)						
Coca Cola	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
Pepsico	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%
Vikos	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Epsa	[5-15]%	[5-15]%	[0-5]%	[5-15]%	[5-15]%	[0-5]%
Loux	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[25-35]%
Green Cola	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Ιδιωτική Ετικέτα (PL)	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%
ΛΟΙΠΟΙ	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%	[15-25]%	[15-25]%	[5-15]%

*ΥΤD : Ιανουάριος- Οκτώβριο

Πηγή: Coca Cola (αριθ. πρωτ. 147/10.1.2017 & 7293/11.11.19)

33. Όπως προκύπτει εκ των ανωτέρω, στην αγορά των αναψυκτικών τύπου cola, στη ζεστή αγορά τα εμπορικά σήματα της COCA COLA 3E κατέχουν ηγετική/υπερδεσπόζουσα θέση κατέχοντας διαχρονικά μερίδιο αγοράς μεγαλύτερο του [85-95]% στην ελληνική επικράτεια. Για τα έτη 2011- 2019 παρατηρείται κάποια συρρίκνωση του μεριδίου αγοράς της Coca Cola κατά [5-15]%, διατηρώντας, ωστόσο, την ηγετική της παρουσία στην εν λόγω αγορά. Συγκεκριμένα, η εταιρεία, στα τα προϊόντα τύπου cola κατείχε μερίδιο [85-95]% το 2011, φθάνοντας το [85-95]% το 2019. Ο επόμενος ανταγωνιστής της καταγγελλόμενης, PEPSICO, κατέχει καθ' όλο το ως άνω χρονικό διάστημα σημαντικά υποπολλαπλάσια μερίδια που κυμαίνονται από [0-5]% - [0-5]% περίπου. Το μερίδιο αγοράς της GREEN COLA σημειώνει, μέσα στην οκταετία, αυξητική πορεία από το [0-5]% το 2012 έως και [0-5]% το 2017, και έκτοτε καταγράφει μικρή μείωση έως το 2019, φθάνοντας σε [0-5]%.

34. Στην αγορά των λοιπών ανθρακούχων αναψυκτικών (non – colas), στη ζεστή αγορά στην ελληνική επικράτεια, η COCA COLA 3E κατέχει μερίδιο αγοράς [45-55]% το 2011, το οποίο βαίνει μειούμενο σε [35-45]% το 2019 (Ιανουάριος-Οκτώβριος). Ο επόμενος ανταγωνιστής της καταγγελλόμενης στην αγορά των non colas αναψυκτικών είναι η εταιρεία ΛΟΥΞ, η οποία από [5-15]% μερίδιο αγοράς το 2011 κατέχει το [15-25]% της αγοράς το 2019. Ακολουθεί η εταιρεία PEPSICO με φθίνον μερίδιο από [5-15]% το 2011 σε [5-15]% το 2019.

35. Όλως επικουρικώς αναφέρεται ότι στη ζεστή αγορά, στην περιοχή Βοιωτία-Φθιώτιδα-Φωκίδα η COCA COLA 3E κατείχε στην αγορά των αναψυκτικών τύπου cola μερίδιο από [85-95]% το 2014 σε [85-95]% το 2019 και αντίστοιχα στην αγορά των λοιπών ανθρακούχων αναψυκτικών (non - colas), από [25-35]% το 2014 σε [25-35]% το 2019. Ο επόμενος ανταγωνιστής της καταγγελλόμενης στην αγορά των αναψυκτικών τύπου cola στη ζεστή αγορά, στην περιοχή Βοιωτία-Φθιώτιδα-Φωκίδα, ήτοι η εταιρεία PEPSICO, κατέχει μερίδια αγοράς που κυμαίνονται από [0-5]% - [5-15]% για τα έτη 2014 – 2019. Αντίστοιχα, στην αγορά των λοιπών αναψυκτικών στην εν λόγω περιοχή, ο επόμενος ανταγωνιστής της COCA COLA 3E, ήτοι η εταιρεία PEPSICO, κατέχει μερίδια αγοράς που κυμαίνεται από [15-25]% το 2014 σε [15-25]% το 2019.

36. Τέλος, στην περιοχή της Εύβοιας, η καταγγελλόμενη παρουσιάζει στη ζεστή αγορά των αναψυκτικών τύπου cola πολύ υψηλά μερίδια, αν και με πτωτική τάση, από [85-95]% το 2014 σε [85-95]% – το 2019. Το μερίδιο του αμέσως επόμενου ανταγωνιστή, ήτοι της PEPSICO, κυμαίνεται μόλις σε [0-5]% - [0-5]% για την περίοδο 2014 - 2019. Τα μερίδια αγοράς των λοιπών ανταγωνιστών επίσης κυμαίνονται σε χαμηλά επίπεδα. Στην αγορά των λοιπών αναψυκτικών (non colas) στη ζεστή αγορά, η καταγγελλόμενη έχει ηγετική θέση με χαμηλότερα ωστόσο μερίδια, τα οποία κυμαίνονται μεταξύ [25-35]% – [45-55]% για την περίοδο 2014 -2019. Ο επόμενος ανταγωνιστής της, ήτοι η ΛΟΥΞ, έχει μερίδια αγοράς που ξεκινούν από [15-25]% το 2014 και ανέρχονται σε [25-35]% το 2019.

37. Από τα ανωτέρω στοιχεία συνάγεται ότι στη ζεστή αγορά των αναψυκτικών τύπου cola η καταγγελλόμενη κατέχει ηγετική/υπερδεσποζουσα θέση τόσο στην ελληνική επικράτεια, όσο και στις επιμέρους γεωγραφικές περιοχές της Βοιωτίας, Φθιώτιδας, Φωκίδας και στην ευρύτερη περιοχή της Εύβοιας με πολύ υψηλά μερίδια (διαχρονικά άνω του [85-95]%). Ο δε επόμενος ανταγωνιστής της, ήτοι η εταιρεία PEPSICO, κατέχει αμελητέα μερίδια αγοράς σε σύγκριση με την καταγγελλόμενη, τα οποία κυμαίνονται κάτω του [0-5]% στην ελληνική επικράτεια και περίπου στο [0-5]% στις περιοχές της Βοιωτίας, Φθιώτιδας, Φωκίδας και στην ευρύτερη περιοχή της Εύβοιας. Οι δε λοιποί ανταγωνιστές της καταγγελλόμενης, ομοίως κατέχουν εξαιρετικά χαμηλά μερίδια για όλο το εξεταζόμενο διάστημα της παρούσας υπόθεσης.

38. Αναφορικά με την αγορά λοιπών ανθρακούχων αναψυκτικών (non – colas) στη **ζεστή αγορά**, ομοίως η καταγγελλόμενη έχει το υψηλότερο μερίδιο αγοράς, το οποίο κυμαίνεται κατά την εξεταζόμενη περίοδο από περίπου [35-45]% - [45-55]% στην ελληνική επικράτεια και από περίπου [25-35]% - [35-45]% στην περιοχή Βοιωτίας - Φθιώτιδας- Φωκίδας και [25-35]% – [45-55]% στο Ν. Εύβοιας. Στην ελληνική επικράτεια, η διαφορά των μεριδίων αγοράς της καταγγελλόμενης από τους ανταγωνιστές της είναι σημαντική και κυμαίνεται διαχρονικά κατ' ελάχιστον σε [15-25]% και κατά μέγιστο σε [45-55]%. Στην περιοχή της Βοιωτίας Φθιώτιδας Φωκίδας και στο Ν. Ευβοίας η καταγγελλόμενη είναι η μεγαλύτερη εταιρεία σε πωλήσεις, εντούτοις η διαφορά του μεριδίου αγοράς της από εκείνο του δεύτερου ανταγωνιστή της, PEPSICO, κυμαίνεται διαχρονικά σε χαμηλότερα επίπεδα (περί το [5-15% - 35-45%]).

39. Αναφορικά με τα μερίδια αγοράς της καταγγέλλουσας και καταγγελλόμενης στις αγορές των αναψυκτικών τύπου cola και των λοιπών ανθρακούχων αναψυκτικών (non–colas) στην **κρύα αγορά** επισημαίνονται τα εξής: Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της ΑΓΝΗ, οι πωλήσεις της αφορούν κυρίως την κρύα αγορά σε ποσοστό περίπου [65-75]% (καφενεία, καφετέριες, καταστήματα εστίασης, κυλικεία), ενώ σε ποσοστό περίπου [5-15]% κατευθύνονται στη ζεστή αγορά (παντοπωλεία για κατανάλωση στο σπίτι). Ποσοστό περίπου [15-25]% των προϊόντων της καταγγέλλουσας πωλείται σε πρατηριούχους, για μεταπώληση στους δικούς τους πελάτες (κρύα & ζεστή αγορά)³¹. Σχετικά με την παρουσία της ΑΓΝΗ στο σύνολο της ελληνικής αγοράς αναψυκτικών και συγκεκριμένα στην αγορά των λοιπών ανθρακούχων αναψυκτικών (non - colas), αυτή είναι περιορισμένη, με μερίδια αγοράς μικρότερα του [0-5]%. Η καταγγέλλουσα, όπως έχει ήδη αναφερθεί³², δραστηριοποιείται αποκλειστικά στην παραγωγή non - colas αναψυκτικών με τοπική διάθεση των προϊόντων της. Ενδεικτικά, παρατίθενται κατωτέρω τα μερίδια αγοράς της καταγγέλλουσας και της καταγγελλόμενης στο σύνολο της αγοράς (ζεστή και κρύα) στην ελληνική επικράτεια, όπως προσκομίστηκαν από την ΑΓΝΗ.

Πίνακας 4: Μερίδια αγοράς αναψυκτικών non-calas στη ζεστή και

³¹ Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2473/1.4.2016 επιστολή της ΑΓΝΗ.

³² Βλ. ανωτέρω υπό ενότητα «*Η ΑΠΟΨΗ ΤΗΣ ΕΑ ΕΠΙ ΤΗΣ ΣΧΕΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ*» της παρούσας.

κρύα αγορά στην ελληνική επικράτεια (σε αξία)

Αναψυκτικά non- colas	2010	2011	2012	2013	2014
Coca Cola	ΜΔ	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%	[65-75]%
ΑΓΝΗ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%

Πηγή: Prodcot – ΑΓΝΗ (αριθ. πρωτ. 2473/1.4.2016)

40. Όπως φαίνεται από τον Πίνακα 4, η καταγελλόμενη κατέχει υψηλά μερίδια στη σχετική αγορά των λοιπών ανθρακούχων αναψυκτικών (non –colas) συνολικά στην ελληνική επικράτεια (στη ζεστή και κρύα αγορά), τα οποία κυμαίνονται διαχρονικά από [55-65]% σε [65-75]% (2011 – 2014). Αντιθέτως, τα μερίδια αγοράς της καταγγέλλουσας στην ως άνω αγορά είναι εξαιρετικά χαμηλά (μικρότερο του [0-1]%)³³.

IV ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑΣ ΘΕΣΗΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΗΣ

IV.1 ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

41. Μια επιχείρηση έχει δεσπόζουσα θέση όταν κατέχει θέση οικονομικής ισχύος, που της δίνει τη δυνατότητα να εμποδίζει τη διατήρηση αποτελεσματικού ανταγωνισμού στη σχετική αγορά και της επιτρέπει να συμπεριφέρεται σε σημαντικό βαθμό ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές, τους πελάτες της και τελικά τους καταναλωτές³⁴. Μια τέτοια θέση δεν αποκλείει την ύπαρξη ανταγωνισμού στην αγορά, αλλά δίνει στην επιχείρηση που την κατέχει τη δυνατότητα, αν όχι να αποφασίζει, τουλάχιστον να επηρεάζει σημαντικά τις συνθήκες υπό τις οποίες θα αναπτυχθεί 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 αυτής³⁵. Η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης μπορεί να βασίζεται σε πολλούς παράγοντες, οι οποίοι, εξεταζόμενοι μεμονωμένα, δεν είναι αναγκαία καθοριστικοί³⁶. Μεταξύ αυτών συγκαταλέγονται η κατοχή υψηλών μεριδίων αγοράς, η έλλειψη σημαντικών ανταγωνιστών, η ύπαρξη εμποδίων εισόδου

³³ Σύμφωνα με την εταιρεία ΑΓΝΗ «..... ο Πίνακας 4, σύμφωνα με τα στοιχεία θεωρούμε ότι είναι αδιάφρακτος όσον αφορά τα μερίδια, διότι είναι το σημείο αναφοράς μας.....». Βλ. 4^η Συνεδρίαση της ΕΑ, Πρακτικά της 30^{ης} Ιανουαρίου 2020, σελ. 14.

³⁴ Βλ. ΔΕΚ 27/76, *United Brands κατά Επιτροπής*, σκ. 65, 85/76, *Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής*, σκ. 38, ΔΕφαθ 4055/2017, σκ. 7, 1846/2017, σκ. 8.

³⁵ Βλ. ΔΕΚ 27/76, ο.π., σκ. 113, 85/76, ο.π.,σκ. 39, T- 395/94, *Atlantic Container Line κατά Επιτροπής*, σκ. 330.

³⁶ Βλ. ενδεικτικά ΔΕφαθ 2265/2010 σκ. 30 και ΔΕφαθ 2116/2004, σκ. 7, καθώς και αποφάσεις ΔΕΚ 27/76 *United Brands κατά Επιτροπής*, σκ. 66, ΔΕΕ C-250/92, *Gøttrup-Klim κατά Dansk Landbrugs Grovvarereselskab*, σκ. 47, και ΓενΔΕΕ T-30/89 *Hilti κατά Επιτροπής*, σκ. 90.

στη σχετική αγορά³⁷. Σύμφωνα με πάγια νομολογία³⁸, τα πολύ υψηλά μερίδια αγοράς αποτελούν, πλην έκτακτων περιστάσεων, απόδειξη δεσπόζουσας θέσης, μερίδιο δε αγοράς 50% ή μεγαλύτερο αποτελεί καθεαυτό (ελλείπει εξαιρετικών περιστάσεων) απόδειξη ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης³⁹. Αντιθέτως, η κατοχή μεριδίου αγοράς που υπολείπεται του 40% δεν καθιστά πιθανή την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης⁴⁰. Η ειδική ευθύνη που βαρύνει μια επιχείρηση κατέχουσα δεσπόζουσα θέση πρέπει να εκτιμάται ενόψει των ειδικών συνθηκών της κάθε περιπτώσεως που αποδεικνύουν την εξασθένιση του ανταγωνισμού, η ευθύνη αυτή είναι συγκριτικά βαρύτερη σε περιπτώσεις όπου η επιχείρηση έχει μία «υπερδεσπόζουσα θέση»⁴¹.

42. Εν προκειμένω, στη σχετική αγορά των αναψυκτικών τύπου cola στη ζεστή αγορά, τόσο στην ελληνική επικράτεια, όσο και σε επιμέρους αγορές αυτής (βλ. Πίνακες 1-3 της παρούσας), η καταγγελλόμενη εταιρεία COCA COLA 3E έχει ηγετική/υπερδεσπόζουσα θέση και κατέχει διαχρονικά πολύ υψηλά μερίδια, τα οποία κυμαίνονται, στην ελληνική επικράτεια, άνω του [85-95]% (ήτοι [85-95]% το 2011, το οποίο φθάνει σε [85-95]% το 2019). Ο επόμενος ανταγωνιστής της καταγγελλόμενης, ήτοι η εταιρεία PEPSICO κατέχει διαχρονικά εξαιρετικά χαμηλότερα μερίδια αγοράς, τα οποία ανέρχονται σε [0-5]% το 2011 και παρά τις διακυμάνσεις (μέγιστο [0-5]% το 2012 και 2013 και ελάχιστο [0-5]% το 2015), παραμένει στα ίδια επίπεδα [0-5]% το 2018 και το 2019. Περαιτέρω, όπως προκύπτει από τα διαθέσιμα στοιχεία κανένας ανταγωνιστής της COCA COLA 3E δεν κατέχει μερίδια αγοράς μεγαλύτερα του [0-5]% στη σχετική αγορά των ανθρακούχων αναψυκτικών τύπου cola. Ως εκ τούτου, κατά την κρίση της ΕΑ, η καταγγέλλουσα κατέχει δεσπόζουσα θέση στη σχετική αγορά των ανθρακούχων αναψυκτικών τύπου cola – ζεστή αγορά κατά την χρονική περίοδο 2011 - 2019.

³⁷ Βλ. ακόμα «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», ΕΕ 2009 C 45/2, σημ. 12 επ., όπου αναφέρονται: (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).

³⁸ Βλ. ενδεικτικά ΔΕφαΘ 2265/2010 σκ. 29-30 και ΔΕφαΘ 2116/2004, σκ. 7 καθώς και αποφάσεις ΔΕΚ 85/76, *Hoffmann-LaRoche κατά Επιτροπής*, σκ. 41, ΠΕΚ T-228/97, *IrishSugarPlc κατά Επιτροπής*, σκ. 70, ΠΕΚ T-83/91, *Tetra Pak κατά Επιτροπής (Tetra Pak II)*, σκ. 109 και ΠΕΚ T-30/89, *Hilti κατά Επιτροπής*, σκ. 91.

³⁹ Βλ. ΔΕΚ C-62/86, *AKZO Chemie BV κατά Επιτροπής*, σκ. 60, ΠΕΚ T-340/03, *France Télécom SA κατά Επιτροπής*, Συλλ. II-107, σκ. 100 και 103, συνεκδ. υποθ. T-191/98, T-212/98 έως T-214/98, *Atlantic Container Line AB κ.ά. κατά Επιτροπής*, σκ. 907, T-30/89, *Hilti κατά Επιτροπής*, σκ. 89, και T-83/91, *Tetra Pak κατά Επιτροπής*, σκ. 109, ΔΕφαΘ 4055/2017, σκ. 7, 1846/2017, σκ. 8.

⁴⁰ Βλ. Ανακοίνωση της Επιτροπής -Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις (2009/C 45/02), παρ. 14.

⁴¹ Συνεκδικαζόμενες Αποφάσεις ΔΕΕ C-395/96 P και C-396/96 P, *Compagnie maritime belge transports SA (C-395/96 P)*, *Compagnie maritime belge SA (C-395/96 P)* and *Dafra-Lines A/S (C-396/96 P)* κατά Ευρ. Επιτροπής, ECLI:EU:C:2000:132, σκ. 114-119.

43. Όσον αφορά τη σχετική αγορά των λοιπών ανθρακούχων αναψυκτικών (non-colas), στη ζεστή αγορά, επισημαίνεται ότι η καταγγελλόμενη κατέχει διαχρονικά στην ελληνική επικράτεια τα υψηλότερα μερίδια, τα οποία το 2011 – 2012 υπερβαίνουν το [45-55]%, ενώ από το 2013 και εξής βαίνουν μειούμενα, ανερχόμενα το 2019 σε [35-45]%. Στην εν λόγω αγορά, υφίστανται μεγάλες αποκλίσεις των μεριδίων αγοράς της καταγγελλόμενης από τους ανταγωνιστές της (από [15-25]% - [45-55]% διαχρονικά). Περαιτέρω, στη ζεστή αγορά των λοιπών ανθρακούχων αναψυκτικών, ο επόμενος ανταγωνιστής της καταγγελλόμενης, η ΛΟΥΞ κατέχει μερίδιο αγοράς [15-25]% το 2019, από [5-15]% το 2011. Η εταιρεία PEPSICO κατέχει στην εν λόγω αγορά μερίδια από [5-15]% (το 2011) έως [5-15]% (το 2019). Από τα ως άνω στοιχεία, δεν προκύπτει με σαφήνεια εάν η καταγγελλόμενη κατέχει δεσπόζουσα θέση στη ζεστή σχετική αγορά των λοιπών ανθρακούχων αναψυκτικών.

44. Τέλος, κατά την καταγγελλόμενη (βλ. Πίνακα 4 της παρούσας), στη συνολική αγορά των λοιπών αεριούχων αναψυκτικών (non – colas) στη ζεστή και κρύα αγορά στην ελληνική επικράτεια, τα μερίδια αγοράς της καταγγέλλουσας είναι υψηλά (κυμαίνονται [55-65]% για τα έτη 2011- 2013 και [65-75]% για το έτος 2014).

IV.2 Η ΑΠΟΨΗ ΤΗΣ ΕΑ ΕΠΙ ΤΗΣ ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑΣ ΘΕΣΗΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΥΣΑΣ

45. Κατά την κρίση της ΕΑ προκύπτει ότι η καταγγελλόμενη εταιρεία κατέχει στη σχετική αγορά των αναψυκτικών τύπου cola στη ζεστή αγορά υπερδεσπόζουσα θέση τόσο στην ελληνική επικράτεια, όσο και σε επιμέρους γεωγραφικές αγορές αυτής, βάσει των στοιχείων των Πινάκων 1-4 της παρούσας . Για την ζεστή αγορά λοιπών ανθρακούχων αναψυκτικών τύπου non-cola, κρύα αγορά ανθρακούχων αναψυκτικών τύπου cola και κρύα αγορά λοιπών ανθρακούχων αναψυκτικών τύπου non-cola, παρέλκει, η περαιτέρω διερεύνηση του ζητήματος, καθώς, υπό οποιαδήποτε θεώρηση, ήτοι ανεξαρτήτως του εάν η καταγγελλόμενη κατέχει δεσπόζουσα θέση στις ως άνω αγορές ή όχι, δεν μεταβάλλεται το αποτέλεσμα της παρούσας υπόθεσης. Πράγματι, όπως έχει ήδη αναφερθεί ανωτέρω⁴², παρέλκει, ως αλυσιτελής, η περαιτέρω έρευνα ως προς την ύπαρξη ή μη δεσπόζουσας θέσης στην αγορά των λοιπών ανθρακούχων αναψυκτικών, καθ' όσον, ακόμη και αν γίνονταν δεκτοί οι ισχυρισμοί της καταγγέλλουσας, ακόμη δηλαδή και αν γινόταν δεκτό ότι η καταγγελλόμενη διατηρεί δεσπόζουσα θέση και στην αγορά των λοιπών ανθρακούχων αναψυκτικών, και πάλι τα αποτελέσματα της αξιολόγησης της καταγγελίας δεν θα μεταβάλλονταν⁴³.

V ΕΦΑΡΜΟΣΤΕΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ ΔΙΚΑΙΟΥ

V.1 ΚΑΤΑΧΡΗΣΗ ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑΣ ΘΕΣΗΣ – ΑΡΘΡΑ 2 Ν. 3959/2011 ΚΑΙ 102 ΣΛΕΕ

46. Σύμφωνα με την καταγγελία, οι πρακτικές της COCA COLA 3E εμπίπτουν στις διατάξεις των άρθρων 2 του Ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ. Σε αυτό το πλαίσιο,

⁴² Βλ. ανωτέρω ενότητες «Η ΑΠΟΨΗ ΤΗΣ ΕΑ ΕΠΙ ΤΗΣ ΣΧΕΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ» και «Η ΑΠΟΨΗ ΤΗΣ ΕΑ ΕΠΙ ΤΗΣ ΣΧΕΤΙΚΗΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ».

⁴³ Πρβλ. ΣτΕ 3123/2014, ΔΕφΑθ 2057/2010 και ΕΑ 364/Ν/2007.

στην παρούσα εξετάζεται εάν συντρέχουν οι προϋποθέσεις για την παραβίαση των ανωτέρω διατάξεων εκ μέρους της ερευνόμενης στρατηγικής επιθετικής τιμολόγησης της COCA COLA 3E και πρακτικών επιλεκτικής μείωσης τιμών στα ανταγωνιστικά προς την καταγγέλλουσα προϊόντα της με σκοπό τον εξοβελισμό της καταγγέλλουσας. Οι προϋποθέσεις εφαρμογής των άρθρων 2 του Ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ είναι: α) η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης στη σχετική αγορά και β) η καταχρηστική εκμετάλλευση της δεσπόζουσας θέσης αυτής. Σύμφωνα με το άρθρο 2 του Ν. 3959/2011, η καταχρηστική αυτή εκμετάλλευση μπορεί να συνίσταται ιδίως: «α) στην άμεση ή έμμεση επιβολή μη εύλογων τιμών αγοράς ή πωλήσεως ή άλλων όρων συναλλαγής. β) στον περιορισμό της παραγωγής, της διάθεσης ή της τεχνολογικής ανάπτυξης με ζημία των καταναλωτών. γ) στην εφαρμογή στο εμπόριο άνισων όρων για ισοδύναμες παροχές, ιδίως στην αδικαιολόγητη άρνηση πώλησης, αγοράς ή άλλης συναλλαγής, με αποτέλεσμα να περιέρχονται ορισμένες επιχειρήσεις σε μειονεκτική θέση στον ανταγωνισμό. δ) στην εξάρτηση της σύναψης συμβάσεων από την αποδοχή, εκ μέρους των συναλλασσόμενων, πρόσθετων παροχών, οι οποίες από τη φύση τους ή σύμφωνα με τις εμπορικές συνήθειες δεν συνδέονται με το αντικείμενο των συμβάσεων αυτών». Αντίστοιχες είναι και οι βασικές προϋποθέσεις που τάσσονται από τον ενωσιακό νομοθέτη για την εφαρμογή των άρθρων 102 ΣΛΕΕ, εφόσον υπάρχει επηρεασμός του ενδοενοσιακού εμπορίου⁴⁴.

V.2 ΕΠΙ ΤΟΥ ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΥ ΤΟΥ ΕΝΔΟΕΝΩΣΙΑΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

47. Σύμφωνα με το άρθρο 3 παρ. 1 του Κανονισμού 1/2003⁴⁵, όταν οι αρχές ανταγωνισμού των κρατών μελών ή τα εθνικά δικαστήρια εφαρμόζουν την εθνική νομοθεσία ανταγωνισμού σε τυχόν καταχρηστική πρακτική που απαγορεύεται από το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, εφαρμόζουν και το άρθρο 102 ΣΛΕΕ. Συγκεκριμένα, το άρθρο 102 ΣΛΕΕ ορίζει ότι «Είναι ασυμβίβαστη με την εσωτερική αγορά και απαγορεύεται, κατά το μέτρο που δύναται να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών, η καταχρηστική εκμετάλλευση από μία ή περισσότερες επιχειρήσεις της δεσπόζουσας θέσης τους εντός της εσωτερικής αγοράς ή σημαντικού τμήματός της». Το κριτήριο του επηρεασμού του ενδοκοινοτικού εμπορίου είναι αυτόνομο κριτήριο της ευρωπαϊκής νομοθεσίας, το οποίο εκτιμάται *ad hoc*⁴⁶.

48. Για να είναι σε θέση μια πρακτική κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών, θα πρέπει, βάσει ενός συνόλου νομικών

⁴⁴ Συγκεκριμένα, το άρθρο 102 ΣΛΕΕ προβλέπει ότι: «Η κατάχρηση αυτή δύναται να συνίσταται ιδίως: α) στην άμεση ή έμμεση επιβολή μη δίκαιων τιμών αγοράς ή πωλήσεως ή άλλων όρων συναλλαγής, β) στον περιορισμό της παραγωγής, της διαθέσεως ή της τεχνολογικής ανάπτυξεως επί ζημία των καταναλωτών, γ) στην εφαρμογή άνισων όρων επί ισοδύναμων παροχών έναντι των εμπορικώς συναλλασσόμενων, με αποτέλεσμα να περιέρχονται αυτοί σε μειονεκτική θέση στον ανταγωνισμό, δ) στην εξάρτηση της σύναψεως συμβάσεων από την αποδοχή, εκ μέρους των συναλλασσόμενων, προσθέτων παροχών που εκ φύσεως ή σύμφωνα με τις εμπορικές συνήθειες δεν έχουν σχέση με το αντικείμενο των συμβάσεων αυτών».

⁴⁵ Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1/2003 του Συμβουλίου, της 16ης Δεκεμβρίου 2002, για την εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού που προβλέπονται στα άρθρα 81 και 82 της συνθήκης, ΕΕ L 1/1, της 04.01.2003.

⁴⁶ Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης, ΕΕ C 101/81, της 27/04/2004, σημ. 12.

και πραγματικών στοιχείων, να μπορεί να πιθανολογηθεί επαρκώς ότι μπορεί να ασκήσει άμεση ή έμμεση, πραγματική ή δυναμική, επίδραση στα εμπορικά ρεύματα μεταξύ κρατών μελών, τούτο δε κατά τρόπο που να προκαλείται φόβος ότι θα μπορούσε να εμποδίσει την πραγμάτωση της ενιαίας αγοράς⁴⁷. Η έννοια της επίδρασης στα εμπορικά ρεύματα δεν προϋποθέτει μόνο τον περιορισμό ή τη μείωση του εμπορίου, αλλά οποιαδήποτε διαφοροποίηση των εμπορικών ρευμάτων, αρκεί αυτή να είναι αισθητή. Συνεπώς, το κριτήριο αυτό πληρούται όταν η υπό εξέταση κάθε φορά συμπεριφορά δύναται να έχει ένα ελάχιστο επίπεδο διασυνοριακών επιπτώσεων στο εσωτερικό της Ένωσης⁴⁸.

49. Σε σχέση με τις πρακτικές κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης που καλύπτουν ένα μόνο κράτος μέλος, σύμφωνα με τις Κατευθυντήριες Γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου⁴⁹, όταν μια επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση που καλύπτει το σύνολο κράτους μέλους, και η συμπεριφορά της έχει ως αποτέλεσμα τον καταχρηστικό αποκλεισμό ανταγωνιστών από την αγορά, το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών δύναται κανονικά να επηρεαστεί. Εάν η επιχείρηση που απειλείται με παραγκωνισμό δραστηριοποιείται σε ένα μόνο κράτος μέλος, η κατάχρηση δεν επηρεάζει κανονικά το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών. Ωστόσο, τούτο μπορεί να επηρεαστεί εάν η απειλούμενη επιχείρηση πραγματοποιεί εξαγωγές σε ή εισαγωγές από άλλα κράτη μέλη και ασκεί ταυτόχρονα δραστηριότητες σε άλλα κράτη μέλη⁵⁰. Σε περίπτωση καταχρηστικής εκμετάλλευσης ισχύος στην αγορά, όπως οι διακρίσεις μέσω των τιμών και η υπερβολική τιμολόγηση, το διασυνοριακό εμπόριο μπορεί να επηρεαστεί εάν οι αγοραστές πραγματοποιούν εξαγωγές και βρίσκονται σε μειονεκτική θέση λόγω της διακριτικής τιμολόγησης ή εάν η πρακτική αυτή χρησιμοποιείται για την παρεμπόδιση των εισαγωγών⁵¹. Τέλος, γίνεται δεκτό ότι πρακτικές, η επιρροή των οποίων περιορίζεται σε τοπικό επίπεδο, δεν δύναται να επηρεάσουν καθαυτές το διακοινοτικό εμπόριο⁵².

⁴⁷ Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕΕ C-209/78 *Van Landewyck κατά Επιτροπής*, σκ. 170 και C-219/95P *Ferriere Nord κατά Επιτροπής*, σκ. 20.

⁴⁸ Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης, ΕΕ C 101/81, της 27/04/2004, σημ. 8 επ., 34, 77.

⁴⁹ Ο.π. σημ. 93 επ.

⁵⁰ Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης, ΕΕ C 101/81, της 27/04/2004, σημ. 94

⁵¹ Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης, ΕΕ C 101/81, της 27/04/2004, σημ. 95 επ. Βλ. ακόμα ΕΑ 630/2016, σκ. 65 – 67.

⁵² Βλ. απόφαση ΔΕΕ, υποθ. C-22/78, *Hugin κατά Επιτροπής*, σκ. 15-25, όπου έγινε δεκτό ότι δεν υπήρχε επηρεασμός του διακοινοτικού εμπορίου από τις πρακτικές της Hugin, διότι οι δραστηριότητες της εν λόγω αγοράς - συντήρηση, επισκευή και ενοικίαση μηχανών έκδοσης αποδείξεων - περιορίζονταν σε τοπικό επίπεδο και παρέχονταν από πολλές, μικρές και εξειδικευμένες επιχειρήσεις. Βλ. επίσης απόφαση Επιτροπής, 1999/199/ΕΚ, Αεροδρόμια της Πορτογαλίας. Συναφώς, σύμφωνα με τη νομολογία, οι συμφωνίες που έχουν τοπικό χαρακτήρα δεν δύναται, καθαυτές, να επηρεάσουν αισθητά το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών, ακόμα και εάν η τοπική αγορά βρίσκεται σε συνοριακή περιοχή. Βλ. και Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης, ΕΕ 2004 C101/81, σημ. 91.

50. Εν προκειμένω, κατά δήλωσή της η καταγγέλλουσα διαθέτει τα προϊόντα της μόνο στο Νομό Βοιωτίας και σε ορισμένα σημεία πώλησης των όμορων νομών (Φωκίδα, Φθιώτιδα, Εύβοια και Ερυθρές Αττικής) (βλ. σχετικά ενότητα «*Η ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΥΣΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΑΓΝΗ Α.Β.Ε.Ε.*» και παρ. 7 της παρούσας). Περαιτέρω, σύμφωνα με τα καταγγελλόμενα, στην περιοχή αυτή εφαρμόζεται και η καταγγελλόμενη συμπεριφορά, ήτοι η διερευνώμενη πολιτική επιθετικής και επιλεκτικής τιμολόγησης, η οποία έχει ως στόχο τον καταχρηστικό αποκλεισμό της καταγγέλλουσας. Ωστόσο, η καταγγέλλουσα δεν ισχυρίζεται ούτε επικαλείται κάποιο στοιχείο, από το οποίο να προκύπτει ότι η εξεταζόμενη πρακτική χρησιμοποιείται για την παρεμπόδιση των εισαγωγών ή εξαγωγών της.

51. Ενόψει των ανωτέρω, η ΕΑ κρίνει ότι δεν συντρέχει εν προκειμένω δυνατότητα αισθητού επηρεασμού του διακοινοτικού εμπορίου κατά την έννοια των ενωσιακών κανόνων ανταγωνισμού και, ως εκ τούτου, το άρθρο 102 ΣΛΕΕ δεν τυγχάνει εφαρμογής.

V.3 ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ ΕΠΙ ΤΗΣ ΕΝΔΕΧΟΜΕΝΗΣ ΚΑΤΑΧΡΗΣΗΣ

V.3.1 Επί της επιθετικής τιμολόγησης

52. Το άρθρο 2 του Ν. 3959/2011, δεν έχει ως σκοπό να εμποδίσει μια επιχείρηση να κατακτήσει, με τις δικές της ικανότητες, δεσπόζουσα θέση σε μια αγορά, ούτε και να εξασφαλίσει ότι θα παραμείνουν στην αγορά οι λιγότερο αποτελεσματικοί (από την σκοπιά του οφέλους για τους καταναλωτές) ανταγωνιστές της επιχειρήσεως αυτής⁵³. Συναφώς, δεδομένου ότι ο ανταγωνισμός μέσω των τιμών είναι κατά κανόνα ευεργετικός, δεν μπορεί, κατ' αρχήν, να απαγορεύεται και στις επιχειρήσεις αυτές⁵⁴. Ωστόσο, η κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση έχει την ειδική υποχρέωση να μη θίγει, με τη συμπεριφορά της, τον αποτελεσματικό και ανόθευτο ανταγωνισμό⁵⁵. Ειδικότερα, όσον αφορά στην τιμολογιακή της πολιτική, η ειδική ευθύνη αυτή που υπέχει η κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση συνεπάγεται ότι δεν μπορεί να θεωρείται θεμιτή κάθε πρακτική ανταγωνισμού μέσω των τιμών. Στο πλαίσιο αυτό, ελέγχονται υπό το πρίσμα του άρθρου 2 τιμολογιακές πρακτικές που οδηγούν σε εκτοπισμό των θεωρούμενων ως εξίσου αποτελεσματικών ανταγωνιστών της από την αγορά διά μέσων άλλων εκτός εκείνων που εντάσσονται στο πλαίσιο του υγιούς ανταγωνισμού⁵⁶.

53. Η επιθετική τιμολόγηση είναι μια στρατηγική κατά την οποία μια επιχείρηση υπόκειται σκοπίμως σε βραχυπρόθεσμες ζημιές ή αποποιείται κέρδη, προκειμένου να προκαλέσει την έξοδο ανταγωνιστών της από την αγορά, ή τον αποκλεισμό νέων

⁵³ Βλ., ιδίως, ΔΕΕ C-413/14 P, *IntelCorp κατά Επιτροπής*, σκ. 133, C-209/10, *Post Danmark*, σκ. 21 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία.

⁵⁴ Στο πλαίσιο αυτό, ακόμα και η ευθυγράμμιση της κατέχουσας δεσπόζουσα θέση επιχειρήσεως με τις τιμές των ανταγωνιστών της δεν είναι αφ' εαυτής καταχρηστική, όταν σκοπεί στην προάσπιση των συμφερόντων της και όχι στην κατάχρηση της εν λόγω δεσπόζουσας θέσεως (βλ. ΠΕΚ T-340/03, *France Télécom SA*, σκ. 187).

⁵⁵ Βλ. ιδίως, ΔΕΕ C-413/14 P, *Intel Corp κατά Επιτροπής*, σκ. 135, C-209/10, *Post Danmark*, σκ. 23 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία.

⁵⁶ Βλ. συναφώς ΔΕΕ C-209/10, *Post Danmark*, σκ. 25.

ανταγωνιστών σε αυτήν, ή σε άλλες αγορές στις οποίες δραστηριοποιείται⁵⁷. Συγκεκριμένα, σχετικά με την πρακτική της επιθετικής τιμολόγησης, έχει κριθεί ότι οι τιμές που είναι κατώτερες του μέσου μεταβλητού κόστους, θεωρούνται, κατ' αρχήν, ως καταχρηστικές, στο βαθμό που η εφαρμογή τέτοιων τιμών από κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση δεν εξυπηρετεί κανέναν άλλον οικονομικό σκοπό πλην του εκτοπισμού των ανταγωνιστών της. Οι δε κατώτερες του μέσου συνολικού κόστους τιμές, που υπερβαίνουν όμως το μέσο μεταβλητό κόστος πρέπει να θεωρηθούν καταχρηστικές, όταν καθορίζονται στο πλαίσιο σχεδίου με σκοπό την εξαφάνιση ανταγωνιστή⁵⁸. Στην περίπτωση που οι τιμές είναι μεγαλύτερες του μέσου συνολικού κόστους, κατά κανόνα δεν υπάρχουν επιπτώσεις σε βάρος του ανταγωνισμού⁵⁹. Συνοπτικά, για την εκτίμηση της νομιμότητας της πολιτικής τιμών μίας κατέχουσας δεσπόζουσα θέση επιχείρησης, το ΔΕΕ στηρίχθηκε σε κριτήρια σχετικά με τις τιμές, τα οποία βασίζονται στο κόστος της εν λόγω επιχειρήσεως και στη στρατηγική της⁶⁰. Σύμφωνα με αυτά, στο βαθμό που η κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση καθορίζει τις τιμές της σε επίπεδο που καλύπτει το μεγαλύτερο μέρος του κόστους της, ένας εξίσου αποτελεσματικός με την επιχείρηση αυτή ανταγωνιστής έχει, καταρχήν, τη δυνατότητα να ανταγωνιστεί τις τιμές αυτές, προς όφελος των καταναλωτών, χωρίς να υποστεί μακροπρόθεσμα δυσβάστακτες ζημιές⁶¹.

V.3.2 Επί της επιλεκτικής προσφοράς χαμηλών τιμών

54. Επιλεκτική προσφορά χαμηλών τιμών συντρέχει όταν ένας προμηθευτής επιλέγει μια ομάδα καταναλωτών και εφαρμόζει μειωμένες τιμές σε αυτή έναντι μιας άλλης ομάδας καταναλωτών, η οποία αγοράζει το ίδιο προϊόν. Ωστόσο, μειώσεις τιμών που δεν συνιστούν δυσμενή διάκριση εκ μέρους μιας δεσπόζουσας επιχείρησης και οι οποίες δεν συνεπάγονται κάτω του κόστους πωλήσεις, κατά κανόνα δεν θα πρέπει

⁵⁷ Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο εφαρμογής του άρθρου 82 Συνθήκη σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις (2009/C 45/02), παρ. 63. Βλ. επίσης και «Πολιτική Ανταγωνισμού & Ρυθμιστική Πολιτική», Νίκος Βέττας- Γιάννης Κατσουλάκος, σελ. 393.

⁵⁸ Βλ. ΔΕΕC-209/10, *Post Danmark*, σκ. 27, ΔΕΚ C-62/86, *AKZO Chemie BV κατά Επιτροπής*, σκ. 71-72 και τη συναφή απόφαση 88/138 της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, L 65/19, σκ. 80-81. Βλ. ακόμα σχετικά C-202/07, *France Télécom SA κατά Επιτροπής*, σκ. 33 επ. Βλ. τέλος Ανακοίνωση της Επιτροπής - Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις, ΕΕ 2009 C 45/02, σκ. 63 - 74.

⁵⁹Βλ. ΔΕΕ C-209/10, *Post Danmark*, σκ. 36.

⁶⁰Βλ. ΔΕΕ C-209/10, *Post Danmark*, σκ. 28, προπαρατεθείσες αποφάσεις *AKZO κατά Επιτροπής*, σκέψη 74, και *FranceTélécom κατά Επιτροπής*, σκέψη 108. Βλ. ακόμα την περίληψη της υπό δημοσίευση της από 18.7.2019 απόφασης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην υπόθεση AT.39711 - Qualcomm, όπου βάσει της ανάλυσης των τιμών που χρέωνε η Qualcomm στην Huawei και στην ZTE και το κόστος της Qualcomm για την κατασκευή των εξεταζόμενων τσιπ, αποδείχθηκε ότι η Qualcomm προέβη, αφενός, σε πώληση ορισμένων ποσοτήτων των τσιπ κάτω του μακροπρόθεσμου μέσου οριακού κόστους και, σε κάθε περίπτωση, κάτω του μέσου συνολικού κόστους, και, αφετέρου, σε πώληση περιορισμένης ποσότητας τσιπ κάτω του μέσου μεταβλητού κόστους. Τα αποτελέσματα από την εφαρμογή του κριτηρίου που συνίσταται στη σχέση τιμών-κόστους επιβεβαιώθηκαν και από εσωτερικά αποδεικτικά στοιχεία της Qualcomm της ίδιας περιόδου τα οποία απέδειξαν την πρόθεση αποκλεισμού της Icera από την Qualcomm.

⁶¹Βλ. ΔΕΕ C-209/10, *Post Danmark*, σκ. 38.

να θεωρούνται αντίθετες προς τον ανταγωνισμό⁶². Συναφώς, το γεγονός ότι η τιμολογιακή πολιτική επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση συνεπάγεται την εφαρμογή διαφορετικών τιμών σε διαφορετικούς πελάτες ή σε διαφορετικές κατηγορίες πελατών για προϊόντα ιδίου κόστους, ή, αντιθέτως, εφαρμογή ενιαίας τιμής σε πελάτες για τους οποίους το κόστος της παροχής κυμαίνεται, δεν μπορεί, καθεαυτό, να αποτελέσει ένδειξη ότι εφαρμόζεται πρακτική καταχρηστικής εκτοπίσεως⁶³. Εξάλλου, όπως έχει κρίνει και η ΕΑ, ακόμα και μια επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση δύναται καταρχήν να διαμορφώνει την τιμολογιακή της πολιτική με διαφορετικό τρόπο κατά ευρύτερα γεωγραφικά διαμερίσματα, χωρίς αυτό να αποτελεί συμπεριφορά η οποία ελέγχεται υπό το πρίσμα του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011⁶⁴.

55. Πιο αναλυτικά, μια επιλεκτική τιμολογιακή πολιτική εφαρμοζόμενη στο πλαίσιο μιας γενικής πολιτικής χαμηλών τιμών, η οποία δικαιολογείται οικονομικά και η οποία, έστω εμμέσως, συνεπάγεται ότι οι καταναλωτές αντλούν όφελος από τις χαμηλές τιμές, δεν θα πρέπει να θεωρείται αντίθετη προς τον ανταγωνισμό. Συγκεκριμένα, έχει κριθεί ότι πολιτική χαμηλών τιμών που εφαρμόζεται από κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση προς ορισμένους σημαντικούς πρώην πελάτες ανταγωνιστή δεν μπορεί να θεωρηθεί ως καταχρηστική πρακτική εκτοπίσεως απλώς και μόνον επειδή η τιμή που προσφέρθηκε προς έναν από τους πελάτες αυτούς ήταν χαμηλότερη από το μέσο συνολικό κόστος της οικείας δραστηριότητας, υψηλότερη όμως από το μέσο αυξητικό κόστος της εν λόγω δραστηριότητας⁶⁵. Επιπτώσεις σε βάρος του ανταγωνισμού δύναται να υπάρξουν στις περιπτώσεις όπου πρόθεση της δεσπόζουσας επιχείρησης είναι η εφαρμογή μιας στρατηγικής, η οποία επιδιώκει να υφαρπάξει ορισμένους πελάτες των ανταγωνιστών και η οποία θα μπορούσε να εκτοπίσει τους ανταγωνιστές της κατέχουσας δεσπόζουσα θέση επιχειρήσεως, χωρίς κανένα κέρδος ούτε για τους καταναλωτές ούτε για την ανταγωνιστική διάρθρωση της αγοράς⁶⁶.

56. Διαφορετικά συμπεράσματα έχουν προκύψει σε δύο υποθέσεις με ιδιαίτερα πραγματικά περιστατικά, οι οποίες εξετάστηκαν από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και ακολούθως από τα Ευρωπαϊκά Δικαστήρια και στις οποίες η επιλεκτική μείωση τιμών κρίθηκε αντίθετη προς το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, χωρίς να εξεταστούν οι τιμές αυτές σε σχέση με το κόστος της δεσπόζουσας επιχείρησης. Συγκεκριμένα, στην υπόθεση *CMBT κ.λπ.*⁶⁷, η Επιτροπή προσήψε στη ναυτιλιακή διάσκεψη *CewaI*, μέλος της οποίας ήταν η *CMBT*, η οποία κατείχε μερίδιο άνω του 90 % της σχετικής αγοράς, ότι τροποποίησε τους ναύλους της, κατά παρέκκλιση από τα ισχύοντα τιμολόγιά της, προκειμένου να προσφέρει τους ίδιους ή χαμηλότερους ναύλους από εκείνους της

⁶² Βλ. ΔΕΚ C-396/96 P, *CMBT κατά Επιτροπής*, σκ. 117 – 119 και Απόψεις Γεν. Εισαγγελέα Fennelly στην ίδια υπόθεση, σκ. 132.

⁶³ Βλ. ΔΕΕ C-209/10, *Post Danmark*, σκ. 30.

⁶⁴ Βλ. ΕΑ 207/III/2002.

⁶⁵ ΔΕΕ C-209/10, *Post Danmark*, σκ. 44.

⁶⁶ Πρβλ. ΔΕΕ C-209/10, *Post Danmark*, σκ. 44 και Προτάσεις Γεν. Εισαγγελέα Mengozzi στην ίδια υπόθεση, σκ. 62, 67.

⁶⁷ Βλ. ΔΕΚ C-396/96 P, *CMBT κατά Επιτροπής*.

μοναδικής της ανταγωνίστριας (G&C) για πλοία που αναχωρούσαν την ίδια ημερομηνία ή σε κοντινές ημερομηνίες, ως αντίδραση στην απειλή για τον ανταγωνισμό που συνιστούσε η είσοδος της G&C στην αγορά⁶⁸. Η συνακόλουθη απώλεια εσόδων κατανεμόταν μεταξύ των μελών της διασκέψεως. Η ουσία της συμπεριφοράς η οποία κρίθηκε καταχρηστική στην εν λόγω υπόθεση ήταν η υιοθέτηση μιας επιλεκτικής και με συγκεκριμένους στόχους πολιτικής μείωσης τιμών ως απάντηση στην ανταγωνιστική πίεση την οποία ασκούσε μια νεοεισερχόμενη επιχείρηση στην αγορά και προς τον σκοπό εξοβελισμού της⁶⁹. Συναφώς, στην υπόθεση *Irish Sugar*⁷⁰, η Επιτροπή προσήψε στην εν λόγω δεσπόζουσα επιχείρηση ότι χορηγούσε ειδικές εκπτώσεις, χωρίς να υφίσταται αντικειμενικός οικονομικός λόγος, σε ορισμένους λιανοπωλητές εγκατεστημένους πλησίον των συνόρων μεταξύ της Ιρλανδίας και της Β. Ιρλανδίας για να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό από τις εισαγωγές σε χαμηλές τιμές της παραγόμενης στη Β. Ιρλανδία ζάχαρης ή από την επανεισαγόμενη στην Ιρλανδία δική της ζάχαρη⁷¹. Στην εν λόγω υπόθεση, από τα στοιχεία του φακέλου προέκυπτε ότι η *Irish Sugar* όχι μόνον επέλεξε εσκεμμένα να προσφέρει επιλεκτικά μια ειδική έκπτωση σε ορισμένους λιανοπωλητές με στόχο να εξασφαλίσει την πελατεία των αγοραστών που ήταν εκτεθειμένοι στις προσφορές των ανταγωνιστών, χωρίς να ωφελείται το σύνολο των πελατών της, αλλά επίσης ότι διέβλεπε τον παράνομο χαρακτήρα μιας τέτοιας πρακτικής προς το σκοπό του εξοβελισμού των ανταγωνιστών⁷².

V.3.3 Επί της σταυροειδούς επιδότησης

57. Είναι επίσης πιθανό η δεσπόζουσα επιχείρηση να χρησιμοποιήσει τα κέρδη που αποκομίζει στην αγορά που έχει δεσπόζουσα θέση, προκειμένου να «επιδοτήσει» τις δραστηριότητές της σε άλλη αγορά, απειλώντας, κατ' αυτόν τον τρόπο, να εξαλείψει τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό στην εν λόγω αγορά⁷³. Η πρακτική της σταυροειδούς επιδότησης, όπως περιγράφεται στην καταγγελία⁷⁴, δεν συνιστά αυτοτελή μορφή καταχρηστικής εκμετάλλευσης δεσπόζουσας θέσης⁷⁵. Μόνη η χρήση κεφαλαίων, τα οποία έχουν αποκτηθεί από μια δεσπόζουσα επιχείρηση, ακόμα και στο πλαίσιο μιας μονοπωλιακής αγοράς, για να ενισχυθεί η ανταγωνιστική της θέση σε παρεμφερή αγορά ανοικτή στον ανταγωνισμό, δεν δημιουργεί αφ' εαυτής κάποιο πρόβλημα από πλευράς κανόνων του ανταγωνισμού, ούτε δημιουργεί στην ΕΑ την

⁶⁸ Η εν λόγω πρακτική είναι γνωστή με την ονομασία «μαχητικά πλοία».

⁶⁹ Βλ. ΔΕΚ C-396/96 P, *CMBT κατά Επιτροπής*, σκ. 117 – 120 και Απόψεις Γεν. Εισαγγελέα Fennelly στην ίδια υπόθεση, σκ. 119, 137, Προτάσεις Γεν. Εισαγγελέα Mengozzi στην υπόθεση C-209/10, *PostDanmark*, σκ. 70 επ. και Απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην υπόθεση AT.40026 – *Velux*, σκ. 98.

⁷⁰ Βλ. ΠΕΚ T-228/97, *Irish Sugar Plc κατά Επιτροπής*.

⁷¹ Ο.π., σκ. 133 έως 135.

⁷² Ο.π., σκ. 183, 191.

⁷³ Βλ. Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο εφαρμογής του άρθρου 82 Συνθήκη σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις (2009/C 45/02), παρ. 64, υποσημ. 2. Βλ. επίσης απόφαση ΔΕΚ C-333/94 P, *Tetra Pak International SA κατά Επιτροπής*, σκ. 31-32.

⁷⁴ Βλ. σελ. 23 καταγγελίας.

⁷⁵ Βλ. *Whish R. Competition Law*, OUP 2012, σελ. 748.

υποχρέωση να εκτιμήσει την προέλευση των κεφαλαίων αυτών βάσει του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011⁷⁶, παρά μόνο όταν συνδυάζεται με μια άλλη καταχρηστική πρακτική, όπως αυτές οι οποίες περιγράφονται ανωτέρω.

V.3.4 Επί των παλαιότερων αποφάσεων της ΕΑ και της Ε.Επ. σχετικά με πρακτικές της καταγγελλόμενης

58. Η εταιρεία ΑΓΝΗ είχε υποβάλει στην ΕΑ τις από 9.10.1991 και 19.5.1997 καταγγελίες κατά της τότε εταιρείας COCA-COLA ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΣ Α.Ε., για παράβαση του άρθρου 2 του ν. 703/77 ως ίσχυε. Επί των καταγγελιών αυτών η ΕΑ απεφάνθη με τις υπ' αριθ. 207/III/2002 και 309/V/2006 Αποφάσεις της. Με την απόφαση της ΕΑ 207/III/2002 κρίθηκε ότι η COCA COLA 3E εκμεταλλευόμενη τη δεσπόζουσα θέση της στις σχετικές αγορές των αεριούχων αναψυκτικών, μεταχειριζόταν διακριτικά τους λιανοπωλητές, ανάλογα με το κατά πόσο διακινούσαν αποκλειστικά προϊόντα της, ενώ παράλληλα εξαρτούσε τη σύναψη σύμβασης χρησιδανεισμού των ψυγείων της από την αποδοχή εκ μέρους των αντισυμβαλλομένων της υποχρέωσης αποκλεισμού των ανταγωνιστών της⁷⁷. Η ΕΑ, με την απόφαση αυτή, αποφάνθηκε ότι η εξάρτηση της παροχής δωρεάν ψυγείων από την αποδοχή αποκλεισμού ανταγωνιστικών προϊόντων και την αποκλειστική δωρεάν χρήση ψυγείου είναι παράνομη, ενώ επιβλήθηκε στην καταγγελλόμενη η υποχρέωση να άρει από τις συμβάσεις χρησιδανείου που είχε συνάψει τον όρο της αποκλειστικότητας στη χρήση των ψυγείων της, ειδικά όσον αφορά τα τελικά σημεία πώλησης στα οποία δεν υπήρχε δυνατότητα τοποθέτησης πρόσθετου ανταγωνιστικού ψυγείου αναψυκτικών. Ειδικότερα, κατά την ΕΑ, ο όρος της αποκλειστικότητας στη χρήση των χρησιδανειζόμενων, από δεσπόζουσα επιχείρηση, ψυγείων δυσχεραίνει τη διείσδυση πραγματικών ή δυνητικών ανταγωνιστών στην κρύα αγορά και καθιστά ένα τελικό σημείο πώλησης (εφεξής και «ΤΣΠ») μη προσπελάσιμο, μόνο στην περίπτωση κατά την οποία το ΤΣΠ δεν δύναται να τοποθετήσει δεύτερο ανταγωνιστικό ψυγείο⁷⁸. Με την ίδια απόφαση κρίθηκε ότι η καταγγελλόμενη εφαρμόζε μεθόδους διακριτικής μεταχείρισης προς όφελος των χονδρεμπόρων που συνεργάζονταν αποκλειστικά με αυτήν, σε βάρος όσων εμπορεύονταν μαζί με τα δικά της και ανταγωνιστικά προϊόντα. Η διακριτική μεταχείριση εφαρμοζόταν, μεταξύ άλλων, μέσω της άσκησης πίεσης σε τελικά σημεία πώλησης, με στόχο να προμηθεύονται τα αναψυκτικά της από αποκλειστικούς χονδρεμπόρους, διακόπτοντας τη συνεργασία τους με μη αποκλειστικούς. Η ΕΑ θεμελίωσε την απόφασή της σε σειρά μαρτυρικών καταθέσεων, μεταξύ των οποίων και σε περίπτωση κατά την οποία επιθεωρητές της 3E, από το τοπικό εργοστάσιο, κατηύθυναν τους ιδιοκτήτες περιπτέρων να αγοράζουν από αποκλειστικούς χονδρεμπόρους της εταιρείας, άλλως τους απειλούσαν ότι θα τους αφαιρέσουν τα ψυγεία που τους είχε διαθέσει η 3E, γεγονός το οποίο πράγματι συνέβη σε τουλάχιστον τρεις περιπτώσεις, διότι παράλληλα πωλούσαν και ανταγωνιστικά αναψυκτικά.

⁷⁶ Βλ. ΠΕΚ Τ- 175/99, *UPS Europe SA κατά Επιτροπής*, σκ. 61.

⁷⁷ Βλ. σχετ, Απόφαση ΕΑ 207/III/2002, σημ. IV.4.3, σελ. 22.

⁷⁸ Βλ. σχετ, Απόφαση ΕΑ 207/III/2002, σημ. IV.7, σελ. 25.

59. Ακολούθως, η ΕΑ με την απόφαση της 309/V/2006 έκρινε ότι η COCA COLA 3E δε συμμορφώθηκε με το διατακτικό της προηγούμενης απόφασής της 207/III/2002, καθώς προέβη, μεταξύ άλλων, σε διακριτική μεταχείριση των λιανοπωλητών διά της πρακτικής της εξάρτησης παροχής δωρεάν ψυγείου (με χρησιδανεισμό) από τον αποκλεισμό πώλησης ανταγωνιστικών προϊόντων⁷⁹. Εξάλλου, με την ίδια απόφασή της⁸⁰ η ΕΑ έκρινε ότι η COCA COLA 3E μετά την έκδοσή της, συνέχιζε να εφαρμόζει μεθόδους διακριτικής μεταχείρισης των ΤΣΠ, μεταξύ άλλων και με την έντονη υπόδειξη και την άσκηση πίεσης, προκειμένου τα ΤΣΠ να προμηθεύονται αναγκαστικά από τους αποκλειστικούς χονδρεμπόρους της εταιρείας, διακόπτοντας τη συνεργασία με μη αποκλειστικούς, με συνέπεια τον περιορισμό του ελεύθερου ανταγωνισμού. Η εν λόγω απόφαση επικυρώθηκε από τη τα Δικαστήρια σε μεγάλο βαθμό⁸¹.

60. Συναφώς, η Ε.Επ. εξέδωσε Απόφαση, δυνάμει της οποίας η COCA COLA ανέλαβε, μεταξύ άλλων, τις ακόλουθες δεσμεύσεις ως προς τα ψυγεία⁸²: α) όταν το ψυγείο παρέχεται δωρεάν, η εταιρεία μπορεί να επιβάλει την αποκλειστική του χρήση, εκτός αν στο σημείο πώλησης δεν υπάρχει άλλη εγκατάσταση, στην οποία ο πελάτης να έχει άμεση πρόσβαση και να είναι κατάλληλη για την αποθήκευση αναψυκτικών, οπότε ο πελάτης μπορεί να χρησιμοποιεί τουλάχιστον 20% της χωρητικότητας του ψυγείου για προϊόντα της επιλογής του, β) όταν το ψυγείο είναι μισθωμένο, μπορεί, σε οποιαδήποτε περίπτωση, να χρησιμοποιεί τουλάχιστον 20% της χωρητικότητας του ψυγείου για προϊόντα της επιλογής του και γ) όταν ένας πελάτης αγοράζει ένα ψυγείο, είναι απολύτως ελεύθερος να αποφασίσει τη χρήση του.

V.4 ΕΠΙ ΤΟΥ ΒΑΡΟΥΣ ΑΠΟΔΕΙΞΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΠΟΔΕΙΚΤΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

61. Σύμφωνα με το άρθρο 4 του Ν. 3959/2011, κατά τη διαδικασία ενώπιον της ΕΑ για την εφαρμογή των άρθρων 1 και 2, καθένας φέρει το βάρος απόδειξης των ισχυρισμών του. Συναφώς, σύμφωνα με την ενωσιακή νομολογία, το βάρος απόδειξης της καταγγελλόμενης παράβασης εναπόκειται στον καταγγέλλοντα⁸³. Περαιτέρω, σύμφωνα με το άρθρο 36 παρ. 4 του Ν. 3959/2011, η ΕΑ αξιολογεί αν τα στοιχεία και οι ισχυρισμοί που τίθενται υπόψη της από τον καταγγέλλοντα συνιστούν ενδείξεις παράβασης των άρθρων 1 και 2, καθώς και των άρθρων 101 και 102 ΣΛΕΕ. Οσάκις μία καταγγελία δεν είναι σε θέση να αποδείξει τους προβαλλόμενους με αυτή ισχυρισμούς, είναι δυνατόν να απορριφθεί εξ αυτού του λόγου⁸⁴, δίχως πάντως να αποκλείεται η ΕΑ να επανέλθει επί του εν λόγω φακέλου⁸⁵. Για να απορρίψει μια καταγγελία, η ΕΑ δεν είναι υποχρεωμένη να λάβει υπόψη της περιστάσεις που δεν

⁷⁹ Βλ. σχετ. Απόφαση ΕΑ309/V/2006, σημ. V.1 – V.3 και V.5.

⁸⁰ Βλ. σχετ. Απόφαση ΕΑ 309/V/2006, ιδίως σημ. V.5.

⁸¹ Βλ. ΣτΕ 2792/2015, ΔΕφΑθ 2961/2007.

⁸² Βλ. αναλυτικά το Παράρτημα της από 22.6.2005 Απόφασης της Ε.Επ. για την υπόθεση COMP/A.39.116/B2.Coca-Cola. Η ισχύς των δεσμεύσεων προσδιορίστηκε έως τις 31.12.2010.

⁸³ Βλ. ενδεικτικά ΔΕΕ C-56/12P, *EFIM κατά Επιτροπής*, σκ. 71-72.

⁸⁴ Βλ. ενδεικτικά ΠΕΚ T-198/98, *Micro Leader Business κατά Επιτροπής*, σκ. 32-39, όπου κρίθηκε ότι το γεγονός ότι τα στοιχεία που είχαν προσκομισθεί δεν παρείχαν ενδείξεις για την ύπαρξη συμφωνίας ή εναρμονισμένης πρακτικής αρκούσε για την απόρριψη της καταγγελίας εξ αυτού του λόγου.

⁸⁵ Βλ. ΔΕΕ 298/83, *CICCE κατά Επιτροπής*, σκ. 21-29.

τίθενται υπόψη της από τον καταγγέλλοντα και οι οποίες θα μπορούσαν να προκύψουν μόνο μετά από ειδικότερη διερεύνηση⁸⁶. Συναφώς, η ΕΑ δεν υποχρεούται να διενεργήσει έρευνα προκειμένου να διαπιστώσει την ακρίβεια των ισχυρισμών ενός καταγγέλλοντος, αλλά αρκεί να εξετάζει προσεκτικά τα πραγματικά και νομικά στοιχεία που της γνωστοποιούνται, προκειμένου να εκτιμήσει αν τα εν λόγω στοιχεία αποκαλύπτουν συμπεριφορά ικανή να νοθεύσει τον ανταγωνισμό⁸⁷. Σε περίπτωση δε που τα πραγματικά περιστατικά είναι αποδεδειγμένα, προχωρά στη διερεύνηση του κατά πόσο αυτά στοιχειοθετούν παράβαση του δικαίου του ανταγωνισμού⁸⁸.

62. Περαιτέρω, το ΔΕΕ έχει κρίνει ότι οι πληροφορίες τις οποίες επικαλείται ο καταγγέλλων πρέπει να είναι συγκεκριμένες, να στοιχειοθετούν τα πραγματικά περιστατικά, τα οποία επικαλούνται και να υποδεικνύουν μια πιθανή παράβαση του δικαίου του ανταγωνισμού⁸⁹. Σύμφωνα δε με τη νομολογία, η ΕΑ δύναται να αξιολογεί την αποδεικτική ισχύ των προσκομιζόμενων στοιχείων και μεμονωμένα⁹⁰. Εξάλλου, αντικείμενο απόδειξης δεν αποτελούν όλοι οι ισχυρισμοί, τα πραγματικά περιστατικά τα οποία σχετίζονται με την υπόθεση ή τα γεγονότα, τα οποία θεμελιώνουν απλώς επιχειρήματα, αλλά μόνο αυτά τα οποία ασκούν ουσιώδη επιρροή στην έκβαση της υπόθεσης⁹¹. Συναφώς, η ΕΑ δεν είναι υποχρεωμένη να τοποθετείται και να αποφαινεται επί όλων των επιχειρημάτων που προβάλλονται από τους καταγγέλλοντες προς υποστήριξη της καταγγελίας τους. Χρειάζεται να εκθέτει τα πραγματικά περιστατικά και τις αιτιολογικές σκέψεις που έχουν αποφασιστική σημασία στο πλαίσιο της εκάστοτε απόφασης⁹². Τέλος, επισημαίνεται ότι η ΕΑ δεν δύναται να στοιχειοθετεί παραβάσεις ανακυκλώνοντας πραγματικά περιστατικά επί τη βάση των οποίων στοιχειοθετήθηκαν διακριτές παραβάσεις⁹³, στο πλαίσιο της ίδιας ή άλλων υποθέσεων.

⁸⁶Βλ. ΔΕφαΘ 4057/2018, σκ. 11, T-319/99, *FENIN κατά Επιτροπής*, σκ. 43.

⁸⁷Βλ. σχετικά L.O. Blanco, *EC Competition Law procedure*, 2nd ed., 2013, σελ. 556 με παραπομπή σε σχετική νομολογία: ΠΕΚ T-24/90 *Automec κατά Επιτροπής*, σκ. 79, T-575/93, *Koelman κατά Επιτροπής*, σκ. 39. Βλ. επίσης, ΔΕΕ C-119/97P, *Ufex κ.ά. κατά Επιτροπής*, σκ. 86 με περαιτέρω παραπομπές σε νομολογία και ΠΕΚ T-427/08 *CEAHR κ. Επιτροπής*, σκ. 28. Άλλωστε, προϋπόθεση για το σύννομο ενός διενεργούμενου εκ της ΕΑ ελέγχου είναι αυτός να είναι απαραίτητος για την περαιτέρω διερεύνηση παράβασης ως προς την οποία υφίστανται αποδεδειγμένα εύλογες υπόνοιες δυνάμενες να δικαιολογήσουν τη διενέργειά του (βλ. ΔΕΕ 97/87, *Dow Chemical Ibérica κ.λπ.*, σκ. 52. βλ. C-94/00, *Roquette Frères*, σκ. 61 και την παρ. 31 του Προοιμίου της Οδηγίας 2019/1).

⁸⁸ Βλ. ΠΕΚ T- 198/98 *Micro Leader κατά Επιτροπής*, σκ. 57.

⁸⁹ Βλ. ΔΕΕ C-56/12 *PEFIM κατά Επιτροπής*, σκ. 71-72, όπου κρίθηκε χαρακτηριστικά ότι "*une plainte doit contenir des informations précises sur les faits don't on peut inférer qu'il y a infraction*" και ΠΕΚ T-192/07 *Comité dedéfensedelaviticulturecharentaise*, σκ. 74.

⁹⁰ Βλ. ΓενΔΕΕ T-699/14, *ToppsEuropeLtdκατά Επιτροπής*, σκ. 52.

⁹¹ Πρβλ. ΣτΕ 1363/2002, 750/2007.

⁹² Βλ., μεταξύ άλλων, ΠΕΚ T-114/92, *BEMIM κατά Επιτροπής*, σκ. 41.

⁹³ Πρβλ. ΠΕΚ συνεκδικασθείσες υποθέσεις T-68/89, T-77/89 και T-78/89, *SIV κ.λπ. κ. Επιτροπής*, σκ. 360.

VI Η ΑΡΧΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΕΑ

63. Στο πλαίσιο διερεύνησης της καταγγελίας της εταιρείας ΑΓΝΗ, η ΓΔΑ απέστειλε ερωτηματολόγια προς την καταγγέλλουσα⁹⁴ και την καταγγελλόμενη⁹⁵, με σκοπό την συλλογή των απαραίτητων στοιχείων και διευκρινίσεων. Όπως αναλύεται κατωτέρω⁹⁶, στο πλαίσιο των απαντήσεών της, η εταιρεία ΑΓΝΗ επανέφερε ισχυρισμούς συναφείς με πρακτικές οι οποίες είχαν αξιολογηθεί στο πλαίσιο των αποφάσεων ΕΑ 207/ΠΙ/2002 και 309/Υ/2006.

VI.1 ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑΣ ΘΕΣΗΣ ΤΗΣ COCA COLA 3E ΜΕΣΩ ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΗΣ ΕΠΙΘΕΤΙΚΗΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ

64. Προκειμένου να διαπιστωθεί εάν τα ως άνω καταγγελλόμενα⁹⁷ συνιστούν καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης μέσω πρακτικών επιθετικής τιμολόγησης, η ΓΔΑ απευθυνόμενη στην καταγγελλόμενη, ζήτησε και έλαβε⁹⁸ αναλυτικά στοιχεία κόστους και τιμής για όλα τα προϊόντα αναψυκτικών (coca cola, sprite, fanta orange και fanta lemon) για όλες τις συσκευασίες στις οποίες αυτά κυκλοφορούν. Ακολούθως, πραγματοποιήθηκε επεξεργασία των στοιχείων κόστους των προϊόντων της καταγγελλόμενης⁹⁹. Σκοπός της ανάλυσης είναι να εξεταστεί η σχέση κόστους - τιμής¹⁰⁰ βάσει της οποίας θα μπορούσε να θεμελιωθεί η παράβαση της επιθετικής τιμολόγησης, αλλά και να εξεταστούν οι ισχυρισμοί της καταγγέλλουσας επί των οποίων στηρίζονται τα καταγγελλόμενα. Ειδικότερα, για την αξιολόγηση της επιθετικής τιμολόγησης, απαιτείται σε πρώτη φάση η σύγκριση της τιμής με το μέσο συνολικό κόστος της δεσπόζουσας επιχείρησης. Στην περίπτωση που η τιμή είναι μεγαλύτερη του μέσου συνολικού κόστους¹⁰¹ ($P > ATC$), δεν θεωρείται ότι η καταγγελλόμενη ακολουθεί καταχρηστική πρακτική. Εάν η τιμή είναι μικρότερη του μέσου συνολικού κόστους αλλά μεγαλύτερη του μέσου μεταβλητού κόστους ($ATC > P > AVC$), για να τεκμηριωθεί ως καταχρηστική η συμπεριφορά της καταγγελλόμενης, πρέπει να υφίσταται και ένα τεκμηριωμένο σχέδιο εκτοπισμού του ανταγωνιστή. Στην περίπτωση που η τιμή είναι χαμηλότερη του μέσου μεταβλητού κόστους ($P < AVC$), τότε η συμπεριφορά της καταγγελλόμενης είναι καταρχήν καταχρηστική.

⁹⁴ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1213/17.2.2016 επιστολή της ΓΔΑ προς την ΑΓΝΗ.

⁹⁵ Βλ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 7915/11.11.2016 και 6416/09.10.2019 επιστολές της ΓΔΑ προς την COCA COLA 3E.

⁹⁶ Βλ. σχετικά ενότητα «ΛΟΙΠΟΙ ΙΣΧΥΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΥΣΑΣ» της παρούσας.

⁹⁷ Βλ. σχετικά ενότητα «ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΗΣ ΥΠΟΘΕΣΗΣ» της παρούσας.

⁹⁸ Βλ. τις υπ' αριθμ. 147/10.1.17 και 7293/11.11.19 προσκομίσεις στοιχείων

⁹⁹ Προσκομίστηκαν με την υπ' αριθ. πρωτ. 147/10.1.2017 επιστολή της COCA COLA 3E. Σύμφωνα με την προσκομισθείσα ανάλυση κόστους, για κάθε κωδικό προϊόντος αναψυκτικού προσκομίστηκε το [...].

¹⁰⁰ Βλ. ανάλυση της παρούσας ενότητας και ανάλυση της ενότητας «ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΕΑ ΕΠΙ ΤΗΣ ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΗΣ ΕΠΙΘΕΤΙΚΗΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΗΣ COCA COLA 3E ΔΥΝΑΜΕΙ ΤΗΣ ΥΠ' ΑΡΙΘ. 708/2020 ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΕΑ» της παρούσας.

¹⁰¹ Το μέσο συνολικό κόστος ισούται με άθροισμα του μέσου σταθερού και του μέσου μεταβλητού κόστους.

65. Από την ανάλυση των στοιχείων τιμής (λιανικής και χονδρικής) και κόστους για τα έτη 2012 –2019 (Ιαν – Οκτ), προκύπτει ότι για όλα τα προϊόντα ανθρακούχων αναψυκτικών (τύπου cola και λοιπά – non cola) και για όλες τις συσκευασίες, η καταγγελλόμενη τιμολογεί, τόσο σε επίπεδο λιανικής όσο και σε επίπεδο χονδρικής, σε τιμές κατά πολύ υψηλότερες του μέσου συνολικού κόστους¹⁰². Σημειώνεται δε, ότι καθώς το μέσο μεταβλητό κόστος και το μέσο σταθερό κόστος αποτελούν μέρη του μέσου συνολικού κόστους, τιμολόγηση άνω του μέσου συνολικού κόστους συνεπάγεται και τιμολόγηση άνω οποιουδήποτε στοιχείου μέσου κόστους. Ως εκ τούτου, κανένα από τα υπό εξέταση προϊόντα δεν πωλείται σε τιμή μικρότερη του μέσου συνολικού του κόστους.

66. Περαιτέρω, όπως προκύπτει από την ανάλυση των στοιχείων (βλ. Πίνακες 5 & 6 κατωτέρω), η απόκλιση της τιμής χονδρικής από το μέσο συνολικό κόστος είναι μεγάλη. Ειδικότερα, το ύψος της απόκλισης της τιμής χονδρικής από το μέσο συνολικό κόστος για το έτος 2012 είναι κατ' ελάχιστο [...] % (αφορά τα προϊόντα πορτοκαλάδα και λεμονάδα στη συσκευασία 250 RGB X 24) και μέγιστο κατά [...] % (αφορά το προϊόν Sprite στη συσκευασία 500 PETx24). Για όλο το εξεταζόμενο χρονικό διάστημα (2012 – Ιαν - Οκτ 2019) το εύρος των αποκλίσεων μεταξύ χονδρικής τιμής και μέσου συνολικού κόστους σταδιακά διευρύνεται. Ειδικότερα, το 2013 το ελάχιστο ποσοστό διαφοράς είναι [...] % (αφορά το προϊόν Coca Cola 250 RGB X 24). Από το 2014 και μετά το ελάχιστο ποσοστό διαφοράς είναι άνω του [...] %, ενώ κάποια έτη το ποσοστό διαφοράς είναι άνω του [...] % (π.χ. το έτος 2018 η διαφορά για το προϊόν fanta πορτοκαλάδα 500PET ανέρχεται σε [...] %).

Πίνακας 5: Διαφορά μέσου συνολικού κόστους με τιμή χονδρικής¹⁰³

Αναψυκτικό	Συσκευασία	2012	2012	2013	2013	2014	2014	2015	2015	2016	2016	2017	2017	2018	2018	2019 (Ιαν-Οκτ)	Ιαν – Οκτ 2019
		σε €	σε %	σε €	σε %	σε €	σε %	σε €	σε %	σε €	σε %	σε €	σε %	σε €	σε %	σε €	σε %
Coca Cola	500 PET X 24	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	330 CAN X 24	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	250 RGB X 24	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Sprite	500 PET X 24	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

¹⁰² Οι τιμές των προϊόντων είναι ίδιες για το σύνολο της ελληνικής επικράτειας και δεν υπάρχει διαφοροποίηση μεταξύ κρύας και ζεστής αγοράς. Η COCA COLA 3E στην υπ. αριθ. πρωτ. 147/10.1.2017 επιστολή της διευκρινίζει ότι [...] ενώ στην υπ' αριθ. πρωτ. 7293/12.11.2019 επιστολή της αναφέρει ότι: «[...]».

¹⁰³ Η σύγκριση του μέσου συνολικού κόστους με την τιμή χονδρικής αποτελεί το δυσμενέστερο δυνατό σενάριο για την καταγγελλόμενη, δεδομένου ότι η τιμή χονδρικής είναι χαμηλότερη της τιμής λιανικής.

**ΠΡΟΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ
ΣΤΗΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ
ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ**

	330 CAN X 24	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	250 RGB X 24	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Fanta <i>πορτοκαλάδα</i>	500 PET X 24	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	330 CAN X 24	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	250 RGB X 24	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Fanta <i>λεμονάδα</i>	500 PET X 24	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	330 CAN X 24	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	250 RGB X 24	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πίνακας 6: Διαφορά μέσου συνολικού κόστους με τιμή λιανικής

Αναψυκτικό	Συσκευασία	2012	2012	2013	2013	2014	2014	2015	2015	2016	2016	2017	2017	2018	2018	2019 (Ιαν-Οκτ)	Ιαν-Οκτ 2019
		σε €	σε %	σε €	σε %	σε €	σε %	σε €	σε %	σε €	σε %	σε €	σε %	σε €	σε %	σε €	σε %
Coca Cola	500 PET X 24	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]
	330 CAN X 24	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]
	250 RGB X 24	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]
Sprite	500 PET X 24	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]
	330 CAN X 24	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]
	250 RGB X 24	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]
Fanta <i>πορτοκαλάδα</i>	500 PET X 24	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]
	330 CAN X 24	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]
	250 RGB X 24	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]

**ΠΡΟΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ
ΣΤΗΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ
ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ**

Fanta <i>λεμονάδα</i>	500 PET X 24	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]
	330 CAN X 24	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]
	250 RGB X 24	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]	[..]

67. Επικουρικά, πραγματοποιήθηκε από την Υπηρεσία συγκριτική ανάλυση τιμής - κόστους περιλαμβανομένου στο τελευταίο και το κόστος των διαφημιστικών δαπανών¹⁰⁴. Όπως προκύπτει και από την ανάλυση αυτή, το μέσο συνολικό κόστος (περιλαμβανομένου και των δαπανών διαφήμισης) παραμένει καθόλη την εξεταζόμενη περίοδο σημαντικά χαμηλότερο των τιμών για όλα τα προϊόντα και όλες τις συσκευασίες. Επιπλέον, επικουρικά εξετάστηκαν οι μεταβολές των τιμών συγκριτικά με τις αντίστοιχες μεταβολές του κόστους.

68. Από την ανάλυση όλων των ανωτέρω προκύπτουν τα ακόλουθα συμπεράσματα σχετικά με τα διάφορα αναφερόμενα επιχειρήματα στην καταγγελία:

69. Το μέσο συνολικό κόστος των προϊόντων δεν είναι το ίδιο για όλα τα προϊόντα, γεγονός που καταρρίπτει τον ισχυρισμό της καταγγέλλουσας ότι η ακολουθούμενη για χρόνια τιμολογιακή πολιτική της καταγγελλόμενης, με ίδιες τιμές σε όλα τα αναψυκτικά (ήτοι Coca Cola, Sprite, Fanta κ.λπ) καταδεικνύει και ίδια κόστη παραγωγής για αυτά. Σχετικά με τους λόγους διαφοροποίησης του κόστους παραγωγής μεταξύ των διαφόρων τύπων αναψυκτικών, η COCA COLA 3E απαντάει σχετικά ότι «[...]»¹⁰⁵.

70. Δεν παρατηρείται ενιαία τάση (αυξητική ή φθίνουσα) στις μεταβολές τόσο των τιμών όσο και του κόστους μέσα στο υπό εξέταση χρονικό διάστημα 2013-2019. Αντιθέτως, οι μεταβολές των τιμών ανά τύπο αναψυκτικού[...].

71. Συναφώς, σχετικά με τον τρόπο διαμόρφωσης της τιμολογιακής της πολιτικής και το εάν αυτή διαφοροποιείται ανάλογα με την περιοχή δραστηριοποίησης της καταγγελλόμενης, το είδος ή τον κωδικό του προϊόντος, η COCA COLA 3E απαντάει σχετικά: «[...]»¹⁰⁶.

72. Προς επιβεβαίωση των ανωτέρω, η καταγγελλόμενη προσκόμισε τους τιμοκαταλόγους ισχύος 2011–2016, οι οποίοι εφαρμόζονται[...]. Από την επισκόπησή τους προκύπτει ότι πράγματι οι τιμές τιμοκαταλόγου COCA COLA, που παραθέτει η εταιρεία ΑΓΝΗ στην καταγγελία της, είναι ίδιες με τις τιμές στους [...] τιμοκαταλόγους της καταγγελλόμενης. Συνεπώς, δεν επιβεβαιώνεται ο ισχυρισμός της ΑΓΝΗ περί εφαρμογής επιλεκτικής τιμολόγησης από την εταιρεία COCA COLA στις

¹⁰⁴ Με τη με αριθ. πρωτ. 6416/9.10.2019 επιστολή της Υπηρεσίας ζητήθηκαν από την καταγγελλόμενη COCA COLA 3E στοιχεία κόστους διαφήμισης και προώθησης, καθώς και άλλα σχετικά έξοδα/ κόστη - εάν υπάρχουν - ανά προϊόν. Η καταγγελλόμενη στην υπ' αριθ. πρωτ. 7293/11.11.2019 επιστολή της διευκρίνισε ότι [...] προσκόμισε στοιχεία για το σύνολο των δαπανών διαφήμισης ανά έτος, «.../.../».

¹⁰⁵ Σχετ. η με αριθ. πρωτ. 147/10.1.2017 επιστολή της COCA COLA 3E.

¹⁰⁶ Βλ. τη με αριθ. πρωτ. 147/10.1.2017 επιστολή παροχής στοιχείων της COCACOLA 3E.

περιοχές δραστηριοποίησης της ΑΓΝΗ, καθώς η τιμολογιακή πολιτική της COCA COLA 3E [...].

VI.2 ΛΟΙΠΟΙ ΙΣΧΥΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΥΣΑΣ

73. Προκειμένου να διερευνηθεί τυχόν ύπαρξη στρατηγικής εκτοπισμού της ΑΓΝΗ, ζητήθηκε από την καταγγέλλουσα, να παράσχει διευκρινίσεις και στοιχεία¹⁰⁷, μεταξύ άλλων, για ενέργειες της καταγγελλόμενης που αποσκοπούν στον εξοβελισμό της ίδιας ή άλλων ανταγωνιστών από την αγορά. Η καταγγέλλουσα, απαντώντας στο σχετικό ερώτημα, αναφέρθηκε σε πρακτικές πίεσης προς τα τελικά σημεία, είτε για την μη τοποθέτηση ανταγωνιστικών σημάτων στα ψυγεία της, είτε για την υπόδειξη συνεργασίας μόνο με αποκλειστικούς χονδρεμπόρους της COCA COLA 3E. Η καταγγέλλουσα σημειώνει¹⁰⁸ ότι [...].

74. Προς απόδειξη των ισχυρισμών της, η καταγγέλλουσα προσκόμισε υπεύθυνη δήλωση¹⁰⁹ [...] ¹¹⁰ [...].

VII Η ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΕΑ ΕΠΙ ΤΗΣ ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΗΣ ΕΠΙΘΕΤΙΚΗΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΗΣ COCA COLA 3E ΔΥΝΑΜΕΙ ΤΗΣ ΥΠ' ΑΡΙΘ. 708/2020 ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΕΑ

75. Σε συνέχεια της υπ' αριθ. 708/2020 Απόφασης ΕΑ¹¹¹, και προκειμένου να διαπιστωθεί τυχόν πρακτική επιθετικής τιμολόγησης εκ μέρους της καταγγελλόμενης εταιρείας, η Υπηρεσία προέβη στις ακόλουθες επιπλέον ενέργειες:

Α) Προς διερεύνηση των παρ. 5(α), (δ), (ε) και (στ) της υπ' αριθ. 708/2020 Απόφασης ΕΑ εστάλησαν οι υπ' αριθ. πρωτ. οικ. 4548/26.5.2020 και 6806/23.7.2020 επιστολές παροχής στοιχείων προς την εταιρεία COCA COLA 3E, στις οποίες η εταιρεία ανταποκρίθηκε με τις υπ' αριθ. πρωτ. 6806/23.7.2020¹¹² και 7110/4.8.2020 απαντητικές επιστολές της.

Β) Προς διερεύνηση της παρ. 5(β) της υπ' αριθ. 708/2020 Απόφασης ΕΑ εστάλη η υπ' αριθ. πρωτ. οικ. 4549/26.5.2020 επιστολή προς την εταιρεία ΑΓΝΗ, στην οποία η τελευταία ανταποκρίθηκε με την υπ' αριθ. πρωτ. 5062/9.6.20 απαντητική επιστολή της.

¹⁰⁷ Συγκεκριμένα στην ερώτηση 8 του υπ αριθ. πρωτ. 1213/17.2.2016 ερωτηματολογίου αναφέρεται «[...]».

¹⁰⁸ Στην υπ. αριθ. πρωτ. 2473/1.4.2016 επιστολή της σε απάντηση της υπ' αριθ. πρωτ. 1598/02.03.2016 επιστολής της ΓΔΑ.

¹⁰⁹ Στην υπ. αριθ. 2473/1.4.2016 επιστολή της και τη συνημμένη σε αυτή υπεύθυνη δήλωση [...].

¹¹⁰ Όπως αναφέρει [...].

¹¹¹ Βλ. σχετικά ενότητα «ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΗΣ ΥΠΟΘΕΣΗΣ», παρ. 9-10 της παρούσας.

¹¹² Κατόπιν διευκρινιστικών ερωτήσεων της COCA COLA 3E, εστάλησαν οι υπ' αριθ. πρωτ. 5024/5.6.2020 [...] και 6547/14.7.2020 διευκρινιστικές επιστολές προς την εταιρεία. Τα αιτούμενα στοιχεία παρασχέθηκαν στην Υπηρεσία με τις υπ' αριθ. πρωτ. 6681/20.7.2020 και 6897/27.7.2020 απαντητικές επιστολές της COCA COLA 3E.

Γ) Προς διερεύνηση της παρ. 5(γ) της υπ' αριθ. 708/2020 Απόφασης ΕΑ, εστάλησαν επιστολές σε 30 τελικά σημεία πώλησης¹¹³, όπως αυτά προέκυψαν από την απάντηση της εταιρείας ΑΓΝΗ¹¹⁴.

76. Από τα συμπληρωματικά στοιχεία τα οποία συγκεντρώθηκαν κατά την έρευνα της Υπηρεσίας προκύπτουν τα ακόλουθα συμπεράσματα.

VII.1 ΠΙΘΑΝΑΛΟΓΟΥΜΕΝΗ ΕΠΙΘΕΤΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ COCA COLA 3E ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΟΥ (παρ. 5(α) της υπ' αριθ. 708/2020 Απόφασης ΕΑ)

77. Με την υπ' αριθ. πρωτ. 5309/15.6.5.20 επιστολή της, η εταιρεία COCA COLA 3E προσκόμισε το σύνολο των χορηγούμενων εκπτώσεων σε επίπεδο χονδρεμπορίου (σε αξία), για όλα τα προϊόντα αναψυκτικών τύπου non-coca cola (δηλαδή προϊόντα αναψυκτικών sprite, fanta orange και fanta lemon), στη συσκευασία 250cc, 24 τεμαχίων στο επιστρεφόμενο γυαλί, για τα έτη 2012 – 2019¹¹⁵. Οι εκπτώσεις αυτές περιλαμβάνουν τόσο τις [...] εκπτώσεις [...] εκπτώσεις [...] Σε αυτές περιλαμβάνονται και εκπτώσεις που [...]. Διακρίνονται περαιτέρω σε εκπτώσεις που [...].

78. Επί τη βάσει των προσκομισθέντων στοιχείων, που αντιστοιχούσαν σε ποσά, υπολογίστηκαν τα ποσοστά των ως άνω αναφερθέντων εκπτώσεων, όπως αυτά παρουσιάζονται στον Πίνακα 7.

Πίνακας 7: Εκπτώσεις χονδρεμπορίου 2012-2019 σε προϊόντα 250 RGB X 24

250 RGB X24	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
FANTA ORANGE NC F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
SPRITE F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
FANTA ORANGE F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
FANTA LEMON F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
FANTA ORANGE H GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
FANTA LEMON H GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
FANTA ORANGE NC H GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
SPRITE H GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
SPRITE IC GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Συνολική έκπτωση επί πραγματοποιηθέντος τζίρου	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: Υπολογισμοί της ΓΔΑ επί των προσκομισθέντων στοιχείων

¹¹³ Επισημαίνεται ότι παρόλο που τα συγκεκριμένα μέτρα έρευνας δεν εξυπηρετούσαν την οικονομία και αποτελεσματικότητα της έρευνας εν τέλει προκρίθηκαν, [...].

¹¹⁴ Αναλυτικά στοιχεία για τις αρχικές επιστολές, τις υπομνηστικές τους και τις απαντήσεις παρατίθενται κατωτέρω στον Πίνακα 8 της παρούσας.

¹¹⁵ Τα στοιχεία για το έτος 2019 αφορούν την περίοδο από 1.1.2019 – 31.10.2019.

VII.2 ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΗ ΕΠΙΘΕΤΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ COCA COLA ΣΕ ΣΤΟΥΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΑΓΝΗ (παρ. 5 (β) & (γ) της υπ' αριθ. 708/2020 Απόφασης ΕΑ)

79. Από τα προσκομισθέντα¹¹⁶ στοιχεία της εταιρείας ΑΓΝΗ για τους δέκα (10) μεγαλύτερους πελάτες της, ανά έτος για τα έτη 2012-2019, προέκυψαν συνολικά [...] τελικά σημεία πώλησης. Στα [...] εξ αυτών που παραμένουν σε λειτουργία¹¹⁷ εστάλησαν, επιστολές με αίτημα την παροχή στοιχείων και απάντησαν [...]¹¹⁸. Από τις υπόλοιπες επιστολές οι οποίες δεν απαντήθηκαν, οι [...] δεν παρελήφθησαν και επέστρεψαν, ενώ δεν κατέστη εφικτή ούτε η τηλεφωνική επικοινωνία μαζί τους, από το οποίο πιθανολογείται ότι έχουν σταματήσει τη λειτουργία τους¹¹⁹.

80. Στην πλειοψηφία τους και συγκεκριμένα τα [...] από τα συνολικά [...] τελικά σημεία που απάντησαν, δήλωσαν ότι δεν είχαν απευθείας συνεργασία με την COCA COLA¹²⁰.

81. Ενδεικτικά παρατίθενται απαντήσεις των ερωτηθέντων τελικών σημείων: Ο [...] που διατηρεί [...] αναφέρει: «*Ουδμία συνεργασία και συναναστροφή έχω με την εταιρεία COCA COLA. Τα προϊόντα που υπάρχουν στην επιχείρησή μου τα προμηθεύομαι απευθείας από την εταιρεία ΑΓΝΗ*»¹²¹. Η εταιρεία [...] που διατηρεί [...] σημειώνει: «*σας δηλώνω ότι, αν και μου έχουν προτείνει κατά διαστήματα προφορικά διάφορες προσφορές, ΔΕΝ είχα καμία εμπορική συνεργασία κατά το διάστημα 2012 - 2019 (κατ' έτος) για τα προϊόντα Sprite, Fanta Orange και Fanta Lemon με την εταιρεία COCA COLA 3E ΑΒΕΕ.*»¹²². Ο [...] που διατηρεί [...] σημειώνει: «*Η μόνη επαφή που είχα με την εταιρεία ήταν μέσω επίσημου αντιπροσώπου της για να μου παρέχει διαφημιστικό υλικό τύπου banner για τα τραπέζια της επιχείρησής μου*»¹²³. Η [...] που διατηρεί [...] αναφέρει «*Από το 2013 έως σήμερα που λειτουργεί η επιχείρησή υπήρξαν χρονικά διαστήματα συνεργασίας μόνο σε αλκοολούχα ποτά. Στο κομμάτι των*

¹¹⁶ Βλ. την με αριθ. πρωτ. 5062/9.6.2020 επιστολή της ΑΓΝΗ.

¹¹⁷ Στο πλαίσιο απάντησης της ΑΓΝΗ (βλ. την με αριθ. πρωτ. 6446/10.7.2020 επιστολή) σε σχετικό αίτημα της ΓΔΑ, η ΑΓΝΗ ενημέρωσε ότι [...] εξ αυτών των τελικών σημείων /πελατών της έχουν σταματήσει τη λειτουργία τους.

¹¹⁸ Από το σύνολο των τελικών σημείων που συνεχίζουν να λειτουργούν στην αγορά, απάντησαν περίπου το 50% εξ αυτών και, συνεπώς, το επιχείρημα της ΑΓΝΗ ότι το δείγμα είναι εσφαλμένο (Συνεδρίαση 52^η, Πρακτικά της 18^{ης} ΜΑΙΟΥ 2021, σελ. 7-8), ανεξαρτήτως αν συμβάλλονται απευθείας με την καταγγέλλουσα ή όχι, είναι τουλάχιστον απαράδεκτο και αλυσιτελές. Σε κάθε περίπτωση, η καταγγελία της εταιρείας αφορούσε συγκεκριμένη γεωγραφική αγορά της Ελληνικής επικράτειας και βάσει αυτής πραγματοποιήθηκε η έρευνα της Υπηρεσίας (Συνεδρίαση 52^η, Πρακτικά της 18^{ης} ΜΑΙΟΥ 2021, σελ. 33).

¹¹⁹ Δεν είναι λογική η αναφορά της εταιρείας ΑΓΝΗ κατά την ακροαματική διαδικασία της 18^{ης} Μαΐου 2021 περί εσφαλμένου ελάχιστου δείγματος, όταν τα στοιχεία έχουν προσκομισθεί από την ίδια την εταιρεία. Η αναφορά επίσης της εταιρείας ΑΓΝΗ ότι «..... [ε]γινε επικέντρωση στους 10 καλύτερους πελάτες της ΑΓΝΗ, είναι αυτοί που αντικειμενικά δεν βρέθηκαν στο στόχαστρο», αν μη τι άλλο κρίνεται τουλάχιστον ως απαράδεκτη. Βλ. σχετικά 52^η συνεδρίαση της ΕΑ, Πρακτικά της 18^{ης} Μαΐου 2021, σελ. 8.

¹²⁰ Ένας εκ των ερωτηθέντων, ο [...] αναφέρεται σε παροχή, εντούτοις αυτή αφορά διαφημιστικό υλικό τύπου banner για τα τραπέζια. Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 6704/21.7.2020 απαντητική επιστολή του.

¹²¹ Σχετ. η υπ' αριθ. πρωτ. 6458/13.7.2020 επιστολή του.

¹²² Σχετ. η υπ' αριθ. πρωτ. 6081/24.7.2020 επιστολή.

¹²³ Σχετ. η υπ' αριθ. πρωτ. 6704/21.7.2020 επιστολή του.

αναψυκτικών δεν υπήρξε συμφωνία λόγω της συνεργασίας μας αποκλειστικά με την τοπική επιχείρηση ΑΓΝΗ ΑΒΕΕ (πορτοκαλάδα-λεμονίτα)»¹²⁴. Ο [...] που [...] σημειώνει: «Δηλώνω ότι ουδέποτε συμβλήθηκα απευθείας με την εταιρεία Coca Cola 3E και δεν είχα καμία απολύτως προφορική γραπτή συμφωνία με την παραπάνω εταιρεία κα για το διάστημα που αναφέρεστε (2012-2019). Επίσης θα ήθελα να σας κάνω γνωστό ότι έχω προβεί στη ΔΟΥ [...] για διακοπή εργασιών από 31/5/2018»¹²⁵. Η [...] που διατηρούσε [...] σημειώνει: «Κατά το διάστημα 2012-2019 για τα προϊόντα Sprite, Fanta Orange και Fanta Lemon δεν υπήρχε καμία προφορική ή γραπτή συμφωνία με την εταιρία COCA COLA 3E ΑΒΕΕ για τη προμήθεια αυτών. Τα προμηθευόμασταν από τον έμπορο [...], ο οποίος σήμερα έχει κλείσει την εταιρία του και ανάλογα την παραγγελία μας έκανε κάποια έκπτωση. Θέλω επίσης να σας τονίσω ότι η επιχείρηση [...] που εβρίσκετο [...] Βοιωτίας έχει κλείσει»¹²⁶. Η [...] που διατηρεί [...] αναφέρει «ουδέποτε μου έχει γίνει κάποια πρόταση προσφορά από την εταιρεία Coca Cola 3E. Προμηθεύομαι τα αναψυκτικά μου από την ΑΓΝΗ ΑΒΕΕ και δεν πουλάμε προϊόντα Fanta Orange και Fanta lemon...»¹²⁷. Τέλος, η [...] που διατηρεί [...] αναφέρει «Θέλω να σας ενημερώσω ότι ποτέ δεν (είχα) έκανα καμία συμφωνία προφορική ή γραπτή με την εταιρεία COCA COLA 3E ΑΒΕΕ»¹²⁸.

82. Εξάλλου, στοιχεία για την τυχόν συνεργασία των εν λόγω σημείων με την COCA COLA 3E προκύπτουν και από τα προσκομισθέντα στοιχεία της ίδιας της καταγγελλόμενης¹²⁹. Συγκεκριμένα, στα προσκομισθέντα από την COCA COLA 3E στοιχεία συμπεριλαμβάνεται το σύνολο των τελικών σημείων στους νομούς Βοιωτίας και Φωκίδας με τα οποία η COCA COLA είχε συνεργασία μέσω έμμεσων συμφωνιών. Από τη συγκριτική αυτή ανάλυση προέκυψαν μόνο 4 «κοινοί» πελάτες. Από αυτούς, μόνο στην περίπτωση του ενός υπήρχε συνεργασία του τελικού σημείου και με τις δύο εταιρίες την ίδια χρονιά. Το ποσά που φαίνεται να λαμβάνουν τα εν λόγω σημεία είτε με τη μορφή εκπτώσεων είτε με τη μορφή κουπονιών, είναι πολύ μικρά έως αμελητέα. Αναλυτικά, τα αποτελέσματα της συγκριτικής αυτής ανάλυσης παρουσιάζονται στον Πίνακα 8.

Πίνακας 8: Κοινοί πελάτες ΑΓΝΗ – COCA COLA 3E

ΠΕΛΑΤΗΣ	COCA COLA 3E	ΑΓΝΗ (top 10)
---------	--------------	------------------

¹²⁴ Σχετ. η υπ' αριθ. πρωτ. 6734/22.7.2020 επιστολή.

¹²⁵ Σχετ. η υπ' αριθ. πρωτ. 7019/31.7.2020 επιστολή του.

¹²⁶ Σχετ. η υπ' αριθ. πρωτ. 6543/14.7.2020 επιστολή της.

¹²⁷ Σχετ. η υπ' αριθ. πρωτ. 7027/ 31.7.2020 επιστολή της.

¹²⁸ Σχετ. η υπ' αριθ. πρωτ. 7092/3.8.2020 επιστολή της.

¹²⁹ Συγκεκριμένα, η εταιρία COCA COLA απαντώντας σε σχετικό ερώτημα της ΓΔΑ προσκόμισε αναλυτικά στοιχεία χορηγούμενων εκπτώσεων σε τελικά σημεία πώλησης με τα οποία συμβάλλεται στη Βοιωτία και τη Φωκίδα, τα οποία έχουν πραγματοποιήσει αγορές προϊόντων τύπου non-coca cola (sprite, fanta orange και fanta lemon) στη συσκευασία 250cc, 24 τεμαχίων στο επιστρεφόμενο γυαλί για τα έτη 2012 – 2019 και τα οποία προμηθεύονται τα προϊόντα από χονδρεμπόρους της ελεύθερης επιλογής τους και όχι απευθείας από την εταιρία (βλ. Παράρτημα 2.Α. της υπ' αριθ. πρωτ. 5309/15.6.20 επιστολής της).

**ΠΡΟΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ
ΣΤΗΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ
ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ**

[...]	2017 [...] % έκπτωση [...] (sprite [...], fanta [...]) ευρώ & fanta [...] ευρώ 2016 κουπόνια αξίας [...] ευρώ για τα RGB fanta 2014 κουπόνια αξίας [...] ευρώ για τα RGB fanta και συνολικής αξίας [...] ευρώ για RGB sprite	2017
[...]	2016 [...] % έκπτωση [...] (sprite & fanta) [...] ευρώ 2017 [...] % έκπτωση [...] (sprite & fanta) [...] ευρώ 2018 [...] % έκπτωση [...] (sprite & fanta) [...] ευρώ	2014
[...]	2019 κουπόνια αξίας [...] ευρώ για τα RGB fanta	2016
[...]	2019 κουπόνια αξίας [...] ευρώ για τα RGB fanta	2013,2014,20 15,2016

Πηγή Επεξεργασία από ΓΔΑ των προσκομισθέντων στοιχείων

VII.3 ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΗ ΕΠΙΘΕΤΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ COCA COLA 3E ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΣΤΟΥΣ ΝΟΜΟΥΣ ΒΟΙΩΤΙΑΣ ΚΑΙ ΦΩΚΙΔΑΣ (παρ. 5 (δ) της υπ' αριθ. 708/2020 Απόφασης της ΕΑ)

83. Με την υπ' αριθ. πρωτ. 5309/15.6.5.2020 επιστολή της, η εταιρεία COCA COLA 3E προσκόμισε αναλυτικά στοιχεία που αφορούν στις χορηγούμενες εκπτώσεις σε επίπεδο λιανικής, για τα προϊόντα τύπου non-coca cola (δηλαδή προϊόντα αναψυκτικών sprite, fanta orange και fanta lemon), στη συσκευασία 250cc, 24 τεμαχίων στο επιστρεφόμενο γυαλί. Τα παρεχόμενα στοιχεία εκπτώσεων αφορούν τα τελικά σημεία πώλησης με τα οποία συμβάλλεται η εταιρεία, μέσω της παροχής εκπτώσεων ή άλλων παροχών, κουπονιών κ.λπ. ενώ για την προμήθεια των προϊόντων τα σημεία συμβάλλονται με κάποιο χονδρέμπορο με ανεξάρτητη από την COCA COLA 3E εμπορική συνεργασία. Όπως διευκρινίστηκε από την εταιρεία, στους νομούς Βοιωτίας και Φωκίδας [...] ¹³⁰. [...].

84. Ως προς τις [...], το τελικός ύψος των αποδιδόμενων εκπτώσεων καθορίζεται μετά [...]. [...]. Με δεδομένο ότι οι χορηγούμενες εκπτώσεις αφορούν σε [...], τα παρεχόμενα στοιχεία των χορηγούμενων εκπτώσεων για τη συσκευασία 250cc, 24 τεμαχίων στο επιστρεφόμενο γυαλί, [...].

85. Επί τη βάση των προσκομισθέντων στοιχείων, παρουσιάζονται στον Πίνακα 9 τα ποσοστά εκπτώσεων για κάθε προϊόν για τα έτη 2012-2019 ¹³¹.

Πίνακας 9 Ανάλυση χορηγούμενων εκπτώσεων σε επίπεδο λιανικής, 2012-2019 στους νομούς Βοιωτίας και Φωκίδας (έμμεσες συμφωνίες)

Έτος	Προϊόν - 250 RGB X24	Πωλήσεις RGB (σε €)	Κόστος Έκπτωσης [...] (σε €)	Κόστος Έκπτωσης [...] (σε €)	% Έκπτωση [...]	% Έκπτωση [...]	% Σύνολο Εκπτώσεων Λιανικής
------	----------------------	---------------------	------------------------------	------------------------------	-----------------	-----------------	-----------------------------

¹³⁰ Σημειώνεται ότι σε συνέχεια της υπ' αριθ. πρωτ. 4697/29.05.2020 ηλεκτρονικής επιστολής της καταγγελλόμενης για την παροχή διευκρινίσεων, παραστέθηκε με την υπ' αριθ. πρωτ. 5024/5.6.2020 επιστολή της Υπηρεσίας η διευκρίνιση, ότι [...].

¹³¹ Σχετ. η υπ' αριθ. πρωτ. 5309/15.6.2020 επιστολή της COCA COLA 3E.

**ΠΡΟΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ
ΣΤΗΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ
ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ**

2012	FANTA ORANGE NC H GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2013	FANTA LEMON F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	FANTA ORANGE F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	FANTA ORANGE NC F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	SPRITE F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2014	FANTA LEMON F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	FANTA ORANGE F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	FANTA ORANGE NC F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	SPRITE F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2015	FANTA LEMON F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	FANTA ORANGE F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	FANTA ORANGE NC F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	SPRITE F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2016	FANTA LEMON F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	FANTA ORANGE F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	FANTA ORANGE NC F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	SPRITE F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2017	FANTA LEMON F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	FANTA ORANGE F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	FANTA ORANGE NC F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	SPRITE F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2018	FANTA LEMON F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	FANTA ORANGE F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	FANTA ORANGE NC F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	SPRITE F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2019	FANTA LEMON F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	FANTA ORANGE F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	FANTA ORANGE NC F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	SPRITE F GR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
		[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή : Υπολογισμοί ΓΔΑ επί των προσκομισθέντων στοιχείων (σχετ. Παράρτημα 2Α της υπ' αριθ. πρωτ.. 5309/15.6.2020 επιστολής της COCA COLA)

86. Ως προς τα κουπόνια, αυτά αφορούν [...]. Στον Πίνακα 10 παρουσιάζεται το ύψος των αποδοθέντων κουπονιών στους νομούς Βοιωτίας και Φωκίδας για το εξεταζόμενο χρονικό διάστημα. Σημειώνεται ότι, το έτος 2018[...]¹³².

Πίνακας 10: Ανάλυση αποδοθέντων κουπονιών στους νομούς Βοιωτίας και Φωκίδας για τα έτη 2012-2019 (προωθητικές ενέργειες)

Βοιωτία - Φωκίδα	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Πωλήσεις ανά προϊόν σε €								
250 RGB X24 SPRITE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
250 RGB X24 FANTA ORANGE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
250 RGB X24 FANTA LEMON	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Σύνολο	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

¹³² Όπως διευκρινίστηκε με την υπ' αριθ. πρωτ. 6681/20.7.2020 επιστολή της COCA COLA 3Ε.

ecoupons ανά προϊόν σε €	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
250 RGB X24 SPRITE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
250 RGB X24 FANTA ORANGE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
250 RGB X24 FANTA LEMON	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Σύνολο	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ecoupons ανά προϊόν σε %	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
250 RGB X24 SPRITE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
250 RGB X24 FANTA ORANGE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
250 RGB X24 FANTA LEMON	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: Επεξεργασία από ΓΔΑ των προσκομισθέντων στοιχείων

VII.4 ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ (ROYALTIES) (παρ. 5 (ε) της υπ' αριθ. 708/2020 Απόφασης της ΕΑ)

87. Με την υπ' αριθ. πρωτ 5309/15.06.2020 επιστολή της η COCA COLA 3E διευκρινίζει ότι:

«Όπως ρητά προβλέπεται στην συμφωνία εμφιάλωσης (*Bottler's Agreement*)^[133] μεταξύ της Εταιρείας μας και της *The Coca-Cola Company (TCCC)*, [...]

[...] [...]»¹³⁴.

VII.5 ΔΑΠΑΝΕΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ (παρ. 5 (στ) της υπ' αριθ. 708/2020 Απόφασης της ΕΑ)

88. Με την υπ' αριθ. πρωτ. 5309/15.06.2020 επιστολή της¹³⁵ η COCA COLA 3E διευκρινίζει ότι [...]. Συγκεκριμένα αναφέρει «...[...]»¹³⁶.

VII.6 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΤΙΜΩΝ – ΚΟΣΤΟΥΣ

VII.6.1 ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΗ ΕΠΙΘΕΤΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΟΥ

89. Βάσει των ως άνω εκπτώσεων που έχουν αποδοθεί στο κανάλι του χονδρεμπορίου, παρατίθεται στον Πίνακα 11 συγκριτική παρουσίαση του συνολικού ποσοστού χονδρεμπορικών εκπτώσεων και της ποσοστιαίας διαφοράς μεταξύ της τιμής χονδρικής με το Μέσο Συνολικό Κόστος (εφεξής και «ΜΣΚ»).

90. Όπως προκύπτει, από τον Πίνακα 11, για την χρονική περίοδο 2012 – 2019¹³⁷ και για όλα τα εξεταζόμενα προϊόντα (Sprite, Fanta Πορτοκαλάδα και Λεμονάδα στη συσκευασία των 250 RGB x 24), το ποσοστό της διαφοράς μεταξύ της τιμής χονδρικής

¹³³ Βλ. σχετικά και την υπ' αριθμ. πρωτ. 6681/20.07.2020 επιστολή της εταιρίας, Παράρτημα 5.i (*Bottler's Agreement*) μεταξύ της COCA COLA 3E και της TCCC (σελ. 6, υπό 13), όπου προβλέπεται ρητά ότι «...[...],».

¹³⁴ Στην απάντησή της η εταιρία με την υπ' αριθ. πρωτ 5309/15.06.2020 επιστολή της αναφέρει ότι κατά την ακροαματική διαδικασία ενώπιον της ΕΑ (Πρακτικά της 30^{ης} Ιανουαρίου 2020, Συνεδρίαση 4^η της ΕΑ, σελ. 28),[...].

¹³⁵ Βλ. σχετικά και Συνεδρίαση 52^η της ΕΑ, Πρακτικά της 18^{ης} ΜΑΙΟΥ 2021, σελ. 12). Όπως αναφέρεται σχετικά από την καταγγελλόμενη[...].

¹³⁶ Βλ. σχετικά και παρ. 63, υπ. 105 και Πίνακες 4 & 5 της υπ' αριθ. πρωτ. 7088/28.11.2019 Έκθεσης του Εισηγητή.

¹³⁷ Τα στοιχεία έτους 2019 αφορούν την περίοδο από 1.1.2019 – 1.10.2019.

με το Μέσο Συνολικό Κόστος ξεπερνάει κατά πολύ το συνολικό ποσοστό εκπτώσεων. Ως εκ τούτου, ακόμα και αν αφαιρεθούν οι εκπτώσεις προς το χονδρεμπόριο από την τιμή χονδρικής, η τελευταία είναι πολύ μεγαλύτερη από το μέσο συνολικό κόστος. Συγκεκριμένα, η διαφορά της καθαρής χονδρικής τιμής κυμαίνεται από περίπου [...] % (το 2012 για τα προϊόντα Fanta πορτοκαλάδα και λεμονάδα) μέχρι [...] % (το 2018 για το προϊόν Sprite).

91. Περαιτέρω, εάν στο ΜΣΚ συνυπολογισθούν και οι δαπάνες διαφήμισης και πραγματοποιηθεί η σύγκριση μεταξύ της καθαρής τιμής χονδρικής (αφαιρουμένων δηλαδή των εκπτώσεων χονδρεμπορίου) και του ΜΣΚ περιλαμβανομένων των δαπανών διαφήμισης (Πίνακας 12), προκύπτει ότι η καθαρή τιμή χονδρεμπορίου είναι για την χρονική περίοδο 2012-2019¹³⁸ και για όλα τα υπό εξέταση προϊόντα μεγαλύτερη του μέσου συνολικού κόστους. Καθώς υπό οποιαδήποτε θεώρηση η χονδρική τιμή αφαιρουμένων των σχετικών εκπτώσεων είναι μεγαλύτερη του μέσου συνολικού κόστους, παρέλκει η περαιτέρω σύγκριση της τιμής με οποιοδήποτε άλλο στοιχείο κόστους (π.χ. μέσο μεταβλητό κόστος)¹³⁹.

Πίνακας 11: Διαφορά καθαρής τιμής χονδρικής (αφαιρουμένων των εκπτώσεων χονδρεμπορίου) με ΜΣΚ (σε € και ποσοστιαία)

	2012	2012	2013	2013	2014	2014	2015	2015	2016	2016	2017	2017	2018	2018	2019	2019
250 RGB X 24	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%
Sprite	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Fanta πορτοκαλάδα	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Fanta λεμονάδα	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: Επεξεργασία της ΓΔΑ επί των προσκομισθέντων στοιχείων

Πίνακας 12: Διαφορά καθαρής τιμής χονδρικής (αφαιρουμένων των εκπτώσεων χονδρεμπορίου) με ΜΣΚ περιλαμβανομένων των δαπανών διαφήμισης (σε € και ποσοστιαία)

	2012	2012	2013	2013	2014	2014	2015	2015	2016	2016	2017	2017	2018	2018	2019	2019
250 RGB X 24	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%
Sprite	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Fanta πορτοκαλάδα	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Fanta λεμονάδα	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: Επεξεργασία της ΓΔΑ επί των προσκομισθέντων στοιχείων

¹³⁸ Τα στοιχεία του 2019 αφορούν την περίοδο από 1.1.2019 – 31.10.2019.

¹³⁹ Ο.π.

**VII.6.2ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΗ ΕΠΙΘΕΤΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ –
ΚΟΥΠΟΝΙΑ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟΥ**

92. Βάση των αποδοθέντων εκπτώσεων από την COCA COLA 3E στο πλαίσιο ειδικών συμφωνιών της με έμμεσους πελάτες λιανικής, καθώς και των αποδοθέντων κουπονιών σε πελάτες¹⁴⁰ των νομών Βοιωτίας και Φωκίδας, πραγματοποιήθηκε συγκριτική ανάλυση της καθαρής τιμής λιανικής, ήτοι αφαιρουμένων των εκπτώσεων λιανικής και των κουπονιών από την τιμή λιανικής, με το Μέσο Συνολικό και Μέσο Μεταβλητό Κόστος (εφεξής και «ΜΜΚ»), στις περιπτώσεις που αυτό κρίθηκε απαραίτητο (βλ. κατωτέρω την μεμονωμένη περίπτωση της Fanta λεμονάδα για το 2016). Τα αποτελέσματα της ανάλυσης αυτής παρουσιάζονται στον Πίνακα 14 κατωτέρω.

93. Όπως προκύπτει από τον Πίνακα 13, για την χρονική περίοδο 2012 - 2019¹⁴¹ και για όλα τα εξεταζόμενα προϊόντα (Sprite, Fanta Πορτοκαλάδα και Λεμονάδα στη συσκευασία των 250 RGB x 24), η διαφορά μεταξύ καθαρής λιανικής τιμής και ΜΣΚ είναι σε όλες τις περιπτώσεις θετική. Συγκεκριμένα, η ως άνω διαφορά κυμαίνεται από [...] % (το 2012 για τα προϊόντα Fanta πορτοκαλάδα) μέχρι [...] % (το 2018 για το προϊόν Sprite), με εξαίρεση το 2016 για το προϊόν Fanta λεμονάδα όπου η διαφορά είναι θετική κατά [...] %.

94. Στην περίπτωση που συμπεριληφθούν και οι δαπάνες διαφήμισης στα στοιχεία κόστους (Πίνακας 14) και πραγματοποιηθεί σύγκριση της καθαρής τιμής λιανικής (συμπεριλαμβανόμενων δηλαδή των εκπτώσεων λιανικής και κουπονιών) και του μέσου συνολικού κόστους (συμπεριλαμβανομένων των δαπανών διαφήμισης), τότε η σχέση καθαρής τιμής λιανικής με μέσο συνολικό κόστος παραμένει σε όλες τις περιπτώσεις θετική, με εξαίρεση μεμονωμένη περίπτωση αυτή της Fanta λεμονάδα για το 2016, όπου η καθαρή τιμή λιανικής είναι μικρότερη του ΜΣΚ αλλά πάντως ανώτερη του ΜΜΚ.

Πίνακας 13: Διαφορά καθαρής τιμής λιανικής (αφαιρουμένων των εκπτώσεων & κουπονιών) με ΜΣΚ (σε € και ποσοστιαία)

	2012	2012	2013	2013	2014	2014	2015	2015	2016	2016	2017	2017	2018	2018	2019	2019
250 RGB X 24	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%
Sprite	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Fanta πορτοκαλάδα	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Fanta λεμονάδα	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: Υπολογισμοί της ΓΛΑ επί των προσκομισθέντων στοιχείων

¹⁴⁰ Κατά κύριο λόγο οι έμμεσοι πελάτες της εταιρίας (ήτοι τα τελικά σημεία πώλησης που προμηθεύονται από χονδρεμπόρους) και που σχεδόν στο σύνολο τους [...]. Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 7110/4.8.2020 επιστολή της COCA COLA 3E.

¹⁴¹ Τα στοιχεία έτους 2019 αφορούν την περίοδο από 1.1.2019 – 1.10.2019.

Πίνακας 14: Διαφορά καθαρής τιμής λιανικής (αφαιρουμένων των εκπτώσεων και κουπονιών σε € και ποσοστιαία) με ΜΣΚ (περιλαμβανομένων των δαπανών διαφήμισης)

	2012	2012	2013	2013	2014	2014	2015	2015	2016	2016	2017	2017	2018	2018	2019	2019
250 RGB X 24	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%
Sprite	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Fanta πορτοκαλάδα	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Fanta λεμονάδα	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: Επεξεργασία της ΓΔΑ επί των προσκομισθέντων στοιχείων

95. Καθώς υπό οποιαδήποτε θεώρηση η λιανική τιμή αφαιρουμένων των σχετικών εκπτώσεων και κουπονιών είναι μεγαλύτερη του μέσου συνολικού κόστους (εκτός της περίπτωσης Fanta λεμονάδα για το έτος 2016), παρέλκει η περαιτέρω σύγκριση της τιμής με οποιοδήποτε άλλο στοιχείο κόστους (π.χ. MMK). Ως προς τη Fanta λεμονάδα για το έτος 2016, όπου προκύπτει ότι η τιμή αφαιρουμένων των εκπτώσεων και κουπονιών είναι μικρότερη του ΜΣΚ, σημειώνεται ότι αυτή είναι μεγαλύτερη του MMK, ακόμα και εάν σε αυτό συμπεριληφθούν οι δαπάνες διαφήμισης. Η δε ποσοστιαία διαφορά καθαρής τιμής λιανικής με MMK (περιλαμβανομένων των δαπανών διαφήμισης) ανέρχεται σε [...] % (βλ. Πίνακα 15).

Πίνακας 15: Διαφορά καθαρής τιμής λιανικής Fanta λεμονάδα- έτος 2016 (αφαιρουμένων των εκπτώσεων και κουπονιών σε € και ποσοστιαία) με MMK

2016	Τιμή Λιανικής	Σύνολο Εκπτώσεων	Σύνολο Κουπονιών	Καθαρή τιμή	MMK	MMK+Δαπάνες διαφήμισης	Διαφορά MMK, με καθαρή τιμή λιανικής σε €	Διαφορά MMK, με καθαρή τιμή λιανικής %	Διαφορά MMK+ διαφήμιση, με καθαρή τιμή λιανικής σε €	Διαφορά MMK+ διαφήμιση, με καθαρή τιμή λιανικής %
Fanta λεμονάδα- 250 RGB X 24	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: Επεξεργασία της ΓΔΑ επί των προσκομισθέντων στοιχείων

VIII ΥΠΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΑ ΥΠΟΘΕΣΗ ΕΠΙ ΤΗΣ ΑΡΧΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΤΗΣ ΕΑ

96. Κατά την ΕΑ, από τα στοιχεία τα οποία επικαλέστηκε και προσκόμισε η καταγγέλλουσα, από την έρευνα της Υπηρεσίας και τον φάκελο της υπόθεσης, δεν προκύπτουν ενδείξεις παράβασης του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011 λόγω στρατηγικής επιθετικής τιμολόγησης ή πρακτικών επιλεκτικής μείωσης τιμών στα ανταγωνιστικά προς την καταγγέλλουσα προϊόντα της COCA COLA 3E με σκοπό τον εξοβελισμό της καταγγέλλουσας. Ειδικότερα, επι των ισχυρισμών της καταγγέλλουσας προκύπτουν τα ακόλουθα¹⁴²:

¹⁴² Σε σχέση με τον ισχυρισμό της πιθανολογούμενης επιθετικής τιμολόγησης εκ μέρους της καταγγελλόμενης, βλ. σχετικά ενότητα «ΥΠΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΑ ΥΠΟΘΕΣΗ ΕΠΙ ΤΗΣ ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΗΣ ΕΠΙΘΕΤΙΚΗΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΗΣ COCA COLA 3E ΔΥΝΑΜΕΙ ΤΗΣ ΥΠ' ΑΡΙΘ. 708/2020 ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΕΑ» της παρούσας.

VIII.1 ΕΠΙ ΤΟΥ ΙΣΧΥΡΙΣΜΟΥ ΠΕΡΙ ΕΠΙΛΕΚΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΧΑΜΗΛΩΝ ΤΙΜΩΝ

97. Κατά την κρίση της ΕΑ, η εταιρεία COCA COLA 3E δεν εφαρμόζει καταχρηστική επιλεκτική προσφορά χαμηλών στις περιοχές δραστηριοποίησης της καταγγέλλουσας¹⁴³ και στα προϊόντα τα οποία αυτή εμπορεύεται. Πράγματι, σύμφωνα με την ανωτέρω ανάλυση, η τιμολογιακή πολιτική της COCA COLA 3E, εκτός του ότι διαμορφώνεται σε επίπεδα ανώτερα του κόστους, [...] ¹⁴⁴. Σε κάθε περίπτωση, ακόμα και αν ήθελε θεωρηθεί ότι εν προκειμένω η διαφορετική τιμολόγηση μεταξύ διαφορετικών προϊόντων συνιστά επιλεκτική μείωση τιμών, *quod non*, από τα στοιχεία του φακέλου της υπόθεσης δεν προκύπτει ότι η καταγγελλόμενη εξέδωσε τους επίμαχους τιμοκαταλόγους προς το σκοπό της ευθυγράμμισής τους με αυτούς της καταγγέλλουσας και της εξάλειψης κάθε ανταγωνισμού. Συναφώς, η καταγγέλλουσα αλυσιτελώς επικαλείται την υπόθεση *CMBT*¹⁴⁵, καθώς η τιμολογιακή πολιτική της καταγγελλόμενης δεν εμφανίζει τα χαρακτηριστικά μιας στρατηγικής μαχητικών πλοίων, όπως αυτή εκτίθεται στο σκεπτικό της εν λόγω απόφασης. Συνεπώς, οι σχετικοί με τα ανωτέρω ισχυρισμοί πρέπει να απορριφθούν ως νόμω και ουσία αβάσιμοι.

VIII.2 ΕΠΙ ΤΟΥ ΙΣΧΥΡΙΣΜΟΥ ΠΕΡΙ ΣΤΑΥΡΟΕΙΔΟΥΣ ΕΠΙΔΟΤΗΣΗΣ

98. Επί του ισχυρισμού της καταγγέλλουσας περί σταυροειδούς επιδότησης εκ μέρους της καταγγελλόμενης, κατά την ΕΑ, όπως επισημαίνεται από την κατωτέρω ανάλυση αναφορικά με την τυχόν επιθετική τιμολόγηση και την ανωτέρω ανάλυση σχετικά με την τυχόν επιλεκτική προσφορά χαμηλών τιμών, η καταγγελλόμενη δεν χρησιμοποίησε τα έσοδά της στις αγορές όπου δεν υφίστανται ανταγωνιστικές πιέσεις για να καλύψει τη ζημία της σε αυτές που υφίστανται και δη σε αυτές που δραστηριοποιείται η καταγγέλλουσα, δεδομένου ότι η καταγγελλόμενη δεν τιμολογεί κάτω του κόστους της εν γένει, ούτε στις αγορές δραστηριοποίησης της καταγγέλλουσας ειδικότερα και ως εκ τούτου δεν υφίσταται ζημιά στις ανωτέρω αγορές. Σε κάθε περίπτωση, ακόμα και αν ήθελε θεωρηθεί ότι το γεγονός αυτό συνέβη, δεν συνιστά από μόνο του παράβαση του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011. Και τούτο διότι κατά την ανάλυση της παρούσας, δεν υφίστανται ενδείξεις ότι τυχόν σταυροειδής επιδότηση από την καταγγελλόμενη σχετίζεται με άλλες καταχρηστικές πρακτικές. Συνεπώς, οι ισχυρισμοί της καταγγέλλουσας περί πιθανολογούμενης σταυροειδούς επιδότησης πρέπει να απορριφθούν ως νόμω και ουσία αβάσιμοι.

VIII.3 ΕΠΙ ΤΩΝ ΛΟΙΠΩΝ ΙΣΧΥΡΙΣΜΩΝ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΥΣΑΣ

99. Όπως έχει ήδη εκτεθεί ανωτέρω¹⁴⁶, η ΑΓΝΗ, με μεταγενέστερη επιστολή της, η οποία προσκομίστηκε σε απάντηση επιστολής παροχής στοιχείων της ΓΔΑ, αναφέρεται σε πρακτική της καταγγελλόμενης για άσκηση πίεσης στα τελικά σημεία,

¹⁴³ Βλ. ανωτέρω ενότητα «ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΗΣ ΥΠΟΘΕΣΗΣ» της παρούσας.

¹⁴⁴ Βλ. την ενότητα «Η ΑΡΧΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΕΑ» της παρούσας.

¹⁴⁵ Βλ. σχετικά ενότητα «Επί της επιλεκτικής προσφοράς χαμηλών τιμών» της παρούσας.

¹⁴⁶ Βλ. σχετικά ενότητα «ΛΟΙΠΟΙ ΙΣΧΥΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΥΣΑΣ» της παρούσας.

μέσω των παρεχόμενων από την εταιρεία ψυγείων, για αποκλεισμό ανταγωνιστικών προϊόντων¹⁴⁷. Προς απόδειξη του ισχυρισμού της, προσκομίζει σχετική υπεύθυνη δήλωση [...] ¹⁴⁸, [...].

100. Η αξιολόγηση των εν λόγω ισχυρισμών στο πλαίσιο της παρούσας καταρχήν παρέλκει, καθώς δεν προκύπτει ότι συνδέονται ή τεκμηριώνουν την αποδιδόμενη με την καταγγελία παράβαση. Σε κάθε περίπτωση, οι ισχυρισμοί εξετάζονται συνοπτικά κατωτέρω για λόγους πληρότητας της ανάλυσης.

101. Όπως αναγνωρίζεται στην υπεύθυνη δήλωση, [...] ¹⁴⁹. [...] ¹⁵⁰. [...] ¹⁵¹. Ελλείψει άλλων συγκλινουσών ενδείξεων, η προσκομισθείσα υπεύθυνη δήλωση η οποία προσκομίσθηκε εκ των υστέρων¹⁵², συντάχθηκε ενόψει και για χρήση στην παρούσα διαδικασία και όχι σε ανύποπτο χρόνο, χορηγήθηκε δε [...] δεν αρκεί για να στηρίξει με αποδεικτικά στοιχεία τις θέσεις της καταγγέλλουσας [...].

102. Ως εκ τούτου, κατά την ΕΑ, ο ισχυρισμός της εταιρείας ΑΓΝΗ περί κατάχρησης της δεσπόζουσας θέσης της καταγγελλόμενης, μέσω της άσκησης πίεσης για απομάκρυνση ψυγείων της COCA COLA 3E, προκειμένου να επιτευχθεί η μη τοποθέτηση ανταγωνιστικών προϊόντων [...], δεν τεκμηριώνεται από τα στοιχεία του φακέλου και κρίνεται ως αβάσιμος. Ομοίως, από τα στοιχεία του φακέλου της υπόθεσης δεν τεκμηριώνεται στο απαιτούμενο αποδεικτικό μέτρο και πρέπει να απορριφθεί ως αβάσιμος ο ισχυρισμός της καταγγέλλουσας για διακριτική μεταχείριση των αποκλειστικών πρατηριούχων της COCA COLA 3E σε βάρος της ΑΓΝΗ¹⁵³.

ΙΧ ΥΠΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΑ ΥΠΟΘΕΣΗ ΕΠΙ ΤΗΣ ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΗΣ ΕΠΙΘΕΤΙΚΗΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΗΣ COCA COLA 3E ΔΥΝΑΜΕΙ ΚΑΙ ΤΗΣ ΥΠ' ΑΡΙΘ. 708/2020 ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΕΑ

103. Ο ισχυρισμός της καταγγέλλουσας ότι η COCA COLA 3E επί σειρά ετών διέθετε στην ίδια τιμή τα προαναφερθέντα προϊόντα και συνεπώς το κόστος παρασκευής ήταν ίδιο για αυτά τα προϊόντα, δεν αποδείχτηκε τόσο από την αρχική έρευνα της ΕΑ¹⁵⁴, όσο και από την συμπληρωματική έρευνα της ΕΑ, δυνάμει της υπ'

¹⁴⁷ Βλ. την από 1.4.2016 επιστολή της, το περιεχόμενο της οποίας παρατίθεται ανωτέρω στην ενότητα «ΛΟΙΠΟΙ ΙΣΧΥΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΥΣΑΣ» της παρούσας.

¹⁴⁸ Βλ. ενότητα «ΛΟΙΠΟΙ ΙΣΧΥΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΥΣΑΣ» της παρούσας.

¹⁴⁹ Ο.π.

¹⁵⁰ Ο.π.

¹⁵¹ Βλ. υπεύθυνη δήλωση όπου αναφέρεται [...].

¹⁵² Στο πλαίσιο της με αρ. πρωτ. πρωτ. 2473/1.4.2016 επιστολής παροχής στοιχείων.

¹⁵³ Σε κάθε περίπτωση, οι ανωτέρω ισχυρισμοί μπορούν να ληφθούν υπόψη ως γενική πληροφόρηση σχετικά με την αγορά των αναψυκτικών τύπου cola ή και λοιπών ανθρακούχων αναψυκτικών (non – colas) σε περίπτωση τυχόν σχετικής αυτεπάγγελτης έρευνας της Υπηρεσίας στις εν λόγω σχετικές αγορές προϊόντος.

¹⁵⁴ Βλ. σχετικά ενότητα «ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑΣ ΘΕΣΗΣ ΤΗΣ COCA COLA 3E ΜΕΣΩ ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΗΣ ΕΠΙΘΕΤΙΚΗΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ» της παρούσας.

αριθ. 708 Απόφασης ΕΑ¹⁵⁵. Ειδικότερα, από την αρχική έρευνα της ΕΑ προκύπτει ότι τυχόν αύξηση της τιμής ορισμένων εξ αυτών των προϊόντων και όχι όλων ή η μη αύξηση των τιμών όλων των προϊόντων στο ίδιο επίπεδο αποδεικνύει ότι τα προϊόντα των οποίων οι τιμές δεν τροποποιήθηκαν κατά το ίδιο ποσοστό τιμολογούνται άνω του κόστους της καταγγελλόμενης και όχι κάτω του κόστους, όπως εσφαλμένα ισχυρίζεται η καταγγέλλουσα. Άλλωστε, σύμφωνα με την ανάλυση που προηγήθηκε¹⁵⁶, είναι επιτρεπτή η εκ μέρους της καταγγελλόμενης τιμολόγηση διαφορετικών προϊόντων με διαφορετικές τιμές, ακόμα και αν αυτά έχουν το ίδιο κόστος. Και τούτο διότι ακόμα και αν ήθελε θεωρηθεί ότι οι ανωτέρω ισχυρισμοί της καταγγέλλουσας ευσταθούν, δεν είναι ικανοί από μόνοι τους να θεμελιώσουν την καταγγελλόμενη παράβαση. Συναφώς, δεν προκύπτουν από τα στοιχεία του φακέλου της υπόθεσης επαρκείς ενδείξεις παράβασης δυνάμενες να δικαιολογήσουν τη λήψη συγκεκριμένων πρόσθετων μέτρων έρευνας προς το σκοπό της περαιτέρω διερεύνησης της καταγγελλόμενης παράβασης¹⁵⁷.

104. Σε κάθε περίπτωση, ούτε από την έρευνα της Υπηρεσίας προέκυψαν ενδείξεις περί του αντιθέτου. Πράγματι, όπως αναφέρθηκε και ανωτέρω¹⁵⁸, η ανάλυση των στοιχείων κόστους των προϊόντων τα οποία συγκέντρωσε η Υπηρεσία δεν παραπέμπει στην ύπαρξη κάποιας ένδειξης παράβασης, ούτε επιβεβαιώνει τους ισχυρισμούς της καταγγέλλουσας. Αντιθέτως, υποδεικνύει ότι οι τιμές που θέτει η καταγγελλόμενη σε όλα τα προϊόντα, τα οποία ελέγχθηκαν, διαμορφώνονται σταθερά σε επίπεδα άνω του μέσου συνολικού κόστους, ανά προϊόν¹⁵⁹. Η δε διαφορά μεταξύ των τιμών που θέτει η καταγγελλόμενη σε σχέση με το συνολικό κόστος αυτής είναι τόσο σημαντική, ώστε δεν καταλείπει αμφιβολία περί τυχόν τιμολόγησης της COCA COLA 3E κάτω του κόστους. Άλλωστε, από την ίδια ανάλυση προκύπτει ότι και μια σειρά από – ούτως ή άλλως αλυσιτελώς προβαλλόμενους - ισχυρισμούς της καταγγέλλουσας δεν ευσταθούν. Ενδεικτικά, αναφέρεται ότι δεν επιβεβαιώνεται ούτε ότι το κόστος παραγωγής ήταν ίδιο για όλα τα προϊόντα και δη για αυτά συσκευασίας γυάλινης φιάλης, ούτε ότι η τιμή διαφοροποιήθηκε μόνο σε αυτά τα προϊόντα¹⁶⁰.

105. Τα ανωτέρω συμπεράσματα της αρχικής έρευνας της Υπηρεσίας επιβεβαιώνονται και από την συμπληρωματική έρευνα της ΕΑ, βάσει των συμπληρωματικών στοιχείων τα οποία προσκόμισαν η καταγγελλόμενη και η καταγγέλλουσα, σε συνέχεια της υπ' αριθ. 708/2020 Απόφασης ΕΑ. Κατά την ΕΑ και από την έρευνα της Υπηρεσίας δεν προκύπτουν ενδείξεις παράβασης του άρθρου 2

¹⁵⁵ Βλ. σχετικά ενότητα «ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΕΑ ΕΠΙ ΤΗΣ ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΗΣ ΕΠΙΘΕΤΙΚΗΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΗΣ COCA COLA 3E ΔΥΝΑΜΕΙ ΤΗΣ ΥΠ' ΑΡΙΘ. 708/2020 ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΕΑ» της παρούσας.

¹⁵⁶ Βλ. σχετικά ενότητα «ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑΣ ΘΕΣΗΣ ΤΗΣ COCA COLA 3E ΜΕΣΩ ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΗΣ ΕΠΙΘΕΤΙΚΗΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ» της παρούσας.

¹⁵⁷ Βλ. ΔΕφΑθ 4057/2018, σκ 11.

¹⁵⁸ Βλ. σχετικά ενότητα «ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑΣ ΘΕΣΗΣ ΤΗΣ COCA COLA 3E ΜΕΣΩ ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΗΣ ΕΠΙΘΕΤΙΚΗΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ» της παρούσας.

¹⁵⁹ Ο.π.

¹⁶⁰ Ο.π.

του Ν. 3959/2011 σχετικά με την πρακτική επιθετικής τιμολόγησης εκ μέρους της καταγγελλομένης. Ειδικότερα, από την προηγηθείσα ανάλυση της ενότητας «ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΕΑ ΕΠΙ ΤΗΣ πιθανολογούμενης επιθετικής τιμολόγησης ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ της COCA COLA 3E ΔΥΝΑΜΕΙ της ΥΠ' ΑΡΙΘ. 708/2020 ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΕΑ» της παρούσας και ιδίως τα αναλυτικά αναφερόμενα στους Πίνακες 7 και 10 ανωτέρω για όλη την χρονική περίοδο από το έτος 2012 έως και το έτος 2019 και για όλα τα εξεταζόμενα προϊόντα (Sprite, Fanta Πορτοκαλάδα και Λεμονάδα στη συσκευασία των 250 RGB x 24) σε συνδυασμό με την ανάλυση της ενότητας «ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑΣ ΘΕΣΗΣ ΤΗΣ COCA COLA 3E ΜΕΣΩ ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΗΣ ΕΠΙΘΕΤΙΚΗΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ» της παρούσας, προκύπτει ότι οι «καθαρές» τιμές χονδρικής και λιανικής πώλησης που θέτει η καταγγελλόμενη σε σχέση με ανταγωνιστικά προϊόντα της καταγγέλλουσας στην υπ' αριθ. πρωτ. 5540/17.9.2015 καταγγελία της, είναι σημαντικά υψηλότερες σε σχέση με το μέσο συνολικό και, ως εκ τούτου υψηλότερες από το μέσο μεταβλητό κόστος αυτής, έτσι ώστε δεν καταλείπει αμφιβολία περί τυχόν τιμολόγησης της COCA COLA 3E κάτω του κόστους. Το συμπέρασμα αυτό επιβεβαιώνει στο μέγιστο βαθμό το αντίστοιχο συμπέρασμα της υπ' αριθ. πρωτ. 7088/28.11.2019 Έκθεσης του Εισηγητή Π. Φώτη, βάσει του οποίου η «...διαφορά μεταξύ των τιμών που θέτει η καταγγελλόμενη σε σχέση με το συνολικό κόστος αυτής είναι τόσο σημαντική, ώστε δεν καταλείπει αμφιβολία περί τυχόν τιμολόγησης της COCA COLA 3E κάτω του κόστους...»¹⁶¹.

106. Μοναδική εξαίρεση στην κοστολογική ανάλυση όλων των εξεταζόμενων προϊόντων (Sprite, Fanta Πορτοκαλάδα και Λεμονάδα στη συσκευασία των 250 RGB x 24), αποτελεί η καθαρή τιμή λιανικής για τη Fanta λεμονάδα σε γυαλί και μόνο για το έτος 2016.

107. Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του Πίνακα 14 ανωτέρω, η εν λόγω τιμή είναι το έτος 2016 μικρότερη του ΜΣΚ κατά [...] % (περιλαμβανομένου σε αυτό των δαπανών διαφήμισης)¹⁶². Ωστόσο παρόλο που η εν λόγω τιμή υπολείπεται κατά [...] % του ΜΣΚ, υπερβαίνει το ΜΜΚ κατά [...] % (ακόμα και εάν περιληφθούν σε αυτό οι δαπάνες διαφήμισης) όπως προκύπτει από τον Πίνακα 15. Κατά την καταγγελλόμενη εταιρεία «.....δεν υπήρχε κάποια στόχευση την συγκεκριμένη χρονιά, ούτε για τον συγκεκριμένο κωδικό.....»¹⁶³. Σε κάθε περίπτωση, κατά την ΕΑ, δεν αποδείχθηκε επαρκώς από την εταιρεία ΑΓΝΗ και δεν υφίσταται στην πράξη σχέδιο εκτοπισμού του εν λόγω προϊόντος από την αγορά εκ μέρους της καταγγελλόμενης για το έτος 2016¹⁶⁴.

¹⁶¹ Βλ. σχετικά παρ. 73 της υπ' αριθμ. πρωτ. 7088/28.11.2019 Εισήγησης του Εισηγητή.

¹⁶² Σημειώνεται ότι στη συγκεκριμένη περίπτωση, η σύγκριση τιμών κόστους της καταγγελλόμενης γίνεται αφαιρουμένων από την τιμή των εκπτώσεων και κουπονιών και περιλαμβανομένου στα στοιχεία κόστους των δαπανών διαφήμισης, ήτοι οι υπολογισμοί έγιναν κατά το δυσμενέστερο για την καταγγελλόμενη σενάριο.

¹⁶³ Βλ. σχετικά Συνεδρίαση 52^η, Πρακτικά της 18^{ης} ΜΑΙΟΥ 2021, σελ.19.

¹⁶⁴ Βλ. τη μοναδική αναφορά της εταιρείας ΑΓΝΗ επί του εν λόγω ζητήματος κατά την ακροαματική διαδικασία της 18^{ης} Μαΐου τ.ε. «.....[π]αρ' όλα αυτά, με αυτά τα προβλήματα, ψήθηκε λίγο η υπόθεση και βγήκε ένα αποτέλεσμα, το οποίο εμείς θεωρούμε ότι είναι ενδεικτικό. Ότι

108. Εξάλλου, οι σχετικές τιμές δεν δύνανται να θεωρηθούν ως καταχρηστική επιθετική τιμολόγηση, στο μέτρο που δεν προκύπτει από τα στοιχεία του φακέλου ότι καθορίστηκαν στο πλαίσιο σχεδίου με σκοπό τον αποκλεισμό ανταγωνιστή. Συναφώς, δεν προκύπτουν ούτε σχετικές ενδείξεις από σημαντικά και συγκλίνοντα στοιχεία, τα οποία να αναδεικνύουν εμμέσως ένα τέτοιο σχέδιο, καθώς η σχετική διαφορά μεταξύ καθαρής τιμής λιανικής και ΜΣΚ δεν καταλαμβάνει παρατεταμένη χρονική περίοδο, αφού δεν ξεπερνά το ένα έτος, έχει περιορισμένο εύρος και δεν προκύπτει ότι είναι στοχευμένη σε συγκεκριμένους σημαντικούς πελάτες, αλλά ούτε και στους σημαντικότερους πελάτες της καταγγέλλουσας. Επομένως, η επίμαχη τιμολόγηση λιανικής στο προϊόν Fanta λεμονάδα της καταγγελλόμενης στη συσκευασία γυαλιού, η οποία είναι χαμηλότερη του ΜΣΚ για διάστημα μόλις ενός έτους (2016), δε δύναται αυτοτελώς να στοιχειοθετήσει σχέδιο της καταγγελλόμενης για εκτοπισμό της ΑΓΝΗ από την σχετική αγορά. Σε κάθε περίπτωση, δεν δύναται να στοιχειοθετηθεί ο ισχυρισμός στον οποίο ερείδεται η υπό εξέταση καταγγελία, ήτοι ότι η καταγγελλόμενη επιθετική τιμολόγηση είχε εναρκτήρια χρονική περίοδο το έτος 2013 και 2014, οπότε και η COCA COLA 3E αποφάσισε να κρατήσει τεχνηέντως χαμηλότερα τις τιμές της όσον αφορά τα ανταγωνιστικά προϊόντα της ΑΓΝΗ. Τέλος, από τα στοιχεία που συνελέγησαν από τους σημαντικότερους πελάτες της καταγγέλλουσας δεν δύναται να στοιχειοθετηθεί για το ερευνώμενο χρονικό διάστημα ότι η καταγγελλόμενη εφαρμόζει πολιτική επιλεκτικών χαμηλών τιμών προς ορισμένους σημαντικούς πελάτες ανταγωνιστή της και, εν προκειμένω, της ΑΓΝΗ και, ως εκ τούτου, δεν στοιχειοθετείται από τα ως άνω στοιχεία τυχόν σχέδιο της καταγγελλόμενης για εκτοπισμό της ΑΓΝΗ. Ούτε και ο μάρτυρας της ΑΓΝΗ επιβεβαίωσε ότι γνωρίζει κάτι σχετικό με την εταιρεία ΑΓΝΗ και, συνεπώς, για το σχέδιο εκτοπισμού της καταγγελλόμενης. Όπως αναφέρει ο μάρτυρας κατά την διάρκεια της από 18^{ης} Μαΐου τ.ε. ακροαματικής διαδικασίας της ΕΑ «[κ]άτι συγκεκριμένο για το προϊόν της ΑΓΝΗ δεν το γνωρίζω. Δεν είναι μια εταιρία, η οποία παρακολουθώ από κοντά χρόνια ή να ξέρω ότι έχει βρεθεί δίπλα σε μαγαζιά, στα οποία να έχουμε προσπαθήσει εμείς να μπούμε και να ξέρω κάτι άλλο τέτοιο. Απλώς, κατανοώ τις **δυσκολίες** που έχει στο να μπορέσει να σταθεί σε σημεία λιανικής, γιατί **φαντάζομαι** αντίστοιχες δυσκολίες θα έχει συναντήσει με αυτές που έχουμε συναντήσει κι εμείς κατά καιρούς»¹⁶⁵. Σε κάθε περίπτωση, ο μάρτυρας της ΑΓΝΗ αναφέρεται σε δυσκολίες και όχι σε «.....στρατηγικές εξοβελισμού που εφαρμόζει η καταγγελλόμενη στην αγορά για τα ανταγωνιστικά προς αυτήν προϊόντα.....», όπως αναφέρει η καταγγελλόμενη στο υπ' αριθμ. πρωτ. 519/22.09.2021 συμπληρωματικό υπόμνημα της (σελ. 1).

για έναν ολόκληρο χρόνο, η λεμονάδα το 2016 ήταν κάτω του συνολικού κόστους» (Συνεδρίαση 52^η, Πρακτικά της 18^{ης} ΜΑΙΟΥ 2021, σελ. 9). Στο δε υπ' αριθμ. πρωτ. 519/22.09.2021 συμπληρωματικό υπόμνημα της εταιρείας (σελ. 5) αναφέρεται ότι «Γι' αυτό και η Coca Cola επιδιώκει να εμφανίσει την καταγγελία μας σαν μια ανούσια τοπική γκρίνια έναντι μιας πολυεθνικής που δεν θα έμπαινε καν στον κόπο να βρει στρατήγημα να εκτοπίσει την "αδιάφορη" λχ λεμονάδα της ΑΓΝΗ (ούτε καν πρόσεξε – sic – ότι για έναν χρόνο πωλούσε κάτω του συνολικού κόστους της!).

¹⁶⁵ Τα έντονα γράμματα προστέθηκαν από τον συντάκτη της παρούσας.

109. Συνεπώς, κατά την ΕΑ, ο ισχυρισμός της εταιρείας ΑΓΝΗ περί επιθετικής τιμολόγησης εκ μέρους της καταγγελλόμενης εταιρείας, με σκοπό τον εκτοπισμό της καταγγέλλουσας από την εν λόγω σχετική αγορά απορρίπτεται ως νόμω και ουσία αβάσιμος σύμφωνα και με τα αναφερόμενα στην υπ' αριθ. 7088/28.11.2019 Έκθεση του Εισηγητή και την παρούσα Απόφαση.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

110. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού ομόφωνα αποφάσισε την απόρριψη της υπ' αριθ. πρωτ. 5540/17.9.2015 καταγγελίας της εταιρείας «ΑΓΝΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΑΕΡΙΟΥΧΩΝ ΠΟΤΩΝ» κατά της εταιρείας «COCA-COLA 3E ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Β.Ε.Ε», για πιθανή παράβαση του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011, ως νόμω και ουσία αβάσιμη.

Η απόφαση εκδόθηκε την **21^η Οκτωβρίου 2021**.

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

Ο Πρόεδρος

Ιωάννης Λιανός

Ο Συντάκτης

Παναγιώτης Φώτης

Η Γραμματέας

Ηλιάνα Κούτρα