



# ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

11 Οκτωβρίου 2022

ΤΕΥΧΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

Αρ. Φύλλου 5262

## ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

Αριθμ. απόφ. \*765/2022

**Λήψη απόφασης επί της συνεξέτασης των υπ' αρ. 6106/19.10.2015, 6107/19.10.2015 και 6108/19.10.2015 καταγγελιών των εταιρειών «ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ Δ. ΑΦΟΙ & ΣΙΑ Ο.Ε.», «ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΕΕ» και «ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΒΕΕ» κατά της «ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ, ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ, ΟΙΚΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ» για παράβαση των άρθρων 1 και 2 του ν. 3959/2011 και 101 και 102 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ).**

### Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΣΕ ΟΛΟΜΕΛΕΙΑ

Συνεδρίασε στην Αίθουσα Συνεδριάσεων του 1ου ορόφου του κτηρίου των γραφείων της, επί της οδού Κότσικα 1Α, Αθήνα, την 20η Οκτωβρίου 2021, ημέρα Τετάρτη και ώρα 10:00, με την εξής σύνθεση:

Πρόεδρος: Ιωάννης Λιανός

Μέλη: Παναγιώτης Φώτης Ιωάννης Στεφάτος

Μαρία Ιωαννίδου(Εισηγήτρια) Μαρία Ιωάννα Ράντου  
Σωτήριος Καρκαλάκος

Γραμματέας: Ηλιάνα Κούτρα

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

Θέμα της συνεδρίασης: Λήψη απόφασης επί της συνεξέτασης των υπ' αρ. 6106/19.10.2015, 6107/19.10.2015 και 6108/19.10.2015 καταγγελιών των εταιρειών «ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ Δ. ΑΦΟΙ & ΣΙΑ Ο.Ε.», «ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ

\* Η παρούσα απόφαση εκδίδεται σε 5 επιπλέον εκδόσεις με τα διακριτικά: 1) Προς δημοσίευση στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, 2) Έκδοση για την εταιρεία «ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ, ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ, ΟΙΚΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ», 3) Έκδοση για την εταιρεία «ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ Δ. ΑΦΟΙ & ΣΙΑ Ο.Ε.», 4) Έκδοση για την εταιρεία «ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΕΕ» και 5) Έκδοση για την εταιρεία «ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΒΕΕ». 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 (Α' 93) και τον Κανονισμό Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (Β' 54/2013).

ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΕΕ» και «ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΒΕΕ» κατά της «ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ, ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ, ΟΙΚΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ» για παράβαση των άρθρων 1 και 2 του ν. 3959/2011 (όπως ισχύει) και 101 και 102 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ).

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

Στη συζήτηση της υπόθεσης τα νομίμως κλητευθέντα μέρη παραστάθηκαν ως εξής: 1) η εταιρεία ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΒΕΕ, δια των πληρεξουσίων δικηγόρων, Ευάγγελου Λιάσκου και Κωνσταντίνου Σταματίου, 2) η εταιρεία ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ Δ. ΑΦΟΙ & ΣΙΑ Ο.Ε., με το νόμιμο εκπρόσωπό της Βασίλειο Εμμανουηλίδη μετά του πληρεξουσίου δικηγόρου, Παναγιώτη Στεφανίδη, 3) η εταιρεία ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΒΕΕ με το νόμιμο εκπρόσωπό της, Στυλιανό Γιαβρόπουλο μετά του πληρεξουσίου δικηγόρου, Παναγιώτη Στεφανίδη, και 4) η εταιρεία ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΕΕ δια του του πληρεξουσίου δικηγόρου, Παναγιώτη Στεφανίδη.

Στην αρχή της συζήτησης τον λόγο έλαβε η Εισηγήτρια της υπόθεσης, Μαρία Ιωαννίδου, η οποία ανέπτυξε συνοπτικά το περιεχόμενο της υπ' αρ. 5382/18.6.2021 γραπτής Εισήγησης επί της κρινόμενης υπόθεσης και πρότεινε, για τους λόγους που αναφέρονται αναλυτικά στην εισήγηση:

1. Να απορριφθούν ως αβάσιμες οι συνεξετασθείσες υπ' αρ. 6106/19.10.2015, 6107/19.10.2015 και 6108/19.10.2015 καταγγελίες των εταιρειών «ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ Δ. ΑΦΟΙ & ΣΙΑ Ο.Ε.», «ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΕΕ» και «ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΒΕΕ» κατά της «ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ, ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ, ΟΙΚΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ» για παράβαση των άρθρων 1 και 2 του ν. 3959/2011, για τους λόγους που εκτενώς αναφέρθηκαν ανωτέρω.

2. Να διαπιστωθεί ότι δεν συντρέχει λόγος περαιτέρω δράσης της Επιτροπής Ανταγωνισμού ως προς την εφαρμογή των άρθρων 101 και 102 ΣΛΕΕ στην υπό κρίση υπόθεση.

Κατά την ως άνω συνεδρίαση οι πληρεξούσιοι δικηγόροι και οι νόμιμοι εκπρόσωποι των εμπλεκόμενων

μερών, έδωσαν διευκρινίσεις και απάντησαν σε ερωτήσεις, που τους υπέβαλαν ο Πρόεδρος και τα μέλη της Επιτροπής.

Ο πληρεξούσιος δικηγόρος των καταγγελλόντων ζήτησε την εξέταση δύο μαρτύρων, για τη θεμελίωση των ισχυρισμών τους. Η Επιτροπή, αποδεχόμενη το σχετικό αίτημά τους, εξέτασε τους μάρτυρες, Γιαβροπούλου Αικατερίνη και Ετσίρογλου Αναστάσιο.

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

προκειμένου να υποβάλουν τα συμπληρωματικά υπομνήματά τους.

Η Επιτροπή συνήλθε σε διάσκεψη την 28η Δεκεμβρίου 2021, ημέρα Τρίτη και ώρα 15:15, η οποία συνεχίστηκε και ολοκληρώθηκε την 21η Ιανουαρίου 2022, ημέρα Παρασκευή και ώρα 14:30, με τη συμμετοχή της Εισηγήτριας της υπόθεσης, Μαρίας Ιωαννίδου, η οποία δεν έλαβε μέρος στην ψηφοφορία, και αφού έλαβε υπόψη την υπ' αρ. πρωτ. 5382/18.6.2021 Έκθεση της αρμοδίας Εισηγήτριας, τα στοιχεία του φακέλου της κρινόμενης υπόθεσης, το ισχύον νομικό πλαίσιο, και τις απόψεις που διατυπώθηκαν εγγράφως με τα υπομνήματα που κατέθεσαν και προφορικώς κατά τη συζήτηση της υπόθεσης τα ενδιαφερόμενα Μέρη, σκέφθηκε ως εξής:

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>I</b>	<b>ΙΣΤΟΡΙΚΟ</b> .....	
<b>II</b>	<b>ΤΑ ΜΕΡΗ</b> .....	
<b>II.1</b>	<b>Η καταγγελλόμενη ΣΑΡΑΝΤΗΣ</b> .....	
<b>II.2</b>	<b>ΟΙ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΥΣΕΣ</b> .....	
<b>II.2.1</b>	ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ & ΥΙΟΙ ΟΕ .....	
<b>II.2.2</b>	ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΕ .....	
<b>II.2.3</b>	ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΒΕΕ .....	
<b>III</b>	<b>Η ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΗΣ ΣΑΡΑΝΤΗΣ</b> .....	
<b>III.1</b>	Δίκτυο διανομής .....	
<b>III.2</b>	Τιμολογιακή και εκπτωτική πολιτική στη μικρή αγορά .....	
<b>III.2.1</b>	Η τιμολογιακή και εκπτωτική πολιτική προς τους χονδρέμπορους .....	
<b>III.2.2</b>	Η Πυραμίδα –εκπτώσεις στα τελικά σημεία πώλησης .....	
<b>III.2.3</b>	Προωθητικές ενέργειες .....	
<b>IV</b>	<b>Η ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΓΕΝΙΚΗΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ</b> .....	
<b>IV.1</b>	Υποχρέωση συμμόρφωσης με προωθητικές ενέργειες της ΣΑΡΑΝΤΗΣ .....	
<b>IV.2</b>	Επιβολή προτεινόμενων εκπτώσεων – έμμεσος καθορισμός τιμών και περιθωρίου κέρδους ...	
<b>IV.3</b>	Επιβολή αγοράς συγκεκριμένων ποσοτήτων αγαθών – υποχρέωση διατήρησης συγκεκριμένου αποθέματος .....	
<b>IV.4</b>	Υποχρέωση μη εμπορίας ανταγωνιστικών προϊόντων .....	
<b>IV.5</b>	Υποχρέωση εγκατάστασης του λογισμικού Flyers Sales Manager (FSM) .....	
<b>IV.6</b>	Υποχρέωση μεταπώλησης εντός συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής .....	
<b>IV.7</b>	Υποχρέωση προμήθειας προϊόντων από την ΣΑΡΑΝΤΗΣ και όχι από τρίτους .....	
<b>V</b>	<b>ΣΧΕΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ – ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑΣ ΘΕΣΗΣ</b> .....	
<b>V.1</b>	Αγορές προϊόντος .....	
<b>V.1.1</b>	Προϊόντα οικιακής χρήσης.....	
<b>V.1.2</b>	Καλλυντικά ευρείας διανομής .....	
<b>V.2</b>	Γεωγραφικές αγορές .....	
<b>V.3</b>	Ποσοστό αγορών προϊόντων ΣΑΡΑΝΤΗΣ στις συνολικές αγορές των καταγγελλουσών .....	
<b>VI</b>	<b>ΝΟΜΙΚΗ ΕΚΤΙΜΗΣΗ</b> .....	
<b>VI.1</b>	Διαχρονικό δίκαιο .....	
<b>VI.2</b>	Εφαρμοστέο δίκαιο .....	
<b>VI.2.1</b>	Καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης .....	
<b>VI.2.2</b>	Περιοριστικές του ανταγωνισμού συμφωνίες.....	
<b>VI.2.3</b>	Επηρεασμός ενωσιακού εμπορίου .....	
<b>VII</b>	<b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ</b> .....	
<b>VII.1</b>	<b>ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΥΠΟ ΤΟ ΠΡΙΣΜΑ ΤΩΝ ΑΡΘΡΩΝ 2 ΤΟΥ Ν. 3959/2011 ΚΑΙ 102 ΣΛΕΕ</b> .....	
<b>VII.1.1</b>	Νομική αξιολόγηση επί των εκπτώσεων στόχων πωλήσεων .....	
<b>VII.1.2</b>	Νομική αξιολόγηση λοιπών πρακτικών αποκλεισμού.....	
<b>VII.2</b>	<b>ΕΞΕΤΑΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΥΠΟ ΤΟ ΠΡΙΣΜΑ ΤΩΝ ΑΡΘΡΩΝ 1 ΤΟΥ Ν. 3959/2011 ΚΑΙ 101 ΣΛΕΕ</b> .....	
<b>VII.2.1</b>	ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ 330/2010 .....	
<b>VII.2.2</b>	Η ΥΠΑΡΞΗ «ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ» ΜΕΤΑΞΥ ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ .....	
<b>VII.2.3</b>	ΕΞ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ .....	
<b>VII.2.4</b>	Η ΦΥΣΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΗΣ ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΜΕ ΤΙΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΥΣΕΣ .....	

## I ΙΣΤΟΡΙΚΟ

1. Στις 19 Οκτωβρίου 2015 κατατέθηκαν στη Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού (εφεξής και «ΓΔΑ») οι καταγγελίες των εταιριών «EMMANΟΥΗΛΙΔΗΣ Δ. ΑΦΟΙ & ΣΙΑ Ο.Ε.» (εφεξής και «EMMANΟΥΗΛΙΔΗΣ»), «ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΕΕ» (εφεξής και «ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ») και «ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΒΕΕ» (εφεξής και «ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ») κατά της «ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ, ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ, ΟΙΚΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ» (εφεξής και «ΣΑΡΑΝΤΗΣ») για παράβαση των άρθρων 1 και 2 του ν. 3959/2011 (όπως ισχύει) και 101 και 102 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ)<sup>1</sup>.
2. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ αποτελεί εταιρία εισαγωγής, παραγωγής και εμπορίας προϊόντων, με εκτεταμένο χαρτοφυλάκιο, στο οποίο περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων, καλλυντικά, είδη ατομικής υγιεινής, προϊόντα καθαρισμού και συντήρησης όπως και προϊόντα συσκευασίας τροφίμων.
3. Οι καταγγέλλουσες επιχειρήσεις, δραστηριοποιούνται στο χονδρεμπόριο ειδών σούπερ μάρκετ, σε διαφορετικούς νομούς της Ελλάδας και μέχρι το 2013/2015<sup>2</sup> συνεργάζονταν με την καταγγελλόμενη.
4. Και στις τρεις καταγγελίες καταγγέλλονται τα ακόλουθα:
  - υποχρέωση του διανομέα να μεταπωλεί τα προϊόντα της ΣΑΡΑΝΤΗΣ εντός συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής,
  - υποχρέωση του διανομέα να μη διαθέτει ανταγωνιστικά της ΣΑΡΑΝΤΗΣ προϊόντα,
  - υποχρέωση του διανομέα να εγκαταστήσει συγκεκριμένο λογισμικό σύστημα καθώς και να παρέχει στη ΣΑΡΑΝΤΗΣ το σύνολο των στοιχείων των πελατών του,
  - υποχρέωση του διανομέα να προβεί σε συγκεκριμένες πρακτικές με την μορφή εξτρά παροχών με σκοπό την «εξαφάνιση» ανταγωνιστικών προϊόντων από τα ράφια των καταστημάτων,
  - υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας των προϊόντων ΣΑΡΑΝΤΗΣ από την ίδια,
  - επιβολή αγοράς συγκεκριμένης ποσότητας αγαθών μέσω της υποχρέωσης διατήρησης συγκεκριμένου αποθέματος,
  - καθορισμός του κέρδους του συνεργάτη χονδρεμπόρου και έμμεσος καθορισμός από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ της τιμής μεταπώλησης από τον χονδρέμπορο προς τον λιανέμπορο και
  - καταχρηστικές εκπτώσεις στόχου πωλήσεων.
5. Προκειμένου να διερευνήσει τις εν λόγω καταγγελλόμενες πρακτικές, η ΓΔΑ προέβη σε επιτόπιο έλεγχο στις εγκαταστάσεις της ΣΑΡΑΝΤΗΣ στις 15 Νοεμβρίου 2018<sup>3</sup>. Στη συνέχεια, και μετά από ενδελεχή έλεγχο των στοιχείων που προσκόμισαν οι καταγγέλλουσες όπως και των στοιχείων που συλλέχθηκαν κατά τον προαναφερόμενο έλεγχο, η ΓΔΑ απέστειλε σειρά ερωτηματολογίων τόσο στη ΣΑΡΑΝΤΗΣ όσο και στις καταγγελλουσες<sup>4</sup>. Τέλος ερωτηματολόγια στάλθηκαν και σε επιλεγμένες (ως προς το φάσμα προϊόντων που διαθέτουν) ανταγωνίστριες της ΣΑΡΑΝΤΗΣ<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> Βλ σχετικές καταγγελίες υπ' αριθ. πρωτ. 6106/19.10.2015, 6107/19.10.2015 και 6108/19.10.2015.

<sup>2</sup> Η ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ συνεργάζονταν με την ΣΑΡΑΝΤΗΣ μέχρι [...], η ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ μέχρι [...] ενώ η ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ [...].

<sup>3</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. οικ. 6577/12.11.2018 Εντολή Ελέγχου.

<sup>4</sup> Υπ' αριθ. πρωτ οικ. 5210/11.06.2020, οικ. 9745/17.11.2020 και οικ.3605/22.04.2021 προς τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ, υπ' αριθ. πρωτ οικ. 5211/11.06.2020, οικ. 9743/17.11.2020 προς την ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ, υπ' αριθ. πρωτ οικ.

## II ΤΑ ΜΕΡΗ

### II.1 Η καταγγελλόμενη ΣΑΡΑΝΤΗΣ

6. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ αποτελεί τη μητρική εταιρία του Ομίλου ΣΑΡΑΝΤΗΣ ο οποίος δραστηριοποιείται στην παραγωγή και αντιπροσώπευση καλλυντικών ευρείας διανομής<sup>6</sup>, ειδών καθαρισμού και συντήρησης<sup>7</sup>, άλλων ειδών οικιακής χρήσης<sup>8</sup>, φαρμακευτικών προϊόντων<sup>9</sup>, καλλυντικών επιλεκτικής διανομής<sup>10</sup> και συμπληρωμάτων διατροφής και βιταμινών.
7. Το χαρτοφυλάκιο του Ομίλου ΣΑΡΑΝΤΗΣ διαθέτει πάνω από 80 εμπορικά σήματα. Αναγνωρισμένες μάρκες που παράγονται από την εταιρία, όπως οι STR8, BU, C-THRU, NOXZEMA, CARROTEN, BIOTEN, KOLASTYNA, ORZENE, SANITAS, FINO, AVA, TEZA, PYROX, CAMEL, και AFROSO, αποτελούν σημείο αναφοράς στις αντίστοιχες αγορές τους. Παράλληλα, μέσω συμφωνιών αποκλειστικής διανομής, ο Όμιλος αντιπροσωπεύει και μία σημαντική σειρά από επώνυμα σήματα με διεθνώς αναγνωρίσιμα προϊόντα, όπως JOHNSON & JOHNSON, ANTONIO BANDERAS, PEARL DROPS, VIDAL, DENIM και WASH & GO.
8. Ο κύκλος εργασιών της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, κατά τα έτη συνεργασίας της με τις καταγγέλλουσες ήταν ο εξής:

**Πίνακας 1: Κύκλος εργασιών της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, σε εκατομμύρια ευρώ.**

Έτος	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Κύκλος Εργασιών (εκατ. ευρώ)	111	115,29	119,17	123,59	101,70	92,82	89,28	100,67	97,37	104,25

Πηγή 1: Δημοσιευμένες οικονομικές καταστάσεις της ΣΑΡΑΝΤΗΣ

### II.2 ΟΙ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΥΣΕΣ

#### II.2.1 ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ & ΥΙΟΙ ΟΕ

9. Η «ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ & ΥΙΟΙ ΟΕ» ιδρύθηκε το 1987 και ξεκίνησε τη συνεργασία της με τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ τον [...]. Η συνεργασία τους αφορούσε τη διακίνηση - πώληση των προϊόντων της ΣΑΡΑΝΤΗΣ στους νομούς [...]. Το [...] η συνεργασία επεκτάθηκε και στους νομούς [...]. Η συνεργασία μεταξύ της ΣΑΡΑΝΤΗΣ και της ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ διεκόπη, μετά από πάνω από [...] χρόνια συνεργασίας στις [...]. Εκτός από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ η ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ είχε εμπορική συνεργασία και με τις εταιρείες [...]<sup>11</sup>.

5212/11.06.2020, οικ. 9742/17.11.2020 προς την ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ, υπ' αριθ. πρωτ οικ. 5217/11.06.2020, οικ. 9744/17.11.2020 προς την ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ.

<sup>5</sup> [...]

<sup>6</sup> Αρώματα και κολόνιες, προϊόντα περιποίησης δέρματος, προϊόντα περιποίησης μαλλιών, είδη ατομικής υγιεινής.

<sup>7</sup> Απορρυπαντικά, εντομοαπωθητικά και αποφρακτικά.

<sup>8</sup> Είδη συσκευασίας τροφίμων (αλουμινόχαρτο, μεμβράνες, σακούλες τροφίμων κ.α.) και σιλβωτικά υποδημάτων.

<sup>9</sup> Προφυλακτικά και διαγνωστικά.

<sup>10</sup> Αρώματα και κολόνιες, προϊόντα μακιγιάζ, και προϊόντα περιποίησης δέρματος.

<sup>11</sup> Σύμφωνα με την Ένορκη Βεβαίωση του [...] (μάρτυρα της [...]) ληφθείσα στο πλαίσιο της αστικής δίκης. Προσκομισθείσα με την υπ' αριθ. πρωτ. [...] απαντητική επιστολή της [...].

## II.2.2 ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΕ

10. Η «ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΕ» ιδρύθηκε το 1987 ως ΕΠΕ και το 2003 μετατράπηκε σε ανώνυμη εταιρία. Η ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ ξεκίνησε τη συνεργασία της με τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ το [...]. Η συνεργασία αφορούσε τη διακίνηση - πώληση των προϊόντων της ΣΑΡΑΝΤΗΣ στον νομό [...]. Η συνεργασία μεταξύ της ΣΑΡΑΝΤΗΣ και της ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ φαίνεται να διεκόπη στις **αρχές του [...]**, ενώ το [...] η ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ εμφανίζεται πλέον ως πελάτης [...], συνεργάτη της ΣΑΡΑΝΤΗΣ<sup>12</sup>. Η εταιρία ήταν τουλάχιστον έως και [...] αποκλειστικός συνεργάτης και διανομέας της [...] για την περιοχή του Νομού [...], ενώ στο παρελθόν υπήρξε επί πολλά χρόνια ο επίσημος διανομέας των [...] <sup>13</sup>.

## II.2.3 ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΒΕΕ

11. Η «ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΒΕΕ» ιδρύθηκε το 1982, λειτουργεί ως συσκευαστήριο οσπρίων και παράλληλα δραστηριοποιείται στη διανομή και το εμπόριο τροφίμων. Η συμφωνία της με τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ, η οποία αφορούσε τη διανομή των προϊόντων της ΣΑΡΑΝΤΗΣ στον νομό [...], ξεκίνησε το [...] και διεκόπη [...] <sup>14</sup>. Η εταιρία ήταν τουλάχιστον έως και το [...] ο αποκλειστικός αντιπρόσωπος και διανομέας της [...] στην περιοχή του Νομού [...] <sup>15</sup>.

## III Η ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΗΣ ΣΑΡΑΝΤΗΣ

### III.1 Δίκτυο διανομής

12. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ διαθέτει τα προϊόντα της τόσο μέσω του λιανικού όσο και μέσω του χονδρικού καναλιού διανομής. Κύριο κανάλι της επιχείρησης αποτελεί το λιανικό κανάλι, καθώς πολιτική της ΣΑΡΑΝΤΗΣ είναι να συναλλάσσεται απευθείας η ίδια με τους λιανοπωλητές, ώστε να αποφεύγεται και το κόστος του ενδιάμεσου διανομέα. Για τον λόγο αυτό στις περιπτώσεις των αλυσίδων λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, συμβάλλεται η ίδια η ΣΑΡΑΝΤΗΣ και τιμολογεί η ίδια απευθείας (*key accounts*). Λιανική διάθεση προϊόντων πραγματοποιείται και σε μεμονωμένα καταστήματα σούπερ μάρκετ στα οποία ο πωλητής της ΣΑΡΑΝΤΗΣ συνάπτει ειδικές συμφωνίες και τιμολογεί βάσει του τιμοκαταλόγου της εταιρίας. Σε αυτές τις περιπτώσεις η παράδοση των παραγγελιών γίνεται από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ με συνεργαζόμενα πρακτορεία.

13. Το χονδρικό κανάλι διανομής αφορά τη συνεργασία της ΣΑΡΑΝΤΗΣ με χονδρέμπορους συνεργάτες, όπως τις καταγγέλλουσες, και τη σύναψη κεντρικών συμφωνιών με αλυσίδες χονδρικής πώλησης (*cash and carry*). Στις περιπτώσεις της συνεργασίας με χονδρέμπορους, σύμφωνα με τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ, ο χονδρέμπορος συνάπτει ειδικές συμφωνίες με κάθε λιανοπωλητή και τιμολογεί με βάση την εμπορική πολιτική που αποφασίζει και συμφωνεί ο ίδιος με τους μεμονωμένους λιανέμπορους. Σημειώνεται ωστόσο ότι σύμφωνα με τις καταγγέλλουσες η εμπορική πολιτική που στην πράξη ακολουθούσαν απέναντι στους λιανέμπορους ήταν η

<sup>12</sup> [...].

<sup>13</sup> Σύμφωνα με την Ένορκη Βεβαίωση του κ. [...], προσκομισθείσα με την υπ' αριθ. πρωτ. 2614/23.03.2021 απαντητική επιστολή της [...].

<sup>14</sup> Με βάση το μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου «FW: ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ ΔΗΛΩΣΗ ΛΥΣΗΣ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ.» που εστάλη στις [...] και βρέθηκε στα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του κύριου [...] που συλλέχθηκαν (ηλεκτρονικά αρχεία) κατά τη διάρκεια του ελέγχου στις 15 Νοεμβρίου 2018. Σε αυτό επισυνάπτεται ανυπόγραφη δήλωση κοινής λύσης εμπορικής συνεργασίας, με ημερομηνία [...].

<sup>15</sup> Σύμφωνα με την Ένορκη Βεβαίωση του κυρίου [...]. Προσκομισθείσα με την υπ' αριθ. πρωτ. 10953/22.12.2020 απαντητική επιστολή της [...].



«προτεινόμενη» εμπορική πολιτική που στην πράξη η ΣΑΡΑΝΤΗΣ τους υποχρέωνε να ακολουθήσουν.

14. Σε ορισμένες περιπτώσεις φαίνεται ότι οι συνεργάτες χονδρέμποροι, πραγματοποιούσαν και πωλήσεις προς άλλες μικρότερου μεγέθους χονδρεμπορικές επιχειρήσεις<sup>16</sup>. Οι εταιρείες cash and carry δραστηριοποιούνται σε πανελλαδικό επίπεδο και πολλές εξ αυτών διαθέτουν δικό τους δίκτυο διανομής/μεταφοράς, με το οποίο εξυπηρετούν τα μικρά σημεία πώλησης με παραδόσεις στην έδρα κάθε λιανέμπορου. Επισημαίνεται ότι στην περίπτωση μελών Ομίλων Κοινών Αγορών τουλάχιστον την τελευταία δεκαετία, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ συμφωνεί τους εμπορικούς όρους απευθείας με τους εμπόρους μέλη των Ομίλων Κοινών Αγορών, όπως Αστέρας και Ασπίδα. Δεν υπάρχει δηλαδή μια κεντρική συμφωνία, η οποία να δεσμεύει όλα τα μέλη των Ομίλων αυτών. Οι παραγγελίες των εμπόρων εξυπηρετούνται σε ορισμένες περιπτώσεις από τους συνεργάτες χονδρεμπόρους<sup>17</sup>.
15. Η ίδια η επιχείρηση διαχωρίζει το δίκτυο διανομής της σε δίκτυο εξυπηρέτησης αλυσίδων λιανοπωλητών και σε δίκτυο εξυπηρέτησης μεμονωμένων καταστημάτων όπως για παράδειγμα παντοπωλείων ή μικρών σούπερ μάρκετ («μικρή αγορά»). Η εξυπηρέτηση των αλυσίδων λιανοπωλητών πραγματοποιείται με κεντρικές εμπορικές συμφωνίες. Τα μεμονωμένα καταστήματα κατά περίπτωση εξυπηρετούνται από πωλητή της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, από συνεργαζόμενο χονδρέμπορο της ΣΑΡΑΝΤΗΣ ή από εταιρία cash and carry. **Βάσει των στοιχείων της εταιρίας, η διανομή των προϊόντων της σε τελικά σημεία πώλησης με μεμονωμένες συμφωνίες που συνάπτονται μεταξύ λιανοπωλητών και χονδρεμπόρων ή πωλητών της ΣΑΡΑΝΤΗΣ καταλαμβάνει ένα ελάχιστο τμήμα των συνολικών πωλήσεών της. Συγκεκριμένα, το 2013 καταλάμβανε το [5-10]% της αξίας των πωλήσεών της και το 2019 το [5-10]%. Το υπόλοιπο διακινείται με απευθείας συμφωνίες μεταξύ της ΣΑΡΑΝΤΗΣ και των λιανοπωλητών<sup>18</sup>.**
16. Η συνεργασία με χονδρεμπόρους επιλέγεται είτε σε περιοχές μεγάλες ή απομακρυσμένες ή όπου το ενθαρρύνουν τοπικές εμπορικές συνήθειες ή όπου οι χονδρέμποροι διαθέτουν οικονομική ευχέρεια, μεγάλους αποθηκευτικούς χώρους και επαρκές προσωπικό. Πλέον η εταιρία συνεργάζεται με συνολικά [...] <sup>19</sup> χονδρεμπόρους για την εξυπηρέτηση των περιοχών [...]. Ωστόσο στο παρελθόν η ΣΑΡΑΝΤΗΣ είχε συνεργασία με [...] αριθμό συνεργατών – χονδρεμπόρων.

### III.2 Τιμολογιακή και εκπωτική πολιτική στη μικρή αγορά

17. Στην Ενότητα που ακολουθεί παρουσιάζεται η τιμολογιακή και εκπωτική πολιτική που εφαρμόζει η ΣΑΡΑΝΤΗΣ στο κανάλι διανομής που η ίδια αποκαλεί μικρή αγορά, ήτοι το δίκτυο εξυπηρέτησης μεμονωμένων καταστημάτων όπως για παράδειγμα παντοπωλείων ή μικρών σούπερ μάρκετ <sup>20</sup>. Ειδικότερα εξετάζεται η διαδικασία τιμολόγησης και παροχής εκπτώσεων για

<sup>16</sup> Ενδεικτικά σχετ. 2 της υπ' αριθ. πρωτ. 6108/19.10.2015 Καταγγελίας της ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗΣ στο οποίο αναφέρεται «Στο πλαίσιο αυτό στόχοι ... είναι... 2. Να αξιοποιήσουμε τοπικούς χονδρεμπόρους που διακινούν προϊόντα σε μικρότερα σημεία πώλησης (minimarkets, ψιλικάτζιδικα, περίπτερα κ.α.)» και «Κάντε τον προγραμματισμό σας και τις επαφές σας με τοπικούς χονδρέμπορους.»

<sup>17</sup> Με βάση την απάντηση της ΣΑΡΑΝΤΗΣ (υπ' αριθ. πρωτ. 4657/26.05.2021) η εταιρία πραγματοποιούσε απευθείας συμφωνίες με τους λιανοπωλητές μέλη Ομίλων Κοινών Αγορών.

<sup>18</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 6998/30.07.2021 απαντητική επιστολή της ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

<sup>19</sup> Με βάση αρχείο excel που βρέθηκε στο ηλεκτρονικό υπολογιστή του κυρίου [...] με τίτλο «ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ 2019» αλλά και την υπ' αριθ. πρωτ. 6998/30.07.20 απαντητική επιστολή της ΣΑΡΑΝΤΗΣ οι συνεργάτες της εταιρίας πλέον ήταν οι επιχειρήσεις [...].

<sup>20</sup> Βλ. παρ. 15 ανωτέρω.

τα προϊόντα της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, στην περίπτωση που αυτά διανέμονται μέσω χονδρεμπόρων στην μικρή αγορά.

### III.2.1 Η τιμολογιακή και εκπτώτικη πολιτική προς τους χονδρέμπορους

18. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ έχει ένα ενιαίο τιμοκατάλογο «με βάση τον οποίο προμηθεύονται τα προϊόντα της όλοι οι πελάτες, είτε χονδρέμποροι, είτε αλυσίδες σούπερ μάρκετ είτε μεμονωμένα λιανικά σημεία πώλησης.»<sup>21</sup>. Οι καταγγέλλουσες επιβεβαιώνουν ότι ο «τιμοκατάλογος για τους Συνεργάτες ... ήταν ένας»<sup>22</sup>.
19. Επί του εκάστοτε τιμοκαταλόγου, κάθε χονδρέμπορος λαμβάνει από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ έκπτωση (**βασική έκπτωση επί του τιμοκαταλόγου**), δηλαδή σε κάθε παραγγελία του ο χονδρέμπορος αγοράζει τα προϊόντα ΣΑΡΑΝΤΗΣ με τη συμφωνημένη έκπτωση επί του τιμοκαταλόγου. Επισημαίνεται από την εταιρία ότι «[δ]εν δινόταν ... η έκπτωση απολογιστικά και εκ των υστέρων, ώστε να μπορεί να διαπιστωθεί εάν ο χονδρέμπορος τήρησε την προτεινόμενη εμπορική πολιτική ή όχι και σε τυχόν μη συμμόρφωση να επιβληθούν κυρώσεις ή να μειωθούν οι χορηγούμενες εκπτώσεις»<sup>23</sup>. Ο ισχυρισμός επιβεβαιώθηκε από την ΓΔΑ, καθώς σε τιμολόγια πώλησης της ΣΑΡΑΝΤΗΣ που προσκόμισαν οι καταγγέλλουσες φαίνεται ότι το ποσοστό τιμολογιακής έκπτωσης αποδίδεται με κάθε τιμολόγιο.
20. Προϋπόθεση για τη χορήγηση της βασικής έκπτωσης, σύμφωνα με τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ είναι η αποτελεσματικότητα του χονδρέμπορου το προηγούμενο έτος και η δυναμικότητα των λιανεμπόρων κάθε περιοχής<sup>24</sup>. Μετά από σχετικό ερώτημα της ΓΔΑ, όσον αφορά την ποσοτικοποίηση των προϋποθέσεων χορήγησης της έκπτωσης, η εταιρία διευκρίνισε ότι οι «χονδρέμποροι δεν είχαν να πετύχουν στόχους πωλήσεων, ούτε οι εκπτώσεις τους διαφοροποιούνταν αναλόγως των αποτελεσμάτων τους. Για τον λόγο αυτό οι παρεχόμενες εκπτώσεις ήταν σταθερές. Η βασική έκπτωση δίδονταν ακόμα και εάν ο χονδρέμπορος πραγματοποιούσε αγορές χιλίων ευρώ.».
21. Το ύψος της έκπτωσης που χορηγεί η ΣΑΡΑΝΤΗΣ σε κάθε χονδρέμπορο, σύμφωνα με την απάντηση της εταιρίας, «εξαρτάται από τη δυναμική των πιθανών πελατών τους, δηλαδή των τελικών σημείων πώλησης της περιοχής στην οποία ανέπτυξαν κυρίως τη δραστηριότητά τους. Η δυναμικότητα των τελικών σημείων πώλησης συσχετίζεται άμεσα με τις αγορές προϊόντων ΣΑΡΑΝΤΗΣ που έχουν πραγματοποιήσει την προηγούμενη χρονιά συνολικά και τις επενδύσεις που σχεδιάζουν (π.χ άνοιγμα νέων καταστημάτων, ανακαινίσεις). Ως εκ τούτου η εταιρία δίδει μεγαλύτερες εκπτώσεις σε χονδρέμπορους οι πιθανοί πελάτες των οποίων πραγματοποιούν μεγαλύτερες αγορές προϊόντων ΣΑΡΑΝΤΗΣ». Επομένως, μεγαλύτερο ποσοστό έκπτωσης δινόταν σε εκείνους τους χονδρέμπορους οι οποίοι εξυπηρετούσαν σημεία πώλησης τα οποία πραγματοποιούσαν μεγάλες αγορές προϊόντων ΣΑΡΑΝΤΗΣ ή/και είχαν προοπτική για αύξηση των αγορών προϊόντων ΣΑΡΑΝΤΗΣ στο άμεσο μέλλον.
22. Το ποσοστό της έκπτωσης, σύμφωνα με τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ, είναι σταθερό για όλα τα χρόνια συνεργασίας του χονδρέμπορου και εξατομικευμένο, όπως φαίνεται και από τον Πίνακα που

<sup>21</sup>Υπ' αριθ. πρωτ. 11031/23.12.2020 απαντητική επιστολή της ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

<sup>22</sup>Βλ. απάντηση 10 στις υπ' αριθ. πρωτ. 7010/31.07.2020, 7011/31.07.2020, 7012/31.07.2020 απαντητικές επιστολές των ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ, ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ και ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ αντίστοιχα.

<sup>23</sup>Υπ' αριθ. πρωτ. 11031/23.12.2020 απαντητική επιστολή της ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

<sup>24</sup>Υπ' αριθ. πρωτ. 6998/30.07.2020 απαντητική επιστολή ΣΑΡΑΝΤΗΣ.



ακολουθεί<sup>25</sup>. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ επισημαίνει ότι εξαίρεση αποτέλεσε μόνο η περίπτωση της ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ, η οποία ενώ αρχικά αγόραζε τα προϊόντα της με έκπτωση [...], η εταιρία αύξησε το [...] το ποσοστό έκπτωσης σε [...]. Από την μελέτη των στοιχείων του φακέλου βρέθηκαν και ορισμένες άλλες αλλαγές σε ποσοστό τιμολογιακής έκπτωσης προς χονδρεμπόρους μεταξύ ετών, οι οποίες όμως ήταν μεμονωμένες. Φαίνεται ότι, αν και το ποσοστό έκπτωσης που αποδιδόταν στον χονδρέμπορο εξαρτιόταν από την δυναμική των αγορών προϊόντων ΣΑΡΑΝΤΗΣ από τα σημεία πώλησης που αυτός εξυπηρετούσε, οι συνθήκες στην αγορά (σύνολο αγορών) σπάνια μεταβάλλονταν σε τέτοιο βαθμό ώστε να οδηγήσουν σε αλλαγή του ποσοστού τιμολογιακής έκπτωσης του χονδρεμπόρου.

**Πίνακας 2: Ποσοστό τιμολογιακής έκπτωσης που χορηγεί η ΣΑΡΑΝΤΗΣ σε κάθε χονδρέμπορο.**

Συνεργαζόμενοι χονδρέμποροι	Ποσοστό έκπτωσης επί τιμοκαταλόγου
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...] <sup>26</sup> .	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]

<sup>25</sup> Το γεγονός ότι η εν λόγω έκπτωση ήταν σταθερή ανά τα έτη επιβεβαιώνεται και από τα αρχεία που συλλέχθηκαν κατά τη διάρκεια του ελέγχου στη ΣΑΡΑΝΤΗΣ. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με τίτλο "Emailing: ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ. ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ 2013.xls" που έστειλε ο κ. [...] στον [...] στις 16 Ιανουαρίου 2014 (mail [...]), επισυνάπτεται excel με τα ακόλουθα ποσοστά βασικής τιμολογιακής έκπτωσης: [...]

<sup>26</sup> Σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που συλλέχθηκε κατά τη διάρκεια του ελέγχου, με τίτλο [...] το οποίο εστάλη την 1 Φεβρουαρίου 2011 από τον κύριο [...] προς την [...] αναφέρεται: «Σε συνέχεια των επικοινωνιών μας θα ήθελα να καταγράψω τα όσα συμφωνήσαμε: Από 1ης Φεβρουαρίου η βασική τιμολογιακή σου έκπτωση θα είναι [...]%. Η νέα έκπτωση σου δίνει τη δυνατότητα να ενεργοποιήσεις τον πελάτη [...] έτσι ώστε να φθάσει το τζίρο του 2009. Σε διαφορετική περίπτωση θα έχεις την δυνατότητα να ενεργοποιήσεις περισσότερο το υπάρχον πελατολόγιό σου. Έτσι στόχο μας για το 2011 είναι οι τιμολογημένες αγορές σου να φθάσουν τα [...]. Σε κάθε περίπτωση όμως συμφωνήσαμε ότι οι τιμολογημένες αγορές σου για το 2011 δεν θα πέσουν κάτω από [...].»

Συνεργαζόμενοι χονδρέμποροι	Ποσοστό έκπτωσης επί τιμοκαταλόγου
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]

23. Στα ηλεκτρονικά αρχεία που συλλέχθηκαν κατά τη διάρκεια του ελέγχου στη ΣΑΡΑΝΤΗΣ βρέθηκε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου απευθυνόμενο προς χονδρεμπόρους<sup>27</sup> στο οποίο αναφέρεται «Με βάση τα παραπάνω αναλύσαμε ανά Ομάδα πελατών (με βάση τον τζίρο του 2011) τις παροχές που θα αποδοθούν το 2012. Έτσι καταλήξαμε στην Βασική Τιμολογιακή Έκπτωση με την οποία θα τιμολογείσαι στο εξής που θα είναι ...» Στο ίδιο μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου αναφέρεται επίσης «Τέλος από φέτος θα έχεις Στόχους τιμολογημένου Ετήσιου τζίρου καταμερισμένους σε Core και Seasonal Business. Η επίτευξη του Στόχου Core Business θα αμειφθεί με έκπτωση 1%, ενώ η επίτευξη του Στόχου Seasonal Business θα αμειφθεί με έκπτωση 2%. Η απόδοση των παραπάνω εκπτώσεων θα γίνει με Πιστωτικό Σημείωμα στο τέλος του έτους. Τους στόχους ανά business θα τους λάβεις αρχές Φεβρουαρίου».
24. Ερωτώμενη σχετικά η ΣΑΡΑΝΤΗΣ διευκρινίζει ότι «μόνο το 2012 δόθηκε μια πρόσθετη παροχή προς όλους τους χονδρέμπορους η οποία δεν αποτελεί μέρος της πάγιας εκπωτικής πολιτικής που ακολουθεί η ΣΑΡΑΝΤΗΣ. Αποφασίσθηκε να δοθεί την περίοδο αυτή λόγω της καλπάζουσας οικονομικής κρίσης, ώστε να συγκρατηθεί η πτώση των πωλήσεων. Ο στόχος δεν ήταν εξατομικευμένος. Ήταν μια επιπρόσθετη παροχή για τη συγκεκριμένη περίοδο προς όλους τους χονδρέμπορους. Με την επιπλέον έκπτωση αυτή παροτρύνονταν οι χονδρέμποροι να παρέχουν πιο γενναίες εκπτώσεις προς τους λιανέμπορους, με τελικό σκοπό να μειωθούν οι λιανικές τιμές των προϊόντων και να γίνουν ελκυστικότερα προς τους καταναλωτές σε μια περίοδο μείωσης των εισοδημάτων τους. Εάν επιτυγχάνονταν ο στόχος η επιπλέον έκπτωση υπολογίζονταν αντίστοιχα μόνο επί του τζίρου του Core Business και μόνο επί του τζίρου του Seasonal Business.». Σημειώνεται ότι στα στοιχεία που βρίσκονται στο φάκελο της υπόθεσης δεν βρέθηκε αντίστοιχη παροχή για άλλα έτη πέραν του 2012.
25. Οι καταγγέλλουσες επιβεβαιώνουν την άποψη της ΣΑΡΑΝΤΗΣ. Ειδικότερα, ερωτώμενες εάν πέραν της έκπτωσης επί τιμοκαταλόγου ΣΑΡΑΝΤΗΣ, λάμβαναν επίσης και εκπτώσεις που αφορούσαν στην επίτευξη στόχου ετήσιου τιμολογούμενου τζίρου, όπως αυτή περιγράφεται πιο πάνω η ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ αναφέρει ότι «[δ]εν είχαμε ξεχωριστό στόχο. Η όποια έκπτωση λόγω τζίρου συμπεριλαμβανόταν στην έκπτωση επί του τιμολογίου και ήταν εξ αρχής ορισμένη.»<sup>28</sup>.

<sup>27</sup> Τα σχετικά μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με τίτλο "Γρ. Σαράντης ΑΒΕΕ: Όροι Συνεργασίας 2012" που συλλέχθηκαν κατά τη διάρκεια του ελέγχου εστάλησαν στις 26 Ιανουαρίου 2012 από τον κύριο [...], προς [...] (mail κ. [...]).

<sup>28</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 10953/22.12.2020 επιστολή της ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗΣ.

Αντίστοιχα η ΕΜΜΑΝΟΥΛΙΔΗΣ σημειώνει «[ό]λες οι εκπώσεις ήταν ενσωματωμένες στα τιμολόγια αγοράς. Μόνο στις ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ<sup>29</sup> υπήρχαν εξτρά εκπώσεις, οι οποίες συνήθως συμπεριλαμβάνονταν κι αυτές στα τιμολόγια αγοράς καθώς όλες οι αγορές που κάναμε και όλες οι εκπώσεις, έπρεπε σε αντίστοιχο βαθμό να αποδοθούν και στους πελάτες μας»<sup>30</sup>. Τέλος η ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ αναφέρει ότι στην «εμπορική πολιτική του 2012 που ίσχυε μέχρι να αποχωρήσουμε προβλεπόταν ότι «η επίτευξη στόχου Core Business θα αμειφθεί με έκπτωση 1% ενώ η επίτευξη seasonal θα αμειφθεί με έκπτωση 2%»<sup>31</sup>.

### III.2.2 Η Πυραμίδα –εκπτώσεις στα τελικά σημεία πώλησης

26. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ καταρτίζει την λεγόμενη «Πυραμίδα» βάσει της οποίας αποδίδονται οι εκπώσεις και παροχές των προϊόντων της στην «μικρή αγορά».
27. Σύμφωνα με τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ, στην περίπτωση των χονδρεμπόρων η Πυραμίδα επρόκειτο στην ουσία για προτεινόμενη εμπορική πολιτική του χονδρεμπόρου προς το τελικό σημείο πώλησης. Η εταιρία δεν ερχόταν σε απευθείας συνεννόηση με τους τελικούς λιανέμπορους και οι συγκεκριμένες παροχές προτεινόταν να συμφωνηθούν μεταξύ του τελικού σημείου και του χονδρέμπορου. Η τελική έκπτωση του χονδρέμπορου με τα τελικά σημεία πώλησης που εξυπηρετούσε αποτελούσε αποκλειστικά συμφωνία μεταξύ χονδρέμπορου-λιανέμπορου, στην οποία η ΣΑΡΑΝΤΗΣ δεν εμπλεκόταν.
28. Στον αντίποδα σύμφωνα με τις καταγγέλλουσες, οι χονδρέμποροι παρείχαν έκπτωση επί του τιμολογίου στους πελάτες τους ανάλογα με τις υποδείξεις-οδηγίες της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, όπως ορίζονταν στην ΠΥΡΑΜΙΔΑ. Τα ποσοστά της έκπτωσης προς τους πελάτες τους, τα καθόριζε η ΣΑΡΑΝΤΗΣ χρησιμοποιώντας ως εργαλείο τις πωλήσεις της προηγούμενης χρονιάς μέσω του λογισμικού συστήματος Flyers Sales Manager (FSM). Οι καταγγέλλουσες υποστηρίζουν ότι η ΠΥΡΑΜΙΔΑ κοινοποιείτο και στους πελάτες τους με αποτέλεσμα οι εταιρείες να μην μπορούν να διαμορφώσουν την τελική τιμή πώλησης και το κέρδος τους μόνες τους, αλλά έπρεπε να ακολουθήσουν την ΠΥΡΑΜΙΔΑ της ΣΑΡΑΝΤΗΣ.
29. Ωστόσο δεν κατέστη εφικτό να επιβεβαιωθούν οι ισχυρισμοί των καταγγελλουσών καθώς οι ίδιες δεν προσκόμισαν σχετική αλληλογραφία (μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, επιστολές ή άλλο), από την οποία να προκύπτει η εν λόγω πρακτική από την καταγγελλόμενη. Σχετικά αποδεικτικά δεν βρέθηκαν ούτε στα αρχεία που η ΓΔΑ σύλλεξε κατά τη διάρκεια του ελέγχου. Ερωτώμενη σχετικά η ΣΑΡΑΝΤΗΣ απαντά πως «[η] Πυραμίδα δεν κοινοποιούνταν στους λιανέμπορους. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ την απέστειλε μόνο στα κεντρικά των Ομίλων Αγορών, με τους οποίους συμφωνούσε απευθείας και κεντρικά την εμπορική πολιτική που θα ίσχυε για τα μέλη τους.»<sup>32</sup>
30. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ αναφέρει ότι διαπίστωσε πως διαχρονικά οι χονδρέμποροι δεν τηρούσαν τις προτάσεις εκπτώτικης πολιτικής προς τους λιανέμπορους με αποτέλεσμα, από το 2015 και μετά να μην ξαναστείλει αντίστοιχες προτάσεις (Πυραμίδα).

<sup>29</sup> Οι ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ περιγράφονται στην ενότητα που ακολουθεί.

<sup>30</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 10981/22.12.2020 επιστολή της ΕΜΜΑΝΟΥΛΙΔΗΣ.

<sup>31</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 2614/23.03.2021 απαντητική επιστολή της ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ, στην οποία επίσης παραπέμπει και στο σχετικό 19 της Καταγγελίας της.

<sup>32</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 11031/23.12.2020 απαντητική επιστολή ΣΑΡΑΝΤΗΣ. Με βάση την απάντηση της ΣΑΡΑΝΤΗΣ (υπ' αριθ. πρωτ. 4657/26.05.2021) η εταιρία πραγματοποιούσε απευθείας συμφωνίες με τους λιανοπωλητές μέλη Ομίλων Κοινών Αγορών.

### III.2.3 Προωθητικές ενέργειες

31. Ο μεγαλύτερος όγκος των εγγράφων που προσκόμισαν οι καταγγέλλουσες, τόσο με τις καταγγελίες τους όσο και με τις απαντητικές τους επιστολές, αφορούσαν την εκπόνηση προωθητικών ενεργειών από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ. Από τα εν λόγω έγγραφα προκύπτει ότι η καταγγελλόμενη προβαίνει συχνά σε προωθητικές ενέργειες για τα προϊόντα που εμπορεύεται. Ορισμένες προωθητικές ενέργειες διαφέρουν μεταξύ μεγάλης και μικρής αγοράς και σε ορισμένες περιπτώσεις οι προωθητικές ενέργειες στην μικρή αγορά ήταν μεγαλύτερες από αυτές στους «account» πελάτες<sup>33</sup>.
32. Κατά την περίοδο που πραγματοποιείται μια προωθητική ενέργεια, στην περίπτωση όπου η διανομή των προϊόντων γίνεται μέσω συνεργαζόμενων χονδρεμπόρων, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ μειώνει την τιμή με την οποία οι χονδρέμποροι προμηθεύονται από την ίδια τους κωδικούς των προϊόντων ή/και σημάτων που έχει αποφασίσει να στηρίξει. Μέσα από την μείωση της τιμής στην οποία πουλά τα προϊόντα στους χονδρέμπορους, αναμένει οι χονδρέμποροι να μετακυλήσουν την μείωση της τιμής στους λιανοπωλητές. Όπως αναφέρει η ίδια, δεν έχει ωστόσο τη δυνατότητα να επιβάλει την μετακύληση της έκπτωσης προς τα τελικά σημεία πώλησης<sup>34</sup>.
33. Σύμφωνα με τις καταγγέλλουσες οι εκπτώσεις αυτές που δίνονται με την μορφή μειωμένης τιμής, είναι επίσης παραβατικές καθώς συμβάλουν στον έμμεσο καθορισμό τιμών. Οι καταγγέλλουσες προσκόμισαν μεγάλο αριθμό οδηγιών, παρουσιάσεων για λανσάρισμα νέων κωδικών και μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου από την ΣΑΡΑΝΤΗΣ που αφορούσαν την ενημέρωσή τους για τις προωθητικές ενέργειες της εταιρίας.
34. Από τα στοιχεία του φακέλου προκύπτει ότι η μείωση της τιμής για την πραγματοποίηση προωθητικών ενεργειών, οι οποίες διαρκούσαν σύντομο χρονικό διάστημα, προς τους χονδρεμπόρους μπορεί να πάρει τις εξής μορφές:
- Παροχή **συγκεκριμένου ποσού έκπτωσης (PRICE OFF)** επί της τιμής τιμοκαταλόγου. Παραδείγματα αποτελούν η ενέργεια «Σπίτι μου σπιτάκι μου 2012» κατά την οποία σε μεγάλο μέρος του κωδικολογίου AFROSO παρεχόταν έκπτωση 0,16 € ανεξαρτήτως τιμής<sup>35</sup> όπως και η ενέργεια «2013 – Γεμάτο Καλάθι» κατά την οποία, παρεχόταν μείωση της τιμής σε μια γκάμα προϊόντων όπως μείωση της τιμής κατά 0,73 € σε κωδικούς BIOTEN και μείωση τιμής κατά 0,57 € σε κωδικούς ACT<sup>36</sup>.
  - Παροχή **ποσοστού επί της Αρχικής Τιμής Τεμαχίου**<sup>37</sup>, όπως για παράδειγμα η επιπλέον τιμολογιακή έκπτωση 20% που χορήγησε η ΣΑΡΑΝΤΗΣ από 20/5/2013 έως και 7/6/2013 στους οίκους BIOTEN & SANITAS CLEANING<sup>38</sup> και η έκπτωση 10% στα set δώρου την

<sup>33</sup>Ως «account» πελάτες νοούνται οι μεγάλες αλυσίδες λιανέμπορων με τις οποίες η ΣΑΡΑΝΤΗΣ συνάπτει κεντρικές συμφωνίες και φυσικά οι εκπτώσεις που χορηγεί η ΣΑΡΑΝΤΗΣ σε αυτούς διαμορφώνονται με άλλο τρόπο. (Υπ' αριθ. πρωτ. 6998/30.07.2020 απαντητική επιστολή της ΣΑΡΑΝΤΗΣ) Βλ. παρ. 15 ανωτέρω. Στην υπ' αριθ. πρωτ. 10953/22.12.2020 απαντητική επιστολή της ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗΣ, στο mail 14 αναφέρεται «Παρακαλώ όπως επικοινωνήσετε στα σημεία σας ότι η παραπάνω ενέργεια είναι αποκλειστική!!! και μεγαλύτερη σε δυναμική από τις ενέργειες που πραγματοποιούμε στην μεγάλη αγορά!!!»

<sup>34</sup>Υπ' αριθ. πρωτ. 6998/30.07.20 απαντητική επιστολή της ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

<sup>35</sup>Συνημμένο στην υπ' αριθ. πρωτ. 6106/19.10.2015 καταγγελία της ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ.

<sup>36</sup>Σχετικό 16 της υπ' αριθ. πρωτ. 6106/19.10.2015 καταγγελία της ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ και excel με τίτλο «Αντίγραφο του PROMOTION KEY ACCOUNTS\_2013\_FINAL (1)μέρος» του στο mail 1 της υπ' αριθ. πρωτ. 10953/22.12.2020 απαντητική επιστολή της ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗΣ.

<sup>37</sup>Συνημμένο στην υπ' αριθ. πρωτ. 6106/19.10.2015 καταγγελία της ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ.

<sup>38</sup> Σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που συλλέχθηκε κατά τον έλεγχο στις εγκαταστάσεις της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, με τίτλο "FW: Νέα Γάντια Sanitas Cleaning. EXTRA ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΕΣ ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ" από τον

τελευταία εβδομάδα του Αυγούστου 2010<sup>39</sup>. Ορισμένες φορές η ποσοστιαία έκπτωση δινόταν στους χονδρεμπόρους εφόσον πληρούνταν συγκεκριμένες προϋποθέσεις.

- **Παροχή δωρεάν προϊόντος από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ προς τους χονδρέμπορους.** Παράδειγμα τέτοιας έκπτωσης αποτελεί η «ειδική ενέργεια FLAME MONO για το κανάλι των συνεργατών» του Νοεμβρίου 2009, κατά τη διάρκεια της οποίας με την αγορά 5 κιβωτίων FLAME ο χονδρέμπορος έπαιρνε και ένα επιπλέον δώρο<sup>40</sup>. Ορισμένες φορές, όπως και στις εκπτώσεις της τιμής, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ έθετε και ορισμένες προϋποθέσεις για την χορήγηση έκπτωσης.

#### IV Η ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΓΕΝΙΚΗΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

35. Στην Ενότητα που ακολουθεί παρουσιάζεται η έρευνα που πραγματοποίησε η ΓΔΑ αναφορικά με τις καταγγελλόμενες πρακτικές.

##### IV.1 Υποχρέωση συμμόρφωσης με προωθητικές ενέργειες της ΣΑΡΑΝΤΗΣ

36. Σύμφωνα με τις καταγγέλλουσες, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ υποχρέωνε τις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις να προβαίνουν σε συγκεκριμένες πρακτικές με την μορφή εξτρά παροχών, «προκειμένου να «εξαφανίσει» από τα ράφια των καταστημάτων τα ανταγωνιστικά προϊόντα (πολιτική ραφιού)». Από τις εμπορικές πολιτικές και προωθητικές ενέργειες της ΣΑΡΑΝΤΗΣ προκύπτει, σύμφωνα πάντα με τις καταγγέλλουσες, ξεκάθαρα η υποχρέωσή τους να τηρήσουν τις ενέργειες με stand στα καταστήματα των πελατών τους, με τοποθετήσεις στα ράφια, με έκδοση και διακίνηση διαφημιστικών φυλλαδίων, στα οποία αναγράφονται και τελικές τιμές πωλήσεις.

37. Η ΓΔΑ ζήτησε σχετικές διευκρινίσεις και αποδεικτικά στοιχεία από τις καταγγέλλουσες. Η **ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ** απάντησε ότι «[α]ναφορικά με τις προωθητικές ενέργειες, τα stand και τα φυλλάδια, ήταν ενέργειες που ήταν εντός της μεταξύ μας συμφωνίας. Δεν παίρναμε κάποιο μπόνους αν τις πραγματοποιούσαμε αλλά ήμασταν υποχρεωμένοι να τις εκτελούμε. Στην αλληλογραφία που έχουμε στείλει και ειδικά στα φυλλάδια των **ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ** είναι σαφές ότι τα stand και τα φυλλάδια ήταν εντός των υποχρεώσεων μας και υπήρχε μάλιστα και συγκεκριμένος αριθμός stand που θα έπρεπε να προμηθευτούμε, να τοποθετήσουμε και να γεμίσουμε με ειδικές παραγγελίες. ...»<sup>41</sup>. Η **ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ** έστειλε σειρά μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στα οποία η ΓΔΑ θα έβλεπε «... διάφορες ενέργειες που κατά καιρούς έβγαζε η Σαραντης με αναφορές σε stand (**ΣΠΙΤΙ ΜΟΥ ΣΠΙΤΑΚΙ ΜΟΥ, ΠΑΝΩ-ΚΑΤΩ, ΣΠΙΤΙ ΣΕ ΤΑΞΗ κλπ**), σε δεύτερο σημείο πωλήσεις, σε παροχές κλπ, ... , λίστες με τα stand ανά διανομέα, οδηγίες για φυλλάδια και αφίσες που έπρεπε να τοποθετηθούν στα καταστήματα λιανικής, ...»<sup>42</sup>. Τέλος η **ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ** προσκόμισε σειρά μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, εγκυκλίων και εσωτερικών ενημερωτικών με τα

---

κύριο [...] προς την [...] στις 31/5/13, αναφέρεται: «Σε συνέχεια των ειδικών ενεργειών που ισχύουν για εσάς από 20/5 έως & 7/6/2013 στους οίκους **BIOTEN & SANITAS CLEANING**, με επιπλέον τιμολογιακή έκπτωση 20%, θα ήθελα να σας ενημερώσω τα εξής :

• Στους τρεις (3) νέους κωδικούς Γαντιών μιας χρήσης 80 τμχ **Sanitas Cleaning** θα ισχύει η ίδια ενέργεια όπως και στα υπόλοιπα προϊόντα **Sanitas Cleaning**. Και οι τρεις κωδικοί θα τιμολογούνται με επιπλέον τιμολογιακή έκπτωση 20% για παραγγελίες που θα λάβουμε από σήμερα έως και 7/6/2013.»

<sup>39</sup> Επισυναπτόμενο Mail 9 στην υπ' αριθ. πρωτ. 10953/22.12.2020 απαντητική επιστολή της ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗΣ.

<sup>40</sup> Βλέπε Ενότητα IV.3.

<sup>41</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 10981/22.12.2020 απαντητική επιστολή της ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ.

<sup>42</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 10953/22.12.2020 απαντητική επιστολή της ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗΣ.

οποία ρυθμίζονται θέματα εμπορικής και τιμολογιακής πολιτικής<sup>43</sup>, προωθητικών ενεργειών, παραγγελιών για προωθητικούς κωδικούς και λανσαρίσματος νέων κωδικών.

38. Από την εξέταση των στοιχείων του φακέλου, η ΓΔΑ δεν εντόπισε κάποιο αποδεικτικό στοιχείο από το οποίο να προκύπτει η πρόθεση επιβολής ή η επιβολή από την πλευρά της ΣΑΡΑΝΤΗΣ των εκπτώσεων τοποθέτησης (βλ. ΠΥΡΑΜΙΔΑ) ή των προωθητικών ενεργειών που κατά περιόδους πραγματοποιούσε η ΣΑΡΑΝΤΗΣ.
39. Επίσης, σχετικά με τις προωθητικές ενέργειες επισημαίνεται ότι από την μελέτη των στοιχείων που προσκόμισαν οι καταγγέλλουσες και τα στοιχεία που συλλέχθηκαν κατά τη διάρκεια του ελέγχου, η ΓΔΑ βρήκε ότι, κατά κανόνα όταν η ΣΑΡΑΝΤΗΣ ενημέρωνε τους συνεργαζόμενους χονδρέμπορους για προωθητικές ενέργειες, χρησιμοποιούσε διατυπώσεις από τις οποίες ήταν σαφές ότι η επιλογή συμμόρφωσης ήταν του χονδρέμπορου.

#### **IV.2 Επιβολή προτεινόμενων εκπτώσεων – έμμεσος καθορισμός τιμών και περιθωρίου κέρδους**

40. Στην Ενότητα III.2 παρουσιάστηκε η τιμολογιακή και εκπαιδευτική πολιτική της ΣΑΡΑΝΤΗΣ απέναντι στο δίκτυο διανομής των χονδρεμπόρων, κυρίως ώστε να είναι δυνατή η αξιολόγηση των ισχυρισμών των καταγγελλουσών σχετικά με τον έμμεσο καθορισμό, από την πλευρά της ΣΑΡΑΝΤΗΣ του κέρδους τους. Σύμφωνα με τις καταγγέλλουσες, το κέρδος του διανομέα «είναι απολύτως καθορισμένο, δηλαδή είναι η διαφορά τιμής αγοράς των προϊόντων και τιμής μεταπώλησης αυτών, γεγονός που οδηγεί σε έμμεσο καθορισμό τιμής». Η τιμή αγοράς εύλογα είναι εκείνη η οποία ορίζεται από την ίδια την εταιρία εμπορίας των προϊόντων, δηλαδή την ΣΑΡΑΝΤΗΣ, ωστόσο σύμφωνα με τις καταγγέλλουσες η ΣΑΡΑΝΤΗΣ επέβαλε σε αυτές την τιμή μεταπώλησης των προϊόντων (τον τιμοκατάλογο ΣΑΡΑΝΤΗΣ) αλλά και την εκπαιδευτική πολιτική που αυτές θα ακολουθούσαν απέναντι στους λιανέμπορους.
41. Προκειμένου να μπορέσει η ΓΔΑ να αξιολογήσει την πρακτική που ακολουθείτο κατά την τιμολόγηση των προϊόντων από τις καταγγέλλουσες χονδρεμπορικές εταιρείες, ζητήθηκε από αυτές να περιγράψουν αναλυτικά τη διαδικασία, με την οποία τιμολογούσαν τα προϊόντα ΣΑΡΑΝΤΗΣ και τον τρόπο με τον οποίο καθόριζαν το περιθώριο κέρδους τους. Οι καταγγέλλουσες προσκόμισαν ενδεικτικά τιμολόγια αγορών και τιμολόγια πωλήσεων από τα οποία, σύμφωνα και με τις τρεις καταγγέλλουσες, προκύπτει ότι η αρχική τιμή αγοράς και η αρχική τιμή πώλησης των προϊόντων της ΣΑΡΑΝΤΗΣ είναι ίδια και σε πλήρη εναρμόνιση με τον εκάστοτε τιμοκατάλογο της καταγγελλόμενης<sup>44</sup>.
42. Κατά την εξέταση των τιμολογίων αγοράς και πώλησης που προσκόμισαν οι καταγγέλλουσες, η ΓΔΑ επιβεβαίωσε ότι τόσο στα τιμολόγια πώλησης των προϊόντων από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ στις καταγγέλλουσες όσο και στα τιμολόγια πώλησης των προϊόντων από αυτές στους πελάτες τους, ως τιμή μονάδας, κατά κανόνα αναφέρεται η τιμή του τιμοκαταλόγου ΣΑΡΑΝΤΗΣ (βλ Ενότητα III.2.1). Αν και η μοναδιαία τιμή αγοράς και πώλησης των προϊόντων ΣΑΡΑΝΤΗΣ από τις καταγγέλλουσες, κατά κανόνα ταυτίζεται με την τιμή τιμοκαταλόγου, η εν λόγω ταύτιση της τιμής μονάδας δεν αποτελεί και απόδειξη ότι αυτή ήταν αποτέλεσμα επιβολής. Πρέπει να σημειωθεί ότι σύμφωνα με τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ οι συνεργαζόμενοι χονδρέμποροι διατηρούσαν τον δικό τους

<sup>43</sup>Υπ' αριθ. πρωτ. 1134/05.02.2021 και 2614/23.03.2021. Κατά κανόνα αφορούν αρχεία τα οποία είχαν ήδη υποβληθεί με την υπ' αριθ. πρωτ. 6107/19.10.2015 Καταγγελία της ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ.

<sup>44</sup> Η [...] προσδιορίζει ότι την περίοδο που αφορά η καταγγελία υπήρξαν τρεις διαφορετικοί τιμοκατάλογοι, ήτοι ένας μέχρι την 31.5.2010, ένας μέχρι την 17.12.2012 και ένας μέχρι το τέλος της συνεργασίας τους.



τιμοκατάλογο. Από την εξέταση των στοιχείων δεν βρέθηκε αποδεικτικό στοιχείο από το οποίο να προκύπτει ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ επέβαλε στις καταγγέλλουσες να θέτουν τιμές τιμοκαταλόγου ίδιες με τις τιμές που έθετε η ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

43. Τέλος σχετικά με την τελική τιμή πώλησης προς τον καταναλωτή, η οποία σύμφωνα με τις καταγγέλλουσες οριζόταν έμμεσα από την ΣΑΡΑΝΤΗΣ και ταυτιζόταν με την τιμή τιμοκαταλόγου ΣΑΡΑΝΤΗΣ (συν ΦΠΑ), αυτή τίθεται από τον κάθε λιανέμπορο στον καταναλωτή και τρόπος διαμόρφωσής της δεν προκύπτει από τα προσκομισθέντα τιμολόγια αγοράς και πώλησης ή άλλα στοιχεία του φακέλου. Σχετικά με τη λιανική τιμή πώλησης, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ επισημαίνει ότι στον τιμοκατάλογο της εταιρίας υπάρχει η διευκρίνιση ότι *«η τιμή στο ράφι είναι στην απόφαση του λιανέμπορου»*, γεγονός το οποίο επιβεβαιώνεται από τα στοιχεία του φακέλου<sup>45</sup>. Σημειώνεται ότι η προτεινόμενη τιμή λιανικής που παρουσιάζεται στους τιμοκαταλόγους ΣΑΡΑΝΤΗΣ προκύπτει από την τιμή τιμοκαταλόγου ΣΑΡΑΝΤΗΣ στην οποία προστίθεται ο ΦΠΑ.
44. Κατά την άποψη των καταγγελλουσών η *«καταγγελλόμενη μέσω των εκπαιδευτικών προγραμμάτων έθεσε σε εφαρμογή μια πολιτική επιβολής και ελέγχου των λιανικών τιμών πώλησης. Η πολιτική αυτή συνίσταται στον αυστηρό καθορισμό της τελικής τιμής πώλησης μέσω του καθορισμού του χορηγούμενου ποσοστού έκπτωσης. Στόχος της ως άνω πολιτικής ήταν ο περιορισμός του ανταγωνισμού ανάμεσα στους διανομείς της καταγγελλόμενης»*.
45. Σχετικά με τον καθορισμό από την πλευρά της ΣΑΡΑΝΤΗΣ του εκπαιδευτικού προγράμματος από τον χονδρέμπορο προς τον λιανέμπορο, από τα στοιχεία που έχει στη διάθεσή της η ΓΔΑ δεν προκύπτει ούτε ότι η προτεινόμενη εμπορική πολιτική από την πλευρά της ΣΑΡΑΝΤΗΣ ήταν και δεσμευτική για τους χονδρέμπορους αλλά ούτε ότι οι προωθητικές ενέργειες (ποσοστό έκπτωσης, αριθμός stand κλπ) που η ΣΑΡΑΝΤΗΣ πραγματοποιούσε ήταν υποχρεωτικές για αυτούς.
46. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ από την πλευρά της, σχετικά με την επιβολή από την ίδια τιμών μεταπώλησης από τους χονδρέμπορους στους πελάτες τους, υπογραμμίζει πως δεν έχει τη δυνατότητα να επιβάλει οποιαδήποτε απόφαση στους χονδρέμπορους, επειδή αυτοί διανέμουν όχι μόνο προϊόντα ΣΑΡΑΝΤΗΣ αλλά και προϊόντα ανταγωνιστών, ευθέως ανταγωνιστικά και μη (δηλαδή προϊόντα που δεν διαθέτει η ΣΑΡΑΝΤΗΣ). Ειδικότερα όσον αφορά τις καταγγέλλουσες, η εταιρία επισημαίνει πως οι πωλήσεις προϊόντων ΣΑΡΑΝΤΗΣ αποτελούσε μικρό μέρος του κύκλου εργασιών. Ενδεικτικά οι αγορές της ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ το 2014 από την ΣΑΡΑΝΤΗΣ ανήλθαν στο [...] των συνολικών αγορών της εταιρίας. Το αντίστοιχο ποσοστό για την ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ διαμορφώθηκε στο [...] το 2012 και [...] το 2013, ενώ για την ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ διαμορφώθηκε στο [...] και [...] το 2010, 2011 και 2012 αντίστοιχα αν και οι καταγγέλλουσες εκτιμούν ότι τα εν λόγω ποσοστά είναι υψηλότερα. Ως εκ τούτου στις μεμονωμένες συμφωνίες που συνάπτουν οι χονδρέμποροι με τους λιανέμπορους αυτοί λαμβάνουν υπόψη κατά τον προσδιορισμό της εμπορικής πολιτικής τους το σύνολο των προϊόντων που θέλουν να πουλήσουν.
47. Ειδικότερα, αναφορικά με το εκπαιδευτικό της πρόγραμμα, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ αναφέρει πως η εταιρία περιοδικά ήθελε να ενισχύσει τις πωλήσεις ορισμένων προϊόντων και προς το σκοπό αυτό πωλούσε προς τους χονδρέμπορους τα εν λόγω προϊόντα με μεγαλύτερες εκπτώσεις, δηλαδή πιο φθηνά. Η εταιρία ανέμενε οι χονδρέμποροι να μετακυλήσουν τις μειωμένες τιμές στην κατώτερη βαθμίδα, χωρίς όμως να υπάρχει κάποια πίεση προς αυτή την κατεύθυνση ή φυσικά κυρώσεις. Οι

<sup>45</sup> Σε όλους τους τιμοκαταλόγους λιανικής που τέθηκαν στη διάθεση της ΓΔΑ αναγράφεται η φράση *«η τιμή στο ράφι είναι στην απόφαση του λιανέμπορου»* στο πάνω δεξιά μέρος κάθε σελίδας.

λιανέμποροι ήταν απολύτως ανεξάρτητοι στη διαμόρφωση της εμπορικής πολιτικής τους. Επίσης, όπως αναφέρθηκε και ανωτέρω, σύμφωνα με τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ, το πρόγραμμα εκπωτικής πολιτικής (ΠΥΡΑΜΙΔΑ) που εκείνη είχε σχεδιάσει για τους λιανέμπορους ήταν, στην περίπτωση των χονδρεμπόρων, προτεινόμενο.

48. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ υπογραμμίζει πως οι χονδρέμποροι ακολουθούσαν τη δική τους εμπορική πολιτική, χωρίς να υπάρχει ουδέποτε αντίδραση εκ μέρους της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, πολλώ μάλλον ποινές ή κυρώσεις. Άλλωστε μπορεί άνετα να διαπιστωθεί, σύμφωνα με την εταιρία, ότι διαχρονικά η ΣΑΡΑΝΤΗΣ, η οποία προφανώς διαπίστωνε την μη τήρηση των προτάσεων της δεν μείωνε τις εκπτώσεις επί τιμοκαταλόγου με τις οποίες τιμολογούσε τους χονδρέμπορους, αλλά συχνά τις αύξανε κιόλας. Από τα στοιχεία του φακέλου προκύπτει ότι πράγματι η τιμολογιακή έκπτωση που παρείχε η ΣΑΡΑΝΤΗΣ στους χονδρέμπορους ήταν κατά κανόνα σταθερή ανά τα έτη.
49. Προς επίρρωση των ισχυρισμών της, ότι οι χονδρέμποροι ακολουθούσαν τη δική τους εμπορική πολιτική, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ προσκόμισε σχετικό αρχείο excel στο οποίο παρουσιάζονται αναλυτικά στοιχεία της εκπωτικής πολιτικής των χονδρεμπόρων για τα έτη 2012, 2013, 2014<sup>46</sup>. Στο αρχείο παρουσιάζονται αναλυτικά ανά πελάτη του κάθε χονδρέμπορου και ανά έτος, το ύψος των μικτών πωλήσεων, το ύψος της συνολικής έκπτωσης, το ποσοστό της έκπτωσης στις μικτές πωλήσεις και το ύψος των καθαρών πωλήσεων. Επίσης αναγράφεται το «ποσοστό έκπτωσης βάσει προτεινόμενης εμπορικής πολιτικής» το οποίο αποτελούσε τον μέσο όρο των εκπτώσεων που βάσει των προτάσεων της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, μπορούσαν να παρέχουν οι συνεργάτες της στους λιανέμπορους<sup>47</sup>. Στη συνέχεια τα εν λόγω στοιχεία παρουσιάζονται ξεχωριστά για τις πωλήσεις προϊόντων ευρείας ροής<sup>48</sup>, ευρείας αντηλιακών και ευρείας εντομοαπωθητικών. Σύμφωνα με τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ από το συγκεκριμένο αρχείο αποδεικνύεται ότι συνήθως οι καταγγέλλουσες χορηγούσαν μικρότερες από τις προτεινόμενες εκπτώσεις, με συνέπεια να αυξάνουν τα κέρδη τους. Παρατηρεί δε ότι οι καταγγέλλοντες προσέφεραν στους πελάτες τους διαφοροποιημένες εκπτώσεις κατά την κρίση τους.
50. Από την μελέτη των στοιχείων του αρχείου προκύπτει ότι:
- α) το μεγαλύτερο ποσοστό συνολικής έκπτωσης δεν χορηγείται σε εκείνους τους λιανέμπορους που πραγματοποιούν τις μεγαλύτερες συνολικές μικτές πωλήσεις ενώ λιανέμποροι με τις ίδιες συνολικές μικτές πωλήσεις ενδέχεται να λαμβάνουν σημαντικά διαφορετικά ποσοστά έκπτωσης.
- β) στις επιμέρους συνολικές πωλήσεις αντηλιακών και εντομοαπωθητικών μεγάλο μέρος των λιανεμπόρων λαμβάνει ποσοστό έκπτωσης μικρότερο από το ποσοστό βάσει προτεινόμενης εμπορικής πολιτικής.
51. Επίσης η ΣΑΡΑΝΤΗΣ υποστηρίζει πως το γεγονός ότι οι εκπτώσεις που παρέχει συνήθως δεν μετακυλύονται στο λιανεμπόριο αποδεικνύεται και από απλή παρατήρηση των τιμών λιανικής πώλησης των προϊόντων ΣΑΡΑΝΤΗΣ σε μικρά σημεία πώλησης, όπου προκύπτουν σημαντικές διαφορές στις λιανικές τιμές ακόμα και εντός της ίδιας γεωγραφικής περιοχής. Σχετικά η καταγγελλόμενη προσκόμισε αρχείο excel με ορισμένες τιμοληψίες προϊόντων<sup>49</sup> της σε σημεία

<sup>46</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 11031/23.12.2020 απαντητική επιστολή της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, σχετικό 2.

<sup>47</sup> Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ διευκρινίζει περαιτέρω ότι το ποσοστό προκύπτει από τον θεωρητικό υπολογισμό που έκανε η εταιρία βάσει των στοιχείων που τις παρείχαν οι χονδρέμποροι για τις αγορές που πραγματοποιούσαν οι λιανέμποροι από αυτούς.

<sup>48</sup> Δηλαδή των προϊόντων core business πλην των εποχιακών (αντηλιακά και εντομοαπωθητικά).

<sup>49</sup> Οι λιανικές τιμές πώλησης είναι η τιμοληψία μιας συγκεκριμένης ημέρας, η οποία όμως δεν πραγματοποιούνταν την ίδια ημέρα σε όλα τα καταστήματα.

λιανικής πώλησης για τα έτη ωστόσο 2018, 2019 και 2020<sup>50</sup>. Από το εν λόγω αρχείο προκύπτει ότι τα συγκεκριμένα σημεία λιανικής πώλησης έθεταν τιμές λιανικής πώλησης διαφορετικές από την τιμή τιμοκαταλόγου αλλά και διαφορετικές μεταξύ τους. Το συγκεκριμένο γεγονός, σημειώνει η καταγγελλόμενη, αποδεικνύει ότι οι συνεργάτες αποφάσιζαν απολύτως ανεξάρτητα την εμπορική πολιτική τους. Ωστόσο μετά από σχετική διευκρινιστική ερώτηση της ΓΔΑ η εταιρία διευκρίνισε ότι τα «σημεία πώλησης που αναφέρονται στα αρχεία της τιμοληψίας είναι σημεία στα οποία πουλάει απευθείας η Σαράντης». Προκύπτει λοιπόν ότι τα μεμονωμένα σημεία λιανικής πώλησης τα οποία εξυπηρετούνται απευθείας από την ΣΑΡΑΝΤΗΣ, δεν φαίνεται να ακολουθούν την προτεινόμενη λιανική τιμή της εταιρίας.

52. Με τις προσθήκες τους οι καταγγέλλουσες ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ και ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ προσκόμισαν πιστωτικά τιμολόγια της περιόδου 2012-2014 από τα οποία προκύπτει, κατά τους ισχυρισμούς τους, ότι τηρούσαν την εμπορική και τιμολογιακή πολιτική της καταγγελλόμενης, ειδικά ως προς τα μέλη των Ομίλων Κοινών Αγορών. Όπως ισχυρίζονται οι καταγγέλλουσες, μεγάλο ποσοστό των πωλήσεών τους γινόταν σε αλυσίδες καταστημάτων ή συνεταιρισμούς (ΕΛΕΤΑ, ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ, ΒΗΤΑ Π, ΑΣΤΕΡΑΣ, ΑΦΡΟΔΙΤΗ, ΕΛΟΜΑΣ, ΣΥΜΜΕΤΡΟΝ), με τους οποίους η καταγγελλόμενη είχε συμφωνίες, τις οποίες οι καταγγέλλουσες έπρεπε να ακολουθούν.<sup>51</sup> Επιπλέον, αναφέρουν ότι «[η έρευνα της Υπηρεσίας] θεώρησε ότι η εταιρία μας εξυπηρετούσε μόνο τη μικρή αγορά, στην οποία όντως υπήρχε μία σχετική ελευθερία στη διαμόρφωση της τιμής των προϊόντων, η οποία όμως κινούνταν στα στενά πλαίσια που έθετε η καταγγελλόμενη προκειμένου να είναι ανταγωνιστική. Η «μικρή αγορά» ωστόσο ήταν ελάχιστο κομμάτι της δραστηριότητάς μας».<sup>52</sup>
53. Ο ισχυρισμός αυτός δεν μπορεί να γίνει δεκτός για τους ακόλουθους λόγους. Πρώτον, όπως αναφέρεται ανωτέρω, η έρευνα της Υπηρεσίας επικεντρώθηκε στη μικρή αγορά. Τα μέλη των Ομίλων Κοινών Αγορών αποτελούν μέρος της λιανικής αγοράς και ειδικότερα μέρος της μικρής αγοράς. Δεύτερον, ο ισχυρισμός αυτός είναι αναπόδεικτος καθώς οι καταγγέλλουσες δεν προσκόμισαν στοιχεία από τα οποία να προκύπτει ότι το 90% των πωλήσεών τους, όπως ισχυρίζονται, γινόταν προς αλυσίδες καταστημάτων ή συνεταιρισμούς ούτε προκύπτει από τα προσκομιζόμενα στοιχεία η υποχρεωτικότητα της εμπορικής και τιμολογιακής πολιτικής της καταγγελλόμενης. Όπως αναφέρθηκε ανωτέρω, σύμφωνα με την ΣΑΡΑΝΤΗΣ στην περίπτωση μελών Ομίλων Κοινών Αγορών τουλάχιστον την τελευταία δεκαετία, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ συμφωνεί τους εμπορικούς όρους απευθείας με τους εμπόρους μέλη των Ομίλων Κοινών Αγορών, όπως Αστέρας και Ασπίδα. Δεν υπάρχει δηλαδή μια κεντρική συμφωνία, η οποία να δεσμεύει όλα τα μέλη των Ομίλων αυτών. Οι παραγγελίες των εμπόρων εξυπηρετούνται σε ορισμένες περιπτώσεις από τους συνεργάτες χονδρεμπόρους<sup>53</sup>. Σε άλλη απαντητική επιστολή η ΣΑΡΑΝΤΗΣ επισημαίνει ότι «[η] Πυραμίδα δεν κοινοποιούνταν στους λιανέμπορους. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ την απέστειλε μόνο στα κεντρικά των Ομίλων Αγορών, με τους οποίους συμφωνούσε απευθείας και κεντρικά την εμπορική πολιτική που θα ίσχυε για τα μέλη τους».<sup>54</sup>

<sup>50</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 11031/23.12.2020 απαντητική επιστολή της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, σχετικό 7.

<sup>51</sup> Υπ' αριθμ. πρωτ. 528/30.09.2021 Υπόμνημα ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ, υπ' αριθμ. πρωτ. 527/30.09.2021 Υπόμνημα ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ, υπ' αριθμ. πρωτ. 529/30.09.2021 Υπόμνημα ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ.

<sup>52</sup> Βλ. υπομνήματα καταγγελλουσών.

<sup>53</sup> Βλ και υπ' αριθ. πρωτ. 722/13.12.2021 Συμπληρωματικό Υπόμνημα της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, [7-8].

<sup>54</sup> [...].

#### IV.3 Επιβολή αγοράς συγκεκριμένων ποσοτήτων αγαθών – υποχρέωση διατήρησης συγκεκριμένου αποθέματος

54. Σύμφωνα με τις καταγγέλλουσες, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ τις υποχρέωνε να διατηρούν συγκεκριμένο απόθεμα προϊόντων πάντοτε στις αποθήκες τους, γεγονός το οποίο τις ανάγκαζε να αγοράζουν συγκεκριμένες ποσότητες προϊόντων από αυτήν. Επίσης η ΣΑΡΑΝΤΗΣ επέβαλε, στόχους πωλήσεων σχεδόν κάθε μήνα με την αποστολή προτεινόμενων παραγγελιών, οι οποίες στην ουσία ήταν επιβαλλόμενες, αφού κάθε μήνα οι αγορές αυτές γίνονταν από τις καταγγέλλουσες.
55. Όσον αφορά την παρακολούθηση των αποθεμάτων και των παραγγελιών, η [...] έστειλε σειρά μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στα οποία η ΓΔΑ θα έβλεπε «τις «προτεινόμενες παραγγελίες» με εβδομαδιαία σχεδόν ενημέρωση για τα αποθέματα τους προκειμένου να εξαντληθούν και να αποδοθούν οι εκπτώσεις που αναφέρονται στα μείλ». Στα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου επισυνάπτονται excel στα οποία υπάρχουν συμπληρωμένες πληροφορίες για τα συνολικά τεμάχια, δεσμευμένα τεμάχια, τα τιμολογημένα τεμάχια μέχρι ορισμένη ημερομηνία, και τα αποθέματα μέχρι ορισμένη ημερομηνία. Τα εν λόγω αρχεία, τα οποία είχαν τίτλο «sales promo stock», αφορούν αποκλειστικά προϊόντα για τα οποία ίσχυαν ενέργειες προώθησης και όχι για το σύνολο των προϊόντων του χαρτοφυλακίου της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, συμπληρώνονταν δε για ένα μικρό χρονικό διάστημα, συνήθως λιγότερο από εβδομάδα. Τα excel φαίνεται να είχαν ως στόχο την παρακολούθηση των παραγγελιών και των αποθεμάτων που είχαν οι χονδρέμποροι σε προϊόντα που συμμετείχαν σε προσφορά<sup>55</sup>. Από τα συγκεκριμένα αρχεία excel και το κείμενο των μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που τα συνόδευε, φαίνεται ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ είχε πολύ στενή επίβλεψη της πορείας των προωθητικών πωλήσεων.
56. Όσον αφορά τις «προτεινόμενες παραγγελίες» και την απώλεια κέρδους από τη μη χορήγηση έκπτωσης, οι καταγγέλλουσες προσκόμισαν σειρά στοιχείων, τα οποία στο σύνολό τους αφορούσαν προϊόντα σε προωθητικές ενέργειες και όχι όπως αυτές επικαλούνται το σύνολο των προϊόντων που εμπορεύεται η καταγγελλόμενη.
57. Από τα στοιχεία αυτά προκύπτει ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ, σε ορισμένες τουλάχιστον περιπτώσεις, έθετε προϋπόθεση ελάχιστων παραγγελιών στους χονδρέμπορους προκειμένου να αποδώσει στους συνεργαζόμενους χονδρέμπορους συγκεκριμένη έκπτωση/ παροχή. Οι εν λόγω εκπτώσεις αφορούσαν συγκεκριμένο και μικρό χρονικό διάστημα, το οποίο κατά κανόνα δεν ξεπερνούσε το τρίμηνο. Από την διατύπωση των εν λόγω μηνυμάτων, δεν προκύπτει επίσης δέσμευση από την πλευρά του χονδρέμπορου να ακολουθήσει τις εν λόγω ενέργειες.

#### IV.4 Υποχρέωση μη εμπορίας ανταγωνιστικών προϊόντων

58. Σύμφωνα με τις καταγγέλλουσες, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ τις υποχρέωνε να μην διανέμουν ανταγωνιστικά (παρεμφερή) με τα δικά της προϊόντα, στους πελάτες τους. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ από την άλλη πλευρά ισχυρίζεται ότι οι χονδρέμποροι, δεν δεσμεύονταν με συμφωνία αποκλειστικότητας και διένειμαν ταυτοχρόνως και ευθέως ανταγωνιστικά προϊόντα με τα δικά της.
59. Οι καταγγέλλουσες δεν προσκόμισαν κάποιο αποδεικτικό στοιχείο από το οποίο να προκύπτει η επιβολή της συγκεκριμένης υποχρέωσης από την πλευρά της ΣΑΡΑΝΤΗΣ. Επισημαίνεται ότι στην Ένορκη Βεβαίωση του [...] <sup>56</sup> ενώ βεβαιώνει ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ υποχρέωνε την [...] να μην εμπορεύεται ανταγωνιστικά προϊόντα, ο μάρτυρας αναφέρει ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ προσέγγισε την

<sup>55</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. [...] παροχή στοιχείων από την [...]. Προσκομίστηκαν ως επισυναπτόμενα σε σειρά μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που προσκομίστηκαν από την καταγγέλλουσα.

<sup>56</sup> Υπ' αριθ. [...] απαντητική επιστολή της [...] (Αριθμός [...] Ένορκη Βεβαίωση).

[...] ενώ «γνώριζε ότι υπήρχαν και ελάχιστα προϊόντα που ήταν ανταγωνιστικά προς τα δικά της όπως το ΤΡΥΛΕΤ και το σαμπουάν ΟRΖΕΝΕ» τα οποία διακινούσε η καταγγέλλουσα. Αντίστοιχα στην Ένορκη Βεβαίωσή του ο [...] <sup>57</sup> βεβαιώνει ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ υποχρέωνε την [...] να μην εμπορεύεται ανταγωνιστικά προϊόντα, εν τούτοις αναφέρει ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ γνώριζε ότι η [...] διακινούσε και ορισμένα ανταγωνιστικά έναντι του Orzene προϊόντα, όπως το [...] και έναντι του ΤΡΥΛΕΤ όπως το [...].

60. Τέλος σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που απεύθυνε ο κύριος [...] προς τον κύριο [...] στις 23 Οκτωβρίου 2018<sup>58</sup>, με θέμα [...] επισυνάπτεται πίνακας στον οποίο περιλαμβάνονται όλα τα ανταγωνιστικά προϊόντα της ΣΑΡΑΝΤΗΣ που διακινούσε η [...]. Ειδικότερα τα ανταγωνιστικά προϊόντα τα οποία στο σύνολό τους εμπορεύεται η [...], ήταν τα ακόλουθα

Κατηγορία προϊόντος	Σήμα της ΣΑΡΑΝΤΗΣ	Σήμα της [...]
Μαλλιά	Orzene	[...]
Απορρυπαντικά πιάτων	ΤΡΥΛΕΤ, ΑVΑ <sup>59</sup>	[...]
Οδοντόκρεμες	SMOKERS, ΚΟΛΥΝΟΣ	[...]
Αποσμητικά	STR8, ΑDΙDAS, BU/C-THRU, BANDERAS, DENIM	[...]
DUSTER	SANITAS	[...]
Αφρόλουτρα	VIDAL, BIOTEN, STR8, ΑDΙDAS	[...] <sup>60</sup>
Αφροί ξυρίσματος	PROSAR, ΚΟΛΥΝΟΣ	[...]
Κρέμες σώματος – προσώπου	BIOTEN	[...]
Stylling	FINAL NET	[...]

#### IV.5 Υποχρέωση εγκατάστασης του λογισμικού Flyers Sales Manager (FSM)

61. Οι καταγγέλλουσες υποστηρίζουν ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ είχε επιβάλει το FSM σε όλο της το δίκτυο, ενώ με βάση τα στοιχεία του, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ καθόριζε τις εκπτώσεις που οι χονδρέμποροι θα απέδιδαν στους πελάτες τους και επέβαλε την τήρηση της εκπτώτικής της πολιτικής. Εν τούτοις οι εταιρείες, σε σχετικό αίτημα της ΓΔΑ για προσκόμιση αποδεικτικών στοιχείων, απάντησαν και οι τρεις ότι δεν έχουν στην διάθεσή τους αλληλογραφία από την οποία να προκύπτει η υποχρέωση από την πλευρά των χονδρεμπόρων να τοποθετήσουν το συγκεκριμένο λογισμικό, αλλά αφενός το επιβεβαιώνουν οι μάρτυρες με την ένορκη βεβαίωση τους και αφετέρου προκύπτει η ύπαρξη και χρήση του από τα στοιχεία που έχουν προσκομίσει. Στις αναλύσεις των πωλήσεων φαίνονται

<sup>57</sup>Υπ' αριθ. [...] απαντητική επιστολή της [...] (Αριθμός [...] Ένορκη Βεβαίωση).

<sup>58</sup> Α/Α 4 στον Πίνακα Περιγραφής Εγγράφου που συλλέχθηκαν από το γραφείο του κυρίου [...] της ΣΑΡΑΝΤΗΣ) κατά τη διάρκεια του ελέγχου.

<sup>59</sup> Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ άρχισε την διακίνηση του σήματος ΑVΑ το 2015.

<sup>60</sup> Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ άρχισε την διακίνηση του σήματος ΝΟΧΖΕΜΑ το 2014.

μέχρι και οι εκπώσεις που έδιναν οι καταγγέλλουσες, γεγονός που αποδεικνύει την παρακολούθηση των εμπορικών πολιτικών και αν αυτές τηρούνταν.

62. Στις Ένορκες Βεβαιώσεις που προσκόμισαν οι καταγγέλλουσες, οι μάρτυρες δήλωσαν ότι οι καταγγέλλουσες ήταν υποχρεωμένες να χρησιμοποιούν το εγκατεστημένο από την ΣΑΡΑΝΤΗΣ λογισμικό προκειμένου η εταιρία να παρακολουθεί τα νούμερα των αγορών και των πωλήσεων τους, τα αποθέματά τους και την τήρηση των εμπορικών της πολιτικών. Μέσα από το FSM, σύμφωνα με τους μάρτυρες, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ είχε πρόσβαση σε προσωπικά δεδομένα και στοιχεία όλων των πελατών των καταγγελλουσών. Τέλος σύμφωνα με τον μάρτυρα της [...], [...] «[κ]άθε μήνα μάλιστα έπρεπε να στέλνουμε και αναλυτική κατάσταση των πωλήσεων μας με τις τιμές πώλησης στις οποίες περιλαμβάνονταν και οι εκπώσεις που αποδίδαμε στους πελάτες μας, βάσει της δικής της εμπορικής πολιτικής». Επισημαίνεται ότι, όπως αναλύθηκε ανωτέρω, τα στοιχεία που επικοινωνούσαν οι χονδρέμποροι στην ΣΑΡΑΝΤΗΣ ήταν πολλά, ωστόσο η ΓΔΑ δεν εντόπισε κανένα αρχείο στο οποίο οι καταγγέλλουσες ανέφεραν τις τιμές πώλησης των προϊόντων ΣΑΡΑΝΤΗΣ προς τους πελάτες τους, όπως και κανένα έγγραφο με το οποίο η ΣΑΡΑΝΤΗΣ ζητούσε από τις καταγγέλλουσες να της αναφέρουν τις τιμές που αυτές χρέωναν τους πελάτες τους για τα προϊόντα ΣΑΡΑΝΤΗΣ.
63. Από τα στοιχεία του φακέλου<sup>61</sup>, προκύπτει ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ, όπως άλλωστε υποστηρίζει και η ίδια, δεν έχει συνεχόμενη πρόσβαση στα στοιχεία των χονδρεμπόρων μέσω του συστήματος FSM, όμως ζητούσε από τις καταγγέλλουσες να τις στέλνουν συστηματικά τα στοιχεία πελατών, προϊόντων και πωλήσεων ανά δεκαπενθήμερο. Το ίδιο προκύπτει και από σειρά μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που προσκόμισαν οι καταγγέλλουσες.

#### IV.6 Υποχρέωση μεταπώλησης εντός συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής

64. Σύμφωνα με τις καταγγέλλουσες, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ τις υποχρέωνε να μεταπωλούν τα προϊόντα της εντός συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής. Δηλαδή στην περίπτωση της ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ απαγορευόταν η πώληση των προϊόντων της ΣΑΡΑΝΤΗΣ εκτός των νομών [...]. Στην περίπτωση της ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ απαγορευόταν η πώληση εκτός νομού [...] και στην περίπτωση της ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗΣ απαγορευόταν η πώλησης εκτός των νομών [...].
65. Οι καταγγέλλουσες δεν προσκόμισαν κανένα αποδεικτικό στοιχείο από το οποίο να προκύπτει η εν λόγω υποχρέωση, ενώ σε σχετικό ερώτημα που απεύθυνε η ΓΔΑ και οι τρεις απάντησαν ότι δεν έχουν στην κατοχή τους σχετικά έγγραφα αλλά παρέπεμψαν στις Ένορκες Βεβαιώσεις. Σε αυτές οι μάρτυρες βεβαιώνουν ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ υποχρέωνε της καταγγέλλουσες να μην μεταπωλούν τα προϊόντα της εκτός της ορισμένης κατά περίπτωση γεωγραφικής περιοχής.
66. Σημειώνεται ότι η ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ προσκόμισε επιστολή<sup>62</sup> με την οποία η ΣΑΡΑΝΤΗΣ ενημερώνει τους Ομίλους Αγορών, ότι από τις 14 Δεκεμβρίου 2009, ο νέος της συνεργάτης στην περιοχή νομού [...], θα είναι η ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ και τους καλεί πλέον να κατευθύνουν σε αυτόν τις παραγγελίες τους.

#### IV.7 Υποχρέωση προμήθειας προϊόντων από την ΣΑΡΑΝΤΗΣ και όχι από τρίτους

67. Οι καταγγέλλουσες επίσης διατείνονται πως η ΣΑΡΑΝΤΗΣ τις υποχρέωνε να αγοράζουν τα προϊόντα της από την ίδια και όχι από τρίτα μέρη. Ωστόσο οι καταγγέλλουσες δεν προσκόμισαν κανένα σχετικό αποδεικτικό στοιχείο από το οποίο να προκύπτει η απαγόρευση προμήθειας των

<sup>61</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 10953/22.12.2020 απαντητική επιστολή της ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗΣ (mail 14).

<sup>62</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 10953/22.12.20 απαντητική επιστολή της ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗΣ, mail 13.



προϊόντων της από άλλους προμηθευτές, αλλά επικαλέστηκαν τις μαρτυρίες στις Ένορκες Βεβαιώσεις. Σημειώνεται ότι σε τιμολόγια πώλησης [...] φαίνεται ότι η ίδια η χονδρεμπορική επιχείρηση πραγματοποιούσε σχετικές πωλήσεις σε άλλους χονδρεμπόρους<sup>63</sup>.

## V ΣΧΕΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ – ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑΣ ΘΕΣΗΣ

68. Η σχετική αγορά προϊόντων περιλαμβάνει το σύνολο των προϊόντων ή/και υπηρεσιών που θεωρούνται από τον καταναλωτή εναλλάξιμα ή δυνάμενα να υποκατασταθούν μεταξύ τους, λόγω των χαρακτηριστικών τους, των τιμών τους και της χρήσης, για την οποία προορίζονται. Η σχετική γεωγραφική αγορά περιλαμβάνει την περιοχή, όπου οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις συμμετέχουν στην προμήθεια προϊόντων ή υπηρεσιών και οι όροι του ανταγωνισμού είναι επαρκώς ομοιογενείς και η οποία μπορεί να διακριθεί από γειτονικές κυρίως περιοχές, διότι στις εν λόγω περιοχές οι όροι του ανταγωνισμού διαφέρουν σημαντικά<sup>64</sup>.
69. Όπως αναφέρθηκε ανωτέρω, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ αποτελεί εταιρία εισαγωγής, παραγωγής και εμπορίας προϊόντων, με εκτεταμένο χαρτοφυλάκιο, στο οποίο περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων, καλλυντικά, είδη ατομικής υγιεινής, προϊόντα καθαρισμού και συντήρησης όπως και προϊόντα συσκευασίας τροφίμων.

### V.1 Αγορές προϊόντος

70. Όπως αναλύθηκε στην Ενότητα II.1, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ διαθέτει ένα εκτεταμένο χαρτοφυλάκιο προϊόντων το οποίο περιλαμβάνει καλλυντικά ευρείας και επιλεκτικής διανομής, είδη καθαρισμού και συντήρησης και άλλα είδη οικιακής χρήσης, φαρμακευτικά προϊόντα και συμπληρώματα διατροφής και βιταμινών. Ωστόσο, ως σχετικές αγορές για τους σκοπούς της παρούσας υπόθεσης θεωρούνται οι αγορές στις οποίες εμπίπτουν τα προϊόντα τα οποία εμπορεύεται η ΣΑΡΑΝΤΗΣ στη «μικρή αγορά» μέσω χονδρεμπόρων. Τα προϊόντα αυτά μπορούν να ενταχθούν σε δύο γενικές κατηγορίες, αυτή των προϊόντων οικιακής χρήσης και αυτή των καλλυντικών ευρείας διανομής<sup>65</sup>.
71. Σημειώνεται ότι δεν κατέστη εφικτό να συλλεχθούν μερίδια αγοράς για όλα τα προϊόντα του χαρτοφυλακίου ΣΑΡΑΝΤΗΣ, για το σύνολο της εξεταζόμενης περιόδου (2004 – 2014), δηλαδή την περίοδο για την οποία ήταν ενεργή η συνεργασία μεταξύ των μερών. Ωστόσο, δεδομένου ότι, όπως θα εκτεθεί αναλυτικά σε επόμενες ενότητες, δεν διαπιστώνεται παράβαση με βάση το άρθρο 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ, η ακριβής παράθεση των μεριδίων αγοράς όπως και η ενδελεχής ανάλυση των σχετικών αγορών, παρέλκει<sup>66</sup>.
72. Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζονται τα μερίδια αγοράς της ΣΑΡΑΝΤΗΣ και των βασικών ανταγωνιστών της σε εκείνα τα προϊόντα που η εταιρία συγκεντρώνει μερίδιο 30% και άνω<sup>67</sup>.

<sup>63</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. [...] απαντητική επιστολή της [...], Τιμολόγιο προς την [...].

<sup>64</sup> Βλ. σχετικά Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής όσον αφορά τον ορισμό της σχετικής αγοράς για τους σκοπούς του κοινοτικού δικαίου ανταγωνισμού (97/C 372/03).

<sup>65</sup> Επισημαίνεται ότι οι βιταμίνες και τα συμπληρώματα διατροφής που διακινεί η ΣΑΡΑΝΤΗΣ (LANES, ENGLISH GRANES) δεν αποτελούν αντικείμενο έρευνας της παρούσας, καθώς η διακίνησή τους μέσω σούπερ μάρκετ (καταστήματα τα οποία επιτρέπεται να πωλούν τυποποιημένα τρόφιμα) ξεκίνησε μόλις στα τέλη του 2013 (ΦΕΚ Β' 2855/11.11.2013).

<sup>66</sup> Ειδικότερα, για λόγους παλαιότητας δεν κατέστη εφικτό να βρεθούν μερίδια για την περίοδο 2004 – 2010 για το σύνολο του χαρτοφυλακίου των προϊόντων ΣΑΡΑΝΤΗΣ. Επίσης για τις αγορές αποφρακτικών, περιποίησης παπουτσιών, απορρυπαντικών πιάτων, φαρμασιού, αφρόλουτρων, αποτριχωτικών δεν βρέθηκαν μερίδια αγοράς για την περίοδο 2004 – 2013. Τέλος για τις αγορές κρεμοσάπουνου, σαπουνιού σε μπάρα, βαφών μαλλιών, ξυριστικών και hairstyling προσκομίστηκαν μερίδια αγοράς για ακόμα βραχύτερο χρονικό διάστημα.

<sup>67</sup> Με βάση την 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

### V.1.1 Προϊόντα οικιακής χρήσης

73. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ δραστηριοποιείται στην εμπορία των ακόλουθων προϊόντων: είδη συσκευασίας τροφίμων (σκεύη τροφίμων, παγοκυψέλες, μεμβράνες, αντικολλητικό χαρτί, αλουμινόχαρτο), σακούλες απορριμμάτων, γάντια, σφουγγάρια, κουβάδες, φαράσια, πανάκια καθαρισμού, σακούλες τροφίμων, αποσμητικά ψυγείου, πανάκια καθαρισμού, σφουγγαρίστρες, καθαριστικά εργαλεία, στίφτες σκούπας, κοντάρια, αποφρακτικά, απορρυπαντικά πιάτων, καθαριστικά τουαλέτας, κατσαριδοκτόνα, εντομοαπωθητικά, σκοροκτόνα και στιλβωτικά.

#### Αποφρακτικά

74. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ παράγει και εμπορεύεται το αποφρακτικό με το σήμα TUB-O-FLO το οποίο συγκεντρώνει πάνω από το [45-55]% της αγοράς την περίοδο 2014 – 2019. Στην αγορά δραστηριοποιούνται με αισθητή παρουσία την ίδια περίοδο ακόμα δύο επιχειρήσεις, η SC JOHNSON με το σήμα Mr Muscle και η BOLTON με το σήμα WC Net, οι οποίες το 2014 συγκεντρώνουν το [10-15]% και το [10-15]% της αγοράς αντίστοιχα. Παρουσία στην αγορά έχουν και τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας που εμπορεύονται τα σούπερ μάρκετ και τα οποία αθροιστικά συγκεντρώνουν το [10-15]% των πωλήσεων το 2014.

Αποφρακτικά	2014	2015	2016	2017	2018	2019
SARANTIS	[55-65]	[55-65]	[55-65]	[55-65]	[55-65]	[55-65]
SC JOHNSON	[10-15]	[10-15]	[10-15]	[10-15]	[10-15]	[10-15]
BOLTON	[10-15]	[10-15]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]
P.L	[10-15]	[10-15]	[10-15]	[10-15]	[10-15]	[10-15]
EUREKA	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]

[...]

75. Παρά την εκτεταμένη έρευνα της ΓΔΑ τόσο αναφορικά με την εταιρία ΣΑΡΑΝΤΗΣ όσο και σε ανταγωνιστικές επιχειρήσεις, δεν κατέστη εφικτό να συγκεντρωθούν μερίδια αγοράς για τα έτη έως και το 2013, δηλαδή κατά την περίοδο όπου ήταν ενεργή η συνεργασία των μερών. Ωστόσο, δεδομένου ότι στην αγορά των αποφρακτικών δεν πραγματοποιήθηκε έξοδος σημαντικής επιχείρησης την περίοδο 2004 -2013, η ΓΔΑ εκτιμά πως το μερίδιο της ΣΑΡΑΝΤΗΣ για την περίοδο αυτή δεν διαφοροποιήθηκε σημαντικά σε σχέση με το μερίδιο την περίοδο 2014 – 2019, άποψη με την οποία συμφωνεί και η ΣΑΡΑΝΤΗΣ,<sup>68</sup> και σε κάθε περίπτωση θεωρείται ότι υπερβαίνει το 50% της αγοράς

76. Δεδομένου ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ: α) συγκεντρώνει πάνω από το [55-65]% της αγοράς αποφρακτικών, β) οι κύριοι ανταγωνιστές της στην αγορά συγκεντρώνουν μερίδια σημαντικά μικρότερα από την ίδια και γ) τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας στην αγορά δεν φαίνεται να ασκούν ιδιαίτερη ανταγωνιστική πίεση στην αγορά, η ΓΔΑ εκτιμά ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ, μέσω του σήματος

υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις (2009/C 45/ 02), παράγραφο 14: «Η Επιτροπή θεωρεί ότι τα μικρά μερίδια αγοράς αποτελούν εν γένει μια αξιόπιστη ένδειξη για την απουσία σημαντικής ισχύος στην αγορά. Σύμφωνα με την πείρα που έχει αποκτήσει η Επιτροπή, η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης δεν θεωρείται πιθανή εάν το μερίδιο αγοράς είναι χαμηλότερο από 40% στη σχετική αγορά.». Στην παρούσα, για λόγους πληρότητας αλλά και διότι τα μερίδια σε ορισμένες αγορές παρουσιάζουν διακυμάνσεις την εξεταζόμενη περίοδο, με τα μερίδια να κυμαίνονται σε επίπεδα μεγαλύτερα αλλά και μικρότερα του 40% στην ίδια αγορά, αποφασίστηκε να αναλυθούν αγορές στις οποίες η ΣΑΡΑΝΤΗΣ έχει μερίδιο αγοράς πάνω από 30%.

<sup>68</sup> Στην υπ' αριθ. πρωτ.4290/17.05.2021 επιστολή της, απαντώντας στην ερώτηση της ΓΔΑ αν, από την γνώση των αγορών την οποία διαθέτει, εκτιμά ότι διαφοροποιούνται αισθητά τα μερίδια των κυριότερων επιχειρήσεων στην αγορά την περίοδο 2014 – 2019 σε σχέση με την περίοδο 2004 – 2013 στις αγορές αποφρακτικών και στιλβωτικών, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ απάντησε ότι «Δεν νομίζουμε ... πως τα στοιχεία είναι πολύ διαφορετικά».

TUB-O-FLO, κατείχε θέση οικονομικής ισχύος (δεσπόζουσα θέση) στην αγορά των αποφρακτικών την περίοδο 2004 - 2014.

### **Περιποίηση παπουτσιών**

77. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ διακινεί το ιδιοπαραγόμενο στιλβωτικό με το σήμα CAMEL, το οποίο συγκεντρώνει πάνω από το [45-55]% των συνολικών πωλήσεων μέσω σούπερ μάρκετ την περίοδο 2014 - 2019. Στην αγορά έχουν παρουσία επίσης οι εταιρείες ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΒΑΛΙΑΝΟΣ με το σήμα Marke Frosch, και η εταιρία ΤΡΕΖΑΝΑΣ, με το σήμα Cover οι οποίες συγκεντρώνουν το 2014 το [10-15]% και το [5-10]% της αγοράς αντίστοιχα. Παρουσία έχουν και τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας που εμπορεύονται τα σούπερ μάρκετ, τα οποία αθροιστικά συγκεντρώνουν το [5-10]% της αγοράς διαχρονικά (2014-2019).

<b>Περιποίηση παπουτσιών</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
SARANTIS	[45-55]	[45-55]	[55-65]	[55-65]	[55-65]	[55-65]
KON/DIS VALIANOS	[15-25]	[10-15]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
TZEZANAS	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
SCHOLL	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]
P.L	[10-15]	[10-15]	[10-15]	[10-15]	[5-10]	[5-10]
WERNER & MERTZ	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]

[...]

78. Δεν κατέστη εφικτό να συγκεντρωθούν μερίδια στην αγορά στιλβωτικών για τα έτη έως και το 2013, δηλαδή κατά την περίοδο όπου ήταν ενεργή η συνεργασία των μερών. Ωστόσο, δεδομένου ότι και σε αυτή την αγορά δεν πραγματοποιήθηκε έξοδος σημαντικής επιχείρησης την περίοδο 2004 -2013, η ΓΔΑ εκτιμά πως το μερίδιο της ΣΑΡΑΝΤΗΣ για την περίοδο αυτή δεν διαφοροποιήθηκε σημαντικά σε σχέση με το μερίδιο την περίοδο 2014 – 2019. Αντίστοιχη είναι και η άποψη της ΣΑΡΑΝΤΗΣ.
79. Λαμβάνοντας υπόψη ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ: α) συγκεντρώνει πάνω από το [45-55]% της αγοράς στιλβωτικών, β) οι κύριοι ανταγωνιστές της στην αγορά συγκεντρώνουν μερίδια σημαντικά μικρότερα από την ίδια και γ) τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας στην αγορά δεν φαίνεται να ασκούν ιδιαίτερη ανταγωνιστική πίεση στην αγορά, η ΓΔΑ εκτιμά ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ, μέσω του σήματος CAMEL, κατείχε θέση οικονομικής ισχύος (δεσπόζουσα θέση) στην αγορά των στιλβωτικών την περίοδο 2004 - 2014. Σημειώνεται ότι αναφορά στην δεσπόζουσα θέση της ΣΑΡΑΝΤΗΣ στην αγορά στιλβωτικών κάνει και η ίδια η εταιρία στην υπ' αριθ. 4290/17.05.2021 απαντητική της επιστολή όπου αναφέρει «η δεσπόζουσα θέση της εταιρείας μας εντοπίζεται σε κατηγορίες όπως τα αλουμινόχαρτα ή τα στιλβωτικά».

### **Μεμβράνη**

80. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ, με το σήμα SANITAS, συγκεντρώνει πάνω από το [35-45]% των συνολικών πωλήσεων μεμβράνης που πραγματοποιούνται μέσω σούπερ μάρκετ την περίοδο 2011 - 2014. Μικρή αλλά σταθερή παρουσία στην αγορά έχει και η εταιρία PEBAN ABEE με τα σήματα Revan και Olympia.

Μεμβράνη	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
SARANTIS	[45-55]	[35-45]	[35-45]	[45-55]	[45-55]	[45-55]	[35-45]	[45-55]	[45-55]
P.L	[45-55]	[45-55]	[45-55]	[45-55]	[45-55]	[45-55]	[45-55]	[45-55]	[45-55]
REVAN	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
DIPAN	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]

[...] <sup>69</sup>

81. Βασικός ανταγωνιστής του σήματος SANITAS στην αγορά φαίνεται να είναι τα κατά περίπτωση προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας που εμπορεύεται το σούπερ μάρκετ, τα οποία αθροιστικά συγκεντρώνουν το 50% περίπου της αγοράς.
82. Λαμβάνοντας υπόψη ότι το σήμα SANITAS συγκεντρώνει την περίοδο 2011 – 2014 λιγότερο από το 50% της αγοράς και τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας φαίνεται να ασκούν σημαντική ανταγωνιστική πίεση στην αγορά, η ΓΔΑ εκτιμά πως η ΣΑΡΑΝΤΗΣ δεν κατείχε δεσπύζουσα θέση στην αγορά μεμβράνης την περίοδο 2011 - 2014.

### Αντικολλητικό χαρτί

83. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ, με το σήμα SANITAS, συγκεντρώνει το [35-45]% με [35-45]% των συνολικών πωλήσεων αντικολλητικού χαρτιού μέσω σούπερ μάρκετ την περίοδο 2011 - 2014. Και σε αυτή την αγορά, βασικός ανταγωνιστής φαίνεται να είναι το κατά περίπτωση προϊόν ιδιωτικής ετικέτας το οποίο εμπορεύεται το ίδιο το σούπερ μάρκετ. Παρουσία στην αγορά, αν και σταθερά μειούμενη, έχει η εταιρία PEBAN ABEE με το σήμα Revan Baking Paper.

Αντικολλητικό χαρτί	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
SARANTIS	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[35-45]
P.L	[35-45]	[35-45]	[45-55]	[35-45]	[45-55]	[45-55]	[45-55]	[45-55]	[45-55]
KONSTANTOPOULOS	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[5-10]
THALASSINOS	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
REVAN	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
FHP	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]

[...] <sup>70</sup>

84. Λαμβάνοντας υπόψη ότι το σήμα SANITAS συγκεντρώνει λιγότερο από το [35-45]% της αγοράς για τα έτη 2011 – 2014 και τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας φαίνεται να ασκούν ανταγωνιστική πίεση σε αυτό, η ΓΔΑ εκτιμά ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ δεν κατείχε δεσπύζουσα θέση στην αγορά αντικολλητικού χαρτιού την περίοδο 2011 - 2014.

<sup>69</sup> Δεν κατέστη δυνατό να συγκεντρωθούν μερίδια στην εν λόγω αγορά για την περίοδο 2004 – 2010, από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ ή από ανταγωνίστριες εταιρείες. Η ΓΔΑ έστειλε ερώτημα προς τις ανταγωνίστριες εταιρείες της ΣΑΡΑΝΤΗΣ στην αγορά μεμβράνης, [...] και [...], σχετικά με τα μερίδια στην αγορά. Οι εταιρείες δεν μπόρεσαν να προσκομίσουν μερίδια για την περίοδο 2004 – 2010. Σημειώνεται ότι με βάση στοιχεία που προσκόμισε η εταιρία [...], το μερίδιο της ΣΑΡΑΝΤΗΣ στην αγορά το 2014 και 2015 εκτιμάται σε [45-55]% και [45-55]% αντίστοιχα.

<sup>70</sup> Δεν κατέστη δυνατό να συγκεντρωθούν μερίδια της αγοράς για την περίοδο 2004 – 2010, από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ ή από ανταγωνίστριες εταιρείες. Η ΓΔΑ έστειλε ερώτημα προς τις ανταγωνίστριες εταιρείες της ΣΑΡΑΝΤΗΣ στην αγορά αντικολλητικού χαρτιού[...] και [...], σχετικά με τα μερίδια στην αγορά. Οι εταιρείες δεν μπόρεσαν να προσκομίσουν μερίδια για την περίοδο 2004 – 2020 (η [...] προσκόμισε στοιχεία πωλήσεων στην αγορά για το 2014 και μέρος του 2015). Σημειώνεται ότι με βάση στοιχεία που προσκόμισε η εταιρία [...], το μερίδιο της ΣΑΡΑΝΤΗΣ στην αγορά το 2014 και 2015 εκτιμάται σε [45-55]% και [45-55]% αντίστοιχα.

**Αλουμινόχαρτο**

85. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ, με το σήμα SANITAS, συγκεντρώνει το [25-35]% με [35-45]% των συνολικών πωλήσεων αλουμινόχαρτου μέσω σούπερ μάρκετ την περίοδο 2011 -2014. Αν και οι πωλήσεις της εταιρίας είναι σαφώς οι μεγαλύτερες που πραγματοποιεί επιχείρηση εμπορίας επώνυμου προϊόντος, πάνω από το 55% της αγοράς εξυπηρετείται από τα κατά περίπτωση προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, τα οποία εμφανώς ασκούν ανταγωνιστική πίεση στο SANITAS.

Αλουμινόχαρτο	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
SARANTIS	[35-45]	[25-35]	[25-35]	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[25-35]
P.L	[55-65]	[55-65]	[55-65]	[55-65]	[55-65]	[55-65]	[55-65]	[55-65]	[55-65]
REVAN	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
DIPAN (LOFT)	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]

[...]<sup>71</sup>

86. Δεδομένου ότι το σήμα SANITAS συγκεντρώνει λιγότερο από το [35-45]% της αγοράς και τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας ασκούν ανταγωνιστική πίεση σε αυτό, η ΓΔΑ εκτιμά ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ δεν κατείχε δεσπύζουσα θέση στην αγορά αλουμινόχαρτου την περίοδο 2011 - 2014.

**Σκοροκτόνα**

87. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ δραστηριοποιείται στην αγορά σκοροκτόνων στην οποία, την περίοδο 2011 – 2014 συγκέντρωσε μερίδιο μεταξύ [35-45]% και [35-45]% διακινώντας το σήμα VAPONA. Στην αγορά δραστηριοποιούνται και οι εταιρείες SC JOHNSONS με το σήμα RAID και EVRIKA με το σήμα AROXOL, με μερίδια της τάξης του [10-15]%% η κάθε μία.

Σκοροκτόνα	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
SARANTIS	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
P.L	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
SCJOHNSON	[15-25]	[15-25]	[10-15]	[10-15]	[15-25]	[15-25]	[15-25]	[15-25]	[15-25]
EVRIKA	[10-15]	[10-15]	[10-15]	[15-25]	[15-25]	[15-25]	[15-25]	[15-25]	[15-25]
HENKEL	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[35-45]

[...]

88. Στην αγορά σκοροκτόνων η ΣΑΡΑΝΤΗΣ συγκέντρωσε το [35-45]% της αγοράς την περίοδο 2011 έως και 2014, ωστόσο δεδομένου ότι σε αυτή δραστηριοποιούνταν επιχειρήσεις με σημαντική παρουσία και αναγνωρίσιμα σήματα, η ΓΔΑ εκτιμά ότι η εταιρία δεν κατείχε δεσπύζουσα θέση στην αγορά την περίοδο 2011 - 2014.

**V.1.2 Καλλυντικά ευρείας διανομής**

89. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ δραστηριοποιείται στην εμπορία των ακόλουθων προϊόντων: αδυνατιστικά σώματος, γυναικείες κολόνιες, αντρικές κολόνιες, aftershave, αντηλιακά, αποσμητικά, προϊόντα styling μαλλιών, αξεσουάρ ξυρίσματος, προϊόντα περιποίησης σώματος, προϊόντα περιποίησης προσώπου, αφρόλουτρα, σαμπουάν, βαφές μαλλιών, αποτριχωτικά προϊόντα, κρεμοσάπουνα - σαπούνια σε μπάρες και μαλακτικά μαλλιών.

<sup>71</sup>Δεν κατέστη δυνατό να συγκεντρωθούν μερίδια αγοράς για την περίοδο 2004 – 2010, από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ ή από ανταγωνίστριες εταιρείες. Η ΓΔΑ απέστειλε ερώτηση προς τις ανταγωνίστριες εταιρείες της ΣΑΡΑΝΤΗΣ στην αγορά αλουμινόχαρτου, [...] και [...], σχετικά με τα μερίδια στην αγορά. Οι εταιρείες δεν μπόρεσαν να προσκομίσουν μερίδια για την περίοδο 2004 – 2020 (η [...] προσκόμισε στοιχεία πωλήσεων στην αγορά για το 2014 και μέρος του 2015). Σημειώνεται ότι με βάση στοιχεία που προσκόμισε η εταιρία [...], το μερίδιο της ΣΑΡΑΝΤΗΣ στην αγορά το 2014 και 2015 εκτιμάται σε [35-45]% και [35-45]% αντίστοιχα.

**Αδυνατιστικά**

90. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ δραστηριοποιείται στην αγορά αδυνατιστικών με το σήμα BIOTEN. Η σειρά αδυνατιστικών BIOTEN λανσαρίστηκε το 2011 και έκτοτε καταλαμβάνει ολοένα και μεγαλύτερο μερίδιο. Ήδη από το 2015 κατέχει πάνω από το 50% της αγοράς, ενώ το 2019 συγκεντρώνει το [75-85]% περίπου της αγοράς. Βασικός ανταγωνιστής της ΣΑΡΑΝΤΗΣ είναι η BDF με μερίδιο σημαντικά μικρότερο από αυτό της ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

Αδυνατιστικά	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
SARANTIS	[5-10]	[25-35]	[35-45]	[35-45]	[45-55]	[55-65]	[55-65]	[65-75]	[75-85]
BDF	[45-55]	[35-45]	[25-35]	[15-25]	[25-35]	[25-35]	[25-35]	[15-25]	[10-15]
LOREAL	[35-45]	[15-25]	[15-25]	[25-35]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
FLAX	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
UNILEVER	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]

[...]

91. Σημειώνεται ωστόσο ότι η συνεργασία της ΣΑΡΑΝΤΗΣ με τις καταγγέλλουσες είχε ήδη τερματιστεί το 2015. Τα έτη 2011 έως και 2014, έτη κατά τα οποία τα μέρη διατηρούσαν την συνεργασία τους και για τα οποία υπάρχουν διαθέσιμα μερίδια αγοράς, το μερίδιο αγοράς του BIOTEN δεν ξεπέρασε το [35-45]%. Κατά την περίοδο εκείνη φαίνεται ότι ισχυρή παρουσία στην αγορά είχαν και οι επιχειρήσεις L' OREAL και Beiersdorf. Το 2011 δε, έτος κατά το οποίο πρωτοεμφανίστηκε στην αγορά, το BIOTEN συγκέντρωνε μόλις το [5-10]% της αγοράς.
92. Έπεται ότι για την επίμαχη περίοδο της συνεργασίας των μερών, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ δεν κατείχε θέση οικονομικής ισχύος στην αγορά την περίοδο 2011 - 2014.

**Γυναικείες κολόνιες ευρείας διανομής**

93. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ, την περίοδο 2009 – 2015 εμπορευόταν τις γυναικείες κολόνιες με τα σήματα B.U, C-THRU και ELODE. Παλαιότερα, σύμφωνα με τις καταγγέλλουσες εμπορευόταν και γυναικείες κολόνιες με τα σήματα <sup>99</sup> και CLOCHARD.
94. Τα τρία σήματα γυναικείας κολόνια συγκέντρωναν λιγότερο από το 45% των συνολικών πωλήσεων μέσω σούπερ μάρκετ την περίοδο 2011 - 2013. Στη συνέχεια, τα έτη 2014 και 2015, το αθροιστικό μερίδιό τους παρουσίασε μια αισθητή αύξηση και διαμορφώθηκε στο [55-65]% της αγοράς. Ωστόσο το συγκεκριμένο αυξημένο επίπεδο αθροιστικού μεριδίου αγοράς δεν μπόρεσε να διατηρηθεί για μεγάλο χρονικό διάστημα και ήδη από το 2016 επέστρεψε στα επίπεδα της περιόδου 2011 – 2013. Παρουσία στην αγορά φαίνεται να έχουν και οι γυναικείες κολόνιες ιδιωτικής ετικέτας όπως και τα σήματα UDV (Ulric de Varens) που εμπορεύεται η VAREN.

Γυναικείες κολόνιες	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
SARANTIS	[45-55]	[35-45]	[35-45]	[55-65]	[55-65]	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[45-55]
P.L	[25-35]	[25-35]	[35-45]	[15-25]	[15-25]	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[35-45]
UDV	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[5-10]
DENISE	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]

[...]

95. Σύμφωνα με την [...], στο κανάλι ευρείας διανομής δραστηριοποιούνται οι εταιρείες ΣΑΡΑΝΤΗΣ, Procter&Gamble, Unilever, Varens Hellas καθώς και 2 – 3 άλλες μικρότερες



ελληνικές εταιρείες και το μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά να κατέχει η ΣΑΡΑΝΤΗΣ<sup>72</sup>. Ωστόσο σύμφωνα και με [...] αλλά και τα στοιχεία της Nielsen, οι Procter&Gamble και Unilever εμπορεύονται αποκλειστικά αντρικές κολόνιες.

96. Λαμβάνοντας υπόψη ότι α) το αθροιστικό μερίδιο αγοράς της ΣΑΡΑΝΤΗΣ στην αγορά γυναικείας κολόνιας ευρείας διανομής ξεπερνά το [35-45]% της και το 2014 φτάνει το [55-65]% της αγοράς και β) η αγορά είναι κατακερματισμένη με τους ανταγωνιστές επώνυμων και ιδιωτικής ετικέτας προϊόντων να συγκεντρώνουν μικρά μερίδια αγοράς, η ΓΔΑ εκτιμά ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ κατείχε δεσπόζουσα θέση στην αγορά γυναικείας κολόνιας ευρείας διανομής για την περίοδο 2011 – 2014.

#### Αντρικές κολόνιες ευρείας διανομής

97. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ δραστηριοποιείται στην αγορά αντρικής κολόνιας με τα σήματα PROSAR (έως και το 2016), STR8 FRAGRANCE LINE και ELODE MAN (από το 2020).

Αντρικές κολόνιες & after shave	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
SARANTIS	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[35-45]
P.L	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]
BDF	[15-25]	[25-35]	[25-35]	[25-35]	[25-35]	[25-35]	[25-35]	[25-35]	[25-35]
UNILEVER	[10-15]	[10-15]	[10-15]	[10-15]	[15-25]	[10-15]	[10-15]	[10-15]	[10-15]
P&G	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[5-10]
UDV	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]

[...]

98. Τα σήματα αντρικής κολόνιας της ΣΑΡΑΝΤΗΣ συγκέντρωναν πάνω από το [55-65]% των συνολικών πωλήσεων μέσω σούπερ μάρκετ την περίοδο 2011 - 2014. Το αθροιστικό μερίδιο αγοράς της ΣΑΡΑΝΤΗΣ στην εν λόγω σχετική αγορά ανήλθε στο [65-75]% της αγοράς το 2011 και το 2014 αν και είχε μειωθεί, καταλάμβανε ακόμα το [55-65]% της αγοράς. Στην αγορά δραστηριοποιούνται επίσης οι εταιρείες Procter&Gamble, Unilever και Varens Hellas, με μερίδια ωστόσο κατά πολύ μικρότερα της ΣΑΡΑΝΤΗΣ. Συνεπώς, την περίοδο 2011 – 2014 η ΣΑΡΑΝΤΗΣ κατείχε θέση δεσπόζουσα θέση στην αγορά αντρικής κολόνιας.

#### Αντηλιακά

99. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ δραστηριοποιείται στην αγορά των αντηλιακών με τα σήματα Coppertone, Carroten και KOLASTYNA SUNCARE (από το 2017 και μετά). Το σήμα Coppertone παράγεται από την εταιρία Essex Chemie AG και διακινείται για λογαριασμό της στην Ελλάδα από την ΣΑΡΑΝΤΗΣ<sup>73</sup>. Τα σήματα Carroten και KOLASTYNA SUN CARE παράγονται από την ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

<sup>72</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 2531/19.03.2021 απαντητική επιστολή της [...].

<sup>73</sup> Η σύμβαση μεταξύ της ΣΑΡΑΝΤΗΣ και της [...] προσκομίστηκε με την υπ' αριθ. πρωτ. 6998/31.07.2020 απαντητική επιστολή της ΣΑΡΑΝΤΗΣ (σχετικό 2.7).

Αντηλιακά	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
SARANTIS	[45-55]	[45-55]	[45-55]	[45-55]	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[35-45]
P.L	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
BDF	[15-25]	[15-25]	[15-25]	[15-25]	[25-35]	[25-35]	[25-35]	[25-35]	[25-35]
LOREAL	[10-15]	[15-25]	[15-25]	[15-25]	[15-25]	[15-25]	[15-25]	[15-25]	[15-25]
ENERGIZER/EDGEWELL	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
J&J	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]

[...]

100. Την επίμαχη περίοδο 2011 – 2014 τα σήματα Carroten και Coppertone συγκέντρωναν περισσότερο από το 45% των πωλήσεων αντηλιακών μέσω σούπερ μάρκετ. Πρέπει να σημειωθεί πως το εν λόγω μερίδιο αποτελεί το αθροιστικό μερίδιο δύο σημάτων, τα οποία να μεν διακινούνται ταυτόχρονα από την ΣΑΡΑΝΤΗΣ, όμως παράγονται από διαφορετικές και ανταγωνιστικές επιχειρήσεις (ΣΑΡΑΝΤΗΣ και Essex Chemie AG). Βασικός ανταγωνιστής της ΣΑΡΑΝΤΗΣ σε αντηλιακά προϊόντα είναι η Beiersdorf με το σήμα NIVEA, ενώ σημαντικές είναι και οι πωλήσεις της LOREAL με το σήμα Sublime Sun.

101. Σύμφωνα με μερίδια αγοράς που προσκόμισε η [...], τα οποία συγκλίνουν με εκείνα που προσκόμισε η ΣΑΡΑΝΤΗΣ, προκύπτει ότι το μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεων της ΣΑΡΑΝΤΗΣ σε αντηλιακά αφορούν το σήμα Carroten. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της [...], την περίοδο 2011 – 2014, το σήμα Carroten κατείχε μερίδιο μεταξύ [35-45]% και [35-45] %στην αγορά αντηλιακών.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Carroten	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[35-45]	[25-35]	[25-35]	[25-35]	[35-45]	[35-45]	[35-45]
NIVEA	[15-25]	[15-25]	[15-25]	[25-35]	[25-35]	[25-35]	[25-35]	[25-35]	[25-35]	[25-35]
Ambre Solaire	[5-10]	[10-15]	[15-25]	[15-25]	[10-15]	[15-25]	[15-25]	[15-25]	[15-25]	[15-25]
Piz Bin				[0-5]	[5-10]	[5-10]	[15-25]	[15-25]	[5-10]	[5-10]
Hawaiian Tropic	[5-10]	[5-10]	[5-10]		[0-5]			[0-5]	[0-5]	[0-5]
Loreal-Sublime Sun	[0-5]	[5-10]			[0-5]	[0-5]	[0-5]			
Coppertone	[5-10]	[10-15]	[10-15]	[5-10]						
All Others	[10-15]	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]

[...]

102. Σημειώνεται επίσης ότι, από τα στοιχεία που προσκόμισε η [...], στην αγορά φαίνεται να δραστηριοποιούνται και σειρά άλλων επιχειρήσεων, με μικρότερα μεν μερίδια αλλά με αναγνωρίσιμα σήματα.

103. Αν και η ΣΑΡΑΝΤΗΣ κατέχει μερίδιο αγοράς που ξεπερνά το 45% της αγοράς αντηλιακών την περίοδο 2011 – 2014, ενώ το [35-45]% της αγοράς κατέχει το σήμα Carroten, α) η παρουσία μεγάλου αριθμού ανταγωνιστών όπως και β) η δραστηριοποίηση στην αγορά της Beiersdorf με αναγνωρίσιμο σήμα και μερίδιο που εκτιμάται στο [15-25]% της αγοράς, η ΓΔΑ καταλήγει πως η ΣΑΡΑΝΤΗΣ δεν κατέχει δεσπίζουσα θέση στην αγορά αντηλιακών ευρείας διανομής την περίοδο 2011 - 2014.

104. Συνοψίζοντας τα ευρήματα της ανωτέρω ανάλυσης, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της ΓΔΑ η ΣΑΡΑΝΤΗΣ κατέχει **δεσπίζουσα θέση στις αγορές:**

α) αποφρακτικών (με το σήμα TUB-O-FLO) για την περίοδο 2004 - 2014,

- β) περιποίησης παπουτσιών (με το σήμα CAMEL) για την περίοδο 2004 - 2014,
- γ) γυναικείας κολόνας ευρείας διανομής (με τα σήματα B.U, C-THRU και ELODE) τουλάχιστον για την περίοδο 2011 -2014 και
- δ) αντρικής κολόνας (με τα PROSAR και STR8 FRAGRANCE LINE) τουλάχιστον για την περίοδο 2011 - 2014.

105. Το ανωτέρω συμπέρασμα δεν επηρεάζεται από τους ισχυρισμούς των καταγγελλουσών εταιριών, οι οποίες υποστηρίζουν ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ κατέχει δεσπόζουσα θέση και στις ακόλουθες αγορές: μεμβράνες, αντικολλητικό χαρτί, αλουμινόχαρτο και αντιηλιακά.<sup>74</sup> Σχετικά με τις τρεις πρώτες, οι καταγγέλουσες ισχυρίζονται ότι λανθασμένα αθροίζονται τα μερίδια των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας (1). Αναφορικά με την αγορά των αντιηλιακών, οι καταγγέλουσες ισχυρίζονται ότι λανθασμένα γίνεται διάκριση των μεριδίων αγοράς για τα αντιηλιακά σήματος Carroten και Coppertone που εμπορεύεται η ΣΑΡΑΝΤΗΣ (2).

106. Σχετικά με τον υπό (1) ισχυρισμό, αυτός τυγχάνει απορριπτέος καθώς τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας αξιολογούνται ως ενιαίο σύνολο και ως ανήκοντα στην ίδια σχετική αγορά με τα αντίστοιχα επώνυμα προϊόντα. Τα προϊόντα αυτά, ανεξαρτήτως κατασκευαστή, έχουν ως κοινό χαρακτηριστικό ότι έχουν χαμηλότερη τιμή από τα επώνυμα. Παρατηρείται ότι πολλές αλυσίδες σούπερ μάρκετ και καταστήματα μέσω ομίλων αγορών διαθέτει τα δικά τους προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, τα οποία ανταγωνίζονται τα αντίστοιχα επώνυμα εντός των δικών τους καταστημάτων. Σχετικά με τον υπό (2) ισχυρισμό, αυτός είναι λανθασμένος καθώς όπως προκύπτει από την ανάλυση ανωτέρω, τα ποσοστά των αντιηλιακών για τα σήματα που εμπορεύεται η ΣΑΡΑΝΤΗΣ αθροίζονται.

## V.2 Γεωγραφικές αγορές

107. Τα προϊόντα της ΣΑΡΑΝΤΗΣ διανέμονται, μέσω του δικτύου διανομής της στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας. Αντίστοιχα δίκτυα διανομής διαθέτουν κατά κανόνα και ανταγωνιστικές επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στην εμπορία προϊόντων οικιακής χρήσης και καλλυντικών προϊόντων ευρείας διανομής. Συνεπώς, ως σχετική γεωγραφική αγορά στην υπό κρίση υπόθεση, ορίζεται το σύνολο της ελληνικής επικράτειας<sup>75</sup>.

## V.3 Ποσοστό αγορών προϊόντων ΣΑΡΑΝΤΗΣ στις συνολικές αγορές των καταγγελλουσών

108. Σύμφωνα με στοιχεία που προσκόμισε η καταγγελλόμενη, οι αγορές προϊόντων ΣΑΡΑΝΤΗΣ ανήλθαν στο [...] των συνολικών αγορών που πραγματοποίησε η ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ το 2014<sup>76</sup>. Σε σχετική ερώτηση που απεύθυνε η ΓΔΑ στην εν λόγω καταγγέλουσα, αυτή απάντησε ότι «[τ]α προϊόντα ΣΑΡΑΝΤΗΣ αποτελούσαν το [...] του συνολικού τζίρου». Από το σύνολο των αγορών της ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ, το [...] του τζίρου αφορούσε εποχιακά προϊόντα (αντηλιακά και εντομοαπωθητικά)<sup>77</sup>.

<sup>74</sup> Βλ. σχετικά Υπομνήματα καταγγελλουσών.

<sup>75</sup> Με την πανελλαδική εμβέλεια της γεωγραφικής αγοράς συμφωνεί και η [...] (υπ' αριθ. πρωτ. 3078/06.04.2021 απαντητική επιστολή) η οποία αναφέρει ως σχετικούς παράγοντες «ίδιοι ανταγωνιστές, προϊόντα και σήματα σε όλη την επικράτεια, ενιαίο κανονιστικό πλαίσιο».

<sup>76</sup> Με βάση την κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης της ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ για το έτος 2014 [...]. Σχετικό δ της υπ' αριθ. πρωτ. 11031/23.12.2020 απαντητικής επιστολής της ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

<sup>77</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 10981/22.12.2020 απαντητική επιστολή της ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ

109. Από την έρευνα της ΓΔΑ, δεν μπορεί να εξαχθεί ασφαλές συμπέρασμα για την συνεισφορά (ποσοστό αγορών) των προϊόντων στα οποία η ΣΑΡΑΝΤΗΣ έχει δεσπόζουσα θέση, στις συνολικές αγορές των λιανεμπόρων, στους οποίους απευθύνονται οι εκπώσεις τζίρου. Ωστόσο, κατά την εκτίμηση της ΓΔΑ, το αντίστοιχο ποσοστό των αγορών της χονδρεμπορικής επιχείρησης που τις προμηθεύει, μπορεί να παράσχει μια καλή εκτίμηση της εν λόγω συνεισφοράς, καθώς οι αγορές των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων κατά βάση ορίζονται από τις αντίστοιχες αγορές των λιανοπωλητών από την ίδια.

110. Ο πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει το ποσοστό των αγορών που πραγματοποίησε η ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ, στα σήματα CAMEL και TUB-O-FLO, στα οποία η ΣΑΡΑΝΤΗΣ διαθέτει δεσπόζουσα θέση, στο σύνολο των αγορών της ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗ	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
CAMEL	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
TUB-O-FLO	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

111. Σύμφωνα με την ΣΑΡΑΝΤΗΣ, οι αγορές προϊόντων από αυτή ανέρχονταν στο [...] και [...] των συνολικών αγορών που πραγματοποίησε η **ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ**<sup>78</sup> για τα έτη 2012 και 2013 αντίστοιχα. Η ίδια η καταγγέλλουσα εκτιμά πως ο τζίρος αγορών από την ΣΑΡΑΝΤΗΣ αποτελούσε ποσοστό [...] περίπου του συνολικού τζίρου της. Το μεγαλύτερο ποσοστό αγορών στις συνολικές αγορές της ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ κατέχει σύμφωνα με την ίδια, η [...] <sup>79</sup>. Από το σύνολο των αγορών της ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ από την ΣΑΡΑΝΤΗΣ, το [...] αφορά εποχικά προϊόντα.

112. Ο πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει το ποσοστό των αγορών που πραγματοποίησε η ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ, στα σήματα CAMEL και TUB-O-FLO, στα οποία η ΣΑΡΑΝΤΗΣ διαθέτει δεσπόζουσα θέση, στο σύνολο των αγορών της ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ	2008	2009	2010	2011	2012	2013
CAMEL	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
TUB-O-FLO	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

113. Τέλος σύμφωνα με στοιχεία που προσκόμισε η καταγγελλόμενη, οι αγορές προϊόντων ΣΑΡΑΝΤΗΣ ανήλθαν στο [...]%, [...]%, [...] και [...] των συνολικών αγορών που πραγματοποίησε η **ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ** το 2010, 2011 και 2012<sup>80</sup> αντίστοιχα. Από το σύνολο των πωλήσεων της ΣΑΡΑΝΤΗΣ στην ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ, το [...] αφορά εποχικά προϊόντα.

<sup>78</sup>Με βάση την κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης της [...]. Σχετικό 3 της υπ' αριθ. πρωτ. 11031/23.12.2020 απαντητικής επιστολής της ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

<sup>79</sup>Υπ' αριθ. πρωτ. 2614/23.03.2021 απαντητική επιστολής της ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ.

<sup>80</sup>Με βάση την κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης της ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗΣ τα έτη 2010 έως και 2012 (Σχετικά 4 & 5). « [...]» Υπ' αριθ. πρωτ. 11031/23.12.2020 απαντητική επιστολή της ΣΑΡΑΝΤΗΣ. Αν και η ΓΔΑ απεύθυνε σχετικό ερώτημα στην ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ για το ποσοστό στις συνολικές της αγορές που καταλαμβάνουν οι αγορές της από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ, η εταιρία δεν απάντησε.

114. Ο πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει το ποσοστό των αγορών που πραγματοποίησε η ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ, στα σήματα CAMEL και TUB-O-FLO, στα οποία η ΣΑΡΑΝΤΗΣ διαθέτει δεσπόζουσα θέση, στο σύνολο των αγορών της ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ	2009	2010	2011	2012	2013
CAMEL	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
TUB-O-FLO	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

115. Ευρύτερα, σχετικά με την σημασία των πωλήσεων των προϊόντων ΣΑΡΑΝΤΗΣ για τις καταγγέλλουσες, η εταιρία αναφέρει ότι «η δεσπόζουσα θέση της εταιρίας μας εντοπίζεται σε κατηγορίες, όπως τα αλουμινοχαρτα<sup>81</sup> ή τα σιλβωτικά, τα οποία έχουν μικρούς κύκλους εργασιών και δεν μπορούν να λειτουργήσουν ως μοχλό πίεσης και έλξης των καταναλωτών για την αγορά προϊόντων που ανήκουν σε άλλες κατηγορίες, όπου η εταιρία μας δεν έχει δεσπόζουσα θέση.»<sup>82</sup>.

## VI ΝΟΜΙΚΗ ΕΚΤΙΜΗΣΗ

### VI.1 Διαχρονικό δίκαιο

116. Βάσει των αρχών που διέπουν τη διαχρονική εφαρμογή του δικαίου, καθώς και βάσει των αρχών της ασφάλειας δικαίου και της προστασίας της δικαιολογημένης εμπιστοσύνης των διοικουμένων, ισχύει ως γενικός κανόνας ότι εφαρμοστέες είναι οι διατάξεις ουσιαστικού δικαίου, οι οποίες ισχυαν κατά το χρόνο επελεύσεως των γεγονότων που συνιστούν την παράβαση, χωρίς να έχει σημασία ο χρόνος κατά τον οποίο εφαρμόζονται οι σχετικές διατάξεις και επιβάλλονται οι σχετικές κυρώσεις<sup>83</sup>. Επομένως, κάθε συμπεριφορά επιχείρησης, η οποία εκδηλώθηκε και έπαυσε προ της 20.4.2011 (ημερομηνία κατάργησης του ν. 703/1977 και θέσης σε ισχύ του ν. 3959/2011) και η οποία πιθανολογείται ότι πληροί τις προϋποθέσεις εφαρμογής των προβλεπόμενων στα άρθρα 1 και 2 του ν. 703/1977 παραβάσεων, αξιολογείται βάσει των προαναφερόμενων άρθρων. Προκειμένου, ωστόσο, περί παραβατικής συμπεριφοράς διαρκείας, με χρονική αφετηρία εκδήλωσης προγενέστερη της θέσης σε ισχύ του ν. 3959/2011, η οποία ωστόσο διαρκεί και μετά τη θέσπιση του νόμου αυτού, ως χρόνος διάπραξης της παράβασης θεωρείται εκείνος κατά τον οποίον εξακολουθεί η δημιουργηθείσα από την συμπεριφορά του δράστη κατάσταση<sup>84</sup> και, επομένως, η συμπεριφορά αυτή καταλαμβάνεται από το ρυθμιστικό πεδίο του νεότερου νόμου που θεσπίστηκε διαρκούσης της παράβασης. Στην υπό κρίση υπόθεση, οι φερόμενες ως παραβατικές συμπεριφορές της ελεγχόμενης επιχείρησης διήρκεσαν και μετά τις 20.4.2011 και συνεπώς αξιολογούνται βάσει των άρθρων του ν. 3959/2011. Σε κάθε περίπτωση, αναφορικά με τις περιοριστικές του ανταγωνισμού συμφωνίες και την καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης, σημειώνεται ότι οι σχετικές διατάξεις του προϊσχύοντος (άρθρα 1 και 2 του ν. 703/1977) και του διάδοχου αυτού νόμου (άρθρα 1 και 2 του ν. 3959/2011) είναι παρόμοιες,

<sup>81</sup>Όπως προκύπτει από τα στοιχεία (βλ. κατωτέρω βλ. Ενότητα V.1.) η ΣΑΡΑΝΤΗΣ δεν κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά αλουμινοχαρτών.

<sup>82</sup>Υπ' αριθ. πρωτ. 4290/17.05.2021 απαντητική επιστολή της ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

<sup>83</sup>Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΕ C-201/09 και C-216/09, *ArcelorMittalLuxembourg SA κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2011, σελ. I-2239, σκ. 67-71.

<sup>84</sup>Κατ' αναλογία προς τις σχετικές διατάξεις του γενικού ποινικού δικαίου περί διαρκούς και στιγμιαίου εγκλήματος.

καθώς και κατ' ουσίαν όμοιες (εκτός του κριτηρίου επίδρασης στο διακοινοτικό εμπόριο) με τις αντίστοιχες διατάξεις των άρθρων 101 και 102 της ΣΛΕΕ, οι οποίες λόγω πλήρωσης του προαναφερόμενου κριτηρίου, όπως θα εκτεθεί κατωτέρω<sup>85</sup>, και βάσει του άρθρου 3 του Κανονισμού 1/2003 εφαρμόζονται παράλληλα στην κρινόμενη υπόθεση.

## VI.2 Εφαρμοστέο δίκαιο

### VI.2.1 Καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης

117. Σύμφωνα με τη διάταξη του άρθρου 2 του ν. 3959/2011:

*«1. Απαγορεύεται η καταχρηστική εκμετάλλευση από μία ή περισσότερες επιχειρήσεις της δεσπόζουσας θέσης στο σύνολο ή μέρος της αγοράς της Ελληνικής Επικράτειας.*

*2. 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.»*

118. Επομένως, προϋποθέσεις για την εφαρμογή της εν λόγω απαγορευτικής διάταξης είναι: α) η κατοχή δεσπόζουσας θέσης στο σύνολο ή μέρος της σχετικής αγοράς (προϊόντος ή γεωγραφικής) και β) η καταχρηστική εκμετάλλευση της δεσπόζουσας θέσης. Αντίστοιχες είναι και οι βασικές προϋποθέσεις που τάσσονται από τον ενωσιακό νομοθέτη για την εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ<sup>86</sup>, εφόσον υπάρχει επηρεασμός του διακοινοτικού εμπορίου.

119. Στην έννοια της «επιχείρησης» των άρθρων 1 και 2 του ν. 3959/2011, καθώς και 102 ΣΛΕΕ εμπίπτει κάθε φορέας που ασκεί εμπορική ή άλλη οικονομική δραστηριότητα, ανεξάρτητα από το νομικό καθεστώς του και από τον τρόπο χρηματοδότησής του<sup>87</sup>. Ως οικονομική δραστηριότητα νοείται κάθε δραστηριότητα προσφοράς αγαθών ή υπηρεσιών σε δεδομένη αγορά<sup>88</sup>. Εν προκειμένω, τόσο η ΣΑΡΑΝΤΗΣ όσο και οι μεταπωλητές<sup>89</sup> με τους οποίους συναλλάσσεται διεξάγουν οικονομική δραστηριότητα και, ως εκ τούτου λογίζονται ως επιχειρήσεις κατά την έννοια των διατάξεων περί ελεύθερου ανταγωνισμού.

<sup>85</sup>Βλ. κατωτέρω παρ. 129.

<sup>86</sup>Βλ. Ενοποιημένη απόδοση της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Άρθρο 102 (πρώην άρθρο 82 της Συνθήκης περί ιδρύσεως της Ευρωπαϊκής Κοινότητας - ΣΕΚ), ΕΕ 115 της 9.5.2008 σ. 89. Από την 1η Δεκεμβρίου 2009, τα άρθρα 81 και 82 της Συνθήκης ΕΚ έγιναν άρθρα 101 και 102 αντίστοιχα, της ΣΛΕΕ. Τα δύο σύνολα διατάξεων είναι κατ' ουσία ταυτόσημα. Για τους σκοπούς της παρούσας, οι αναφορές στα άρθρα 101 και 102 της ΣΛΕΕ νοούνται, κατά περίπτωση, ως αναφορές στα άρθρα 81 και 82 της Συνθήκης ΕΚ.

<sup>87</sup>Βλ. ΔΕΚ C-180-184/98 *Pavlov*, Αίτηση για έκδοση προδικαστικής απόφασης, Συλλ. 1995, σελ. I- 03477, σκ. 74 με περαιτέρω παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία.

<sup>88</sup>Βλ. ενδεικτικά ΔΕφαθ 1682/2009, σκ. 27, καθώς και ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 135, ΕΑ 430/V/2009, σελ. 6, και ΕΑ 317/V/2006, σελ. 16-17 καθώς και ΔΕΚ C-118/85 *Επιτροπή κατά Ιταλίας*, Συλλ. 1987, σελ. I- 02599, σκ. 7 και ΔΕΚ C-35/96 *Επιτροπή κατά Ιταλίας*, Συλλ. 1998, σελ. I- 03851, σκ. 36,.

<sup>89</sup>Για τους σκοπούς της παρούσας οι όροι «μεταπωλητής», «χονδρέμπορος», και «διανομέας», είναι ταυτόσημοι και αφορούν στις συνεργαζόμενες με την ΣΑΡΑΝΤΗΣ εταιρίες, σε επίπεδο χονδρικής.



120. Αναφορικά με τις διατάξεις του άρθρου 2 του ν. 3959/2011, καθώς και του άρθρου 102 ΣΛΕΕ επισημαίνεται ότι αυτές δεν απαγορεύουν την κατοχή ή απόκτηση δεσπόζουσας θέσης, αλλά την καταχρηστική εκμετάλλευση αυτής. Η έννοια της τελευταίας δεν ορίζεται στις ως άνω διατάξεις, οι οποίες περιορίζονται στην ενδεικτική απαρίθμηση ορισμένων μορφών κατάχρησης από επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση, η οποία απαγορεύεται ρητώς από τον νόμο. Σκοπός, όμως, των διατάξεων αυτών είναι αφενός η προστασία του συστήματος της ελεύθερης αγοράς, αφετέρου η προστασία της οικονομικής ελευθερίας των τρίτων<sup>90</sup>. Ειδικότερα, πέραν της προστασίας της δομής της αγοράς από τεχνητές στρεβλώσεις μέσω καταχρηστικών πρακτικών, η επιβολή της απαγόρευσης που θεσπίζουν οι σχετικές διατάξεις δικαιολογείται επίσης από το σκοπό της αποφυγής της ζημίας των καταναλωτών<sup>91</sup>, οι οποίοι βλάπτονται, τόσο από πρακτικές που κατατείνουν απευθείας σε βλάβη των συμφερόντων τους, όσο και από πρακτικές που καταλήγουν να είναι επιβλαβείς γι' αυτούς λόγω των τεχνητών αλλοιώσεων στη διάρθρωση του ανταγωνισμού στην αγορά, οι οποίες βραχυπρόθεσμα μπορεί ακόμη και να εμφανίζουν ορισμένα πλεονεκτήματα προς όφελος των καταναλωτών, αλλά μέσο ή /και μακροπρόθεσμα έχουν αρνητικό αντίκτυπο στην ευημερία του καταναλωτή<sup>92</sup>.
121. Καίτοι η διαπίστωση της ύπαρξης δεσπόζουσας θέσεως δεν αποδίδει καθεαυτή καμία μομφή στην οικεία επιχείρηση, η επιχείρηση αυτή εντούτοις, ανεξάρτητα από τα αίτια δημιουργίας τέτοιας θέσεως, φέρει ιδιαίτερη ευθύνη να μη βλάπτει με τη συμπεριφορά της την ύπαρξη πραγματικού και ανόθευτου ανταγωνισμού στην αγορά<sup>93</sup>. Η ιδιαίτερη ευθύνη, την οποία συνεπάγεται η κατοχή δεσπόζουσας θέσης δεν αφαιρεί, μεν, από την επιχείρηση που βρίσκεται στη θέση αυτή, το δικαίωμα να διαφυλάξει τα εμπορικά της συμφέροντα και να έχει την ευχέρεια, σε λογικό μέτρο, να ενεργεί κατά τρόπο που κρίνει πρόσφορο για την προστασία των συμφερόντων της, πλην όμως δεν μπορούν να γίνουν δεκτές ενέργειες που αποσκοπούν στη διατήρηση και ενίσχυση αυτής της δεσπόζουσας θέσης και στην καταχρηστική εκμετάλλευσή της<sup>94</sup>. Περαιτέρω, όπως προκύπτει από τη φύση των επιβαλλομένων με τα άρθρα 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ υποχρεώσεων, μια επιχείρηση κατέχουσα δεσπόζουσα θέση ενδέχεται να στερηθεί

<sup>90</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕφαΘ 869/2013, σκ. 35, ΔΕφαΘ 2116/2004, σκ. 8, καθώς και αποφάσεις ΕΑ 590/2014, σκ. 239, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 129.

<sup>91</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕφαΘ 4055/2017, σκ. 7, ΓενΔΕΕ T- 155/06 *Tomra Systems ASA κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2010, σελ. II-4361, σκ. 206, και ΓενΔΕΕ *VandenBerghFoods κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2003, σελ. II- 4653, σκ. 157.

<sup>92</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕφαΘ 4055/2017, σκ. 7, ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 264, καθώς και ΔΕΚ C-95/04 P *British Airways κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2007, σελ. I-2331, σκ. 106-107, ΠΕΚ T-219/99 *British Airways plc κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2003, σελ. II-5917, σκ. 264.

<sup>93</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ 590/2014, σκ. 242, 581/VII/2013, σκ. 262, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 158, καθώς και αποφάσεις ΔΕΚ C-322/81 *Michelin κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1983, σελ. 3461, σκ. 57, ΠΕΚ T-65/89 *BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1993, σελ. II-389, σκ. 67, ΠΕΚ T-83/91 *TetraPak κατά Επιτροπής* (TetraPak II), Συλλ. 1994, σελ. II-755, σκ. 114, ΠΕΚ T-219/99 *British Airways plc κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2003, σελ. II-5917, σκ. 242, ΠΕΚ T-201/04 *Microsoft κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2007, σελ. II-3601, σκ. 229, ΠΕΚ T-228/97 *Irish Sugar κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1999, σ. II-2969, σκέψη 112.

<sup>94</sup> Βλ. ενδεικτικά ΕΑ 434/V/2009, σκ. 41, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 158, ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 262, ΕΑ 590/2014, σκ. 242, ΕΑ 663/2018, σκ. 179 και 364, ΕΑ 645/2017, σκ. 185, ΕΑ 698/2019, σκ. 101, καθώς και ΔΕΚ 27/76 *United Brands κατά Επιτροπής*, Συλλογή 1978, σελ. 75, σκ. 189, ΠΕΚ T-228/97 *Irish Sugar κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1999, σελ. II-2969, σκ. 112, ΠΕΚ T-203/01 *Michelin κατά Επιτροπής* (Michelin II), Συλλ. 2003, σελ. II-4071, σκ. 55 ΔΕΚ C-322/81 *Michelin κατά Επιτροπής*, σκ. 57, ΔΕΕ C-52/09, *Konkurrensverket κατά Telia Sonera Sverige AB*, σκ. 24, ΔΕΕ C-209/10, *Post Danmark A/S κατά Konkurrenserådet*, σκ. 23, ΔΕΕ C-23/14, *Post Danmark A/S κατά Konkurrenserådet*, σκ. 70-71, ΔΕΕ C-457/10 P, *AstraZeneca κατά Επιτροπής*, σκ. 134, ΔΕΕ C-23/14, *Post Danmark A/S κατά Konkurrenserådet*, σκ. 70-71, ΔΕΕ C-413/14 P, *Intel Corporation Inc. κατά Επιτροπής*, σκ. 135, ΔΕΕ C-307/18, *Generics (UK) Ltd κ.λπ. κατά Competition and Markets Authority*, σκ. 153, ΔΕΕ C-152/19 P, *Deutsche Telekom AG κατά Επιτροπής*, σκ. 40, ΔΕΕ C-165/19 P, *Slovak Telekom, a.s. κατά Επιτροπής*, σκ. 40.

του δικαιώματος υιοθέτησης συμπεριφοράς ή λήψης μέτρων που τυχόν αποτελούν τρέχουσα (συνήθη) πρακτική εντός της σχετικής αγοράς ή μέτρων μη συνεπαγομένων αφεαυτών κατάχρηση, ακόμη δε και μη καταδικαστέων αν είχαν υιοθετηθεί ή ληφθεί από επιχείρηση που δεν κατέχει δεσπόζουσα θέση. Συναφώς, η σύναψη σύμβασης ή η κτήση δικαιώματος μπορούν, επίσης, να συνιστούν κατάχρηση κατά την έννοια του άρθρου 2 ν. 3959/2011, καθώς και 102 ΣΛΕΕ αν προέρχονται από επιχείρηση κατέχουσα δεσπόζουσα θέση<sup>95</sup>.

122. Η έννοια της καταχρηστικής εκμετάλλευσης έχει αντικειμενικό χαρακτήρα, καταλαμβάνει δε τη συμπεριφορά δεσπόζουσας επιχείρησης, η οποία είναι σε θέση να επηρεάσει τη δομή μιας αγοράς όπου, λόγω ακριβώς της ύπαρξης της εν λόγω επιχειρήσεως, ο βαθμός του ανταγωνισμού είναι ήδη μειωμένος και η οποία έχει ως συνέπεια την παρεμπόδιση της διατήρησης του υφιστάμενου ακόμα στην αγορά επιπέδου ανταγωνισμού ή της ανάπτυξής του, με την προσφυγή σε μέσα διαφορετικά έναντι εκείνων που είναι διαθέσιμα στο πλαίσιο ενός ανταγωνισμού που στηρίζεται στο κριτήριο της απόδοσης των επιχειρήσεων, που λειτουργεί, δηλαδή, σε αξιοκρατική βάση, σύμφωνα με τα προτερήματα των επιχειρήσεων και των προϊόντων τους<sup>96</sup>. Υπό την προοπτική αυτή, δεν μπορεί να θεωρηθεί θεμιτός κάθε ανταγωνισμός μέσω των τιμών<sup>97</sup>. Επομένως, κρίσιμο, καταρχήν, στοιχείο για τον χαρακτηρισμό μιας συμπεριφοράς ως καταχρηστικής αποτελεί η ίδια η συμπεριφορά, αντικειμενικώς λαμβανόμενη, και όχι τα κίνητρα, οι προθέσεις και οι σκοποί της, ήτοι ανεξάρτητα από τη διαπίστωση οιοδήποτε βαθμού πταίσματος που, τυχόν, βαρύνει την επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση<sup>98</sup>.
123. Περαιτέρω, σημειώνεται ότι αρκεί η ως άνω συμπεριφορά να τείνει να περιορίσει τον ανταγωνισμό, ή με άλλα λόγια, να είναι ικανή ή να ενδέχεται να έχει τέτοιο αποτέλεσμα. Συνεπώς, για τη στοιχειοθέτηση της παράβασης του άρθρου 2 του ν. 3959/2011 καθώς και 102 ΣΛΕΕ δεν είναι αναγκαίο να αποδειχθεί ότι η καταχρηστική εκμετάλλευση της δεσπόζουσας θέσης επιχείρησης επέφερε συγκεκριμένο αποτέλεσμα στις οικείες αγορές, αλλά αρκεί να αποδειχθεί ότι η καταχρηστική συμπεριφορά της τείνει να περιορίσει τον ανταγωνισμό, δηλαδή ότι αυτή ενδέχεται να έχει τέτοιο αποτέλεσμα, ανεξαρτήτως του αν αυτό δεν επήλθε τελικά<sup>99</sup>. Εξάλλου, όταν μια επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση θέτει όντως σε εφαρμογή μια πρακτική, η οποία έχει ως αποτέλεσμα τον παραμερισμό των ανταγωνιστών της, το γεγονός ότι το

<sup>95</sup>Βλ. σχετικά αποφάσεις ΓενΔΕΕ T-111/96 ITT Promedia κατά Επιτροπής Συλλ. 1998 σελ. II-2937, σκ. 139, ΓενΔΕΕ T-65/98 VandenBerghFoods κατά Επιτροπής Συλλ. 2003, σελ. II-4653, σκ. 159, ΓενΔΕΕ T-191/98 AtlanticContainerLine (TACA) Συλλ. 2003, σελ. II-3275, σκ. 1124-1125 και ΔΕΕ C-322/81 Michelin κατά Επιτροπής Συλλ. 1983 σελ. 3461, σκ. 57.

<sup>96</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕφαθ 869/2013, σκ. 35, ΔΕφαθ 2265/2010, σκ. 34 και ΔΕφαθ 2116/2004, σκ. 8, αποφάσεις ΕΑ 590/2014, σκ. 239, ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 263-264, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 130, καθώς και αποφάσεις ΔΕΚ C-85/76 Hoffmann-LaRoche κατά Επιτροπής Συλλ. 1979 σελ. 461, σκ. 91, ΔΕΚ C-322/81 Michelin κατά Επιτροπής Συλλ. 1983 σελ. 3461, σκ. 70, ΔΕΚ C-62/86 AKZO κατά Επιτροπής Συλλ. 1991 σελ. I-3359, σκ. 69, ΠΕΚ T-228/97 IrishSugar κατά Επιτροπής, Συλλ. 1999, σ. II-2969, σκέψη 111, ΠΕΚ T-219/99 British Airwaysplc κατά Επιτροπής Συλλ. 2003 σελ. II-5917, σκ. 241 και ΓενΔΕΕ T- 155/06 Tomra Systems ASA κατά Επιτροπής, Συλλ. 2010, σελ. II-4361, σκ. 206.

<sup>97</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕΚ C-62/86 AKZO κατά Επιτροπής, Συλλ. 1991, σελ. I-3359, σκ. 70, ΠΕΚ T-228/97 IrishSugar κατά Επιτροπής, Συλλ. 1999, σελ. II-2969, σκ. 111.

<sup>98</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕφαθ 869/2013, σκ. 35, ΔΕφαθ 2116/2004, σκ. 8, ΕΑ 590/2014, σκ. 240, ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 263, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 131, ΓενΔΕΕ T-65/89 BPB Industriesplc & British GypsumLtd κατά Επιτροπής, Συλλ. 1993, σελ. II-389, σκ. 70.

<sup>99</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕφαθ 2458/2017, σκ. 8, ΔΕφαθ 869/2013, σκ. 35, ΔΕφαθ 2116/2004, σκ. 8, ΕΑ 590/2014, σκ. 241, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 132, καθώς και αποφάσεις ΠΕΚ T-203/01 Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), Συλλ. 2003, σελ. II-4071, σκ. 239 και ΠΕΚ T-219/99 British Airwaysplc κατά Επιτροπής, Συλλ. 2003 σελ. II-5917, σκ. 250 και 293.

αναμενόμενο αποτέλεσμα δεν επετεύχθη δεν αρκεί για να αντικρουσθεί ο χαρακτηρισμός της καταχρηστικής εκμεταλλεύσεως δεσπόζουσας θέσεως<sup>100</sup>.

124. Στην υπό κρίση υπόθεση, οι πρακτικές που σύμφωνα με τις υπό εξέταση καταγγελίες συνιστούν καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης εκ μέρους της ΣΑΡΑΝΤΗΣ αναλύονται εκτενώς κατωτέρω.

### VI.2.2 Περιοριστικές του ανταγωνισμού συμφωνίες

125. Σύμφωνα με τη διάταξη του άρθρου 1 παρ. 1 του ν. 3959/11: «*Με την επιφύλαξη της παραγράφου 3, απαγορεύονται όλες οι συμφωνίες και εναρμονισμένες πρακτικές μεταξύ επιχειρήσεων και όλες οι αποφάσεις ενώσεων επιχειρήσεων, οι οποίες έχουν ως αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα την παρεμπόδιση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ανταγωνισμού στην Ελληνική Επικράτεια, και ιδίως εκείνες οι οποίες συνίστανται: α) στον άμεσο ή έμμεσο καθορισμό των τιμών αγοράς ή πώλησης ή άλλων όρων συναλλαγής, [...] γ) στην κατανομή των αγορών ή των πηγών εφοδιασμού [...]*». Επομένως, προϋποθέσεις για την εφαρμογή των εν λόγω απαγορευτικών διατάξεων είναι: α) η ύπαρξη συμφωνίας μεταξύ ανεξάρτητων επιχειρήσεων (ή εναρμονισμένης πρακτικής ή απόφασης ένωσης επιχειρήσεων) και β) αντικείμενο ή αποτέλεσμα της ανωτέρω συμφωνίας να είναι ο περιορισμός, η παρακάλυψη ή η νόθευση του ανταγωνισμού. Αντίστοιχες είναι και οι βασικές προϋποθέσεις που τάσσονται από τον ενωσιακό νομοθέτη για την εφαρμογή του άρθρου 101 παράγραφο 1 ΣΛΕΕ. Ουσιαστικά, μοναδική επιπλέον προϋπόθεση εφαρμογής της ενωσιακής διάταξης, σε σχέση με τη διάταξη του εθνικού δικαίου, αποτελεί αυτή της δυνατότητας επίδρασης στο ενδοκοινοτικό εμπόριο<sup>101</sup>.

126. Το άρθρο 1 παρ. 3 του ν. 3959/11, προβλέπει εξαίρεση από τους εν λόγω απαγορευτικούς κανόνες για τις συμφωνίες, οι οποίες (α) συμβάλλουν στη βελτίωση της παραγωγής ή της διανομής των προϊόντων ή στην προώθηση της τεχνικής ή οικονομικής προόδου, (β) εξασφαλίζουν συγχρόνως στους καταναλωτές δίκαιο τμήμα από το όφελος που προκύπτει, (γ) οι οποίες δεν επιβάλλουν περιορισμούς που δεν είναι απαραίτητοι για την επίτευξη των στόχων αυτών και (δ) δεν παρέχουν στις επιχειρήσεις αυτές τη δυνατότητα καταργήσεως του ανταγωνισμού σε σημαντικό τμήμα των σχετικών προϊόντων. Οι τέσσερις προαναφερόμενες προϋποθέσεις πρέπει να συντρέχουν σωρευτικά προκειμένου να τύχει εφαρμογής η ατομική απαλλαγή που προβλέπουν οι ανωτέρω διατάξεις. Εφόσον έστω και μία από αυτές δεν πληρούται, η συμφωνία είναι αυτοδικαίως άκυρη κατ' άρθρο 1 παρ. 2 ν. 3959/11<sup>102</sup>. Η επιχείρηση που διεκδικεί τη χορήγηση ατομικής απαλλαγής, φέρει το βάρος να αποδείξει ότι πληρούνται οι σχετικές προϋποθέσεις, με πειστικά επιχειρήματα και αποδεικτικά στοιχεία<sup>103</sup>. Κατά τη σχετική αξιολόγηση, λαμβάνονται υπόψη μόνο τα αντικειμενικά πλεονεκτήματα, πράγμα που σημαίνει ότι η τυχόν επικαλούμενη βελτίωση της αποτελεσματικότητας δεν εκτιμάται με βάση την υποκειμενική άποψη των μερών<sup>104</sup>. Αντίστοιχες είναι και οι προβλέψεις του άρθρου 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ.

<sup>100</sup>Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΕΑ 590/2014, σκ. 241, και ΠΕΚ Τ-219/99 *British Airways plc κατά Επιτροπής*, Σολλ. 2003 σελ. II-5917, σκ. 297.

<sup>101</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 133, ΣτΕ 1731/2001, Επισκ. Εμπ. Δικ, 2003, σελ. 1053.

<sup>102</sup>Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ. 3 της Συνθήκης, ΕΕ C 101 της 27.4.2004, σημ. 42 με περαιτέρω παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία.

<sup>103</sup>Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 267, καθώς και αποφάσεις ΔΕφαθ 559/2010, σκ. 18, ΔΕφαθ 2891/2009, σκ. 19, ΔΕφαθ 1682/2009, σκ. 28 με περαιτέρω παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία.

<sup>104</sup>Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 134.

127. Περαιτέρω, για τους σκοπούς εφαρμογής των ως άνω διατάξεων, θεωρείται ότι υφίσταται «συμφωνία» όταν οι συμβαλλόμενοι, ρητά ή σιωπηρά, εγκρίνουν από κοινού σχέδιο που καθορίζει τις κατευθυντήριες γραμμές της αμοιβαίας δράσης τους (ή αποχής από τη δράση) στην αγορά. Αρκεί οι επιχειρήσεις να έχουν εκφράσει την κοινή τους βούληση να συμπεριφερθούν στην αγορά κατά καθορισμένο τρόπο. Επομένως, η έννοια της συμφωνίας στηρίζεται στην ύπαρξη συμπτώσεως των βουλήσεων δύο τουλάχιστον μερών, της οποίας η μορφή εκδήλωσης δεν είναι σημαντική, εφόσον συνιστά πιστή έκφραση των βουλήσεων αυτών<sup>105</sup>. Εξάλλου, η ύπαρξη μιας συμφωνίας μπορεί να προκύπτει άμεσα ή έμμεσα από τη συμπεριφορά των μερών.
128. Στην υπό κρίση υπόθεση, οι προφορικές συμφωνίες, σε συνδυασμό με την εμπορική αλληλογραφία, τιμολόγια, εγκυκλίους κλπ. της ΣΑΡΑΝΤΗΣ με τους μεταπωλητές της, εμπίπτουν ευθέως στην έννοια της «συμφωνίας» κατά την έννοια των προαναφερόμενων διατάξεων. Η δε αξιολόγηση των καταγγελλόμενων ως περιοριστικών, κατά το δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού, συμφωνιών μεταξύ της ελεγχόμενης και των μεταπωλητών της αναλύεται εκτενώς κατωτέρω (Βλ. σχετικά Ενότητα ΙΧ.2).

### VI.2.3 Επηρεασμός ενωσιακού εμπορίου

129. Για την εφαρμογή των ενωσιακών διατάξεων των άρθρων 101 και 102 ΣΛΕΕ, μοναδική επιπλέον προϋπόθεση σε σχέση με αυτές που τάσσουν οι ανωτέρω διατάξεις του εθνικού δικαίου, αποτελεί η δυνατότητα της υπό εξέταση συμπεριφοράς να επιδράσει στο ενωσιακό εμπόριο. Το κριτήριο του επηρεασμού του ενωσιακού εμπορίου είναι αυτόνομο κριτήριο της ευρωπαϊκής νομοθεσίας, το οποίο εκτιμάται *ad hoc*<sup>106</sup>, και οριοθετεί το πεδίο εφαρμογής του ευρωπαϊκού δικαίου του ανταγωνισμού.
130. Σύμφωνα με το άρθρο 3 παρ. 1 του Κανονισμού 1/2003 του Συμβουλίου για την εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού που προβλέπονται στα άρθρα 81 και 82 της Συνθήκης (πλέον άρθρα 101 και 102 ΣΛΕΕ αντιστοίχως)<sup>107</sup>, οσάκις οι αρχές ανταγωνισμού των κρατών μελών ή τα εθνικά δικαστήρια εφαρμόζουν την εθνική νομοθεσία ανταγωνισμού σε συμφωνίες, αποφάσεις ενώσεων επιχειρήσεων ή εναρμονισμένες πρακτικές κατά την έννοια του άρθρου 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ, οι οποίες είναι πιθανόν να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών κατά την έννοια της διάταξης αυτής, εφαρμόζουν *επίσης* το άρθρο 101 ΣΛΕΕ, στις εν λόγω συμφωνίες, αποφάσεις ή εναρμονισμένες πρακτικές. 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 *επίσης* το άρθρο 102 ΣΛΕΕ<sup>108</sup>.

<sup>105</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ 581/VI/2013, σκ. 268, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 136, ΔΕφαθ 869/2013, σκ. 32, ΔΕφαθ 559/2010, σκ. 17, ΔΕφαθ 906/2010, σκ. 7 και ΔΕφαθ 2891/2009, σκ. 18, ΔΕφαθ 1682/2009, σκ. 27, καθώς και την ενωσιακή νομολογία στην οποία παραπέμπουν – ειδικότερα, Απόφαση ΔΕΚ C-41/69, *Chemiefarma* κατά Επιτροπής, σκ. 112, Απόφαση ΠΕΚ T- 41/96, *Bayer* κατά Επιτροπής, σκ. 67-69, και Απόφαση ΠΕΚ T-208/01, *Volkswagen* κατά Επιτροπής, σκ. 30-32.

<sup>106</sup>Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης, *EE C 101/81*, της 27.04.2004, σημ. 12 καθώς και αποφάσεις ΕΑ 590/2014, σκ. 246, ΕΑ 581/VI/2013, σκ. 271, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 137.

<sup>107</sup>Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1/2003 του Συμβουλίου, της 16ης Δεκεμβρίου 2002, για την εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού που προβλέπονται στα άρθρα 81 και 82 της Συνθήκης, *EE L 1/1*, της 04.01.2003.

<sup>108</sup>Βλ. Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής «Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης» *EE C 2004 101/81* παρ. 9 καθώς και αποφάσεις ΕΑ 590/2014, σκ. 245, ΕΑ 581/VI/2013, σκ. 272, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 137 και αποφάσεις ΔΕφαθ 2458/2017, σκ. 21, ΔΕφαθ 869/2013, σκ. 41.

131. Συναφώς, για να είναι σε θέση μια συμφωνία ή κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών, θα πρέπει, βάσει ενός συνόλου νομικών και πραγματικών στοιχείων, να μπορεί να πιθανολογηθεί επαρκώς ότι μπορεί να ασκήσει άμεση ή έμμεση, πραγματική ή δυνητική, επίδραση στα εμπορικά ρεύματα μεταξύ κρατών μελών, τούτο δε κατά τρόπο που να προκαλείται φόβος ότι θα μπορούσε να εμποδίσει την πραγματοποίηση ενιαίας αγοράς μεταξύ κρατών μελών<sup>109</sup>. Για να διαπιστωθεί εάν εφαρμόζεται το ενωσιακό δίκαιο σε συγκεκριμένη υπόθεση δεν είναι αναγκαίο η συμφωνία ή η πρακτική να έχει ή να είχε επηρεάσει πραγματικά το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών, γεγονός άλλωστε το οποίο, στην πλειονότητα των περιπτώσεων, δυσχερώς μπορεί να αποδειχθεί επαρκώς κατά νόμο<sup>110</sup>, αρκεί να «δύνανται» να έχει αυτό το αποτέλεσμα<sup>111</sup>.
132. Ειδικότερα, 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<sup>112</sup>. Το κριτήριο αυτό πληρούται, επομένως, όταν η υπό εξέταση κάθε φορά συμπεριφορά δύναται να έχει ένα ελάχιστο επίπεδο διασυνοριακών επιπτώσεων στο εσωτερικό της Ένωσης<sup>113</sup>. Σχετικά με την έννοια του «αισθητού» χαρακτήρα του επηρεασμού του εμπορίου, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή καθιερώνει, ειδικά ως προς τις συμφωνίες που από την ίδια τους τη φύση<sup>114</sup> δύνανται να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών, ένα μαχητό θετικό τεκμήριο επηρεασμού του διακοινοτικού εμπορίου, υπό την προϋπόθεση της περαιτέρω πλήρωσης των ακόλουθων σωρευτικών τεθέντων κριτηρίων: α) στην περίπτωση των κάθετων συμφωνιών, ο συνολικός ετήσιος κύκλος εργασιών που πραγματοποιεί ο προμηθευτής στην Κοινότητα με τα προϊόντα που καλύπτει η συμφωνία να υπερβαίνει τα 40 εκατ. ευρώ και β) το συνολικό μερίδιο αγοράς σε οποιαδήποτε σχετική αγορά της Κοινότητας που επηρεάζεται από τη συμφωνία να υπερβαίνει το 5%<sup>115</sup>.
133. Περαιτέρω, στις περιπτώσεις εφαρμογής του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, «η κατάχρηση είναι εκείνη που πρέπει να επηρεάζει το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών, χωρίς όμως αυτό να συνεπάγεται ότι πρέπει να εκτιμάται μεμονωμένα κάθε στοιχείο της συμπεριφοράς αυτής. Πράγματι, μια συμπεριφορά που εντάσσεται στη γενικότερη στρατηγική της δεσπόζουσας επιχείρησης πρέπει να εκτιμάται ως προς το συνολικό της αποτέλεσμα. Εάν, κατά την επιδίωξη του ίδιου σκοπού, η

<sup>109</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ 590/2014, σκ. 246, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 138, ΔΕΚ C-209/78 *VanLandewyck κατά Επιτροπής* Συλλ. 1980 σελ. 3125, σκ. 170, και ΔΕΚ C-219/95P *FerriereNord κατά Επιτροπής* Συλλ. 1997 σελ. I-4411, σκ. 20.

<sup>110</sup>Βλ. σχετικά αποφάσεις ΔΕΦΑθ 2458/2017, σκ. 8 και ΔΕΦΑθ 4055/2017, σκ. 7.

<sup>111</sup>Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης, ό.π., παρ. 23 επ. και 47 και απόφαση ΔΕΚ C-219/95P *FerriereNord κατά Επιτροπής* Συλλ. 1997 σελ. I-4411, σκ. 19.

<sup>112</sup>Βλ. Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής «Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης», ο.π., παρ. 13 καθώς και απόφαση 22/71 *Béguelin*, Συλλ. 1971, σελ. 949 σκ. 16.

<sup>113</sup>Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές, ο.π., σημ. 8, 12, 13, 34, 77 καθώς και αποφάσεις ΕΑ 590/2014, σκ. 246, ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 273, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 137.

<sup>114</sup>Ως συμφωνίες και πρακτικές χαρακτηριζόμενες από τη φύση τους ικανές να επηρεάζουν το διακοινοτικό εμπόριο νοούνται οι συμφωνίες που απαγορεύουν τις εξαγωγές, οι συμφωνίες που αφορούν εισαγωγές ή εξαγωγές, οι συμφωνίες που καλύπτουν περισσότερα του ενός κράτη μέλη, οι συμφωνίες που επιβάλλουν περιορισμούς στις ενεργητικές και παθητικές πωλήσεις, οι συμφωνίες μεταξύ προμηθευτών και διανομέων οι οποίες επιβάλλουν ορισμένη τιμή μεταπώλησης και καλύπτουν δύο ή περισσότερα κράτη μέλη.

<sup>115</sup>Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης, ό.π., παρ. 53 καθώς και 56, όπου αναφέρεται ότι: «Σε περίπτωση δικτύου συμφωνιών του ίδιου προμηθευτή με διάφορους διανομείς, λαμβάνονται υπόψη οι πωλήσεις που πραγματοποιούνται από το σύνολο του δικτύου».



*δεσπόζουσα επιχείρηση υιοθετεί διάφορες πρακτικές, όπως ιδίως πρακτικές που αποσκοπούν στον παραγκωνισμό ή τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών, το άρθρο 82 [πλέον 102] εφαρμόζεται σε όλες τις πρακτικές που εντάσσονται στη γενική αυτή στρατηγική εάν μία τουλάχιστον από τις εν λόγω πρακτικές είναι ικανή να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών»<sup>116</sup>.*

134. Η εφαρμογή του κριτηρίου του επηρεασμού του εμπορίου δεν εξαρτάται από τον ορισμό των γεωγραφικών αγορών αναφοράς. Το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών μπορεί να επηρεαστεί επίσης σε περιπτώσεις στις οποίες η οικεία αγορά είναι ή εθνική αγορά ή τμήμα της εθνικής αγοράς<sup>117</sup>. Κατά πάγια νομολογία του ΔΕΕ, οι περιοριστικές του ανταγωνισμού πρακτικές που καλύπτουν ολόκληρο το έδαφος ενός εκ των κρατών μελών, ζωτικό δηλαδή τμήμα της κοινής αγοράς, έχουν εξ ορισμού ως αποτέλεσμα την παρακάλυψη της οικονομικής αλληλοδιδεισδύσεως που επιδιώκεται με τη Συνθήκη και, ως εκ τούτου, πληρούται το κριτήριο επηρεασμού του διακοινοτικού εμπορίου για τους σκοπούς εφαρμογής των άρθρων 101 και 102 ΣΛΕΕ<sup>118</sup>.
135. Επιπλέον, η εκτίμηση με βάση το κριτήριο του επηρεασμού του εμπορίου εξαρτάται από πολλούς παράγοντες, οι οποίοι εάν λαμβάνονταν υπόψη μεμονωμένα, δεν θα ήταν κατ' ανάγκη αποφασιστικοί<sup>119</sup>. Οι παράγοντες αυτοί είναι η φύση της συμφωνίας ή της πρακτικής, η φύση των προϊόντων που καλύπτει η συμφωνία ή πρακτική και η σημασία των ενδιαφερόμενων επιχειρήσεων<sup>120</sup>.
136. Η φύση των προϊόντων που καλύπτονται από τις συμφωνίες ή πρακτικές παρέχει, επίσης, μία ένδειξη για το εάν το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών δύναται να επηρεαστεί. Όταν η ίδια η φύση των προϊόντων διευκολύνει τις διασυνοριακές συναλλαγές ή τα καθιστά ιδιαίτερα σημαντικά για επιχειρήσεις που επιθυμούν να εγκατασταθούν ή να αναπτύξουν τις δραστηριότητές τους σε άλλα κράτη μέλη, το εφαρμοστέο του ενωσιακού δικαίου προσδιορίζεται ευκολότερα από ότι σε περιπτώσεις στις οποίες η ζήτηση για προϊόντα προμηθευτών από άλλα κράτη μέλη είναι, λόγω της φύσης τους, πιο περιορισμένη, ή στις οποίες τα προϊόντα παρουσιάζουν μικρότερο ενδιαφέρον από την άποψη της διασυνοριακής εγκατάστασης ή της επέκτασης της οικονομικής δραστηριότητας που ασκείται μέσω παρόμοιας εγκατάστασης<sup>121</sup>. Επίσης, η θέση των

<sup>116</sup>Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης, ο.π., σημ. 17, καθώς και απόφαση ΔΕΕ 85/76 Hoffmann-LaRoche κατά Επιτροπής Συλλ. 1979 σελ. 461, σκ. 126.

<sup>117</sup>Βλ. σχετικά Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης, ο.π., σημ. 22 και ενδεικτικά απόφαση ΕΑ 590/2014, σκ. 248.

<sup>118</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ 590/2014, σκ. 246, ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 275, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 139 ΔΕφΑθ 1001/2006, ΔΕφΑθ 2891/2009 και ΔΕφΑθ 559/2010, καθώς και αποφάσεις ΔΕΚ 8/72 Vereeniging van Cementhandelaren κατά Επιτροπής Συλλ. 1972-1973 σελ. 221, σκ. 29, ΔΕΚ 42/84 Remia και λοιποί κατά Επιτροπής Συλλ. 1985 σελ. 2545, σκ. 22, ΔΕΚ C-35/96 Επιτροπή κατά Ιταλίας Συλλ. 1998 σελ. I-3851, σκ. 48 και ΔΕΕ C-309/99 Wouters και λοιποί Συλλ. 2002 σελ. I-1577, σκ. 95. Βλ. επίσης Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης, ο.π., σημ. 86-88, καθώς και Μιχ.-Θεοδ. Μαρίνο, «Ανακοινώσεις και Κατευθυντήριες γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στο δίκαιο του ανταγωνισμού – νομικές διαστάσεις μετά τον Κανονισμό 1/2003 και επιδράσεις στο εθνικό δίκαιο των συμβάσεων», ΔΕΕ 7/2006, σελ. 713.

<sup>119</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 274, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 138, απόφαση ΔΕΚ C-250/92 Gottrup-Klim Grovnavareforening κατά Dansk Landbrugs Grovvarerelskab AmbA (DLG) Συλλ. 1994 σελ. I-5641, σκ. 54.

<sup>120</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕΕ C-306/96 Javico, Συλλ. 1998, σελ. I-1983, σκ. 17 και 22/71 Béguelin, Συλλ. 1971, σελ. 949 σκ. 18.

<sup>121</sup>Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης, ο.π., παρ. 30 και ενδεικτικά απόφαση ΕΑ 590/2014, σκ. 249.



ενδιαφερομένων επιχειρήσεων στην αγορά και ο όγκος των πωλήσεών τους παρέχουν ποσοτικές ενδείξεις για την ικανότητα της συμφωνίας να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών<sup>122</sup>.

137. Οι κάθετες συμφωνίες οι οποίες καλύπτουν το σύνολο ενός κράτους μέλους και αφορούν προϊόντα που αποτελούν αντικείμενο διασυνοριακών ανταλλαγών δύνανται, επίσης, να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών, ακόμα και εάν δεν δημιουργούν άμεσα εμπόδια σε αυτό<sup>123</sup>. Ομοίως, όταν μία επιχείρηση κατέχει δεσπόμενη 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 δύνανται κανονικά να επηρεαστεί. Η καταχρηστική αυτή συμπεριφορά δυσχεραίνει γενικά την είσοδο ανταγωνιστών από άλλα κράτη μέλη στην αγορά και, συνεπώς, μπορεί να επηρεάσει τα εμπορικά ρεύματα<sup>124</sup>. Περαιτέρω, όταν μια επιχείρηση κατέχει δεσπόμενη θέση που καλύπτει το σύνολο κράτους μέλους, είναι καταρχήν αδιάφορο εάν η κατάχρηση που διαπράττει η δεσπόμενη επιχείρηση επηρεάζει τμήμα μόνο του εδάφους του κράτους μέλους ή ορισμένους μόνο αγοραστές στο έδαφός του. Μια δεσπόμενη επιχείρηση μπορεί να εμποδίσει το εμπόριο με ουσιαστικό τρόπο, εάν υιοθετεί καταχρηστική συμπεριφορά σε τομείς ή έναντι πελατών που ενδέχεται να αποτελέσουν στόχο ανταγωνιστών από άλλα κράτη μέλη. Έτσι, ορισμένοι δίαυλοι διανομής αποτελούν σε ορισμένες περιπτώσεις ιδιαίτερα σημαντικό μέσο για την απόκτηση πρόσβασης σε μεγάλες κατηγορίες καταναλωτών. Η παρεμπόδιση της πρόσβασης σε παρόμοιους διαύλους μπορεί να έχει σημαντικές επιπτώσεις στο εμπόριο μεταξύ κρατών μελών<sup>125</sup>.
138. Κατά την εκτίμηση του αισθητού χαρακτήρα του επηρεασμού πρέπει, επίσης, να λαμβάνεται υπόψη το γεγονός ότι η ίδια η παρουσία δεσπόμενης επιχείρησης που καλύπτει το σύνολο κράτους μέλους μπορεί να δυσχεράνει τη διείσδυση στην αγορά. Κάθε κατάχρηση που αυξάνει τα εμπόδια στην είσοδο στην εθνική αγορά πρέπει, συνεπώς, να θεωρείται ότι επηρεάζει αισθητά το εμπόριο. Ο συνδυασμός της θέσης της δεσπόμενης επιχείρησης στην αγορά και της αντίθετης προς τον ανταγωνισμό φύσης της συμπεριφοράς της συνεπάγεται ότι οι καταχρήσεις αυτές έχουν, από την ίδια τη φύση τους, αισθητή επίδραση στο εμπόριο μεταξύ κρατών μελών<sup>126</sup>.
139. Με βάση τις ανωτέρω επισημάνσεις στην υπό κρίση υπόθεση παρατηρούνται τα εξής: η ΣΑΡΑΝΤΗΣ, τα προϊόντα της οποίας διανέμονται σε όλη την επικράτεια, κατέχει δεσπόμενη θέση που καταλαμβάνει τις κατά τα ανωτέρω ορισθείσες επιμέρους προϊόντικές αγορές στο σύνολο του κράτους μέλους και οι πρακτικές της καταλαμβάνουν και επηρεάζουν το σύνολο της ελληνικής αγοράς. Ειδικότερα, η έρευνα της Υπηρεσίας καταδεικνύει ότι η συμπεριφορά της ΣΑΡΑΝΤΗΣ εκτείνεται στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας. Συγκεκριμένα, οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ που τροφοδοτεί η ΣΑΡΑΝΤΗΣ διαθέτουν πολλά καταστήματα τα οποία καλύπτουν το σύνολο της ελληνικής επικράτειας<sup>127</sup> και δύνανται να αποτελούν στόχο ανταγωνιστών από άλλα κράτη μέλη, καθώς συνιστούν σημαντικό μέσο για την απόκτηση πρόσβασης σε μεγάλες κατηγορίες καταναλωτών. Επιπρόσθετα, οι συμφωνίες που συνήψε η ΣΑΡΑΝΤΗΣ με τους μεταπωλητές της (χονδρεμπόρους) για την προμήθεια στην «μικρή αγορά» καταλαμβάνουν και επηρεάζουν σημαντικό τμήμα της ελληνικής επικράτειας.

<sup>122</sup>*Ibid.*, παρ. 31 και απόφαση ΕΑ 590/2014, σκ. 249.

<sup>123</sup>Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές, ό.π., παρ. 88.

<sup>124</sup>Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές, ό.π., παρ. 93 και απόφαση ΕΑ 590/2014, σκ. 250.

<sup>125</sup>Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές, ό.π., παρ. 96 και απόφαση ΕΑ 590/2014, σκ. 250.

<sup>126</sup>Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές, ό.π., παρ. 96 και απόφαση ΕΑ 590/2014, σκ. 251.

<sup>127</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές, ό.π., παρ. 56.

140. Εξάλλου, η ίδια η παρουσία της δεσπόζουσας επιχείρησης που καλύπτει το σύνολο κράτους μέλους μπορεί να δυσχεράνει τη διείσδυση στην αγορά και οι υπό εξέταση πρακτικές της αυξάνουν τα εμπόδια στην είσοδο στην εθνική αγορά. Το κριτήριο του επηρεασμού του ενωσιακού εμπορίου πληρούται, επίσης, λαμβανομένης υπόψη της δεσπόζουσας θέσης της ΣΑΡΑΝΤΗΣ στις εξεταζόμενες αγορές προϊόντων, εκτιμώμενη τόσο σε απόλυτους όρους (κύκλος εργασιών, όγκος πωλήσεων, μερίδια αγοράς, εκτεταμένο δίκτυο διανομής, κ.α.), όσο και σε σχετικούς όρους, συγκρίνοντας δηλ. τη θέση της με εκείνη των ανταγωνιστών της που δραστηριοποιούνται στην υπό κρίση σχετική αγορά. Ειδικότερα, ο συνολικός ετήσιος κύκλος εργασιών που πραγματοποιεί η ΣΑΡΑΝΤΗΣ στην ΕΕ με τα υπό εξέταση προϊόντα υπερβαίνει κατά πολύ τα 50 εκατ. Ευρώ<sup>128</sup>.
141. Ενόψει των ανωτέρω, εκτιμάται ότι η συμπεριφορά της ΣΑΡΑΝΤΗΣ είναι ικανή να επηρεάσει αισθητά το ενδοκοινοτικό εμπόριο, κατά την έννοια των ενωσιακών κανόνων ανταγωνισμού και, ως εκ τούτου, τα άρθρα 101 και 102 ΣΛΕΕ τυγχάνουν εφαρμογής στην παρούσα υπόθεση.

## VII. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ

142. Επισημαίνεται καταρχήν ότι η Υπηρεσία υποχρεούται να εξετάζει προσεκτικά το σύνολο των πραγματικών και νομικών στοιχείων που γνωστοποιεί ο καταγγέλλων<sup>129</sup>.
143. Οσάκις μία καταγγελία δεν είναι σε θέση να αποδείξει τους προβαλλόμενους ισχυρισμούς, είναι δυνατόν να απορριφθεί εξ αυτού του λόγου<sup>130</sup> δίχως πάντως να αποκλείεται να επανέλθει η Επιτροπή επί του εν λόγω φακέλου<sup>131</sup>. Για να απορρίψει μια καταγγελία με το σκεπτικό ότι η καταγγελλόμενη συμπεριφορά δεν παραβιάζει τους κανόνες ανταγωνισμού, ή δεν εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής τους, η Επιτροπή δεν είναι υποχρεωμένη να λάβει υπόψη της περιστάσεις που δεν τίθενται υπόψη της από τον καταγγέλλοντα, και οι οποίες θα μπορούσαν να προκύψουν μόνο κατά τη διερεύνηση της υπόθεσης<sup>132</sup>.
144. Η συναφής διακριτική εξουσία της Επιτροπής δεν είναι βεβαίως απεριόριστη, καθώς υπόκειται σε υποχρέωση αιτιολογήσεως όταν παύει την περαιτέρω διερεύνηση καταγγελίας, αιτιολογία η οποία πρέπει να είναι επαρκώς ακριβής και λεπτομερής για να καταστεί δυνατό στο αρμόδιο δικαστήριο να ασκήσει αποτελεσματικό έλεγχο<sup>133</sup>. Εντούτοις, στο βαθμό που έχει εξηγήσει με σαφήνεια τους λόγους απόρριψης μίας καταγγελίας, η υποχρέωση αιτιολογίας δεν

<sup>128</sup>Βλ. ανωτέρω Πίνακα 1

<sup>129</sup>Βλ. απόφαση ΔΕΚ της 4.3.1999, υποθ. C-119/97P, Union française de l'express (Ufex), σκ. 86 με περαιτέρω παραπομπές σε νομολογία.

<sup>130</sup>Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΠΕΚ της 16.12.1999, υποθ. T-198/98, MicroLeader Business κατά Επιτροπής, σκέψεις 32-39 (όπου κρίθηκε ότι το γεγονός ότι τα στοιχεία που είχε προσκομίσει δεν παρείχαν ενδείξεις για την ύπαρξη συμφωνίας ή εναρμονισμένης πρακτικής αρκούσε για την απόρριψη της καταγγελίας εξ αυτού του λόγου).

<sup>131</sup>Βλ. Και απόφαση ΔΕΚ της 28.3.1985, υπόθ.298/83, Comité des industries cinématographiques des Communautés européennes (CICCE) κατά Επιτροπής, σκ.21-19 (ιδίως σκ.29).

<sup>132</sup>Βλ. απόφαση ΠΕΚ της 4.3.2003, υπόθ. T-319/99, Federacion Nacional de Empresas (FENIN) κατά Επιτροπής, σκέψη 43 «η Επιτροπή δεν οφείλει να λαμβάνει υπόψη, για τους σκοπούς της εξέτασης καταγγελίας, πραγματικά στοιχεία που δεν περιήλθαν σε γνώση της μέσω του καταγγέλλοντος, ώστε να είναι σε θέση να απορρίψει την καταγγελία με το αιτιολογικό ότι οι καταγγελλόμενες πρακτικές δεν παραβιάζουν τους κοινοτικούς κανόνες περί ανταγωνισμού ή ότι, ενδεχομένως, δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής τους (βλ., κατ' αναλογία, προαναφερθείσα στη σκέψη 42 απόφαση της 9ης Ιανουαρίου 1996, Koelman κατά Επιτροπής, σκέψη 40). Επομένως, δεν μπορεί να της προσάπτεται, στο πλαίσιο προσφυγής κατά αποφάσεως περί απορρίψεως καταγγελίας σε θέματα ανταγωνισμού, ότι δεν έλαβε υπόψη στοιχείο το οποίο δεν περιήλθε σε γνώση της μέσω του καταγγέλλοντος και την ύπαρξη του οποίου δεν μπορούσε να συναγάγει παρά μόνον κινώντας διαδικασία έρευνας».

<sup>133</sup>Βλ. απόφαση ΔΕΚ της 19.10.1995, υπόθ. C-19/93 P, Rendo κ.λπ. κατά Επιτροπής, σκέψη 27.

σημαίνει ότι υποχρεούται να τοποθετηθεί επί όλων των ισχυρισμών των καταγγελλόντων<sup>134</sup>. Περαιτέρω, η Υπηρεσία κατά την άσκηση της διακριτικής της ευχέρειας, μπορεί να λαμβάνει υπόψη της όλα τα σχετικά πραγματικά και νομικά δεδομένα προκειμένου να αποφασίσει εάν θα δώσει συνέχεια σε μια καταγγελία και δεν πρέπει ούτε να περιορίζεται ο αριθμός των κριτηρίων εκτιμήσεως που μπορεί να λάβει υπόψη της ούτε, αντιθέτως, να της επιβάλλεται η αποκλειστική χρήση ορισμένων κριτηρίων<sup>135</sup>.

145. Λαμβανομένων υπόψη των ανωτέρω αρχών, αξιολογούνται κατωτέρω οι υπό κρίση καταγγελίες και οι εν θέματι καταγγελλόμενες πρακτικές.

#### **VII.1 ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΥΠΟ ΤΟ ΠΡΙΣΜΑ ΤΩΝ ΑΡΘΡΩΝ 2 ΤΟΥ Ν. 3959/2011 ΚΑΙ 102 ΣΛΕΕ**

146. Όπως εκτέθηκε ανωτέρω<sup>136</sup>, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ κατέχει δεσπόζουσα θέση στις εξής επιμέρους προϊόντικές αγορές: αποφρακτικά, περιποίηση παπουτσιών (στιλβωτικά), γυναικείες κολόνιες ευρείας διανομής και αντρικές κολόνιες.
147. Σύμφωνα με τις καταγγέλλουσες, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ στις εν λόγω προϊόντικές αγορές εφήρμοξε καταχρηστικές εμπορικές πρακτικές κατά παράβαση των άρθρων 2 του ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ, οι οποίες αφορούν εκπτώσεις στόχων πωλήσεων (καλυμμένες εκπτώσεις πίστης), έμμεσο καθορισμό τιμών μέσω των εκπτώτικων προγραμμάτων, πρακτικές αποκλεισμού και επιβολή αυθαίρετων όρων συναλλαγής.
148. Επισημαίνεται ωστόσο ότι οι υπό εξέταση πρακτικές δεν αφορούσαν μόνο στα συγκεκριμένα προϊόντα, στα οποία η ΣΑΡΑΝΤΗΣ κατέχει δεσπόζουσα θέση, αλλά στο σύνολο των προϊόντων των κατηγοριών Core Business, Αντηλιακά και Εντομοκτόνα/ Εντομοαπωθητικά. Για ορισμένες εξ αυτών των κατηγοριών, όπως προαναφέρθηκε, δεν μπορούν να υπολογιστούν μερίδια αγοράς, λόγω ανεπαρκών στοιχείων, παρά την εκτεταμένη έρευνα της ΓΔΑ.
149. Σε κάθε περίπτωση η ακριβής οριοθέτηση των μεριδίων δεν επηρεάζει την αξιολόγηση των καταγγελλόμενων πρακτικών, δεδομένου ότι δεν διαπιστώνεται παράβαση, σύμφωνα με τα κατωτέρω εκτιθέμενα.

##### **VII.1.1 Νομική αξιολόγηση επί των εκπτώσεων στόχων πωλήσεων**

150. Σύμφωνα με πάγια ενωσιακή νομολογία, παρεμποδιστική κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης μπορεί να συνιστούν συστήματα εκπτώσεων, τα οποία δεν συνδέονται ρητά με κάποια δέσμευση του πελάτη να προμηθεύεται το σύνολο ή σημαντικό μέρος των αναγκών του από την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση, ωστόσο, έμμεσα, χειραγωγούν τον πελάτη προς την ίδια κατεύθυνση, καθώς ο πελάτης αναλαμβάνει να εκπληρώσει ένα στόχο αύξησης αγορών ή

<sup>134</sup>Βλ. απόφαση ΔΕΚ της 19.9.2013, υπόθ. C-56/12P, EFIM κατά Επιτροπής, σκ.60-61 (μη δημοσιευμένη στη Συλλογή, μη διαθέσιμη στα ελληνικά) «60. En l'occurrence, le Tribunal a relevé, au point 94 de l'arrêt attaqué, que, même si la Commission n'a pas répondu à l'ensemble des arguments de la requérante, elle n'a pas manqué à son obligation de motivation dans la mesure où elle a clairement expliqué le raisonnement suivi permettant ainsi à la requérante de comprendre les raisons du rejet de sa plainte et au Tribunal d'exercer son contrôle. 61. Compte tenu de la jurisprudence rappelée aux points 57 à 59 du présent arrêt, c'est à juste titre que le Tribunal a considéré, au point 95 de l'arrêt attaqué, que la Commission n'était pas obligée de prendre position sur tous les arguments de la requérante. [...]»

<sup>135</sup>Βλ. απόφαση ΔΕΚ της 19.9.2013, ό.π.,σκ. 84-85 με περαιτέρω παραπομπές «84. A cet égard, il est de jurisprudence constante que la Commission doit, dans l'exercice de son pouvoir discrétionnaire, prendre en considération tous les éléments de droit et de fait pertinents afin de décider de la suite à donner à une plainte [...]85. [...] il ne convient ni de limiter le nombre des critères d'appréciation auxquels la Commission peut se référer ni, à l'inverse, de lui imposer le recours exclusif à certains critères».

<sup>136</sup>Βλ. ανωτέρω Ενότητα VII.1

πωλήσεων που πραγματοποιεί σε προϊόντα της δεσπόζουσας επιχείρησης, ατομικώς καθορισμένο γι' αυτόν για μια δεδομένη χρονική περίοδο, σε σύγκριση, συνήθως, με τις αγορές ή πωλήσεις που πραγματοποίησε σε μία προηγούμενη χρονική περίοδο (έκπτωση «στόχων πωλήσεων» (ή «στόχου» ή «ανάπτυξης»/target rebates)<sup>137</sup>. Ο δικαιολογητικός λόγος για τον οποίο ελέγχεται υπό το πρίσμα της καταχρηστικής εκμεταλλεύσεως δεσπόζουσας θέσης η εφαρμογή συστημάτων εκπτώσεων όπως τα ανωτέρω, είναι το γεγονός ότι η χορήγηση τους υπό τις προϋποθέσεις που τίθενται από τα εκπτώτικα αυτά συστήματα, λειτουργεί σαν κίνητρο για τον πελάτη να παραμείνει πιστός στη δεσπόζουσα επιχείρηση, δηλαδή να διατηρήσει ή να αυξήσει τις αγορές του σε προϊόντα της δεσπόζουσας, άλλως να υποστεί την απώλεια της έκπτωσης και για το λόγο αυτό τείνει να εμποδίσει (να περιορίσει ή να εξαλείψει), μέσω της χορήγησης ενός οικονομικού πλεονεκτήματος που δεν αντισταθμίζεται από οικονομικώς δικαιολογημένη αντιπαροχή, τον εφοδιασμό των πελατών από ανταγωνιστές της επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση και να αποτρέψει την είσοδο νέων δυνητικών ανταγωνιστών στην αγορά<sup>138</sup>.

151. Υπό το πρίσμα αυτό, οι ως άνω τύποι εκπτώσεων, όταν χορηγούνται ως επιβράβευση σε πελάτες υπό την προϋπόθεση τήρησης εκ μέρους τους μιας αγοραστικής συμπεριφοράς «πίστης» προς την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση, αντιστρατεύονται το σκοπό της διατηρήσεως ανόθευτου ανταγωνισμού στην αγορά, καθώς δύνανται να λειτουργήσουν, με τη δημιουργία δεσμού εξάρτησης των πελατών έναντι της δεσπόζουσας επιχείρησης, ως εργαλείο στεγανοποίησης της αγοράς δια του αποκλεισμού των ανταγωνιστών ή της αποτροπής νέας εισόδου<sup>139</sup>, προς ενίσχυση της δεσπόζουσας θέσης τεχνητά, κατά τρόπο που δεν συνάδει με τις μεθόδους που είναι διαθέσιμες στα πλαίσια της συνήθους ανταγωνιστικής διαδικασίας, και, συνακόλουθα, προς βλάβη της ευημερίας του καταναλωτή<sup>140</sup>. Όταν μάλιστα επιχείρηση εφαρμόζει σύστημα εκπτώσεων στόχων πωλήσεων, το οποίο χωρίς μεν να δεσμεύει τυπικά τους πελάτες έναντι της με την επιβολή συγκεκριμένης υποχρέωσης, καθιστά μολαταύτα δυσχερέστερο τον εφοδιασμό τους από ανταγωνίστριες επιχειρήσεις, τότε το σύστημα αυτό έχει επιζήμιο για τον ανταγωνισμό εκτοπιστικό αποτέλεσμα<sup>141</sup>.
152. Σύμφωνα με πάγια νομολογία, για να διαπιστωθεί ο ενδεχομένως καταχρηστικός χαρακτήρας ενός συστήματος εκπτώσεων στόχων πωλήσεων, είναι απαραίτητο να εκτιμηθεί το σύνολο των περιστάσεων, και ιδίως τα κριτήρια και οι λεπτομέρειες που προβλέπονται για τη χορήγηση των εκπτώσεων (αναδρομικός χαρακτήρας, περίοδος αναφοράς κ.α.), η θέση της δεσπόζουσας επιχείρησης, το μέγεθος των ανταγωνιστών της και η δυνατότητά τους να προσφέρουν αντίστοιχες εκπτώσεις, καθώς και να εξετασθεί εάν οι συγκεκριμένες εκπτώσεις αποβλέπουν, με

<sup>137</sup>Βλ. σχετικά αποφάσεις ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 281, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 310, ΕΑ 434/V/2009 σκ. 42, καθώς και υπόθεση ΔΕΕ C- 322/81 *Michelin* κατά *Επιτροπής*, Συλλ. 1983, σελ. 3461, σκ. 73-85, ΓενΔΕΕΤ-228/97 *Irish Sugar* κατά *Επιτροπής*, Συλλ. 1999, σελ. II-2969, σκ. 196 επ., ΔΕΕ C-95/04 P *British Airways* κατά *Επιτροπής*, Συλλ. 2007, σελ. I-2331, σκ. 65, ΓενΔΕΕΤ-203/01 *Michelin* κατά *Επιτροπής* (*Michelin II*), Συλλ. 2003, σελ. II-4071, σκ. 57, ΓενΔΕΕ T- 155/06 *Tomra Systems ASA* κατά *Επιτροπής*, Συλλ. 2010, σελ. II-4361, σκ. 211.

<sup>138</sup>Βλ. απόφαση ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 281, ΔΕΕ C-23/14, *PostDanmark A/S* κατά *Konkurrencerådet*, (*PostDanmark II*), δημοσιευμένη στην ψηφιακή Συλλογή του Δικαστηρίου, ο.π., σκ. 31, ΔΕΚ 85/76 *Hoffmann-La Roche* κατά *Επιτροπής*, Συλλ. 1979, σελ. 461, σκ. 90, και ΓενΔΕΕ T- 155/06 *Tomra Systems ASA* κατά *Επιτροπής*, Συλλ. 2010, σελ. II-4361, σκ. 209-210.

<sup>139</sup>Βλ. ενδεικτικά ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 312, ΔΕφαθ 2265/2010, σκ. 31 και 34, ΔΕφαθ 2116/2004, σκ. 13.

<sup>140</sup>Βλ. απόφαση ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 282, ΓενΔΕΕ T-203/01 *Michelin* κατά *Επιτροπής* (*Michelin II*), Συλλ. 2003, σελ. II-4071, σκ. 57, 65-66, ΓενΔΕΕ T- 155/06 *Tomra Systems ASA* κατά *Επιτροπής*, Συλλ. 2010, σελ. II-4361, σκ. 209-211.

<sup>141</sup>Βλ. ενδεικτικά ΔΕΕ C-23/14, *PostDanmark A/S* κατά *Konkurrencerådet*, (*PostDanmark II*), δημοσιευμένη στην ψηφιακή Συλλογή του Δικαστηρίου, ο.π., σκ. 42, καθώς και ΔΕΕ C-549/2010 P *Tomra Systems ASA* κατά *Επιτροπής*, ο.π., σκ. 72.

τη χορήγηση πλεονεκτήματος που δεν στηρίζεται σε καμία οικονομική παροχή που να το δικαιολογεί, στο να αφαιρέσουν ή να περιορίσουν για τον αγοραστή τη δυνατότητα επιλογής όσον αφορά τις πηγές εφοδιασμού του, να παρεμποδίσουν την είσοδο ανταγωνιστών στην αγορά, να εφαρμόσουν σε εμπορικά συναλλασσομένους άνισους όρους για ισοδύναμες παροχές ή να ενισχύσουν τη δεσπόζουσα θέση<sup>142</sup>.

153. Συνακόλουθα, μία εκπτώτικη πρακτική επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση, ιδίως, ένα σύστημα εκπτώσεων επίτευξης στόχων, δεν συνιστά *prima facie* καταχρηστική εκμετάλλευση της θέσης της επιχείρησης, αλλά προκειμένου να εξακριβωθεί εάν είναι σύμφωνο ή αντίκειται προς το άρθρο 102 ΣΛΕΕ και το άρθρο 2 ν. 3959/2011 πρέπει να εξετασθεί, κατόπιν εκτιμήσεως των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών και της φύσης του εκπτώτικου συστήματος, αλλά και του συνόλου των περιστάσεων εντός των οποίων λειτουργεί, επομένως και των γενικών συνθηκών της αγοράς στο πλαίσιο της οποίας εντάσσονται οι επίμαχες συμφωνίες, εάν οι πρακτικές αυτές τείνουν ή είναι ικανές να περιορίσουν τον ανταγωνισμό στην οικεία αγορά<sup>143</sup>.
154. Ειδικότερα, τα συστήματα εκπτώσεων που χορηγούνται ως αντάλλαγμα της υποχρέωσης του πελάτη να αυξήσει τις αγορές του σε προϊόντα της δεσπόζουσας επιχείρησης ή ως αντάλλαγμα για την επίτευξη από το διανομέα συγκεκριμένων στόχων πωλήσεων (εκπτώσεις επίτευξης στόχου) μπορεί να συνιστούν μορφές κατάχρησης κατά την έννοια των άρθρων 2 του ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ<sup>144</sup>.
155. Τα συνήθη χαρακτηριστικά των εκπτώσεων αυτού του τύπου, τα οποία, προβλεπόμενα **σωρευτικά**<sup>145</sup>, αποτελούν ισχυρή ένδειξη του καταχρηστικού χαρακτήρα τους, διότι συντελούν καθεαυτά στην προσφορότητα του εκπτώτικου συστήματος να προκαλεί δέσμευση των πελατών της δεσπόζουσας επιχείρησης ή/και φραγμό στην είσοδο και επέκταση των ανταγωνιστών, ενώ συγχρόνως το διαφοροποιούν από άλλες, θεμιτές εκπτώτικές πρακτικές είναι, σύμφωνα με πάγια νομολογία, ιδίως τα εξής:
- Συνδέονται με την επίτευξη από τον πελάτη ενός ποσοτικού στόχου, ήτοι με την επίτευξη ορισμένου ύψους αγορών ή πωλήσεων ή ορισμένου ποσοστού αύξησης αγορών ή πωλήσεων σε προϊόντα της δεσπόζουσας επιχείρησης (στόχος).
  - Ο στόχος καθορίζεται στην αρχή κάθε οικονομικού έτους ή άλλης σχετικά μεγάλης χρονικής περιόδου και η έκπτωση καταβάλλεται στο τέλος της περιόδου ή κατά διαστήματα εντός της περιόδου (μακρά περίοδος αναφοράς).

<sup>142</sup>Βλ. αποφάσεις ΔΕφαθ 4055/2017, σκ. 7, ΔΕφαθ 2458/2017, σκ. 8 ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 283, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 311 και καθώς και ΔΕΕ C-23/14, PostDanmarkA/S κατά Konkurrenserådet, (PostDanmarkII), δημοσιευμένη στην ψηφιακή Συλλογή του Δικαστηρίου, ECLI:EU:C:2015:651, σκ. 29, ΔΕΚ C-95/04 P *British Airways κατά Επιτροπής*, Συλλ.2007, σελ. I-2331, σκ. 67, ΔΕΕ C-549/2010 P *Tomra Systems ASA κατά Επιτροπής*, ο.π., σκ. 71, ΔΕΚ C- 322/81 *Michelin I κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1983, σελ 3461, σκ. 73, ΠΕΚ T-203/01 *Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II)*, Συλλ. 2003 σελ. II-4071, σκ. 59-60, ΓενΔΕΕ T-219/99 *British Airwaysplc κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2003, σελ. II-5917, σκ. 270 και ΓενΔΕΕ T-228/97 *IrishSugar κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1999, σελ. II-2969, σκ. 114 και 197, ΓενΔΕΕ T- 155/06 *Tomra Systems ASA κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2010, σελ. II-4361, σκ. 213-214. Βλ και απόφαση ΔΕΕ της 6.9.2017, Intel (C-413/14P), σκ. 137 για εκπτώσεις υπό τον όρο της αποκλειστικότητας.

<sup>143</sup>Βλ. απόφαση ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 284, ΔΕΕ C-23/14, PostDanmarkA/S κατά Konkurrenserådet, (PostDanmarkII), δημοσιευμένη στην ψηφιακή Συλλογή του Δικαστηρίου, ο.π., σκ. 30, ΓενΔΕΕ T- 155/06, *Tomra Systems ASA κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2010, σελ. II-4361, σκ. 215 επ.

<sup>144</sup>Βλ. αποφάσεις ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 285, ΔΕΚ C-95/04 P *British Airways κατά Επιτροπής*, Συλλ.2007, σελ. I-2331, σκ. 65, ΔΕΚ C- 322/81 *Michelin I κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1983, σελ 3461, σκ. 73-85.

<sup>145</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕφαθ 2458/2017, σκ. 27, ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 286.



- Το ύψος των εκπτώσεων εξαρτάται ή/και, συνήθως, κλιμακώνεται, με βάση τις ποσότητες που θα αγοραστούν κατά τη διάρκεια αυτής της σχετικά μεγάλης περιόδου αναφοράς, σε συνάρτηση και σε σύγκριση με τις αγορές που πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια μιας προηγούμενης περιόδου αναφοράς από το συγκεκριμένο αγοραστή, επιβραβεύοντας τη μεγέθυνση των αγορών ενός εκάστου των αγοραστών σε προϊόντα της δεσπόζουσας (εξατομικευμένος χαρακτήρας).
  - Η έκπτωση μετακυλιέται στο σύνολο των ποσοτήτων που αγοράστηκαν καθ' όλη τη διάρκεια της περιόδου αναφοράς και όχι μόνο στις ποσότητες που ξεπερνούν το συγκεκριμένο κατώφλι αγορών που τέθηκε σαν στόχος (αναδρομικός χαρακτήρας)<sup>146</sup>.
  - Σύστημα που φέρει τα ανωτέρω χαρακτηριστικά έχει κριθεί ότι έχει ως συνέπεια την αύξηση της πίεσης στον αγοραστή, ιδίως κατά το τέλος της περιόδου αναφοράς, να πραγματοποιήσει τον αριθμό εκείνο των αγορών που είναι αναγκαίος, προκειμένου να λάβει το όφελος (ή να μην υποστεί τη ζημία) που προβλέπεται για το σύνολο των παραγγελιών της χρονικής περιόδου αναφοράς<sup>147</sup>. Ειδικότερα, αυτό που αυξάνει την πίεση στον αγοραστή είναι το γεγονός ότι έστω και μία τελευταία μεμονωμένη παραγγελία του σε προϊόντα της δεσπόζουσας επιχείρησης μπορεί να θέσει σε κίνηση το εκπτωτικό πρόγραμμα ή, εφόσον προβλέπεται προοδευτική κλιμάκωση της χορηγούμενης έκπτωσης, να επιτρέψει την ανέλιξη του πελάτη στην κλίμακα της έκπτωσης, με αποτέλεσμα το όφελος να μετακυλιέται στο σύνολο του κύκλου εργασιών που πραγματοποίησε με τη δεσπόζουσα και να αντανakλάται στο σχετικό περιθώριο κέρδους του επί των πωλήσεων που πραγματοποίησε κατά τη διάρκεια μιας μεγάλης περιόδου. Υπό τους όρους αυτούς, έχει κριθεί ότι ακόμη και μικρές διακυμάνσεις στο ποσοστό της έκπτωσης μπορούν να ασκούν αισθητή πίεση στους αγοραστές<sup>148</sup>.
156. Στον βαθμό, μάλιστα, που υπάρχει ευρεία απόκλιση μεταξύ των μεριδίων αγοράς της δεσπόζουσας επιχείρησης και των ανταγωνιστών της, οι τελευταίοι πολύ δύσκολα θα μπορούσαν να αντισταθμίσουν με εκπτώσεις, τις οποίες οι ίδιοι θα ήταν σε θέση να προσφέρουν<sup>149</sup>, το όφελος ή την ευκαιρία κέρδους που υπόσχεται η επίμαχη έκπτωση στους πελάτες, με αποτέλεσμα να ενδυναμώνεται το κίνητρο πρόσδεσης στους στόχους που προβλέπονται από το εκπτωτικό σύστημα, καθώς αυξάνεται τεχνητά το κόστος αλλαγής προμηθευτή για τον πελάτη, ακόμη και για μικρό αριθμό μονάδων προϊόντος<sup>150</sup>.

<sup>146</sup>Βλ. σχετικά αποφάσεις ΔΕΕ C-23/14, *PostDanmarkA/S κατά Konkurrenserådet*, (PostDanmarkII), δημοσιευμένη στην ψηφιακή Συλλογή του Δικαστηρίου, ECLI:EU:C:2015:651, σκ. 28 και 32 ΠΕΚ T- 203/01 *Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II)*, Συλλ. 2003, σελ. II-4071, σκ. 85- 88 και ΔΕΚ C-95/04 P *British Airways κατά Επιτροπής*, Συλλ.2007, σελ. I-2331, σκ. 74.

<sup>147</sup>Βλ. σχετικά αποφάσεις ΔΕφαθ 4055/2017, σκ. 7, ΔΕφαθ 869/2013, σκ. 41, ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 287, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 312, ΔΕΕ C-23/14, *PostDanmarkA/S κατά Konkurrenserådet*, (PostDanmarkII), δημοσιευμένη στην ψηφιακή Συλλογή του Δικαστηρίου, ο.π., σκ. 34, ΔΕ C- 322/81 *Michelin I κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1983, σελ 3461, σκ. 81.

<sup>148</sup>Βλ. αποφάσεις ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 287, ΔΕΕ C-23/14, *PostDanmarkA/S κατά Konkurrenserådet*, (PostDanmarkII), δημοσιευμένη στην ψηφιακή Συλλογή του Δικαστηρίου, ο.π., σκ. 33, ΔΕΚ C-95/04 P *British Airways κατά Επιτροπής*, Συλλ.2007, σελ. I-2331, σκ. 73 και ΔΕΚ C- 322/81 *Michelin I κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1983, σελ 3461, σκ. 81.

<sup>149</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 312, ΔΕφαθ 2116/2004, σκ. 13 καθώς και ΔΕΕ C-23/14, *PostDanmarkA/S κατά Konkurrenserådet*, (PostDanmarkII), δημοσιευμένη στην ψηφιακή Συλλογή του Δικαστηρίου, ο.π., σκ. 40, ΔΕΚ C- 322/81 *Michelin I κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1983, σελ 3461, σκ. 81 και 85.

<sup>150</sup>Βλ. αποφάσεις ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 288, ΓενΔΕΕ T- 155/06 *Tomra Systems ASA κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2010, σελ. II-4361, σκ. 260.



157. Ειδικότερα, ο αναδρομικός χαρακτήρας των εκπτώσεων αυτού του τύπου καταδεικνύει ότι δεν συνδέονται αντικειμενικά με τον όγκο των προϊόντων που αγοράζει ο αντισυμβαλλόμενος της επιχείρησης που κατέχει δεσπόζουσα θέση<sup>151</sup> και ο σκοπός τους δεν είναι η εύλογη και οικονομικά δικαιολογημένη ανταμοιβή του για την αγορά των επιπλέον ποσοτήτων που θέτουν σε κίνηση το εκπτωτικό πρόγραμμα<sup>152</sup>. Συγκεκριμένα, το γεγονός ότι μερικές από τις εκπτώσεις αυτού του τύπου υπολογίζονται με βάση την επίτευξη ποσοτικών στόχων (στόχων ορισμένου ύψους αγορών ή πωλήσεων) δεν τις καθιστά γνήσια ποσοτικές εκπτώσεις- εκπτώσεις όγκου. Οι τελευταίες καταβάλλονται κατά κανόνα σε μεμονωμένες παραγγελίες (δηλαδή κατά τρόπο που δεν σχετίζεται με τις αγορές του πελάτη κατά τη διάρκεια μιας χρονικής περιόδου) και σε αντάλλαγμα για την εξοικονόμηση δαπανών που επιτυγχάνεται από τον προμηθευτή, είναι δε συνήθως γραμμικές σε συνάρτηση με τις ποσότητες.
158. Αντίθετα με τις εκπτώσεις όγκου, στις εκπτώσεις στόχου, το όφελος του πελάτη, το οποίο συνδέεται με την προσέγγιση ή/και υπέρβαση ενός ορίου πριμοδοτήσεως, αντανακλάται σε όλες τις αγορές που πραγματοποίησε κατά τη διάρκεια μιας περιόδου αναφοράς και όχι αποκλειστικά στον όγκο αγορών που υπερβαίνουν το όριο αυτό, ενδυναμώνοντας έτσι το κίνητρο διατήρησης πιστής πελατειακής σχέσης με την δεσπόζουσα επιχείρηση<sup>153</sup> και στεγανοποιώντας την οικεία αγορά.
159. Χαρακτηριστικό είναι ότι για το ίδιο ύψος αγορών ή πωλήσεων που πραγματοποιούνται από δύο πελάτες κατά την περίοδο αναφοράς, η εφαρμογή του εν λόγω εκπτωτικού συστήματος μπορεί να συνεπάγεται τον αποκλεισμό του ενός από τη χορήγηση της έκπτωσης ή τη χορήγηση διαφορετικών ποσοστών έκπτωσης στον καθένα, εφόσον τα αντίστοιχα στοιχεία πραγματοποιηθέντων πωλήσεων ή αγορών, και κατά συνέπεια το ποσοστό αυξήσεως, ήταν διαφορετικά σε σύγκριση με την προγενέστερη περίοδο αναφοράς<sup>154</sup>.
160. Συγχρόνως, ο εξατομικευμένος χαρακτήρας, ήτοι ο σχεδιασμός του εκπτωτικού συστήματος και ο προσδιορισμός των ορίων του, βάσει του όγκου των αγορών, στις οποίες έκαστος των πελατών είχε προβεί στο παρελθόν, ή /και βάσει των εκτιμώμενων αναγκών και της απορροφητικής του ικανότητας, ιδιαίτερα όταν αυτή είναι ευχερώς προβλέψιμη, καταδεικνύει ότι η έκπτωση δεν εξαρτάται από ποσότητες που καθορίζονται αντικειμενικά και ισχύουν για το σύνολο των ενδεχόμενων αγοραστών αλλά από εκτιμήσεις που διενεργούνται κατά περίπτωση για

<sup>151</sup>Βλ. απόφαση ΓενΔΕΕ T-219/99 *British Airwaysplc κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2003, σελ. II-5917, σκ. 282-283.

<sup>152</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕφαθ 4055/2017, σκ. 7, ΔΕφαθ 2116/2004, σκ. 13, ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 289, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 313 καθώς και ΠΕΚ T-203/01 *Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II)*, Συλλ. 2003, σελ. II-4071, σκ. 58 και νομολογία στην οποία παραπέμπει, καθώς και σκ. 100, ΓενΔΕΕ T-219/99 *British Airwaysplc κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2003, σελ. II-5917, σκ. 282-283. Γίνεται δεκτό ότι συστήματα εκπτώσεων βάσει ποσότητας, συνδεδεμένα αποκλειστικά με τον όγκο των προϊόντων που αγοράζει ο ενδιαφερόμενος από επιχείρηση κατέχουσα δεσπόζουσα θέση, δεν έχουν ως αποτέλεσμα τον απαγορευμένο από το άρθρο 102 ΣΔΕΕ αποκλεισμό άλλων επιχειρηματιών από την αγορά: η αύξηση της πωλούμενης ποσότητας συνεπάγεται μείωση του κόστους για τον προμηθευτή, επομένως αυτός δικαιούται και δικαιολογείται αντικειμενικά να μετακυλίσει τη μείωση αυτή στον πελάτη του μέσω χαμηλότερων τιμών. Επομένως, εκπτώσεις με βάση την αγοραζόμενη ποσότητα θεωρείται ότι απορρέουν από τα κέρδη σε απόδοση και από τις οικονομίες κλίμακας που πραγματοποιεί η κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση και για το λόγο αυτό είναι συμβατές προς το άρθρο 102 ΣΔΕΕ.

<sup>153</sup>Βλ. αποφάσεις ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 289-290, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 310 καθώς και αποφάσεις ΔΕΕ C-23/14, *Post Danmark A/S κατά Konkurrenserådet, (Post Danmark II)*, δημοσιευμένη στην ψηφιακή Συλλογή του Δικαστηρίου, ο.π., σκ. 28, ΓενΔΕΕ T- 155/06 *Tomra Systems ASA κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2010, σελ. II-4361, σκ. 260 και Επιτροπής IV/34.621 και 35.059/F-3 *IrishSugarplc*, ΕΕ 1997 L 258/1, σκ. 152-153 και IV/34.780 *Virgin/British Airways*, ΕΕ 2000 L30/1.

<sup>154</sup>Βλ. αποφάσεις ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 291, ΓενΔΕΕ T-219/99 *British Airwaysplc κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2003, σελ. II-5917, σκ. 235.

κάθε πελάτη, σχετικά με την ικανότητα απορρόφησης του τελευταίου<sup>155</sup>. Συνεπώς, η λογική του εκπτώτικου συστήματος δεν είναι άλλη από την ενθάρρυνση των πελατών για την κάλυψη του μεγαλύτερου δυνατού ποσοστού των αναγκών τους από τη δεσπόζουσα επιχείρηση και κατά τούτο *κατατείνουν* στην αποκλειστική προμήθεια<sup>156</sup>.

161. Το σχετικά μεγάλο εύρος της περιόδου αναφοράς, αξιολογούμενο σε σχέση με τις λοιπές λεπτομέρειες χορήγησης της έκπτωσης (υπολογισμός της έκπτωσης επί του συνολικού κύκλου εργασιών της περιόδου, μεγάλος αριθμός κύκλων παραγγελιών που πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια της περιόδου αυτής<sup>157</sup> κ.λπ.) και τις συνθήκες της οικείας αγοράς συμβάλλει στη δυνατότητα του συστήματος να δημιουργεί κύκλους πιστής πελατείας<sup>158</sup>.
162. Σύμφωνα με τη σχετική νομολογία, σταθμίζονται και άλλα χαρακτηριστικά του εκπτώτικου συστήματος, τα οποία κρίνεται ότι επιτείνουν το αντί-ανταγωνιστικό αποτέλεσμα αποκλεισμού και στεγανοποίησης της αγοράς<sup>159</sup>, μέσω της δημιουργίας κύκλου πιστής πελατείας, όπως, μεταξύ άλλων:
- Το γεγονός ότι η έκπτωση υπολογίζεται στη βάση των συνδυασμένων αγορών ή πωλήσεων μιας γκάμας προϊόντων τα οποία διαθέτει στην αγορά η επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση, μεταξύ των οποίων συγκαταλέγονται τα προϊόντα στα οποία κατέχει τη δεσπόζουσα θέση, ενόσω οι ανταγωνιστές της δεν διαθέτουν ανάλογο portfolio προϊόντων στην αγορά, ώστε να είναι σε θέση να παράσχουν ανάλογες εκπτώσεις (across-the-board rebates)<sup>160</sup>.
  - Η επίπτωση της σόρευσης και της αλληλεπίδρασης διαφορετικών εκπτώτικών προγραμμάτων, τα οποία εφαρμόζονται παράλληλα, είτε είναι όλα, αυτοτελώς καταχρηστικά,

<sup>155</sup>Βλ. απόφαση ΔΕφαθ 2458/2017, σκ. 27 και ΔΕΚ 85/76 *Hoffmann- LaRoche κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1979, σελ. 461, σκ. 100.

<sup>156</sup>Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 293.

<sup>157</sup>Βλ. *Gyselen L.* "Rebates: Competition on the merits or exclusionary practice?" στο *European Competition Law Annual*: "What is an abuse of a dominant position?" edited by Ehlermann and Atanasiu, Oxford/ Portland, Oregon: Hart Publishing 2006.

<sup>158</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕφαθ 2458/2017, σκ. 27, ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 294, ΓενΔΕΕ T-203/01 *Michelin κατά Επιτροπής (Michelin I)*, Συλλ. 2003, σελ. II-4071, σκ. 88. Στη συγκεκριμένη υπόθεση η περίοδος αναφοράς ήταν ετήσια. Το Δικαστήριο απέρριψε τόσο τον ισχυρισμό της προσφεύγουσας ότι αναγκαία προϋπόθεση για την κατάφαση του καταχρηστικού χαρακτήρα της έκπτωσης είναι η ετήσια περίοδος αναφοράς, όσο και τη σκέψη της Επιτροπής ότι η περίοδος αναφοράς δεν επιτρέπεται να ξεπερνά το τρίμηνο προκειμένου το εκπτώτικό σύστημα που την προβλέπει να είναι συμβατό προς το άρθρο 102 ΣΛΑΕ. Στην υπόθεση ΔΕΕ C-322/81 *Michelin I κατά Επιτροπής*, το σύστημα εκπτώσεων που κρίθηκε αντι-ανταγωνιστικό υπολογιζόταν, επίσης, σε ετήσια βάση. Όμως, σε άλλες υποθέσεις η περίοδος αναφοράς των χορηγούμενων εκπτώσεων που κρίθηκαν καταχρηστικές, είναι κατά πολύ συντομότερη όπως: 1) Απόφαση της Επιτροπής IV/34.780 *Virgin/British Airways* (E.E. 2000 L 30/1) σκ. 10-15 (Marketing Agreements με ετήσια περίοδο αναφοράς), σκ. 20 (Global Agreements με τετράμηνη περίοδο αναφοράς), σκ. 24 (Performance Reward Scheme με μηνιαία περίοδο αναφοράς). Η απόφαση επικυρώθηκε από το ΓενΔΕΕ (T- 219/99). 2) Απόφαση της Επιτροπής IV/34.621 και 35.059/F-3 *Irish Sugar* (E.E. 1997 L 258/1) σκ. 153, με την οποία κρίνονται ασύμβατες εκπτώσεις που δίδονται επί εβδομαδιαίων, μηνιαίων και ετήσιων στόχων. Η απόφαση επικυρώθηκε από το ΓενΔΕΕ (T-228/97).

<sup>159</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕφαθ 2458/2017, σκ. 27, ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 295.

<sup>160</sup>Βλ. σχετικά ΔΕφαθ 2458/2017, σκ. 27, όπου το Δικαστήριο έκρινε ότι «[...] ο ισχυρισμός της προσφεύγουσας ότι το εκπτώτικό πρόγραμμα πολλαπλών προϊόντων διαφοροποιείτο από το εκπτώτικό πρόγραμμα μοναδικού προϊόντος είναι απορριπτέος ως αβάσιμος, αφού ούτε από τις σχετικές διατάξεις ούτε από τη νομολογία προκύπτει ότι ένα εκπτώτικό πρόγραμμα πολλαπλών προϊόντων δεν μπορεί να προκαλεί καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης, κατά τα βασίμως προβαλλόμενα τόσο από την Ε.Α. όσο και από την παρεμβαίνουσα» και ΔΕΕ 85/76 *Hoffmann- LaRoche κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1979, σελ. 461, σκ. 110, ΔΕΕ C- 322/81 *Michelin I κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1983, σελ. 3461, σκ. 66.

είτε όχι, γεγονός που συμβάλλει στην ενίσχυση των επιπτώσεών τους και, κατά συνέπεια, στην ενίσχυση του καταχρηστικού χαρακτήρα του «συστήματος» στο σύνολό του<sup>161</sup>.

- Ο βαθμός στον οποίο το εκπτωτικό σύστημα παρουσιάζει διαφάνεια ως προς τις λεπτομέρειες και τα κριτήρια χορήγησης των εκπτώσεων. Κρίνεται ότι σε περίπτωση έλλειψης διαφάνειας εντείνεται η δημιουργούμενη ανασφάλεια του υποψηφίου λήπτη της έκπτωσης ως προς το ποσοστό της έκπτωσης που εν τέλει θα καρπωθεί και η αβεβαιότητα ως προς τον πιθανό κίνδυνο απώλειας ολόκληρης ή μέρους της έκπτωσης. Κατά συνέπεια αυξάνεται η πίεση που ασκείται σ' αυτόν να εφοδιάζεται από τον ίδιο προμηθευτή<sup>162</sup>. Εξάλλου, από την ίδια τη φύση τους οι εκπτώσεις αυτού του τύπου συναρτώνται με έναν βαθμό αδιαφάνειας που δημιουργεί κατάσταση αβεβαιότητας και πλέγμα εξάρτησης του αντισυμβαλλομένου, εκ του λόγου ότι ο τελευταίος είναι αδύνατο να υπολογίσει την ακριβή τιμή των προϊόντων που αγοράζει κατά τη στιγμή πραγματοποίησης των αγορών του, η οποία (τιμή), λόγω του εφαρμοζόμενου εκπτωτικού συστήματος, διαμορφώνεται στο τέλος της περιόδου αναφοράς, όταν οριστικοποιείται το ποσοστό της εκπτώσεως<sup>163</sup>.
- Το γεγονός ότι οι εκπτώσεις παραχωρούνται σε πελάτες στρατηγικής σημασίας για τη δεσπόζουσα επιχείρηση με σκοπό να εξασφαλίζεται ότι αυτοί θα παραμείνουν πιστοί δικοί της πελάτες<sup>164</sup>.

163. Ο καταχρηστικός χαρακτήρας των εκπτώσεων αυτού του τύπου έγκειται στο γεγονός ότι με την εφαρμογή τους, χειραγωγείται η βούληση των πελατών (μεταπωλητών ή τελικών καταναλωτών) και έτσι παρεμποδίζονται από το να μπορούν να επιλέγουν ανά πάσα στιγμή, σε συνάρτηση με τις συνθήκες της αγοράς (και όχι αποκλειστικά σε συνάρτηση με τη βούληση του προμηθευτή τους), την ευνοϊκότερη προσφορά από εκείνες που τους κάνουν διάφοροι ανταγωνιστές και να αλλάζουν προμηθευτή χωρίς σημαντικές δυσμενείς οικονομικές συνέπειες<sup>165</sup>. Ως εκ τούτου, εκπτώσεις αυτού του τύπου περιορίζουν τη δυνατότητα επιλογής των πελατών όσον αφορά τις πηγές εφοδιασμού τους, στεγανοποιούν την αγορά και καθιστούν δυσχερέστερη για τους ανταγωνιστές την είσοδο ή/και επέκταση τους σε αυτή<sup>166</sup>.

164. Εξάλλου, όπως προαναφέρθηκε, λόγω των χαρακτηριστικών και ιδίως του εξατομικευμένου χαρακτήρα ενός εκπτωτικού προγράμματος, η εφαρμογή του μπορεί να συνεπάγεται, για το ίδιο ύψος αγορών ή πωλήσεων που πραγματοποιούνται από δύο πελάτες κατά την περίοδο αναφοράς,

<sup>161</sup>Βλ. απόφαση ΓενΔΕΕ T-203/01 *Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II)*, Συλλ. 2003, σελ. II-4071, σκ. 111, Απόφαση της Επιτροπής E-2/36.041/PO –*Michelin*, ΕΕ 2002 L 143/1, σκ. 274.

<sup>162</sup>Βλ. ΔΕΕ C- 322/81 *Michelin I κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1983, σελ. 3461, σκ. 83, ΓενΔΕΕ T-203/01 *Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II)*, Συλλ. 2003 σελ. II-4071, σκ. 141, Απόφαση της Επιτροπής E-1/38113/ *Prokent-Tomra*, (διαθέσιμη στην ιστοσελίδα της Ε.Ε., [http://ec.europa.eu/competition/index\\_en.html](http://ec.europa.eu/competition/index_en.html)) σκ. 324. Όπως προαναφέρθηκε, η διαφάνεια συνιστά ένα από τα χαρακτηριστικά του εκπτωτικού συστήματος, τα οποία συναξιολογούνται για την κατάφαση του αντι-ανταγωνιστικού αποτελέσματος του συστήματος εκπτώσεων στόχου, καθώς κρίνεται ότι επιτείνει το αποτέλεσμα αυτό, και δεν συνιστά προϋπόθεση διαπίστωσής του. Έτσι, έχει κριθεί ότι σύστημα το οποίο δυνάμει των υπόλοιπων χαρακτηριστικών του έχει τη δυνατότητα να δημιουργεί κατάσταση εξάρτησης του πελάτη έχει καταχρηστικό χαρακτήρα είτε παρουσιάζει διαφάνεια για τον πελάτη, ως προς τις λεπτομέρειες χορήγησής του, είτε όχι. Βλ. ΠΕΚΤ-203/01 *Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II)*, Συλλ. 2003, σελ. II-4071, σκ. 111.

<sup>163</sup>Βλ. απόφαση ΓενΔΕΕ T-203/01 *Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II)*, Συλλ. 2003, σελ. II-4071, σκ. 111.

<sup>164</sup>Βλ. απόφαση της Επιτροπής E-1/38113/ *Prokent-Tomra*, (διαθέσιμη στην ιστοσελίδα της Ε.Ε., [http://ec.europa.eu/competition/index\\_en.html](http://ec.europa.eu/competition/index_en.html)) σκ. 180, 240. Η απόφαση της Επιτροπής επικυρώθηκε από την απόφαση του ΓενΔΕΕ T- 155/06 *Tomra Systems ASA κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2010, σελ. II-4361, σκ. 263.

<sup>165</sup>Βλ. απόφαση ΔΕΕ C- 322/81 *Michelin I κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1983, σελ. 3461, σκ. 85, ΓενΔΕΕ T-203/01 *Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II)* Συλλ. 2003 σελ. II-4071, σκ. 110.

<sup>166</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕφαθ 2458/2017, σκ. 27, ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 296.

τον αποκλεισμό του ενός από τη χορήγηση της έκπτωσης, εάν οι αγορές του δεν παρουσιάζουν αύξηση κατά την περίοδο αναφοράς σε σχέση με την προηγούμενη συγκρινόμενη περίοδο ή τη χορήγηση διαφορετικών ποσοστών έκπτωσης στον καθένα, στην περίπτωση που το ποσοστό της αύξησης των αγορών καθενός είναι διαφορετικό σε σύγκριση με τις αγορές που έκαστος πραγματοποίησε κατά την προγενέστερη περίοδο αναφοράς. Για το λόγο αυτό έχει κριθεί ότι η εφαρμογή εκπτώτικων προγραμμάτων που φέρουν την εν λόγω φυσιογνωμία συνιστά παράλληλα πρακτική διακριτικής τιμολόγησης έναντι των πελατών της δεσπόζουσας επιχείρησης, η οποία αντιβαίνει στις επιταγές του άρθρου 2, παρ. 2, στοιχείο γ του ν. 3959/2011, καθώς και του άρθρου 102, εδ. β', στοιχείο γ' ΣΛΕΕ<sup>167</sup>.

165. Ειδικότερα, σε αντίθεση με τις εκπτώσεις βάσει ποσότητας που συνδέονται συνήθως γραμμικά με τον όγκο αγορών και είναι οικονομικά δικαιολογημένες διότι αντανακλούν οικονομίες κλίμακος που επιτυγχάνει η δεσπόζουσα επιχείρηση λόγω των παραγγελιών μεγάλων ποσοτήτων, οι εκπτώσεις που δεν συνδέονται με τις ποσότητες και δεν παράγουν τέτοιες αποτελεσματικότητες έχουν επικριθεί στη νομολογία, μεταξύ άλλων, και επειδή απολήγουν στη διακριτική μεταχείριση των εμπορικώς συναλλασσομένων με τη δεσπόζουσα επιχείρηση<sup>168</sup>.
166. Κατά πάγια δε νομολογία, για τη στοιχειοθέτηση της παράβασης της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης δια της χορήγησης εκπτώσεων επίτευξης στόχου, δεν απαιτείται η απόδειξη πραγματικών ή άμεσων αποτελεσμάτων αποκλεισμού (actual foreclosure) πραγματικών ή δυνητικών ανταγωνιστών, τα οποία να έχουν ήδη επέλθει στην οικεία αγορά, αλλά αρκεί η απόδειξη δυνητικού αποτελέσματος αποκλεισμού (potential foreclosure) λόγω της εφαρμοζόμενης εκπτώτικης πρακτικής. Αρκεί, δηλαδή να αποδειχθεί «ότι η καταχρηστική συμπεριφορά τείνει να περιορίσει τον ανταγωνισμό ή με άλλα λόγια, ότι, η συμπεριφορά είναι ικανή ή ενδέχεται να έχει τέτοιο αποτέλεσμα»<sup>169,170</sup>. Συναφώς, εφόσον αποδειχθεί ότι το εν λόγω σύστημα εκπτώσεων κατατείνει στον περιορισμό του ανταγωνισμού, μέσω της στεγανοποίησης της αγοράς και του αποκλεισμού των ανταγωνιστών, δεν απαιτείται να εξετασθεί εάν επέρχεται άμεση βλάβη στον καταναλωτή<sup>171</sup>. Επίσης, έχει κριθεί νομολογιακά ότι για την αξιολόγηση ενός συστήματος εκπτώσεων δεν είναι κρίσιμο εάν το σύστημα αυτό εφαρμοζόταν στην πλειονότητα των πελατών στην οικεία αγορά<sup>172</sup>.

<sup>167</sup>Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 297, ΓενΔΕΕ T-219/99 *British Airwaysplc κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2003, σελ. II-5917, σκ. 233-240.

<sup>168</sup>Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 298.

<sup>169</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕφαθ 4055/2017, σκ. 7, ΔΕφαθ 2458/2017, σκ. 27, ΔΕφαθ 869/2013 σκ. 35 και 41, ΔΕφαθ 2265/2010, σκ. 34 και ΔΕφαθ 2116/2004, σκ. 8 και ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 300, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 314, καθώς και ΔΕΕ C-23/14, *PostDanmarkA/S κατά Konkurrenserådet*, (PostDanmarkII), δημοσιευμένη στην ψηφιακή Συλλογή του Δικαστηρίου, ο.π., σκ. 31, 66-69, ΔΕΚ C-95/04 *British Airwaysplc κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2007, σελ. I-2331, σκ. 68-69, ΓενΔΕΕ T-203/01 *Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II)*, Συλλ. 2003, σελ. II-4071, σκ. 239, ΓενΔΕΕ T-219/99 *British Airwaysplc κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2003, σελ. II-5917, σκ. 293 και 297, ΓενΔΕΕ T- 155/06, *Tomra Systems ASA κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2010, σελ. II-4361, σκ. 289-290.

<sup>170</sup>Βλ. και απόφαση ΔΕΕ της 6.9.2017, *Intel (C-413/14P)*, σκ. 138-140.

<sup>171</sup>Βλ. σχετ. απόφαση ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 314 καθώς και ΔΕΚ C-95/04 *British Airwaysplc κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2007, σελ. I-2331, σκ. 106-107.

<sup>172</sup>Βλ. σχετικά ΔΕΕ C-23/14, *PostDanmarkA/S κατά Konkurrenserådet*, (PostDanmarkII), δημοσιευμένη στην ψηφιακή Συλλογή του Δικαστηρίου, ο.π., σκ. 44 και 46, όπου αναφέρεται σχετικά «44. Το γεγονός ότι οι εκπτώσεις της *Post Danmark* αφορούσαν μεγάλο μέρος των πελατών στην αγορά δεν συνιστά, αυτό καθ' εαυτό, ένδειξη καταχρηστικής συμπεριφοράς εκ μέρους της [...] 46. Πάντως, το γεγονός ότι ένα σύστημα εκπτώσεων όπως το επίμαχο εν προκειμένω καλύπτει το μείζον τμήμα της πελατείας στην αγορά μπορεί να αποτελεί χρήσιμη ένδειξη για τη σημασία της σχετικής πρακτικής και τον αντίκτυπό της στην αγορά, υπό την έννοια ότι ενδέχεται να ενισχύει την πιθανότητα ύπαρξης επιζήμιου για τον ανταγωνισμό εκτοπιστικού αποτελέσματος».

167. Εξάλλου, επισημαίνεται ότι για τη στοιχειοθέτηση της παράβασης δεν απαιτείται να αποδειχθεί ότι οι παροχές που τάσσονται στις επιμέρους εμπορικές συμφωνίες που συνάπτει η δεσπόζουσα επιχείρηση με τους πελάτες της /μεταπωλητές ελήφθησαν στη πράξη. Η εφαρμογή των εκπαιδευτικών προγραμμάτων αποδεικνύεται από την συμπερίληψή τους στις συνομολογηθείσες συμφωνίες συνεργασίας της δεσπόζουσας επιχείρησης με τους πελάτες της<sup>173</sup>.
168. Ωστόσο, υπογραμμίζεται ότι μια εκπαιδευτική πολιτική δεν μπορεί να θεωρηθεί καταχρηστική εάν δικαιολογείται αντικειμενικά διότι στηρίζεται σε οικονομικώς δικαιολογημένο αντιστάθμισμα<sup>174</sup> και, εξ' αυτού του λόγου, συνάδει προς έναν συνήθη ανταγωνισμό με βάση τις παροχές των επιχειρήσεων. Η αντικειμενική δικαιολόγηση μιας καθ' υπόθεση καταχρηστικής εκπαιδευτικής πρακτικής προϋποθέτει την απόδειξη ότι τα οφέλη που προκύπτουν από άποψη αποτελεσματικότητας για την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση εξαρτώνται ευθέως από την εφαρμογή της συγκεκριμένης πρακτικής<sup>175</sup>, καθώς και ότι αυτή δεν υπερβαίνει το αναγκαίο μέτρο για την επίτευξη ενός νομίμως επιδιωκόμενου σκοπού της επιχείρησης, κατά τρόπο ώστε τα τυχόν οφέλη αποτελεσματικότητας που απορρέουν από τις εκπτώσεις να αντισταθμίζουν τους δυνητικούς ή πραγματικούς κινδύνους για τον ανταγωνισμό από την εφαρμογή τους (αρχή της αναλογικότητας)<sup>176</sup>.

#### Εφαρμογή επί των καταγγελλόμενων πρακτικών

169. Εν προκειμένω, όπως εκτέθηκε ανωτέρω, οι καταγγέλλουσες και οι λοιποί συνεργαζόμενοι χονδρέμποροι λάμβαναν από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ **βασική έκπτωση επί του τιμοκαταλόγου**<sup>177</sup> της **εταιρίας**, η οποία ήταν σταθερή καθόλη τη διάρκεια της συνεργασίας<sup>178</sup> και δεν δινόταν απολογιστικά στο τέλος κάθε περιόδου αναφοράς, ώστε να μπορεί να διαπιστωθεί εάν ο χονδρέμπορος τήρησε την προτεινόμενη εμπορική πολιτική ή όχι και σε τυχόν μη συμμόρφωση να επιβληθούν κυρώσεις ή να μειωθούν οι χορηγούμενες εκπτώσεις. Το ποσοστό της βασικής έκπτωσης ήταν εξατομικευμένο, σε συνάρτηση με την αποτελεσματικότητα του χονδρέμπορου το προηγούμενο έτος και τη δυναμικότητα των λιανεμπόρων (πελατών) της συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής.
170. Περαιτέρω, οι ίδιες οι καταγγέλλουσες επιβεβαιώνουν ότι -πέραν της βασικής έκπτωσης επί του τιμοκαταλόγου της ΣΑΡΑΝΤΗΣ- δεν προβλεπόταν η χορήγηση επιπλέον εκπτώσεων που

<sup>173</sup>Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 300 και ΕΑ 434/V/2009 σκ. 42.

<sup>174</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 301, ΔΕΕ C-23/14, *PostDanmarkA/S κατά Konkurrenserådet*, (PostDanmarkII), δημοσιευμένη στην ψηφιακή Συλλογή του Δικαστηρίου, ο.π., σκ. 47, ΔΕΚ C-95/04 *P British Airways κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2007, σελ. I-2331, σκ. 84, ΔΕΚ C- 322/81 *Michelin I κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1983, σελ. 3461, σκ. 85, ΔΕΚ C-163/99, *Πορτογαλία κατά Επιτροπής*, Συλλ.2001, σελ. I-2618, σκ. 52.

<sup>175</sup>Βλ. ενδεικτικά ΔΕΕ C-23/14, *PostDanmarkA/S κατά Konkurrenserådet*, (PostDanmarkII), δημοσιευμένη στην ψηφιακή Συλλογή του Δικαστηρίου, ο.π., σκ. 48, ΠΕΚ T-203/01 *Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II)*, Συλλ. 2003, σελ. II-4071, σκ. 101 σε συνδ. με 108-109.

<sup>176</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 301, ΔΕΕ C-23/14, *PostDanmarkA/S κατά Konkurrenserådet*, (PostDanmarkII), δημοσιευμένη στην ψηφιακή Συλλογή του Δικαστηρίου, ο.π., σκ. 49, Προτάσεις Γεν. Εισαγγελέως Γεωργίου Κοσμά της 16.5.2000 στην υπόθεση ΔΕΕ C- 344/98 *Masterfoods v. HB IceCream*, Συλλ. 2000, σελ. I-11369, σκ.101 των Προτάσεων που έγιναν αποδεκτές από το ΔΕΕ, ΣΤΕ 3265/2011.

<sup>177</sup>Δηλαδή εφαρμόζοταν σε όλα τα προϊόντα ΣΑΡΑΝΤΗΣ και όχι μόνο σε αυτά όπου η καταγγελλόμενη κατείχε δεσπόζουσα θέση.

<sup>178</sup>Με εξαίρεση την περίπτωση της [...], για την οποία η έκπτωση αυξήθηκε δύο φορές κατά τη διάρκεια της συνεργασίας με την ΣΑΡΑΝΤΗΣ.



αφορούσαν στην επίτευξη στόχου ετήσιου τιμολογούμενου τζίρου, με εξαίρεση τις εκπτώσεις που χορηγούσε η ΣΑΡΑΝΤΗΣ στο πλαίσιο προωθητικών ενεργειών για συγκεκριμένα προϊόντα.

171. Ειδικότερα, η καταγγελλόμενη προβαίνει συχνά σε προωθητικές ενέργειες για τα προϊόντα που εμπορεύεται και καθορίζει τη χρονική περίοδο (συνήθως μήνα), σε ποια προϊόντα (κωδικούς) και σήματα θα αφορούν οι συγκεκριμένες προωθητικές ενέργειες. Στο πλαίσιο των ενεργειών αυτών, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ μείωνε την τιμή πώλησης προς τους χονδρεμπόρους που επέλεγαν να συμμετάσχουν στην ενέργεια, με τη μορφή είτε επιπρόσθετης έκπτωσης συγκεκριμένου ποσοστού (επιπλέον της βασικής έκπτωσης επί τιμοκαταλόγου), είτε δωρεάν παροχής επιπλέον κιβωτίων προϊόντος, υπό ορισμένες προϋποθέσεις, όπως η υποβολή ελάχιστης παραγγελίας του εν λόγω προϊόντος ή η επίτευξη του στόχου τιμολογημένου τζίρου.
172. Ωστόσο, με βάση τα συλλεχθέντα αποδεικτικά στοιχεία, οι ως άνω εκπτώσεις δεν πληρούν όλα τα προαναφερθέντα -σωρευτικώς εφαρμοζόμενα- κριτήρια καταχρηστικών εκπτώσεων στόχου εκ μέρους δεσπόζουσας επιχείρησης, ήτοι, δεν υπολογίζονταν επί μεγάλης περιόδου αναφοράς ή δεν είχαν αναδρομικό χαρακτήρα.
173. Εξάλλου, οι προωθητικές ενέργειες είχαν προαιρετικό χαρακτήρα τόσο για τους συνεργαζόμενους χονδρεμπόρους όσο και για τους πελάτες αυτών (καταστήματα λιανικής), αφορούσαν συγκεκριμένους, διαφορετικούς κωδικούς και σήματα κάθε φορά και η χορηγούμενη έκπτωση δεν υπολογιζόταν στη βάση των συνδυασμένων αγορών ή πωλήσεων μιας γκάμας προϊόντων της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, όπου αυτή κατέχει δεσπόζουσα θέση.
174. Ειδικά όσον αφορά τα εποχιακά προϊόντα (αντηλιακά-εντομοαπωθητικά), οι πρόσθετες εκπτώσεις στόχου που περιλάμβαναν οι προωθητικές ενέργειες της ΣΑΡΑΝΤΗΣ είχαν προφανή αντικειμενική αιτιολόγηση λόγω της εποχικότητας της ζήτησης<sup>179</sup> και επιδίωκαν την αποφυγή μεγάλων αποθεμάτων αδιάθετου προϊόντος. Υπό το πρίσμα αυτό πρέπει να ερμηνευθούν και τα προσκομισθέντα στοιχεία αλληλογραφίας αναφορικά με προτεινόμενες ελάχιστες ποσότητες παραγγελιών<sup>180</sup>. Αντίθετα, δεν επιβεβαιώθηκε ο ισχυρισμός των καταγγελλουσών ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ τους επέβαλε να διατηρούν στις αποθήκες τους απόθεμα όλων των προϊόντων της (ανεξαρτητως εμπορευσιμότητας), καθώς και ότι τους επέβαλε ελάχιστες ποσότητες παραγγελιών.
175. Κρίσιμο είναι και το γεγονός ότι η επίτευξη των τιθέμενων στόχων από τους χονδρεμπόρους στο πλαίσιο των προωθητικών ενεργειών ουδόλως συνδεόταν με τη χορήγηση της βασικής έκπτωσης επί τιμολογίου ΣΑΡΑΝΤΗΣ, ώστε να προκαλείται έμμεση πίεση προς τους χονδρεμπόρους να συμμετάσχουν στις ενέργειες αυτές.
176. Σημειώνεται, ότι το ποσοστό αγορών των καταγγελλουσών από την ΣΑΡΑΝΤΗΣ αντιπροσωπεύει κάτω του [...] του ετήσιου κ.ε. τους<sup>181</sup>, καθότι ο μεγαλύτερος όγκος πωλήσεων αφορούσε προϊόντα άλλων προμηθευτών. Ως εκ τούτου, εν τοις πράγμασι προκύπτει ότι οι χορηγούμενες εκπτώσεις στόχου δεν συνιστούσαν καλυμμένες εκπτώσεις πίστης διότι δεν

<sup>179</sup>Βλ. ενδεικτικά υπόθεση της Βρετανικής ΑΑ(CMA)-Impulse Ice cream case (10/8/2017): Η ΑΑ έκλεισε απεπάργγελη έρευνα κατά της Unilever, η οποία κατείχε δεσπόζουσα θέση στην αγορά των ατομικών συσκευασιών παγωτού, με το σκεπτικό ότι η παροχή δωρεάν κιβωτίων προϊόντων ως είδος πρόσθετης έκπτωσης δεν συνιστά καταχρηστική πρακτική που αποκλείει δυνητικά τους ανταγωνιστές (exclusionary rebate), λαμβάνοντας υπόψη την μικρή περίοδο αναφοράς (συνήθως 1 μήνας), σε συνδυασμό με τη χρονική περίοδο διενέργειας της συγκεκριμένης εκπτώτικης πολιτικής (ήτοι κατά τους χειμερινούς μήνες με μικρή καταναλωτική ζήτηση) και τον συνήθη προγραμματισμό αγορών των λιανοπωλητών.

<sup>180</sup>Βλ. ανωτέρω Ενότητα VI.3

<sup>181</sup>Βλ. ανωτέρω Ενότητα VII.3



δύνατο να αποτελέσουν επαρκές οικονομικό κίνητρο για τη δημιουργία πιστής πελατειακής σχέσης με την ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

177. Εξάλλου, δεν διαπιστώθηκαν ενδείξεις χειραγώγησης της βούλησης των καταγγελλουσών και επακόλουθης παρεμπόδισης επιλογής της ενοικίωτοτερης εκάστοτε προσφοράς, καθώς και της δυνατότητας αλλαγής προμηθευτή χωρίς σημαντικές δυσμενείς οικονομικές συνέπειες, όπως αποδεικνύεται και από το γεγονός ότι οι κύκλοι εργασιών των καταγγελλουσών από τις πωλήσεις προϊόντων της ΣΑΡΑΝΤΗΣ σημείωσαν φθίνουσα πορεία με τελικό αποτέλεσμα τη διακοπή της συνεργασίας τους<sup>182</sup>.
178. Περαιτέρω, σύμφωνα με τις υπό εξέταση καταγγελίες, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ εφήρμοξε καταχρηστικές εκπτώσεις στόχου και προς τους λιανοπωλητές-πελάτες τους (μεμονωμένα καταστήματα ή Σ/Μ) υποχρεώνοντας τις καταγγέλλουσες να αγοράζουν συγκεκριμένες ποσότητες προϊόντων της ΣΑΡΑΝΤΗΣ. Πρόκειται για το πρόγραμμα «ΠΥΡΑΜΙΔΑ»<sup>183</sup> βάσει του οποίου αποδίδονται οι εκπτώσεις και παροχές των προϊόντων της ΣΑΡΑΝΤΗΣ στην «μικρή αγορά».
179. Ωστόσο, ο ισχυρισμός των καταγγελλουσών περί έμμεσης **δεσμευτικότητας** του εν λόγω προγράμματος, λόγω της γνωστοποίησης των προσφερόμενων παροχών στους λιανοπωλητές, με αποτέλεσμα την αδυναμία των χονδρεμπόρων να διαμορφώσουν ανεξάρτητα την τιμή λιανικής πώλησης και το αντίστοιχο ποσοστό κέρδους τους, δεν επιβεβαιώθηκε από την έρευνα της ΓΔΑ.
180. Περαιτέρω, τα σχετικά επιχειρήματα που προβλήθηκαν με τα υπομνήματα και τις προσθήκες των καταγγελλουσών καθώς και κατά την ακροαματική διαδικασία δεν μπορούν να γίνουν δεκτά. Οι καταγγέλλουσες ισχυρίστηκαν ότι μεγάλο ποσοστό των πωλήσεών τους γινόταν σε αλυσίδες καταστημάτων ή συνεταιρισμούς (ΕΛΕΤΑ, ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ, ΒΗΤΑ ΠΙ, ΑΣΤΕΡΑΣ, ΑΦΡΟΔΙΤΗ, ΕΛΟΜΑΣ, ΣΥΜΜΕΤΡΟΝ), με τους οποίους η καταγγελλόμενη είχε συμφωνίες, τις οποίες οι καταγγέλλουσες έπρεπε να ακολουθούν.<sup>184</sup>
181. Ο ισχυρισμός αυτός δεν μπορεί να γίνει δεκτός καθώς παρίσταται αναπόδεικτος και προβάλλεται οψιγενώς. Όπως αναφέρθηκε ανωτέρω, σύμφωνα με την ΣΑΡΑΝΤΗΣ στην περίπτωση μελών Ομίλων Κοινών Αγορών τουλάχιστον την τελευταία δεκαετία, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ συμφωνεί τους εμπορικούς όρους απευθείας με τους εμπόρους μέλη των Ομίλων Κοινών Αγορών, όπως Αστέρας και Ασπίδα. Δεν υπάρχει δηλαδή μια κεντρική συμφωνία, η οποία να δεσμεύει όλα τα μέλη των Ομίλων αυτών. Οι παραγγελίες των εμπόρων εξυπηρετούνται σε ορισμένες περιπτώσεις από τους συνεργάτες χονδρεμπόρους<sup>185</sup>. Σε άλλη απαντητική επιστολή η ΣΑΡΑΝΤΗΣ επισημαίνει ότι *«[η] Πυραμίδα δεν κοινοποιούνταν στους λιανέμπορους. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ την απέστειλε μόνο στα κεντρικά των Ομίλων Αγορών, με τους οποίους συμφωνούσε απευθείας και κεντρικά την εμπορική πολιτική που θα ίσχυε για τα μέλη τους.»*<sup>186</sup>. Επομένως, ακόμα και αν ήθελε αποδειχθούν οι σχετικοί ισχυρισμοί, στην περίπτωση αυτή οι χονδρέμποροι φαίνεται να δρουν ως γνήσιοι αντιπρόσωποι και ως εκ τούτου δρουν για λογαριασμό της ΣΑΡΑΝΤΗΣ.
182. Επισημαίνεται τέλος ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ προσκόμισε στοιχεία από τα οποία προκύπτει ότι στην πράξη οι συνεργαζόμενοι χονδρέμποροι δεν ακολουθούσαν την προτεινόμενη εμπορική

<sup>182</sup>Βλ. ανωτέρω Ενότητα IV.3

<sup>183</sup>Βλ. ανωτέρω Ενότητα V.2.2

<sup>184</sup> Βλ. υπ' αριθμ. πρωτ. 528/30.09.2021 Υπόμνημα ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ, υπ' αριθμ. πρωτ. 527/30.09.2021 Υπόμνημα ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ, υπ' αριθμ. πρωτ. 529/30.09.2021 Υπόμνημα ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ.

<sup>185</sup> Βλ και υπ' αριθ. πρωτ. 722/13.12.2021 Συμπληρωματικό Υπόμνημα της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, [7-8].

<sup>186</sup> Υπ' αριθ. πρωτ. 11031/23.12.2020 απαντητική επιστολή ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

πολιτική και διαμόρφωναν τη δική τους εμπορική πολιτική προς τους πελάτες τους-λιανοπωλητές, χορηγώντας εκπτώσεις με όρους και ποσοστά που αποκλίνουν σημαντικά από αυτές της «ΠΥΡΑΜΙΔΑΣ»<sup>187</sup>. Από την έρευνα της ΓΔΑ διαπιστώθηκε επίσης ότι το εν λόγω πρόγραμμα δεν συνεχίστηκε μετά το 2014 λόγω μειωμένου ενδιαφέροντος συμμετοχής από τους μεταπωλητές.

#### **VII.1.2 Νομική αξιολόγηση λοιπών πρακτικών αποκλεισμού**

183. Όπως προκύπτει από τη φύση των επιβαλλομένων με τα άρθρα 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ υποχρεώσεων, οι κατέχουσες δεσπόζουσα θέση επιχειρήσεις ενδέχεται να στερηθούν του δικαιώματος υιοθέτησης συμπεριφοράς ή λήψης μέτρων που τυχόν αποτελούν τρέχουσα (συνήθη) πρακτική εντός της σχετικής αγοράς ή μέτρων μη συνεπαγομένων αφεαυτών κατάχρηση, ακόμη δε και μη καταδικαστέων αν είχαν υιοθετηθεί ή ληφθεί από επιχειρήσεις που δεν κατέχουν δεσπόζουσα θέση. Συναφώς, η σύναψη σύμβασης ή η κτήση δικαιώματος μπορούν, επίσης, να συνιστούν κατάχρηση κατά την έννοια των άρθρων 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ αν προέρχονται από επιχείρηση κατέχουσα δεσπόζουσα θέση<sup>188</sup>. Ειδικότερα, οι σχετικές διατάξεις δεν στοχεύουν μόνο στην πρόληψη πρακτικών που μπορούν να προκαλέσουν βλάβη σε πελάτες κατά άμεσο τρόπο, αλλά και στην πρόληψη πρακτικών που είναι επιζήμιες για αυτούς λόγω των επιπτώσεών τους στην ανταγωνιστική διάρθρωση της αγοράς, και οι οποίες, βραχυπρόθεσμα, μπορεί ακόμη και να εμφανίζονται ότι συνεπάγονται ορισμένα πλεονεκτήματα για τους πελάτες. Πρακτικές αποκλεισμού που αποσκοπούν στο να εμποδίσουν την πρόσβαση σε πελάτες και να παρεμποδίσουν, έτσι, τον υφιστάμενο ανταγωνισμό ή την ανάπτυξη νέου ανταγωνισμού, έχουν πολλακίς χαρακτηριστεί ως κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης από τα ευρωπαϊκά δικαστήρια.
184. Η καταγγελλόμενη φέρει – λόγω της δεσπόζουσας θέσης της – ιδιαίτερη ευθύνη να μην βλάπτει με τη συμπεριφορά της τη λειτουργία του ανταγωνισμού στις εξεταζόμενες σχετικές αγορές. Κατά πάγια νομολογία, οι κατέχουσες δεσπόζουσα θέση επιχειρήσεις μπορούν μεν να λαμβάνουν εύλογα μέτρα για την υπεράσπιση των συμφερόντων τους, πλην όμως είναι ανεπίτρεπτη κάθε ενέργεια που αποσκοπεί στην ενίσχυση ή κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης τους, ιδίως η εφαρμογή πρακτικών παρεμπόδισης των ανταγωνιστών, όπως οι εκπτώσεις στόχου και δέσμευσης χώρου, οι στοχευμένες δράσεις αποκλεισμού/αντικατάστασης ανταγωνιστικών προϊόντων κ.α.<sup>189</sup>.
185. Τακτικές αποκλεισμού υπό την προαναφερόμενη έννοια, οι οποίες σχεδιάζονται προκειμένου να αποτρέψουν την πρόσβαση των καταναλωτών σε πραγματικούς ή δυνητικούς ανταγωνιστές και για το λόγο αυτό εμποδίζουν τον υφιστάμενο ανταγωνισμό ή την περαιτέρω ανάπτυξή του

<sup>187</sup>Βλ. ανωτέρω Ενότητα VI.2

<sup>188</sup> Βλ. σχετικά αποφάσεις ΓενΔΕΕ T-111/96 ITT Promedia κατά Επιτροπής Συλλ. 1998 σελ. II-2937, σκ. 139, ΓενΔΕΕ T-65/98 Van den Bergh Foods κατά Επιτροπής Συλλ. 2003, σελ. II-4653, σκ. 159, ΓενΔΕΕ T191/98 Atlantic Container Line (TACA) Συλλ. 2003, σελ. II-3275, σκ. 1124- 1125 και ΔΕΕ C-322/81 Michelin κατά Επιτροπής Συλλ. 1983 σελ. 3461, σκ. 57.

<sup>189</sup> βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕΕ 27/76 United Brands κατά Επιτροπής Συλλ. 1978 σελ. 207, σκ. 189, ΓενΔΕΕ T340/03 France Telecom κατά Επιτροπής, Συλλ. 2007, σελ. II-107, σκ. 185 επ., ΓενΔΕΕ T-65/89, BPB Industries και British Gypsum κατά Επιτροπής, Συλλ. 1993, σελ. II-389, σκ. 117, και ΓενΔΕΕ T-24/93 έως T-26/93 και T-28/93 Compagnie maritime belge transports κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. 1996, σελ. II-1201, σκ. 146.

έχει, σε πολλές περιπτώσεις, κριθεί ότι πληρούν την υπόσταση της καταχρηστικής εκμετάλλευσης δεσπόζουσας θέσης<sup>190</sup>.

186. Συναφώς, έχει κριθεί νομολογιακά ότι, όταν μια επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση θέτει όντως σε εφαρμογή μια πρακτική, η οποία έχει ως αποτέλεσμα τον παραμερισμό των ανταγωνιστών της, το γεγονός ότι το αναμενόμενο αποτέλεσμα δεν επετεύχθη δεν αρκεί για να αντικρουσθεί ο χαρακτήρας της πρακτικής ως καταχρηστικής εκμετάλλευσης δεσπόζουσας θέσεως κατά την έννοια των άρθρων 2 του ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ<sup>191</sup>.
187. Ειδικότερα, η προμήθεια με ευνοϊκούς όρους παγίων (π.χ. stand, σκαλιέρες) υπό την προϋπόθεση της αποκλειστικής χρήσης τους για τα προϊόντα της δεσπόζουσας επιχείρησης θεωρείται ότι έχει ανάλογη βαρύτητα με μία υποχρέωση αποκλειστικότητας και ως εκ τούτου είναι σφόδρα πιθανό αυτή να θεωρηθεί ότι συνιστά παράβαση των άρθρων 2 του ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ (κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης), καθώς δημιουργεί ένα στρατηγικό φραγμό εισόδου στους νεοεισερχόμενους ανταγωνιστές και μειώνει την ένταση του ανταγωνισμού ανάμεσα στους υφιστάμενους ανταγωνιστές. Και τούτο, εφόσον στην πράξη ο διαθέσιμος στο σημείο πώλησης χώρος δεν επαρκεί για την τοποθέτηση δεύτερου παγίου ή/και ο λιανοπωλητής δεν έχει κανένα κίνητρο να προβεί σε αυτή<sup>192</sup>. Εξάλλου, υπό αυτές τις συνθήκες, η επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση, προσφέροντας σε λιανοπωλητές πάγια προς τοποθέτηση με την υποχρέωση χρήσεώς τους αποκλειστικά για τα δικά της προϊόντα, «παρεμβαίνει στην ελευθερία των λιανοπωλητών να επιλέξουν προμηθευτές επί τη βάση της αξίας των προϊόντων που προσφέρουν», συμπεριφερόμενη «με τρόπο διαφορετικό από τις συνθήκες που διέπουν τον υγιή ανταγωνισμό στα καταναλωτικά αγαθά»<sup>193</sup>. Με τον τρόπο αυτό προκαλείται βλάβη στους καταναλωτές, καθώς εκ των πραγμάτων μειώνεται η ποικιλία των προϊόντων που είναι διαθέσιμα σε μία αγορά, ενώ η επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση ενισχύει τη θέση της στην αγορά με τη χρήση μεθόδων που δεν συνάδουν με συνθήκες επί ίσους όρους ανταγωνισμού<sup>194</sup>.
188. Εξάλλου, η καταβολή αμοιβής στους λιανοπωλητές για πρόσβαση στο ράφι (τέλη πρόσβασης) μπορεί να λάβει διάφορες μορφές, όπως η καταβολή τελών τοποθέτησης (τα οποία δίνονται συνήθως για την τοποθέτηση νέων προϊόντων), η καταβολή τελών παραμονής (για τη διατήρηση κάποιου προϊόντος στο ράφι για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα) και η καταβολή χρημάτων για την πρόσβαση στις εκστρατείες προώθησης του διανομέα. Ενίοτε, τα τέλη πρόσβασης λαμβάνουν τη μορφή καταβολής οικονομικών κινήτρων στο λιανοπωλητή για τον αποκλεισμό ή περιορισμό της παρουσίας ανταγωνιστικών προϊόντων στο ράφι, συνιστούν δηλαδή μορφή αποκλειστικότητας ή σχεδόν αποκλειστικότητας<sup>195</sup>. Ανάλογα με το περιεχόμενο της

<sup>190</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C- 85/76 *Hoffman La Roche κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1979, σελ. 461, κυρίως σκ. 91, ΔΕΚ C-62/86 *AKZO κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1991, σελ. I-3359, κυρίως σκ. 69, ΠΕΚΤ-228/97 *Irish Sugar κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1999, σελ. II-2969, κυρίως σκ. 111, ΔΕΚ C- 322/81 *Michelin κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1983, σελ. 3461, ΠΕΚ T-65/89 *BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1993, σελ. II-389. Βλ. επίσης αποφάσεις ΕΑ 520/VI/2011 (TASTY), 663/2018 (ΕΛΛΑΪΣ UNILEVER).

<sup>191</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕφαΘ 869/2013, σκ. 35 καθώς και ΓενΔΕΕ T-219/99 *British Airways plc κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2003, σελ. II-5917, σκ. 297.

<sup>192</sup> Βλ. απόφαση ΔΕΕ C-552/03P *Unilever Bestfoods (πρώην Van den Bergh Foods) κατά Επιτροπής* Συλλ. 2006 σελ. I-9091, η οποία επιβεβαίωσε την απόφαση του ΓενΔΕΕ T-65/98 *Van den Bergh Foods κατά Επιτροπής* Συλλ. 2003 σελ. II-4653, σκ. 160. Βλ. επίσης ΕΑ 520/VI/2011 (TASTY), ο.π.

<sup>193</sup> Βλ. αποφάσεις Ευρ. Επιτροπής IV/34.073, IV/34.395 και IV/35.436 - *Van den Bergh Foods Ltd*, ΕΕ 1998 L 246/1, παρ. 266.

<sup>194</sup> Βλ. και απόφαση ΓενΔΕΕ T-201/04 *Microsoft Corp. κατά Επιτροπής* Συλλ. 2007 σελ. II-2977, σκ. 1070.

<sup>195</sup> Βλ. ενδεικτικά Report on the Federal Trade Commission Workshop on Slotting Allowances and Other Marketing Practices in the Grocery Industry, Φεβρουάριος 2001, δημοσιευμένη στην ιστοσελίδα της FTC,

εκάστοτε συμφωνίας με τον λιανοπωλητή, το καταβαλλόμενο από τον προμηθευτή οικονομικό κίνητρο, το οποίο μπορεί να λάβει διάφορες μορφές, δίνεται είτε έναντι ρητής αποκλειστικότητας του ραφιού, είτε έναντι μερικής ή οιονεί αποκλειστικότητας ή/και προνομιακής τοποθέτησης στο ράφι, π.χ. προβλέπεται η τοποθέτηση αποκλειστικά των προϊόντων του προμηθευτή σε συγκεκριμένο (ορισμένο σε γραμμικά μέτρα) χώρο στο ράφι ή συμφωνείται ότι τα προϊόντα του προμηθευτή κατά την ανάπτυξή τους στο ράφι θα καταλαμβάνουν συγκεκριμένο ποσοστό αυτού. Τέτοιου είδους συμφωνίες, ιδίως όταν επιβάλλονται από επιχειρήσεις με δεσπόζουσα θέση στην αγορά, μπορούν να οδηγήσουν σε δέσμευση ενός εξαιρετικά υψηλού ποσοστού του διαθέσιμου σε ράφια χώρου για τα σχετικά κάθε φορά προϊόντα ή του καλύτερου δυνατού για την αύξηση της κατανάλωσης διαθέσιμου σε ράφια χώρου, με συνέπεια αφενός τη διατήρηση και πιθανώς ενίσχυση της δεσπόζουσας θέσης στην αγορά, και αφετέρου τη δυσχέραση της πρόσβασης των ανταγωνιστών σε συγκεκριμένα κανάλια διανομής ή σε ουσιώδες (μη αμελητέο) τμήμα αυτών<sup>196</sup>.

### Εφαρμογή επί των καταγγελλόμενων πρακτικών

189. Στην υπό εξέταση υπόθεση, δεν αποδείχθηκε ο ισχυρισμός των καταγγελλουσών ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ υποχρέωνε τις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις να προβαίνουν σε πρακτικές αποκλεισμού των ανταγωνιστών της με την μορφή εξτρά παροχών, τοποθέτηση stand κλπ. προς τα σημεία λιανικής πώλησης, «προκειμένου να «εξαφανίσει» από τα ράφια των καταστημάτων τα ανταγωνιστικά προϊόντα (πολιτική ραφιού)».
190. Όπως εκτέθηκε ανωτέρω<sup>197</sup>, οι εν λόγω παροχές (πρόσθετες εκπτώσεις, δωρεάν προϊόντα κλπ.) και λοιπές δράσεις marketing (τοποθετήσεις stand, παρουσιάσεις, διανομές φυλλαδίων κλπ.) αφορούσαν τις προωθητικές ενέργειες που εκπονούσε η ΣΑΡΑΝΤΗΣ. Ωστόσο, κατά την έρευνα της ΓΔΑ δεν εντοπίστηκε κάποιο αποδεικτικό στοιχείο από το οποίο να προκύπτει η πρόθεση επιβολής ή η επιβολή από την πλευρά της ΣΑΡΑΝΤΗΣ των εκπτώσεων τοποθέτησης (ΠΥΡΑΜΙΔΑ) ή των προωθητικών ενεργειών που κατά περιόδους πραγματοποιούσε η ΣΑΡΑΝΤΗΣ. Αντίθετα, από την ορολογία που χρησιμοποιούσε η ΣΑΡΑΝΤΗΣ στα σχετικά ενημερωτικά φυλλάδια προς τους μεταπωλητές της καθίσταται σαφής ο προαιρετικός χαρακτήρας της συμμετοχής στα εν λόγω προγράμματα.
191. Τέλος, δεν διαπιστώθηκε ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ επέβαλε στις καταγγέλλουσες «αυθαίρετους όρους συναλλαγών», όπως αόριστα αναφέρουν οι υπό εξέταση καταγγελίες.
192. Κατά συνέπεια, δεν στοιχειοθετούνται οι καταγγελλόμενες παραβάσεις.

## VII.2 ΕΞΕΤΑΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΥΠΟ ΤΟ ΠΡΙΣΜΑ ΤΩΝ ΑΡΘΡΩΝ 1 ΤΟΥ Ν. 3959/2011 ΚΑΙ 101 ΣΛΕΕ

### VII.2.1 ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ 330/2010

193. Οι συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε διαφορετική οικονομική βαθμίδα (εφεξής και «κάθετες συμφωνίες» ή «κάθετες συμπράξεις») εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής των άρθρων 1 παρ. 1 ν. 3959/2011 και 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ.

---

ενότητα I.C, καθώς και Κατευθυντήριες Γραμμές της Ευρ. Επιτροπής για τους κάθετους περιορισμούς, ΕΕ C130/1 της 19.05.2010, σημ. 203 επ. Βλ. επίσης ΕΑ 520/VI/2011 (TASTY), ο.π.

<sup>196</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές της Ευρ. Επιτροπής για τους κάθετους περιορισμούς, ΕΕ C130/1 της 19.05.2010, σημ. 205 επ. Βλ. επίσης αποφάσεις ΕΑ 520/VI/2011 (TASTY), 663/2018 (ΕΛΑΪΣ UNILEVER), ο.π.

<sup>197</sup>Βλ. ανωτέρω Ενότητες V.2.3 και VI.1

194. Ο Κανονισμός (ΕΕ) 330/2010<sup>198</sup>, σε συνδυασμό με τις ερμηνευτικές κατευθυντήριες γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τους κάθετους περιορισμούς<sup>199</sup>, εισάγουν τεκμήριο νομιμότητας (ευεργέτημα απαλλαγής) από την απαγορευτική διάταξη του άρθρου 101 ΣΛΕΕ, υπό την προϋπόθεση αφενός ότι οι σχετικές συμφωνίες δεν περιέχουν μορφές ιδιαίτερα σοβαρών περιορισμών και αφετέρου ότι το μερίδιο αγοράς του προμηθευτή και του αγοραστή δεν υπερβαίνει έκαστο το 30% στην οικεία σχετική αγορά<sup>200</sup>. Ειδικότερα, προβλέπονται περιοριστικά συγκεκριμένοι κάθετοι περιορισμοί, που αξιολογούνται ως «ιδιαιτέρως σοβαροί» (εξ αντικειμένου) περιορισμοί του ανταγωνισμού και οι οποίοι δεν απαλλάσσονται, ακόμη κι όταν τα μερίδια αγοράς προμηθευτή (ή/και διανομέα) υπολείπονται του ανωτέρω ορίου, ενώ συγχρόνως συμπαρασύρουν εκτός πεδίου εφαρμογής της ομαδικής απαλλαγής τη συμφωνία στο σύνολό της<sup>201</sup>. Οι εν λόγω περιορισμοί (όπως για παράδειγμα ο καθορισμός παγίου ή ελάχιστου επιπέδου τιμής μεταπώλησης και ο περιορισμός παθητικών πωλήσεων) δεν καλύπτονται ούτε από τον «ασφαλή λιμένα» που δημιουργείται για τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας με βάση τη σχετική Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, ενώ παράλληλα είναι ελάχιστα πιθανό να πληρούν τις προϋποθέσεις χορήγησης ατομικής απαλλαγής κατ' άρθρο 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ<sup>202</sup>.
195. Συνοπτικά, η ύπαρξη ενός περιορισμού ιδιαίτερης σοβαρότητας σε μια συμφωνία: (α) αποκλείει την εφαρμογή του ευεργετήματος της απαλλαγής, (β) οδηγεί στην παραδοχή ότι η συμφωνία συνεπάγεται αρνητικές επιπτώσεις για τον ανταγωνισμό και, συνεπώς, εμπίπτει στην απαγόρευση του άρθρου 101 παράγραφος 1 ΣΛΕΕ και (γ) οδηγεί στην επιπλέον παραδοχή ότι η συμφωνία είναι ελάχιστα πιθανό να πληροί τους όρους ατομικής απαλλαγής βάσει του άρθρου 101 παράγραφος 3 ΣΛΕΕ.
196. Στο πλαίσιο της ομοιόμορφης εφαρμογής του εθνικού και του ενωσιακού δικαίου για την προστασία του ανταγωνισμού, οι κάθετοι περιορισμοί του άρθρου 1 παρ. 1 του ν. 3959/2011 ερμηνεύονται και εξετάζονται σύμφωνα με τις διατάξεις του Κανονισμού (ΕΚ) 330/2010 (ο οποίος σε κάθε περίπτωση έχει άμεση εφαρμογή στις περιπτώσεις εφαρμογής εκ μέρους της ΕΑ του άρθρου 101 ΣΛΕΕ) και σύμφωνα με τις σχετικές Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς<sup>203</sup>. Τούτο προκύπτει ευθέως και από τις διατάξεις του Κανονισμού (ΕΚ) 1/2003 περί

<sup>198</sup>Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 330/2010 της Επιτροπής για την εφαρμογή του άρθρου 101 παράγραφος 3 της ΣΛΕΕ σε ορισμένες κατηγορίες κάθετων συμφωνιών και εναρμονισμένων πρακτικών, ΕΕ L 102 της 23.4.2010, σελ. 1 (εφεξής και «νέος Κανονισμός απαλλαγής κατά κατηγορίες» ή «Κανονισμός (ΕΕ) 330/2010» ή «νέος ΚΑΚ»). Ο Κανονισμός 330/2010 αντικατέστησε τον Κανονισμό 2790/1999. Βλ. Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 2790/1999 της Επιτροπής για την εφαρμογή του άρθρου 81 παράγραφος 3 της Συνθήκης σε ορισμένες κατηγορίες κάθετων συμφωνιών και εναρμονισμένων πρακτικών, ΕΕ L 336 της 29.12.1999, σελ. 21.

<sup>199</sup> Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ΕΕ C 130 της 19.5.2010, σελ. 1 (εφεξής και «νέες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς»). Βλ. και Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ΕΕ C 291 της 13.10.2000, σελ. 1 και τη σχετική νομολογία που παραπέμπει.

<sup>200</sup> Διευκρινίζεται στο σημείο αυτό ότι ο Κανονισμός (ΕΚ) 2790/1999 αναφέρεται μόνο στο μερίδιο αγοράς του προμηθευτή (βλ. σχετ. προοίμιο σκ. 8 και άρθρο 3 παρ. 1 αυτού), ενώ ο Κανονισμός (ΕΕ) 330/2010 αναφέρεται τόσο στο μερίδιο αγοράς του προμηθευτή όσο και του αγοραστή, τα οποία πρέπει αμφότερα να μην υπερβαίνουν το 30% στην οικεία σχετική αγορά (βλ. σχετ. προοίμιο σκ. 8 και άρθρο 3 παρ.1 αυτού).

<sup>201</sup> Κανονισμός (ΕΕ) 330/2010, ό.π. άρθρο 4.

<sup>202</sup> Βλ. Ανακοίνωση σχετικά με τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας οι οποίες δεν περιορίζουν σημαντικά τον ανταγωνισμό σύμφωνα με το άρθρο 101 παράγραφος 1 της ΣΛΕΕ (εφεξής και «Ανακοίνωση deminimis»), ΕΕ C 291 της 30.8.2014, παρ. 13. Βλ. επίσης Κατευθυντήριες Γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παράγραφος 3 της συνθήκης, ΕΕ C 101 της 27.4.2004, σελ. 97, παρ. 23 καθώς και Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 46 και νέες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 47.

<sup>203</sup> Βλ. και σχετική απόφαση ΣτΕ 4702/98 (αναφορικά με την ομοιόμορφη ερμηνεία του άρθρου 1 του ν. 703/1977 με βάση τα προβλεπόμενα στον προϊσχύσαντα Κανονισμό (ΕΚ) 1984/83).



ομοιόμορφης εφαρμογής του άρθρου 101 ΣΛΕΕ, αλλά και από τη σχετική από 17.12.2001 Ανακοίνωση ΕΑ<sup>204</sup>. Αντίστοιχα, το ίδιο ισχύει και για τον νέο Κανονισμό (ΕΕ) 330/2010<sup>205</sup>. Σημειώνεται ότι σύμφωνα με το άρθρο 10 του Κανονισμού (ΕΕ) 330/2010, «Ο παρών Κανονισμός αρχίζει να ισχύει από την 1η Ιουνίου 2010», ενώ σύμφωνα με το άρθρο 13 του Κανονισμού (ΕΚ) 2790/1999 «Ο παρών κανονισμός αρχίζει να ισχύει από την 1η Ιανουαρίου 2000». Κατά συνέπεια, δεδομένου ότι οι υπό κρίση συμβατικοί όροι τέθηκαν μεν σε ισχύ προ της 31.5.2010, αλλά διήρκεσαν και μετά από την ημερομηνία αυτή, εφαρμόζονται οι διατάξεις του Κανονισμού (ΕΕ) 330/2010 και των ερμηνευτικών αυτού Κατευθυντηρίων Γραμμών<sup>206</sup>.

## VII.2.2 Η ΥΠΑΡΞΗ «ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ» ΜΕΤΑΞΥ ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

197. Εν προκειμένω, όπως εκτέθηκε προηγουμένως, τα μέρη του υπό εξέταση δικτύου διανομής, δηλαδή τόσο η ΣΑΡΑΝΤΗΣ, όσο και οι συνεργαζόμενοι μεταπωλητές/χονδρέμποροι, με τους οποίους η ελεγχόμενη είχε συμβληθεί, ασκούν οικονομική δραστηριότητα και, ως εκ τούτου λογίζονται ως επιχειρήσεις, κατά την έννοια των διατάξεων περί ελεύθερου ανταγωνισμού.
198. Για την εφαρμογή των άρθρων 1 παρ. 1 του ν. 3959/2011 και 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ απαιτείται η ύπαρξη συμφωνίας που περιορίζει τον ανταγωνισμό, μεταξύ δύο τουλάχιστον ανεξάρτητων οικονομικά μεταξύ τους επιχειρήσεων. Συμφωνίες, κατά τις διατάξεις του ελεύθερου ανταγωνισμού, είναι κατεξοχήν οι συμβάσεις με την έννοια του αστικού δικαίου.
199. Προκειμένου να υπάρξει συμφωνία, αρκεί οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις ρητά ή σιωπηρά να εγκρίνουν από κοινού ένα σχέδιο που περιορίζει ή μπορεί να περιορίσει την κοινή ελευθερία τους, καθορίζοντας μεταξύ τους τις κατευθυντήριες γραμμές της αμοιβαίας δράσης τους (ή αποχής από τη δράση) στην αγορά. Αρκεί, δηλαδή, οι επιχειρήσεις να έχουν εκφράσει την κοινή τους βούληση να συμπεριφερθούν στην αγορά κατά καθορισμένο τρόπο<sup>207</sup>. Η ύπαρξη συμφωνίας μπορεί να προκύπτει άμεσα ή έμμεσα από τη συμπεριφορά των μερών. Είναι αδιάφορος ο γραπτός ή προφορικός χαρακτήρας της σύμβασης, καθώς και ο δεσμευτικός ή μη χαρακτήρας της, δηλαδή δεν απαιτούνται τυπικές διαδικασίες ούτε και κυρώσεις μη συμμόρφωσης ή μέτρα

<sup>204</sup>Στην εν λόγω Ανακοίνωση της ΕΑ της 17.12.2001 προβλέπονται τα ακόλουθα: «...η Επιτροπή Ανταγωνισμού εκτιμά ότι οι κάθετοι περιορισμοί που δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της ομαδικής απαλλαγής του Κανονισμού 2790/99, επειδή δεν συνιστούν τον απαιτούμενο για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ. 1 ΕΚ «αισθητό περιορισμό του ανταγωνισμού» εντός της κοινής αγοράς και «αισθητό επηρεασμό του εμπορίου μεταξύ κρατών-μελών», δεν είναι καταρχήν εύλογο να υπόκεινται σε διαφορετική και ενδεχομένως αυστηρότερη μεταχείριση από το εθνικό δίκαιο...». Με το σκεπτικό αυτό η ΕΑ εκδηλώνει την πρόθεσή της να αξιολογήσει τους κάθετους περιορισμούς που εμπίπτουν στο πεδίο του ν.703/1977 με βάση τα κριτήρια που προβλέπονται στον Κανονισμό (ΕΚ) 2790/1999 αναλόγως εφαρμοζόμενα.

<sup>205</sup>Βλ. και άρθρο 1 παρ. 4 ν. 3959/2011: «Οι Κανονισμοί της Ευρωπαϊκής Ένωσης περί εφαρμογής της παραγράφου 3 του άρθρου 101 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ) σε ορισμένες κατηγορίες συμφωνιών, αποφάσεων ενώσεων επιχειρήσεων ή εναρμονισμένων πρακτικών (Κανονισμοί ομαδικής απαλλαγής) εφαρμόζονται αναλόγως για την υπαγωγή στην παράγραφο 3 συμφωνιών, αποφάσεων και εναρμονισμένων πρακτικών που δεν είναι πιθανόν να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ κρατών - μελών κατά την έννοια της παραγράφου 1 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ».

<sup>206</sup>Με βάση τα ανωτέρω αναλυτικώς εκτεθέντα. Σε κάθε περίπτωση, τόσο ο νέος Κανονισμός όσο και οι νέες Κατευθυντήριες Γραμμές, δεν παρουσιάζουν ουσιαστικές διαφοροποιήσεις για τους σκοπούς της παρούσας υπόθεσης, σε σύγκριση με τον Κανονισμό (ΕΚ) 2790/1999 και τις αντίστοιχες Κατευθυντήριες Γραμμές.

<sup>207</sup>Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-41/69, *Chemiefarma* κατά Επιτροπής, Συλλ. 1970, σελ. 661, σκ. 111-113 και ΠΕΚ T-1/89, *Rhone-Poulenc* κατά Επιτροπής, Συλλ. 1991, σελ. II-867, σκ. 120, ΠΕΚ T-9/99, *HFB Holding* κατά Επιτροπής, Συλλ. 2002, σελ. II 1487, σκ. 199, ΠΕΚ T-168/01, *GlaxoSmithKline Services* κατά Επιτροπής, Συλλ. 2006, σελ. II-2969, σκ. 76.



εφαρμογής<sup>208</sup>. Η ύπαρξη της «συμφωνίας», επομένως, στηρίζεται στην ύπαρξη συμπτώσεως των βουλήσεων δύο τουλάχιστον μερών, της οποίας η μορφή εκδηλώσεως δεν είναι σημαντική, εφόσον συνιστά πιστή έκφραση των βουλήσεων αυτών<sup>209</sup>.

200. Η εν λόγω έννοια καλύπτει τόσο τις συμφωνίες που συνάπτονται μεταξύ ανταγωνιστών που δρουν στο ίδιο επίπεδο (οριζόντιες) όσο και εκείνες που συνάπτονται μεταξύ επιχειρήσεων που δρουν σε διαφορετικό επίπεδο της αλυσίδας παραγωγής ή διανομής, οι οποίες αφορούν στις προϋποθέσεις υπό τις οποίες τα μέρη δύνανται να προμηθεύονται, πωλούν ή μεταπωλούν αγαθά και υπηρεσίες (κάθετες)<sup>210</sup>.

201. Στην παρούσα υπόθεση, η συνεργασία μεταξύ της ΣΑΡΑΝΤΗΣ και των καταγγελλόντων μεταπωλητών της και οι επιμέρους όροι που περιλάμβανε αυτή (πιστωτικό όριο, ύψος εγγυητικής επιστολής, ποσοστό βασικής έκπτωσης κλπ.) εμπίπτουν ευθέως στην έννοια της «συμφωνίας» κατά τα προεκτεθέντα και δη στην έννοια της κάθετης συμφωνίας μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε διαφορετικό επίπεδο στην αλυσίδα διανομής. Συνεπώς, δεν τίθεται θέμα αμφισβήτησης της ύπαρξης συμφωνίας, υπό το πρίσμα του δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού.

### VII.2.3 ΕΞ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

202. Προκειμένου να εμπίπτει μια συμφωνία στην απαγόρευση των άρθρων 1 παρ. 1 ν. 3959/2011 και 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ πρέπει να έχει ως αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα την παρεμπόδιση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ανταγωνισμού εντός της οικείας αγοράς. Κατά πάγια ενωσιακή νομολογία ο διαζευκτικός χαρακτήρας αυτής της προϋπόθεσης επιβάλλει, καταρχάς, να εξεταστεί το ίδιο το αντικείμενο της συμφωνίας, λαμβανομένου υπόψη του οικονομικού πλαισίου εντός του οποίου εντάσσεται. Υπό την έννοια αυτή, εάν αποδειχθεί το επιζήμιο για τον ανταγωνισμό αντικείμενο μιας συμφωνίας, τότε παρέλκει η εξέταση των αποτελεσμάτων αυτής επί του ανταγωνισμού<sup>211</sup>.

203. Για να έχει η συμφωνία στρεφόμενο κατά του ανταγωνισμού αντικείμενο, αρκεί να είναι ικανή να επαχθεί αρνητικά για τον ανταγωνισμό αποτελέσματα, ήτοι να είναι εν τοις πράγμασι ικανή να παρεμποδίσει, να περιορίσει ή να νοθεύσει τον ανταγωνισμό εντός της σχετικής αγοράς. Το ερώτημα εάν και κατά πόσο παρόμοιο αποτέλεσμα παράγεται όντως, μπορεί να έχει σημασία μόνο για τον υπολογισμό του ύψους των προστίμων<sup>212</sup>.

204. Συναφώς, στην περίπτωση σύμπραξης που συνιστά «εξ αντικείμενου» περιορισμό του ανταγωνισμού, δεν απαιτείται η περαιτέρω έρευνα και απόδειξη κινδύνου βλάβης των καταναλωτών ή επέλευσης άλλων, συγκεκριμένων αποτελεσμάτων, εν δυνάμει βλαπτικών για τον

<sup>208</sup>Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-209/78 έως 215/78 και 218/78, *VanLandewyck κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1980, σελ. III 207, σκ. 85-86 και ΠΕΚ T- 1/89, ό.π., σκ. 43-44 και 97, ΠΕΚ T-9/99, ό.π., σκ. 200-201, ΠΕΚT-56/99, *Marlins κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2003, σελ. II-5225, σκ. 21. Βλ. επίσης ΔΕφαθ 2560/2009, σκ. 6.

<sup>209</sup>Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-41/69, *Chemiefarmakατά Επιτροπής*, παρ. 112, T-41/96, *Bayern. Commission*, παρ. 67-69, T-208/01, *Volkswagenκατά Επιτροπής*, παρ. 30-32, ΣτΕ 1677/2014, σκ. 5, καθώς και ΣτΕ 2007/2013, σκ. 17 και ΣτΕ 2780/2012, σκ. 5-6, με περαιτέρω παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία.

<sup>210</sup>Βλ. ενδεικτικά ΣτΕ2780/2012, σκ. 4 και ΔΕΚ C-56 & 58/64, *Consten&Grundig κατά Επιτροπής*, Συλλ. 1966, σελ. 429, σελ. απόφασης 370-371. Βλ. επίσης Κανονισμό (ΕΚ) 2790/1999, ο.π., άρθρο 2 παρ. 1 καθώς και Κανονισμό (ΕΕ) 330/2010, ό.π., άρθρο 1α).

<sup>211</sup>Βλ. ενδεικτικά ΔΕΕ C-32/11, *AllianzHungáriaBiztosító κ.λπ.*, Συλλ. ψηφιακή (Γενική Συλλογή), σκ. 33-34 και την εκεί παρατιθέμενη νομολογία καθώς και ΔΕΕ C-67/13 P, *CB κατά Επιτροπής*, απόφαση της 11 Σεπτεμβρίου 2014, αδημ., σκ. 48-49 και 52.

<sup>212</sup>Βλ. ενδεικτικά ΔΕΕ C-32/11, ό.π., σκ. 38 και ΔΕΚ C-8/08, *T-Mobile Netherlands κ.λπ.*, Συλλ. 2009, σελ. I-4529, σκ. 31.

ανταγωνισμό. Ούτως, η διαπίστωση ότι η σύμπραξη έχει αντικείμενο περιοριστικό του ανταγωνισμού δεν μπορεί να ανατραπεί, ούτε από ενδείξεις ότι δεν είχε αποτέλεσμα εντός της αγοράς ή ότι δεν είχε άμεση επίδραση επί των τιμών, ούτε από τη διαπίστωση ότι οι ενδιαφερόμενοι εξασφάλισαν ταυτόχρονα, δια της πρακτικής αυτής, ορισμένα πλεονεκτήματα ως προς τον ανταγωνισμό<sup>213</sup>.

205. Ειδικότερα ως προς τις κάθετες συμφωνίες, γίνεται δεκτό ότι παρά το γεγονός ότι συχνά είναι, ως εκ της φύσεώς τους, λιγότερο επιζήμιες για τον ανταγωνισμό σε σχέση με τις οριζόντιες συμφωνίες, μπορούν, υπό ορισμένες περιστάσεις, να εμπεριέχουν εν δυνάμει μία αυξημένη πιθανότητα περιορισμού του ανταγωνισμού. Υπό την έννοια αυτή, έχει κριθεί επανειλημμένα τόσο σε επίπεδο ενωσιακής όσο και σε επίπεδο εθνικής νομολογίας ότι μια κάθετη συμφωνία μπορεί να έχει ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού<sup>214</sup>. Αντιστοίχως, σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, οι περιορισμοί που χαρακτηρίζονται ως ιδιαίτερης σοβαρότητας σε οποιουδήποτε από τους ισχύοντες ή μελλοντικούς κανονισμούς απαλλαγής κατά κατηγορίες θεωρούνται ότι συνιστούν γενικά περιορισμούς λόγω αντικειμένου, οι οποίοι μάλιστα εκφεύγουν του ασφαλούς λιμένα που δημιουργείται από τα όρια μεριδίων αγοράς που προβλέπονται στην Ανακοίνωση de minimis ενώ, συγχρόνως, είναι μάλλον απίθανο να πληρούν τις προϋποθέσεις χορήγησης ατομικής απαλλαγής κατ' άρθρο 1 παρ. 3 ν. 3959/2011 καθώς και κατ' άρθρο 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ<sup>215</sup>.

206. Στην υπό κρίση υπόθεση εξετάζεται αν επιβλήθηκαν/συμφωνήθηκαν όροι καθορισμού τιμών μεταπώλησης καθώς και κατανομής αγορών/περιορισμού παθητικών πωλήσεων. Οι ελεγχόμενες αυτές πρακτικές προβλέπονται ρητά, ως ιδιαίτερης σοβαρότητας περιορισμοί, από τον Κανονισμό (ΕΕ) 330/2010, και συνιστούν, κατά τα ανωτέρω, περιορισμούς του ανταγωνισμού εξ' αντικειμένου<sup>216</sup> και ως εκ τούτου παρέλκει η εξέταση τυχόν αποτελεσμάτων τους στις σχετικές αγορές. Τούτο διότι, όπως προκύπτει από την ενωσιακή νομολογία<sup>217</sup>, κύρια επιδίωξη της διάταξης του άρθρου 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ είναι η διασφάλιση ότι κάθε επιχείρηση θα προσδιορίζει ανεξάρτητα (αυτόνομα) την οικονομική πολιτική της στη σχετική αγορά. Σε αυτό το πλαίσιο και με αυτό το πνεύμα, ο διανομέας πρέπει να έχει τη δυνατότητα να πωλεί ακόμη και με ζημία του, όπως επίσης να έχει και την ευχέρεια παραχώρησης διευκολύνσεων στους πελάτες του (π.χ. εκπτωτική πολιτική).

#### VII.2.4 Η ΦΥΣΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΗΣ ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΜΕ ΤΙΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΥΣΕΣ

207. Υπό το πρίσμα του Κανονισμού (ΕΕ) 330/2010, στις συμβάσεις αποκλειστικής διανομής, η προμηθεύτρια εταιρία αναλαμβάνει την υποχρέωση να εφοδιάζει μόνο έναν διανομέα σε

<sup>213</sup>Βλ. ενδεικτικά ΣτΕ 1677/2014, σκ. 4, ΣτΕ 1324/2013, σκ. 4 και ΣτΕ 2780/2012, σκ. 4 (όπου και παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία).

<sup>214</sup>Βλ. ενδεικτικά ΔΕΕ C-32/11, ό.π., σκ. 43, και την εκεί παρατιθέμενη ενωσιακή νομολογία. Βλ. επίσης ΕΑ 622/2015, 580/VII/2013, 495/VI/2010, 373/V/2007.

<sup>215</sup>Βλ. Ανακοίνωση de minimis, ό.π., παρ. 13, όπου και ρητή αναφορά στους περιορισμούς λόγω αντικειμένου καθώς και Commission staff working document, Guidance on restrictions of competition "by object" for the purpose of defining which agreements may benefit from the De Minimis Notice, 25.6.2014, σελ. 3-4, υπό στοιχείο 1 καθώς και υποενότητες 3.1 και 3.4, σελ. 13 και 16 αντίστοιχα. Βλ. επίσης και Κατευθυντήριες Γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ. 3 της Συνθήκης, ό.π., παρ. 23.

<sup>216</sup>Βλ. Commission staff working document, Guidance on restrictions of competition "by object" for the purpose of defining which agreements may benefit from the De Minimis Notice, ό.π., υποενότητες 3.1.1 και 3.4, σελ. 13 και 16 αντίστοιχα.

<sup>217</sup>Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-40/73, *SuikerUnieetc v. Commission*, Συλλ. 1975, σελ. 1663, ΔΕΚ C-172/80, *Züchner v. Bayerische Vereinsbank AG*, Συλλ. 1981, σελ. 2021, ΔΕΚ 89/85, *Ahlström etc v. Commission*, Συλλ. 1993, σελ. I-1307, καθώς επίσης και ΔΕΚ C-7/95 P, *John Deere v. Commission*, Συλλ. 1998, σελ. I-3111.

συγκεκριμένη και σαφώς οριοθετημένη γεωγραφική περιοχή, ενώ συγχρόνως τίθεται σχετικός γεωγραφικός περιορισμός στον διανομέα, με την έννοια ότι δεν επιτρέπονται οι εκ μέρους του ενεργητικές πωλήσεις σε άλλη περιοχή που ανατίθεται αποκλειστικά σε άλλον διανομέα του συστήματος<sup>218</sup>. Μέσα στο πλαίσιο αυτό, η δέσμευση του προμηθευτή να απέχει, με απόλυτο τρόπο, από το να ανταγωνίζεται με το δίκτυο διανομής του είναι συμβατή με τον Κανονισμό απαλλαγής κατά κατηγορίες<sup>219</sup>.

208. Εξάλλου, σύμφωνα με τον ίδιο ως άνω Κανονισμό Απαλλαγής κατά κατηγορίες, στις συμβάσεις αποκλειστικής κατανομής πελατείας, η προμηθεύτρια εταιρία συμφωνεί να πωλεί τα προϊόντα της μόνο σε έναν διανομέα για μεταπώληση σε συγκεκριμένη κατηγορία πελατών. Συγχρόνως ο διανομέας υπόκειται σε περιορισμούς όσον αφορά τις ενεργητικές πωλήσεις του σε άλλες κατηγορίες πελατών που έχουν καταναμηθεί σε αποκλειστική βάση<sup>220</sup>.
209. Εν προκειμένω, όπως προεκτέθηκε<sup>221</sup>, η συνεργασία της ΣΑΡΑΝΤΗΣ με τις καταγγέλλουσες ενέχει στοιχεία αποκλειστικής διανομής υπό την έννοια της παραχώρησης συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής και πελατείας («μικρή αγορά»), χωρίς ωστόσο να συνδυάζεται και με υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας.

#### **VII.2.4.1 ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΙΜΩΝ ΜΕΤΑΠΩΛΗΣΗΣ**

##### **Νομική αξιολόγηση επί του καθορισμού τιμών μεταπώλησης**

210. Η ελευθερία διαμόρφωσης των τιμών αποτελεί έναν από τους βασικότερους στόχους των άρθρων 1 παρ. 1 ν. 3959/2011 και 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ. Τα εν λόγω άρθρα μνημονεύουν ρητά, ως περιοριστικές του ανταγωνισμού, συμφωνίες ή εναρμονισμένες πρακτικές οι οποίες, άμεσα ή έμμεσα, καθορίζουν τις τιμές ή οποιουδήποτε άλλους όρους συναλλαγής που σχετίζονται με τη διαμόρφωση τιμών. Κατά πάγια νομολογία, ο άμεσος ή έμμεσος καθορισμός τιμών συνιστά πρόδηλο περιορισμό του ανταγωνισμού (και την κυριότερη περίπτωση εξ αντικειμένου νοθεύσεως του ανταγωνισμού)<sup>222</sup>.
211. Συμφωνίες που έχουν ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού είναι εκείνες που εκ της φύσεώς τους είναι ικανές να περιορίσουν τον ανταγωνισμό. Περιορισμοί του ανταγωνισμού ως αντικείμενο συμφωνιών θεωρούνται ειδικότερα όσον αφορά τις κάθετες συμφωνίες, η τήρηση

<sup>218</sup>Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 161 επ. και νέες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 151 επ.

<sup>219</sup>Βλ. Frank Wijckmans, Filip Tuytschaever, *Vertical Agreements in EU Competition Law*, 2<sup>nd</sup> Edition, Oxford University Press, 2011, σελ. 200, παρ. 6.11. Βλ. και νέες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 50, όπου χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι οι περιορισμοί στις πωλήσεις του προμηθευτή δεν αποτελούν ιδιαίτερης σοβαρότητας περιορισμούς. Πιο σύνθετο, ωστόσο, είναι το θέμα της εδαφικής προστασίας, από την οποία επωφελείται ένας αποκλειστικός διανομέας έναντι των λοιπών διανομέων του δικτύου. Συγκεκριμένα, ο τελευταίος μπορεί ως έναν βαθμό να προστατεύεται από τον ανταγωνισμό άλλων διανομέων που έχουν οριστεί σε συγκεκριμένες περιοχές ή προς εξυπηρέτηση συγκεκριμένης ομάδας πελατών, υπό την έννοια του περιορισμού των ενεργητικών πωλήσεων στην αποκλειστικώς παραχωρηθείσα περιοχή/πελατεία του. Ωστόσο, σε κάθε περίπτωση πρέπει να επιτρέπονται οι παθητικές πωλήσεις (βλ. σχετ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 50 και νέες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 51). Επομένως, ένας αποκλειστικός διανομέας πρέπει να μη δημιουργεί εμπόδια σε ενδεχόμενες πωλήσεις άλλων διανομέων σε πελάτες στην περιοχή του, εφόσον γίνονται με πρωτοβουλία των ίδιων των πελατών.

<sup>220</sup>Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 178 επ. και νέες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 168 επ.

<sup>221</sup> Βλ. ανωτέρω Ενότητα IV.1

<sup>222</sup>Βλ. ΕΑ 622/2015, σκ. 172, ΕΑ 580/VII/2013, σκ. 104 επικυρωθείσα από ΔΕΦΑΘ 527/2016, ΕΑ 495/VI/2010, σκ. 71 επικυρωθείσα από ΔΕΦΑΘ 2803/2011 καθώς και ΔΕΦΑΘ 2891/2010, σκ. 18.

πάγιων ή ελάχιστων τιμών μεταπώλησης. Εφόσον διαπιστωθεί ότι μία συμφωνία έχει ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού, παρέλκει να ληφθούν υπόψη οι συγκεκριμένες επιπτώσεις<sup>223</sup> της για την απόδειξη ύπαρξης παράβασης των άρθρων 1 ν. 3959/2011 και 101 ΣΛΕΕ. Η εφαρμογή των εν λόγω συμφωνιών στην πράξη και τα τυχόν αντι-ανταγωνιστικά αποτελέσματα από την εφαρμογή τους λαμβάνονται, ωστόσο, υπόψη κατά τον υπολογισμό των προστίμων.

212. Σύμφωνα με τη διάταξη του άρθρου 1 παρ. 1 του ν. 3959/2011 : *«1. Με την επιφύλαξη της παραγράφου 3, απαγορεύονται όλες οι συμφωνίες και εναρμονισμένες πρακτικές μεταξύ επιχειρήσεων και όλες οι αποφάσεις ενώσεων επιχειρήσεων, οι οποίες έχουν ως αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα την παρεμπόδιση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ανταγωνισμού στην Ελληνική Επικράτεια, και ιδίως εκείνες οι οποίες συνίστανται: α) στον άμεσο ή έμμεσο καθορισμό των τιμών αγοράς ή πώλησης ή άλλων όρων συναλλαγής [...]*».
213. Συναφώς, ο «άμεσος ή έμμεσος καθορισμός των τιμών αγοράς» δεν μπορεί να εξαιρεθεί από τον έλεγχο του άρθρου 1 παρ. 1 του ν. 3959/2011, στο πλαίσιο εφαρμογής της ομαδικής απαλλαγής του Κανονισμού (ΕΕ) 330/2010, καθώς πρόκειται για περιορισμό ιδιαίτερης σοβαρότητας για τον ανταγωνισμό (hard core restriction). Η δε ύπαρξη ενός ή περισσότερων περιορισμών ιδιαίτερης σοβαρότητας συνεπάγεται αποκλεισμό όλης της κάθετης συμφωνίας από το πεδίο εφαρμογής του ως άνω Κανονισμού<sup>224</sup>.
214. Συγκεκριμένα, το άρθρο 4 στοιχ. α' του Κανονισμού (ΕΚ) 330/2010 προβλέπει ότι *«Η απαλλαγή που προβλέπεται στο άρθρο 2 δεν ισχύει για τις κάθετες συμφωνίες οι οποίες, άμεσα ή έμμεσα, μεμονωμένα ή σε συνδυασμό με άλλους παράγοντες που υπόκεινται στον έλεγχο των μερών έχουν ως αντικείμενο: α) τον περιορισμό της δυνατότητας του αγοραστή να καθορίζει τις τιμές πώλησης, χωρίς να θίγεται η δυνατότητα του προμηθευτή να επιβάλει μέγιστη τιμή πώλησης ή να συνιστά τιμή πώλησης, υπό τον όρο ότι αυτές δεν ισοδυναμούν με πάγια ή ελάχιστη τιμή πώλησης συνεπεία πιέσεων οποιουδήποτε μέρους στη σύμβαση ή κινήτρων που προσφέρονται από οποιοδήποτε συμβαλλόμενο μέρος [...]*».
215. Συνεπώς, ο ιδιαίτερης σοβαρότητας περιορισμός που περιγράφεται στο άρθρο 4 στοιχείο α) των ως άνω Κανονισμών απαλλαγής κατά κατηγορίες αφορά τον καθορισμό των τιμών μεταπώλησης, δηλαδή τις συμφωνίες ή εναρμονισμένες πρακτικές που έχουν ως άμεσο ή έμμεσο αντικείμενό τους τον καθορισμό πάγιου ή ελάχιστου επιπέδου τιμής μεταπώλησης ή πάγιου ή ελάχιστου επιπέδου τιμής που ο αγοραστής οφείλει να τηρεί. Σε περίπτωση συμβατικών διατάξεων ή εναρμονισμένων πρακτικών, με τις οποίες καθορίζεται απευθείας η τιμή μεταπώλησης, ο περιορισμός του ανταγωνισμού είναι εμφανής. Ωστόσο, ο καθορισμός των τιμών μεταπώλησης μπορεί, επίσης, να επιτευχθεί με έμμεσο τρόπο. Τέτοια παραδείγματα αποτελούν, μεταξύ άλλων, οι συμφωνίες για καθορισμό του περιθωρίου κέρδους του διανομέα<sup>225</sup>, του ανωτάτου επιπέδου έκπτωσης που ο διανομέας μπορεί να χορηγήσει από ένα καθορισμένο επίπεδο τιμών<sup>226</sup>, η εξάρτηση της χορήγησης εκπτώσεων ή της επιστροφής των δαπανών

<sup>223</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις C-89 επ./85, Ahlstrom κατά Επιτροπής, παρ.175, C-306/96, Javico κατά YvesSaintLaurent, παρ.14-15, C-86/82, Hassebland κατά Επιτροπής, παρ.45-46, υπόθεση COMP/37.975 PO/Yamaha παρ.135 και Κατευθυντήριες Γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τους κάθετους περιορισμούς, 2000, παρ. 47.

<sup>224</sup>Βλ. σχετ. Κανονισμό (ΕΚ) 330/2010, ό.π., και Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής- Κατευθυντήριες γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ. 3 της Συνθήκης, ό.π., παρ. 46 και 66.

<sup>225</sup>Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-260/07, *Pedro IV Servicios*, Συλλ. 2009, σελ. I-2437, σκ. 78.

<sup>226</sup>Βλ. ενδεικτικά απόφαση της Επιτροπής της 16.7.2003, *PO/YAMAHA*, Υπόθεση COMP/37975, σκ. 67-71, 124-127.

προώθησης εκ μέρους του προμηθευτή από την τήρηση συγκεκριμένου επιπέδου τιμών<sup>227</sup>, η σύνδεση της καθορισμένης τιμής μεταπώλησης με τις τιμές μεταπώλησης των ανταγωνιστών<sup>228</sup>, οι απειλές, οι εκφοβισμοί, οι προειδοποιήσεις, η επιβολή κυρώσεων, η καθυστέρηση ή αναβολή παραδόσεων, η καταγγελία συμβάσεων σε συνάρτηση με την τήρηση συγκεκριμένου επιπέδου τιμών<sup>229</sup> και η απαγόρευση των παράλληλων εισαγωγών<sup>230</sup>. Περαιτέρω, τόσο οι άμεσοι ή έμμεσοι τρόποι για την επίτευξη του καθορισμού των τιμών μπορούν να γίνουν πιο αποτελεσματικοί όταν συνδυαστούν με τη λήψη μέτρων για τον εντοπισμό διανομέων που εφαρμόζουν μειωμένες τιμές, όπως η εφαρμογή συστήματος παρακολούθησης τιμών, η επιβολή υποχρέωσης στους λιανοπωλητές να καταγγέλλουν άλλα μέλη του δικτύου διανομής που παρεκκλίνουν από το καθορισμένο επίπεδο τιμών ή μέτρων που μπορεί να αποθαρρύνουν τον αγοραστή να μειώσει τις τιμές μεταπώλησης<sup>231,232</sup>. Με τους ίδιους έμμεσους τρόπους και εφαρμόζοντας τα ίδια "συνοδευτικά" μέτρα οι ανώτατες ή συνιστώμενες τιμές μπορεί να λειτουργούν ως καθορισμός των τιμών μεταπώλησης. Ωστόσο, ο εφοδιασμός του αγοραστή από τον πωλητή με κατάλογο συνιστώμενων ή ανώτατων τιμών δεν θεωρείται αφ' εαυτού ότι οδηγεί σε καθορισμό των τιμών μεταπώλησης<sup>233</sup>.

216. Αντιθέτως, οι συνιστώμενες/προτεινόμενες ή οι μέγιστες τιμές είναι καταρχήν συμβατές με τις απαγορευτικές διατάξεις των άρθρων 1 του ν. 3959/2011 και 101 ΣΛΕΕ, στο μέτρο που ο παραγωγός ή προμηθευτής περιορίζεται στην ανακοίνωση των τιμών αυτών στους διανομείς/μεταπωλητές και δεν προκύπτει άμεση ή έμμεση δέσμευση των τελευταίων για την τήρησή τους. Πρέπει, επίσης, να αποτρέπεται η επίταση της διαρθρωτικής ακαμψίας των τιμών, που παρεμποδίζει τον ανταγωνισμό ως προς τις τιμές. Συναφώς, δεν επιτρέπονται αυστηρές καθοδηγήσεις ως προς τον καθορισμό των τιμών λιανικής<sup>234</sup>. Ο πιθανός κίνδυνος για τον ανταγωνισμό των μέγιστων ή συνιστώμενων τιμών είναι ότι λειτουργούν ως εστιακό σημείο (focal point) για τους μεταπωλητές και ενδεχομένως εφαρμόζονται από τους περισσότερους ή και από όλους τους μεταπωλητές ή και ότι οι μέγιστες ή συνιστώμενες τιμές μπορεί να αμβλύνουν τον

<sup>227</sup>Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-107/82, ό.π., σκ. 124-128.

<sup>228</sup>Βλ. Frank Wijckmans/Filip Tuytschaever, ό.π., σελ. 144, όπου γίνεται εκτενής αναφορά σε υπόθεση *Tobacco*, Office of Fair Trading, 15 Απριλίου 2010.

<sup>229</sup>Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΚ C-107/82, ό.π., σκ. 129-130 και απόφαση της Επιτροπής 2001/711/ΕΚ (Υπόθεση COMP/F-2/36.693), ό.π., σκ. 66.

<sup>230</sup>Ειδικότερα, η απαγόρευση των παράλληλων εισαγωγών ελαττώνει το κίνητρο του αγοραστή για μείωση των τιμών μεταπώλησης διά μέσου του περιορισμού των πηγών προμήθειας. Βλ. Ενδεικτικά Ζευγώλης και Φώτης (2009) Η απαγόρευση παράλληλων εισαγωγών και η εφαρμογή του Κανονισμού για τις κάθετες συμφωνίες στον κλάδο των απορρυπαντικών οικιακής χρήσης, *ΔΕΕ*, 11, 1184-1190, Zevgolis and Fotis (2011) Prohibition of Parallel Imports as a Hard Core Restriction of Article 4 of Block Exception Regulation for Vertical Agreements: European Law and Economics, *Journal of Advanced Research in Law and Economics*, 2(4), 162-174, Zevgolis and Fotis (2014) Prohibition of parallel imports as a vertical restraint: per se approach or a misunderstanding?, *European Journal of Law and Economics*, 38, 323.

<sup>231</sup>Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 47 και αντίστοιχα νέες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 48.

<sup>232</sup>Τα αρνητικά αποτελέσματα του καθορισμού τιμών μεταπώλησης για τον ανταγωνισμό είναι κυρίως δύο: (1) μείωση του ενδοσηματικού ανταγωνισμού σε επίπεδο τιμών και (2) μεγαλύτερη διαφάνεια σε επίπεδο τιμών. Στην περίπτωση των πάγιων ή ελάχιστων προκαθορισμένων τιμών μεταπώλησης, οι διανομείς δεν δύνανται πλέον να ανταγωνίζονται ο ένας τον άλλον ως προς την τιμή του οικείου σήματος, με αποτέλεσμα την ολοσχερή εξάλειψη του ενδοσηματικού ανταγωνισμού σε επίπεδο τιμών.

<sup>233</sup>Βλ. σχετικά Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής- Κατευθυντήριες γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ. 3 της Συνθήκης, ό.π., παρ. 47 και 111.

<sup>234</sup>Βλ. ΕΑ 580/VII/2013, σκ. 106 και την εκεί αναφερόμενη νομολογία.



ενδοσηματικό ανταγωνισμό<sup>235</sup> ή να διευκολύνουν την αθέμιτη σύμπραξη μεταξύ των προμηθευτών<sup>236</sup>. Αυτό δε το απευκταίο αντί-ανταγωνιστικό αποτέλεσμα επιτείνεται στις περιπτώσεις εκείνες που ο καθορισμός ανώτατων ή συνιστώμενων τιμών δεν λειτουργεί για μικρό χρονικό διάστημα, αλλά εφαρμόζεται για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, με σαφή σταθερότητα και συστηματικότητα<sup>237</sup>. Με άλλα λόγια, πρέπει να εξετάζεται και να διακριβώνεται, λαμβάνοντας υπόψη το σύνολο των συμβατικών ρητρών εντός του οικονομικού και νομικού τους πλαισίου, καθώς και τη συμπεριφορά των μερών, εάν ο μεταπωλητής έχει στην πράξη πραγματική δυνατότητα να μειώσει την προτεινόμενη ή μέγιστη τιμή πώλησης ή εάν, αντιθέτως, αυτή η τιμή πώλησης των συμβατικών προϊόντων επιβάλλεται στο μεταπωλητή εν είδει πάγιας ή ελάχιστης τιμής, με έμμεσο τρόπο ή με συγκεκριμένα μέσα, όπως π.χ. με τον καθορισμό του σχετικού περιθωρίου κέρδους του ή του ανώτατου ορίου των μειώσεων που μπορεί να χορηγήσει με βάση την προτεινόμενη τιμή, με απειλές, με εκφοβισμό, με προειδοποιήσεις, με κυρώσεις ή με καταγγελία συμβάσεων σε συνάρτηση με την τήρηση συγκεκριμένου επιπέδου τιμών<sup>238</sup>.

217. Σημαντικός, τέλος, παράγοντας για την αξιολόγηση των πιθανών αποτελεσμάτων που αντιβαίνουν στον ανταγωνισμό των μεγίστων ή συνιστώμενων τιμών μεταπώλησης είναι η θέση του προμηθευτή στην αγορά. Όσο ισχυρότερη είναι η θέση του προμηθευτή στην αγορά, τόσο μεγαλύτερος είναι ο κίνδυνος μια μέγιστη ή μια συνιστώμενη τιμή μεταπώλησης να οδηγήσουν σε μια κατά το μάλλον ή ήττον ομοιόμορφη εφαρμογή αυτού του επιπέδου τιμών από τους μεταπωλητές διότι θα χρησιμοποιούνται από αυτούς ως σημείο εστίασης (focal point)<sup>239</sup>. Οι μεταπωλητές ενδέχεται να δυσκολεύονται να αποκλίνουν από τις προτεινόμενες ή μέγιστες τιμές μεταπώλησης, εφόσον θεωρούν ότι είναι αυτές που προτιμά ένας ιδιαίτερα ισχυρός προμηθευτής.

218. Εξάλλου, ακόμη και εάν ήθελε θεωρηθεί ότι οι επίμαχοι όροι συνιστούν καθορισμό ανώτατων τιμών μεταπώλησης επισημαίνεται, με βάση τα ανωτέρω αναλυτικώς εκτεθέντα, ότι τόσο οι ανώτατες όσο και οι ενδεικτικές τιμές μπορούν να οδηγήσουν σε έμμεσο καθορισμό τιμών μεταπώλησης, εάν εφαρμόζονται με άλλα «συνοδευτικά» μέτρα, όπως λ.χ. όρους για καθορισμό περιθωρίου κέρδους του διανομέα, καταγγελία συμβάσεων σε συνάρτηση με την τήρηση συγκεκριμένου επιπέδου τιμών, καθώς και εφαρμογή συστήματος παρακολούθησης τιμών.

### **Εφαρμογή των ανωτέρω επί των καταγγελλόμενων πρακτικών**

219. Εν προκειμένω, από τα μέτρα έρευνας της ΓΔΑ δεν επιβεβαιώθηκε ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ επέβαλε την τιμολογιακή και εκπτωτική της πολιτική στους συνεργαζόμενους χονδρεμπόρους με αποτέλεσμα τον έμμεσο καθορισμό της λιανικής τιμής πώλησης, καθώς του περιθωρίου κέρδους αυτών.

<sup>235</sup>Καθώς οδηγούν σε εξασθένηση των πιέσεων που ασκούνται για μείωση της τιμής των συγκεκριμένων αγαθών Βλ. σχετικά Κατευθυντήριες γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ. 3 της Συνθήκης, ό.π., παρ. 112.

<sup>236</sup>Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 226 και αντίστοιχα νέες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 227.

<sup>237</sup>Εξ αντιδιαστολής, για το λόγο τούτο, για παράδειγμα, στις περιπτώσεις που κατά τους καλοκαιρινούς μήνες έχει διαπιστωθεί κατακόρυφη αύξηση της τιμής των καυσίμων, υπουργικές αποφάσεις που κατά καιρούς έχουν ληφθεί για την αντιμετώπιση του συγκεκριμένου φαινομένου και αφορούν στον καθορισμό ανώτατης τιμής μεταπώλησης, ισχύουν για πολύ μικρό χρονικό διάστημα, προκειμένου να επιτελέσουν τον προσωρινό/βραχυχρόνιο σκοπό τους και μόνο.

<sup>238</sup>Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-279/06, *CEPSA*, Συλλ. 2008, σελ. I-6681, σκ. 71 καθώς και ΔΕΚ C-260/07, ό.π., σκ. 79-80.

<sup>239</sup>Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 227 και αντίστοιχα νέες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 228.



220. Όπως ήδη αναλύθηκε σε προηγούμενες ενότητες, από τα συλλεχθέντα αποδεικτικά στοιχεία δεν προκύπτει ότι η προτεινόμενη εμπορική πολιτική από την πλευρά της ΣΑΡΑΝΤΗΣ ήταν και δεσμευτική ως προς την τήρησή της από τους χονδρεμπόρους. Επίσης, δεν προσκομίστηκαν στοιχεία από τα οποία να προκύπτει ότι οι προωθητικές ενέργειες (ποσοστό έκπτωσης, αριθμός stand κλπ) ήταν υποχρεωτικές για τους χονδρεμπόρους. Δεν διαπιστώθηκε ούτε η δυνατότητα έμμεσης επιβολής λ.χ. μέσω εφαρμογής συστήματος παρακολούθησης, απειλής οικονομικών ή άλλων κυρώσεων (π.χ. καθυστέρηση ή ακύρωση παραγγελιών) ή καταγγελίας της συνεργασίας.
221. Ειδικότερα, κατά την εξέταση των τιμολογίων αγοράς και πώλησης που προσκόμισαν οι καταγγέλλουσες, η ΓΔΑ επιβεβαίωσε ότι τόσο στα τιμολόγια πώλησης των προϊόντων από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ στις καταγγέλλουσες όσο και στα τιμολόγια πώλησης των προϊόντων από αυτές στους πελάτες τους, ως τιμή μονάδας, κατά κανόνα αναφέρεται η τιμή μονάδας του τιμοκαταλόγου ΣΑΡΑΝΤΗΣ. Ωστόσο, η εν λόγω ταύτιση της τιμής μονάδας δεν συνιστά απόδειξη ότι αυτή ήταν αποτέλεσμα επιβολής ούτε ότι είχε ως συνέπεια τον καθορισμό της τιμής πώλησης προς τους πελάτες των συνεργατών της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, δεδομένου ότι οι συνεργαζόμενοι χονδρέμποροι διατηρούσαν τον δικό τους τιμοκατάλογο, ενώ δεν βρέθηκαν αποδεικτικά στοιχεία ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ επέβαλε στις καταγγέλλουσες να θέτουν τιμές τιμοκαταλόγου ίδιες με τις τιμές του δικού της τιμοκαταλόγου.
222. Όπως επισημάνθηκε προηγουμένως, στα τιμολόγια αγοράς και πώλησης που προσκόμισαν οι καταγγέλλουσες παρότι κατά κανόνα η τιμή μονάδας ταυτίζεται, η τελική καθαρή τιμή πώλησης διαφέρει στα δύο είδη τιμολογίων (αγοράς – πώλησης). Συγκεκριμένα, στα τιμολόγια της ΣΑΡΑΝΤΗΣ προς τις καταγγελλόμενες οι εκπτώσεις είναι εύλογα μεγαλύτερες από αυτές που αποδίδουν οι καταγγέλλουσες στους πελάτες τους. Επιπροσθέτως, από την εξέταση των αναγραφόμενων εκπτώσεων στα τιμολόγια πώλησης που προσκόμισαν οι καταγγέλλουσες, προκύπτει ότι οι καταγγέλλουσες δεν εφήρμοζαν την ίδια εκπτωτική πολιτική προς τους πελάτες τους<sup>240</sup>.
223. Εξάλλου, αναφορικά με την παρακολούθηση της τιμολογιακής πολιτικής των καταγγελλουσών εκ μέρους της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, ενώ προσκομίστηκε πληθώρα ηλεκτρονικής αλληλογραφίας με αναλυτικά στοιχεία πωλήσεων, ύψος αποθέματος κλπ. δεν εντοπίστηκαν από την Υπηρεσία αρχεία στα οποία οι καταγγέλλουσες κατέγραφαν τις τιμές πώλησης των προϊόντων ΣΑΡΑΝΤΗΣ προς τους πελάτες τους, ούτε κάποιο έγγραφο με το οποίο η ΣΑΡΑΝΤΗΣ ζητούσε από τις καταγγέλλουσες να την ενημερώνουν για τις τιμές πώλησης προς τους πελάτες τους.
224. Επιπροσθέτως, δεν προέκυψαν αποδεικτικά στοιχεία αναφορικά με τον ισχυρισμό των καταγγελλουσών ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ υποχρέωνε το δίκτυο χονδρεμπόρων να εγκαταστήσει το λογισμικό FlyersSalesManager (FSM), μέσω του οποίου παρακολουθούσε την τήρηση της εμπορικής και εκπτωτικής πολιτικής της<sup>241</sup>. Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ δεν είχε συνεχόμενη πρόσβαση (online) στα στοιχεία των χονδρεμπόρων μέσω του συστήματος FSM και ζητούσε από τις καταγγέλλουσες να τις στέλνουν συστηματικά τα στοιχεία πελατών, προϊόντων και πωλήσεων ανά δεκαπενθήμερο. Ωστόσο, δεν διαπιστώθηκε ότι η εν λόγω συστηματική ενημέρωση αποσκοπούσε στην επιβολή της τιμολογιακής πολιτικής ή των εκπτωτικών προγραμμάτων της ΣΑΡΑΝΤΗΣ. Περαιτέρω, από τα προσκομισθέντα στοιχεία<sup>242</sup> προκύπτει ότι μόνο στο πλαίσιο των (προαιρετικών) προωθητικών ενεργειών για συγκεκριμένα προϊόντα, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ εύλογα

<sup>240</sup> Βλ. Πίνακα 5.

<sup>241</sup> Βλ. σχετικά ΕΑ 663/2018 (ΕΛΑΪΣ UNILEVER), ό.π.

<sup>242</sup> Βλ. ανωτέρω Ενότητα VI.3

εφήρμοζε μία στενότερη επιτήρηση της πορείας των παραγγελιών και των αποθεμάτων, προκειμένου να είναι εφικτή η ορθή απόδοση των επιπλέον παροχών.

225. Σημειωτέον ότι όπως αναφέρει η ΣΑΡΑΝΤΗΣ, δεν είχε καμία δυνατότητα να ασκήσει πίεση ή να επιβάλει την εμπορική πολιτική της στις καταγγέλλουσες, καθότι αυτές πωλούσαν και προϊόντα άλλων προμηθευτών, συμπεριλαμβανομένων και ευθέως ανταγωνιστικών σημάτων<sup>243</sup>.
226. Περαιτέρω, αναφορικά με τον ισχυρισμό των καταγγελλουσών περί καθορισμού της τελικής τιμής πώλησης προς τον καταναλωτή, ουδεμία προσπάθεια επιβολής εκ μέρους της ΣΑΡΑΝΤΗΣ προκύπτει από τα στοιχεία του φακέλου. Αντιθέτως, η τιμή λιανικής που αναγράφεται στους τιμοκαταλόγους ΣΑΡΑΝΤΗΣ είναι μόνο προτεινόμενη<sup>244</sup>, ενώ η τελική τιμή διαμορφώνεται ελεύθερα από κάθε λιανέμπορο. Σύμφωνα με την ΣΑΡΑΝΤΗΣ, στον τιμοκατάλογο της εταιρίας υπάρχει η διευκρίνηση ότι «η τιμή στο ράφι είναι στην απόφαση του λιανέμπορου», γεγονός το οποίο επιβεβαιώνεται από τα στοιχεία του φακέλου.
227. Επισημαίνεται ότι σε κείμενα Οδηγιών της ΣΑΡΑΝΤΗΣ και σε ηλεκτρονική αλληλογραφία με θέμα το **λανσάρισμα νέων προϊόντων** που στάλθηκαν στους συνεργαζόμενους χονδρέμπορους και στο τμήμα πωλήσεων της ΣΑΡΑΝΤΗΣ εντοπίστηκαν αναφορές σε «λιανικές τιμές» ή «τιμές γνωριμίας» και όχι προτεινόμενες λιανικές τιμές, καθώς και αναφορές σε συγκεκριμένο ποσοστό έκπτωσης προς τα σημεία λιανικής πώλησης<sup>245</sup>. Ωστόσο, σύμφωνα με τις Κατευθυντήριες Γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τους κάθετους περιορισμούς<sup>246</sup>, είναι νόμιμος ο καθορισμός τιμών μεταπώλησης από έναν προμηθευτή στο πλαίσιο της εισαγωγής νέου προϊόντος μέσω «μίας συντονισμένης εκστρατείας χαμηλών τιμών σύντομης διάρκειας (τις περισσότερες φορές 2 έως 6 εβδομάδων), που θα είναι επίσης προς το συμφέρον των καταναλωτών».
228. Εξάλλου, από τα προσκομισθέντα στοιχεία<sup>247</sup> δεν προκύπτει ότι η εν λόγω προτεινόμενη τιμή λιανικής λειτούργησε στην πράξη ως «εστιακό σημείο (focal point)»<sup>248</sup>, ήτοι ότι οι λιανοπωλητές ευθυγράμμισαν την τιμολογιακή τους πολιτική με τον τιμοκατάλογο της ΣΑΡΑΝΤΗΣ.
229. Κατά συνέπεια, δεν στοιχειοθετείται η καταγγελλόμενη παράβαση.

#### **VII.2.4.2 ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΑΓΟΡΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΠΕΛΑΤΕΣ** **Νομική αξιολόγηση επί της κατανομής αγορών κατά περιοχές και κατά πελάτες**

230. Σύμφωνα με τη διάταξη του άρθρου 1 παρ. 1 του ν. 3959/2011 : «1. Με την επιφύλαξη της παραγράφου 3, απαγορεύονται όλες οι συμφωνίες και εναρμονισμένες πρακτικές μεταξύ

<sup>243</sup> Βλ. ανωτέρω Ενότητα VII.3

<sup>244</sup> Προκύπτει από την τιμή τιμοκαταλόγου ΣΑΡΑΝΤΗΣ στην οποία προστίθεται ο ΦΠΑ.

<sup>245</sup> Βλ. ανωτέρω Ενότητα VI.2

<sup>246</sup> Ο.π. παρ. 225

<sup>247</sup> Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 11031/23.12.2020 απαντητική επιστολή της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, σχετικό 7.

<sup>248</sup> Βλ. σχετικά ΕΑ 657/2018-MINEPBA παρ. 136: «Σημαντικός δε παράγων για την αξιολόγηση των πιθανών αποτελεσμάτων που αντιβαίνουν στον ανταγωνισμό από τις μέγιστες ή συνιστώμενες τιμές μεταπώλησης είναι η θέση του προμηθευτή στην αγορά. Όσο ισχυρότερη είναι αυτή η θέση, τόσο μεγαλύτερος είναι ο κίνδυνος μία μέγιστη ή συνιστώμενη τιμή μεταπώλησης να οδηγήσει σε κατά το μάλλον ή ήττον ομοιόμορφη εφαρμογή αυτού του επιπέδου τιμών από τους μεταπωλητές, διότι αυτοί είναι πιθανόν να τη χρησιμοποιήσουν ως σημείο εστίασης (focal point) Οι μεταπωλητές ενδέχεται να δυσκολεύονται να αποκλίνουν από τις προτεινόμενες ή μέγιστες τιμές μεταπώλησης, εφόσον θεωρούν ότι είναι αυτές που προτιμά ένας ιδιαίτερα ισχυρός προμηθευτής. Αυτή η δυσκολία υφίσταται, κατά την άποψη της Επιτροπής, και στην εξεταζόμενη περίπτωση, δεδομένου ότι η MINEPBA αποτελεί γνωστό σήμα και ταυτοχρόνως το δεύτερο κατά σειρά ισχυρότερο προμηθευτή στην ελληνική αγορά, μετά την ΕΛΛΑΪΣ UNILEVER, ενώ αντιστοίχως η διαπραγματευτική δύναμη ενός εκάστου χονδρέμπορου έναντι της MINEPBA θεωρείται περιορισμένη έως ασήμαντη.»

*επιχειρήσεων και όλες οι αποφάσεις ενώσεων επιχειρήσεων, οι οποίες έχουν ως αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα την παρεμπόδιση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ανταγωνισμού στην Ελληνική Επικράτεια, και ιδίως εκείνες οι οποίες συνίστανται: [...] γ) στην κατανομή των αγορών ή των πηγών εφοδιασμού [...]».*

231. Σύμφωνα με το άρθρο 4 του Κανονισμού (ΕΕ) 330/2010 δεν δύνανται να τύχουν ομαδικής απαλλαγής, βάσει του άρθρου 2 αυτού, κάθετες συμφωνίες που περιλαμβάνουν ορισμένες κατηγορίες περιορισμών ιδιαίτερης σοβαρότητας για τον ανταγωνισμό (hard core restrictions), όπως η επιβολή ελάχιστων και πάγιων τιμών μεταπώλησης, καθώς και ορισμένα είδη εδαφικής προστασίας. Οι κατηγορίες αυτές αποκλείονται από το ευεργέτημα της απαλλαγής κατά κατηγορία που εισάγεται με τον ως άνω Κανονισμό, ανεξάρτητα από το μερίδιο αγοράς των σχετικών επιχειρήσεων. Η δε ύπαρξη ενός ή περισσότερων περιορισμών ιδιαίτερης σοβαρότητας συνεπάγεται αποκλεισμό όλης της κάθετης συμφωνίας από το πεδίο εφαρμογής του ως άνω Κανονισμού<sup>249</sup>. Ειδικότερα, σύμφωνα με το άρθρο 4 παρ. 2 στοιχ. β) του Κανονισμού (ΕΕ) 330/2010, η απαλλαγή που προβλέπεται στο άρθρο 2 αυτού δεν ισχύει για τις κάθετες συμφωνίες οι οποίες, άμεσα ή έμμεσα, μεμονωμένα ή σε συνδυασμό με άλλους παράγοντες που υπόκεινται στον έλεγχο των μερών έχουν ως αντικείμενο, μεταξύ άλλων: «[...] β) τον περιορισμό σχετικά με την περιοχή στην οποία, ή σχετικά με τους πελάτες στους οποίους, ο αγοραστής δύναται να πωλεί τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που αναφέρονται στη σύμβαση εκτός από: -τους περιορισμούς επί των ενεργητικών πωλήσεων στην αποκλειστική εδαφική περιοχή ή σε αποκλειστική ομάδα πελατών του ίδιου προμηθευτή, ή παραχωρηθείσα από τον προμηθευτή σε άλλον αγοραστή, εφόσον ο εν λόγω περιορισμός δεν περιορίζει τις πωλήσεις των πελατών του αγοραστή [...]».

232. Ο ιδιαίτερης σοβαρότητας περιορισμός που περιγράφεται στο ως άνω άρθρο 4 παρ. 2 στοιχ. β) του Κανονισμού (ΕΕ) 330/2010, αφορά τις συμφωνίες ή τις εναρμονισμένες πρακτικές που έχουν ως άμεσο ή έμμεσο αντικείμενό τους τον περιορισμό των πωλήσεων από τον αγοραστή, στο βαθμό που οι εν λόγω περιορισμοί αναφέρονται στην περιοχή στην οποία, ή στους πελάτες στους οποίους ο αγοραστής δύναται να πωλεί τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που αναφέρονται στη σύμβαση. Ο περιορισμός αυτός αφορά την κατανομή των αγορών κατά περιοχές ή κατά πελάτες. Η δε ως άνω κατανομή μπορεί να προκύπτει από άμεσες υποχρεώσεις, όπως η υποχρέωση μη πώλησης σε ορισμένους πελάτες ή σε πελάτες σε ορισμένες περιοχές ή η υποχρέωση γνωστοποίησης των παραγγελιών από τους πελάτες αυτούς σε άλλους διανομείς. Μπορεί, όμως, να προκύπτει και από έμμεσου χαρακτήρα μέτρα που αποσκοπούν στο να αποτρέψουν το διανομέα από το να πωλεί σε ορισμένους πελάτες ή σε ορισμένες περιοχές, όπως η άρνηση ή μείωση των πριμ ή των εκπτώσεων, η άρνηση εφοδιασμού, η μείωση των παραδιδόμενων ποσοτήτων ή ο περιορισμός των παραδιδόμενων ποσοτήτων στη ζήτηση που διαπιστώνεται στην παραχωρηθείσα περιοχή ή ομάδα πελατών, η διατύπωση απειλής για καταγγελία της σύμβασης ή η επιβολή υποχρέωσης για μεταβίβαση κερδών<sup>250</sup>. Οι ενδεικτικώς αναφερόμενες πρακτικές είναι ακόμη πιθανότερο να θεωρηθούν ως περιορισμός των πωλήσεων που πραγματοποιεί ο αγοραστής με τη μορφή κατανομής των αγορών είτε κατά περιοχές είτε κατά πελάτες, όταν αυτές συνδυάζονται με την εφαρμογή ενός συστήματος παρακολούθησης για να ελέγχει τον πραγματικό προορισμό των παραδοθέντων αγαθών<sup>251</sup>.

<sup>249</sup>Βλ. σχετ. νέες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 70.

<sup>250</sup>Βλ. σχετικά νέες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 50, όπου αναφέρονται ενδεικτικά περισσότερα παραδείγματα έμμεσης μορφής περιορισμών.

<sup>251</sup>Στο σύστημα παρακολούθησης εκτιμάται ότι εντάσσεται και η υποχρέωση ενημέρωσης. Πρβλ. ΕΑ 455/V/2009, όπου κρίθηκε ότι «[...] και ο όρος 3.7 της σύμβασης προβλέπει υποχρέωση ενημέρωσης της εταιρείας PEARSON από την εταιρεία ΑΠΟΛΛΩΝ σε περίπτωση που η τελευταία δέχεται παραγγελίες εκτός της

233. Υπάρχουν, ωστόσο, τέσσερις εξαιρέσεις στον ως άνω ιδιαίτερης σοβαρότητας περιορισμό του άρθρου 4 παρ. 2 στοιχ. β) του Κανονισμού απαλλαγής κατά κατηγορίες (ΕΕ) 330/2010. Η πρώτη εξαίρεση επιτρέπει στον προμηθευτή να περιορίζει τις ενεργητικές πωλήσεις εκ μέρους των άμεσων αγοραστών του σε περιοχές ή σε ομάδες πελατών αποκλειστικώς παραχωρηθείσες σε άλλον αγοραστή ή στον ίδιο τον προμηθευτή από τον εαυτό του. Μια περιοχή ή μια ομάδα πελατών έχει παραχωρηθεί αποκλειστικά, όταν ο προμηθευτής συμφωνεί να πωλεί τα προϊόντα του σε ένα μόνο διανομέα, προς διανομή σε μια συγκεκριμένη περιοχή ή σε μια συγκεκριμένη ομάδα πελατών, και ο αποκλειστικός διανομέας προστατεύεται απέναντι σε ενεργητικές πωλήσεις στην περιοχή του ή στην ομάδα πελατών του από τον προμηθευτή και από όλους τους άλλους αγοραστές του προμηθευτή μέσα στην Κοινότητα. Ο προμηθευτής επιτρέπεται να συνδυάσει την παραχώρηση αποκλειστικότητας σε μια συγκεκριμένη περιοχή και σε μια συγκεκριμένη ομάδα πελατών, ορίζοντας για παράδειγμα έναν αποκλειστικό διανομέα για μια συγκεκριμένη ομάδα πελατών σε ορισμένη περιοχή. Η προστασία αυτή των αποκλειστικά παραχωρηθεισών περιοχών ή των αποκλειστικά παραχωρηθεισών ομάδων πελατών πρέπει, ωστόσο, να επιτρέπει τις παθητικές πωλήσεις στις περιοχές ή στους πελάτες αυτούς<sup>252</sup>.
234. Στο πλαίσιο της εφαρμογής του άρθρου 4 στοιχείο β) του ως άνω Κανονισμού απαλλαγής κατά κατηγορίες, η Επιτροπή ερμηνεύει τις "ενεργητικές" και τις "παθητικές" πωλήσεις ως ακολούθως:
235. Ως "ενεργητικές" πωλήσεις νοούνται: (1) η ενεργητική προσέγγιση μεμονωμένων πελατών εντός της αποκλειστικής περιοχής ή εντός της αποκλειστικής ομάδας πελατών ενός άλλου διανομέα, για παράδειγμα με απευθείας ταχυδρομικές αποστολές ή επισκέψεις, ή (2) η ενεργητική προσέγγιση μιας συγκεκριμένης ομάδας πελατών ή πελατών σε μια συγκεκριμένη περιοχή που έχει παραχωρηθεί κατ' αποκλειστικότητα σε άλλο διανομέα, μέσω διαφημίσεων στα μέσα μαζικής ενημέρωσης ή άλλων ενεργειών προώθησης που στοχεύουν ειδικά σε αυτήν την ομάδα πελατών ή σε πελάτες που βρίσκονται στη συγκεκριμένη περιοχή, ή (3) η εγκατάσταση αποθηκών ή πρατηρίου διανομής στην αποκλειστική περιοχή ενός άλλου διανομέα.
236. Ως "παθητικές" πωλήσεις νοούνται η ανταπόκριση στη ζήτηση που εκφράζεται αυτοβούλως από μεμονωμένους πελάτες, περιλαμβανομένης της διανομής αγαθών ή της παροχής υπηρεσιών σε αυτούς. Η γενική διαφήμιση ή η προώθηση με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ή μέσω του Internet, που προσεγγίζει πελάτες που βρίσκονται στις αποκλειστικές περιοχές ή που ανήκουν στις ομάδες πελατών άλλων διανομέων αλλά που αποτελεί εύλογο τρόπο για την προσέγγιση πελατών εκτός αυτών των περιοχών ή ομάδων πελατών, για παράδειγμα για την προσέγγιση πελατών σε μη

---

*γεωγραφικής περιοχής της Ελλάδος, παρέχοντας με τον τρόπο αυτό τη δυνατότητα στην εταιρεία PEARSON να αποτρέψει τις (παθητικές) εξαγωγές από την εταιρεία ΑΠΟΛΛΩΝ σε οποιαδήποτε περιοχή εκτός Ελλάδος και εντός της Κοινότητας [...]. Όπως προέκυψε από την ακροαματική διαδικασία, [...] ο εκδοτικός οίκος PEARSON χρησιμοποιούσε τυποποιημένα συμβόλαια διανομής σε όλα τα κράτη μέλη, στα οποία διένειμε τα βιβλία του. Αποτέλεσμα των εν λόγω συμβολαίων ήταν και στην προκειμένη περίπτωση η κατανομή των αγορών, που έρχεται σε αντίθεση με τους σκοπούς του δικαίου του ανταγωνισμού, διότι εμποδίζει την ευρωπαϊκή ολοκλήρωση». Ως εκ τούτου, η ΕΑ έκρινε ότι η διαπιστωθείσα απαγόρευση των παθητικών πωλήσεων συνιστούσε ανεπίτρεπτο περιορισμό (hardcorerestriction) του ανταγωνισμού, σύμφωνα με το άρθρο 4 στοιχ. β) του Κανονισμού 2790/1999. Βλ. και Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 49 και νέες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 50.*

<sup>252</sup>Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 50 και νέες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 51.

αποκλειστικές περιοχές ή στην περιοχή του ίδιου του διαφημιζόμενου, αποτελούν παθητικές πωλήσεις<sup>253</sup>.

237. Στα αρνητικά αποτελέσματα στην αγορά που ενδέχεται να προκληθούν από κάθετους περιορισμούς συγκαταλέγεται, μεταξύ άλλων, και η μείωση του ενδοσηματικού ανταγωνισμού μεταξύ διανομέων του ίδιου σήματος. Ειδικότερα, το κύριο αρνητικό αποτέλεσμα για τον ανταγωνισμό στην κατηγορία του «καταμερισμού της αγοράς», στην οποία υπάγονται εδαφικοί περιορισμοί μεταπώλησης και περιορισμοί μεταπώλησης σε συγκεκριμένη πελατεία, είναι η άμβλυνση του ενδοσηματικού ανταγωνισμού, η οποία είναι πιθανό να διευκολύνει τον διαμερισμό της αγοράς από τον προμηθευτή και, κατ' επέκταση, να παρεμποδίζει την ενοποίηση της αγοράς<sup>254</sup>.
238. Επισημαίνεται, ωστόσο, στο σημείο αυτό ότι ενώ η Ευρωπαϊκή Επιτροπή υιοθετεί μία οικονομική προσέγγιση που βασίζεται στα αποτελέσματα των συμφωνιών στην αγορά και εξετάζει τις κάθετες συμφωνίες στο νομικό και οικονομικό τους πλαίσιο, στην περίπτωση περιορισμών ιδιαίτερης σοβαρότητας (hard core restrictions) που αποτελούν αντικείμενο της συμφωνίας -όπως οι αναγραφόμενοι στο άρθρο 4 του Κανονισμού απαλλαγής κατά κατηγορίες (ΕΕ) 330/2010 - δεν απαιτείται, σύμφωνα με τη σχετική Ανακοίνωση, να εκτιμήσει τα πραγματικά αποτελέσματα των συμφωνιών αυτών στην οικεία αγορά<sup>255</sup>. Εφόσον δηλ. διαπιστωθεί ότι μία συμφωνία έχει ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού, παρέλκει να ληφθούν υπόψη οι συγκεκριμένες επιπτώσεις<sup>256</sup> της για την απόδειξη ύπαρξης παράβασης των άρθρων 1 ν. 3959/2011 και 101 ΣΛΕΕ. Η εφαρμογή των εν λόγω συμφωνιών στην πράξη και τα τυχόν αντι-ανταγωνιστικά αποτελέσματα από την εφαρμογή τους λαμβάνονται, ωστόσο, υπόψη κατά τον υπολογισμό των προστίμων.
239. Υπενθυμίζεται, τέλος, ότι οι κάθετες συμφωνίες που δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του Κανονισμού απαλλαγής κατά κατηγορίες δεν τεκμαίρονται παράνομες, αλλά μπορεί να αποτελέσουν αντικείμενο εξέτασης σε ατομική βάση. Οι εταιρίες ενθαρρύνονται να πραγματοποιούν τη δική τους εκτίμηση, χωρίς κοινοποίηση της συμφωνίας. Σε περίπτωση εξέτασης μιας συμφωνίας σε ατομική βάση από την ΓΔΑ, η τελευταία θα φέρει το βάρος της απόδειξης ότι η εν λόγω συμφωνία παραβιάζει τα άρθρα 1 παρ. 1 ν. 3959/2011 και 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ. Εφόσον αποδειχθεί ότι η συμφωνία έχει σημαντικά αρνητικά αποτελέσματα για τον ανταγωνισμό, η ελεγχόμενη επιχείρηση δύναται να προσκομίσει αποδείξεις προς υποστήριξη των ισχυρισμών της περί βελτίωσης της αποτελεσματικότητας και να εξηγήσει γιατί ορισμένο σύστημα διανομής είναι πιθανόν να αποφέρει οφέλη που πληρούν τις προϋποθέσεις απαλλαγής δυνάμει των άρθρων 1 παρ. 3 του ν. 3959/2011 και 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ. Ωστόσο, υπενθυμίζεται σχετικά ότι σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, οι περιορισμοί που χαρακτηρίζονται ως ιδιαίτερης σοβαρότητας σε οποιουδήποτε από τους ισχύοντες ή μελλοντικούς κανονισμούς απαλλαγής κατά κατηγορίες θεωρούνται ότι συνιστούν γενικά περιορισμούς λόγω αντικειμένου, οι οποίοι μάλιστα εκφεύγουν του ασφαλούς λιμένα που δημιουργείται από τα όρια μεριδίων αγοράς που προβλέπονται στην Ανακοίνωση de minimis ενώ, συγχρόνως, είναι μάλλον απίθανο

<sup>253</sup>Βλ. νέες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 51.

<sup>254</sup>Βλ. σχετικά Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 103 iii, 113, 114.

<sup>255</sup>Βλ. σχετικά Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 7 και ανωτέρω παρ. 205.

<sup>256</sup>Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις C-89 επ./85, Ahlstrom κατά Επιτροπής, παρ. 175, C-306/96, Javico κατά YvesSaintLaurent, παρ.14-15, C-86/82, Hasseblad κατά Επιτροπής, παρ.45-46, υπόθεση COMP/37.975 PO/Yamaha παρ.135 και Κατευθυντήριες Γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τους κάθετους περιορισμούς, 2000, παρ. 47.



να πληρούν τις προϋποθέσεις χορήγησης ατομικής απαλλαγής κατ' άρθρο 1 παρ. 3 ν. 3959/2011 και 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ<sup>257</sup>.

#### **Εφαρμογή των ανωτέρω επί των καταγγελλόμενων πρακτικών**

240. Εν προκειμένω, όπως προεκτέθηκε, η συνεργασία της ΣΑΡΑΝΤΗΣ με το δίκτυο χονδρεμπόρων αφορούσε συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές<sup>258</sup> και συγκεκριμένη πελατεία («μικρή αγορά»). Ωστόσο, ακόμη και αν ήθελε υποτεθεί ότι η παραχώρηση συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής σε κάθε καταγγέλουσα συνδέεται με απαγόρευση ενεργητικών πωλήσεων εκτός της εν λόγω περιοχής, από τα συλλεχθέντα στοιχεία δεν προκύπτει επιβολή εκ μέρους της ΣΑΡΑΝΤΗΣ καθολικής απαγόρευσης πωλήσεων (ήτοι και παθητικών) εκτός των παραχωρηθεισών περιοχών.
241. Περαιτέρω, όπως προεκτέθηκε, οι καταγγέλουσες δεν προσκόμισαν αποδεικτικά στοιχεία από τα οποία να προκύπτει η απαγόρευση προμήθειας των προϊόντων της ΣΑΡΑΝΤΗΣ από άλλους προμηθευτές<sup>259</sup>, ενώ και οι ίδιες πραγματοποιούσαν πωλήσεις προϊόντων ΣΑΡΑΝΤΗΣ σε άλλους χονδρεμπόρους (διασταυρούμενες πωλήσεις εντός δικτύου).
242. Κατά συνέπεια, δεν στοιχειοθετείται η καταγγελλόμενη παράβαση.

#### **VII.2.4.3 ΡΗΤΡΑ ΜΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ**

##### **Νομική αξιολόγηση επί της ρήτρας μη ανταγωνισμού (προώθησης συγκεκριμένου σήματος)**

243. Σύμφωνα με το άρθρο 5 παρ. 1 του Κανονισμού (ΕΕ) 330/2010, «η απαλλαγή που προβλέπεται στο άρθρο 2 δεν εφαρμόζεται όσον αφορά τις ακόλουθες υποχρεώσεις που περιέχονται σε κάθετες συμφωνίες: α) κάθε άμεση ή έμμεση υποχρέωση μη άσκησης ανταγωνισμού, η διάρκεια της οποίας είναι αόριστη ή υπερβαίνει τα πέντε έτη. [...]».
244. Η υποχρέωση μη άσκησης ανταγωνισμού υπό τη μορφή της «προώθησης συγκεκριμένου σήματος» καλύπτει τις συμφωνίες που έχουν ως κύριο χαρακτηριστικό ότι ο αγοραστής υποχρεώνεται ή παρακινείται να συγκεντρώνει τις παραγγελίες του για συγκεκριμένο είδος προϊόντος σε έναν προμηθευτή<sup>260</sup>. Η προώθηση συγκεκριμένου σήματος απαλλάσσεται βάσει του Κανονισμού (ΕΕ) 330/2010 όταν το μερίδιο αγοράς του προμηθευτή δεν υπερβαίνει το 30% (άρθρο 3) και η ισχύς της υποχρέωσης μη άσκησης ανταγωνισμού δεν υπερβαίνει σε διάρκεια τα πέντε έτη. Στην περίπτωση που το μερίδιο αγοράς στη σχετική αγορά υπερβαίνει το 30% ή υπάρχει υπέρβαση του χρονικού ορίου των 5 ετών, δεν εφαρμόζεται η ως άνω προβλεπόμενη ομαδική απαλλαγή και απαιτείται ατομική εκτίμηση ως προς τη συνδρομή των προϋποθέσεων

<sup>257</sup>Βλ. ανωτέρω παρ. 204, καθώς και Ανακοίνωση de minimis, ό.π., παρ. 13, όπου και ρητή αναφορά στους περιορισμούς λόγω αντικείμενου καθώς και Commission staff working document, Guidance on restrictions of competition "by object" for the purpose of defining which agreements may benefit from the De Minimis Notice, 25.6.2014, σελ. 3-4, υπό στοιχείο 1 καθώς και υποενότητες 3.1 και 3.4, σελ. 13 και 16 αντίστοιχα. Βλ. επίσης και Κατευθυντήριες Γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ. 3 της Συνθήκης, ό.π., παρ. 23.

<sup>258</sup>Βλ. ανωτέρω Ενότητα IV.1 και VI.6.

<sup>259</sup>Βλ. ανωτέρω Ενότητα VI.7. Ο συνδυασμός αποκλειστικής διανομής και αποκλειστικής προμήθειας αυξάνει τους πιθανούς κινδύνους μείωσης του ενδοσηματικού ανταγωνισμού και καταμερισμού της αγοράς. Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 162.

<sup>260</sup>Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 106 καθώς και παρ. 138 επ.



των άρθρων 1 παρ. 3 του ν. 3959/2011 και 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ<sup>261</sup>. Για τη διαπίστωση της ύπαρξης περιορισμού του ανταγωνισμού θα πρέπει να εκτιμηθεί ο βαθμός αποκλεισμού της αγοράς και περιορισμού του ενδοσηματικού ανταγωνισμού<sup>262</sup>.

245. Κατά την ατομική αξιολόγηση των αρνητικών επιπτώσεων στον ανταγωνισμό σύμφωνα με τα άρθρα 1 παρ. 1 ν. 3959/2011 και 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ, λαμβάνονται ιδίως υπόψη η θέση προμηθευτή στη σχετική αγορά, η θέση των ανταγωνιστών στην αγορά, η έκταση και διάρκεια ισχύος<sup>263</sup> της υποχρέωσης μη άσκησης ανταγωνισμού, οι φραγμοί εισόδου, η αντισταθμιστική ισχύς των αγοραστών και το επίπεδο εμπορίου που θίγεται από την ως άνω υποχρέωση<sup>264</sup>. Όσο ισχυρότερη θέση έχει ο προμηθευτής έναντι των ανταγωνιστών του, όσο μεγαλύτερο το δεσμευμένο από την υποχρέωση μη άσκησης ανταγωνισμού μερίδιο αγοράς και όσο μεγαλύτερη η διάρκεια της υποχρέωσης, τόσο υψηλότερος είναι και ο κίνδυνος αποκλεισμού της αγοράς<sup>265</sup>. Αντιστρόφως, όσο ισχυρότεροι ή/και περισσότεροι είναι οι καθιερωμένοι ανταγωνιστές τόσο μικρότερη είναι η απειλή ο καθένας μεμονωμένα να μπορεί να προκαλέσει αποκλεισμό και τόσο μικρότερος ο κίνδυνος άμβλυνσης του διασηματικού ανταγωνισμού. Πράγματι, εφόσον υπάρχει ικανοποιητικός αριθμός ανταγωνιστών με αρκετή ισχύ, δεν θεωρείται πιθανό να υπάρξουν αισθητά αντι-ανταγωνιστικά αποτελέσματα. Ο αποκλεισμός των ανταγωνιστών δεν είναι ιδιαίτερα πιθανός, όταν αυτοί κατέχουν παρόμοια θέση στην αγορά και είναι σε θέση να προσφέρουν εξίσου ελκυστικά προϊόντα. Αντίθετα, εάν οι ανταγωνιζόμενοι προμηθευτές είναι σημαντικά μικρότεροι από τον προμηθευτή που επιβάλλει την υποχρέωση μη άσκησης ανταγωνισμού θεωρείται πιθανό ότι οι προμηθευτές αυτοί θα αποκλειστούν<sup>266</sup>. Οι δε επιχειρήσεις που κατέχουν δεσπόζουσα θέση δεν επιτρέπεται να επιβάλλουν υποχρεώσεις μη άσκησης ανταγωνισμού στους αγοραστές τους, εκτός εάν μπορούν να δικαιολογήσουν αντικειμενικά μια τέτοια εμπορική πρακτική με γνώμονα τα άρθρα 2 ν. 3959/2011 ή /και 102 ΣΛΕΕ<sup>267</sup>. Τέλος, όταν διαπιστώνονται σοβαρά δυσμενή αποτελέσματα στον ανταγωνισμό, το ερώτημα μιας πιθανής ατομικής απαλλαγής βάσει των άρθρων 1 παρ. 3 του ν. 3959/2011 και 102 παρ. 3 ΣΛΕΕ τίθεται εφόσον ο προμηθευτής δεν κατέχει δεσπόζουσα θέση<sup>268</sup>.

### **Εφαρμογή των ανωτέρω επί των καταγγελλόμενων πρακτικών**

246. Εν προκειμένω, δεν στοιχειοθετήθηκε η επιβολή εκ μέρους της ΣΑΡΑΝΤΗΣ απαγόρευσης πώλησης ανταγωνιστικών προϊόντων από τις καταγγέλλουσες. Αντίθετα, διαπιστώθηκε ότι οι ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ και ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ εμπορεύονται και προϊόντα ευθέως ανταγωνιστικά προς αυτά της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, όπως αυτά της [...] <sup>269</sup>. Υπενθυμίζεται δε ότι ο κ.ε. των καταγγελλουσών από πωλήσεις προϊόντων ΣΑΡΑΝΤΗΣ δεν υπερέβαινε το [...] του συνολικού κ.ε. τους<sup>270</sup>.

247. Κατά συνέπεια, δεν στοιχειοθετείται η καταγγελλόμενη παράβαση.

<sup>261</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 139.

<sup>262</sup> Βλ. ΕΑ 520/2011, σκ. 204 με περαιτέρω παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία.

<sup>263</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 140, όπου σημειώνεται ότι οι υποχρεώσεις μη άσκησης ανταγωνισμού που η ισχύς τους υπερβαίνει την πενταετία θεωρείται για τα περισσότερα είδη επενδύσεων ότι δεν είναι αναγκαίες για την επίτευξη της υποτιθέμενης βελτίωσης της αποτελεσματικότητας ή ότι η βελτίωση αυτή δεν αρκεί για να υπερκεράσει το αποτέλεσμα στεγανοποίησης της αγοράς που προκαλείται από την υποχρέωση αυτή.

<sup>264</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 140-142, 144-145 και 146 επ.

<sup>265</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 141.

<sup>266</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 142.

<sup>267</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 141.

<sup>268</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 153.

<sup>269</sup> Βλ. ανωτέρω Ενότητα VI.4

<sup>270</sup> Βλ. ανωτέρω Ενότητα VII.3

## ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού σε Ολομέλεια, σε φανερή ψηφοφορία αποφάσισε ομόφωνα τα εξής:

1. Να απορριφθούν ως αβάσιμες οι συνεξετασθείσες υπ' αρ. 6106/19.10.2015, 6107/19.10.2015 και 6108/19.10.2015 καταγγελίες των εταιρειών «ΕΜΜΑΝΟΥΗΛΙΔΗΣ Δ. ΑΦΟΙ & ΣΙΑ Ο.Ε.», «ΚΟΥΤΣΙΚΟΠΟΥΛΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΕΕ» και «ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΒΕΕ» κατά της «ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ, ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ, ΟΙΚΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ» για παράβαση των άρθρων 1 και 2 του ν. 3959/2011,

2. Να διαπιστωθεί ότι δεν συντρέχει λόγος περαιτέρω δράσης της Επιτροπής Ανταγωνισμού ως προς την εφαρμογή των άρθρων 101 και 102 ΣΛΕΕ στην υπό κρίση υπόθεση.

Η απόφαση εκδόθηκε την 21η Ιανουαρίου 2022.

Η απόφαση να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Ο Πρόεδρος

ΙΩΑΝΝΗΣ ΛΙΑΝΟΣ





## ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ

Το Εθνικό Τυπογραφείο αποτελεί δημόσια υπηρεσία υπαγόμενη στην Προεδρία της Κυβέρνησης και έχει την ευθύνη τόσο για τη σύνταξη, διαχείριση, εκτύπωση και κυκλοφορία των Φύλλων της Εφημερίδας της Κυβερνήσεως (ΦΕΚ), όσο και για την κάλυψη των εκτυπωτικών - εκδοτικών αναγκών του δημοσίου και του ευρύτερου δημόσιου τομέα (ν. 3469/2006/Α' 131 και π.δ. 29/2018/Α' 58).

### 1. ΦΥΛΛΟ ΤΗΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ (ΦΕΚ)

- Τα **ΦΕΚ σε ηλεκτρονική μορφή** διατίθενται δωρεάν στο **www.et.gr**, την επίσημη ιστοσελίδα του Εθνικού Τυπογραφείου. Όσα ΦΕΚ δεν έχουν ψηφιοποιηθεί και καταχωριστεί στην ανωτέρω ιστοσελίδα, ψηφιοποιούνται και αποστέλλονται επίσης δωρεάν με την υποβολή αίτησης, για την οποία αρκεί η συμπλήρωση των αναγκαίων στοιχείων σε ειδική φόρμα στον ιστότοπο **www.et.gr**.

- Τα **ΦΕΚ σε έντυπη μορφή** διατίθενται σε μεμονωμένα φύλλα είτε απευθείας από το Τμήμα Πωλήσεων και Συνδρομητών, είτε ταχυδρομικά με την αποστολή αιτήματος παραγγελίας μέσω των ΚΕΠ, είτε με ετήσια συνδρομή μέσω του Τμήματος Πωλήσεων και Συνδρομητών. Το κόστος ενός ασπρόμαυρου ΦΕΚ από 1 έως 16 σελίδες είναι 1,00 €, αλλά για κάθε επιπλέον οκτασέλιδο (ή μέρος αυτού) προσαυξάνεται κατά 0,20 €. Το κόστος ενός έγχρωμου ΦΕΚ από 1 έως 16 σελίδες είναι 1,50 €, αλλά για κάθε επιπλέον οκτασέλιδο (ή μέρος αυτού) προσαυξάνεται κατά 0,30 €. Το τεύχος Α.Σ.Ε.Π. διατίθεται δωρεάν.

#### • Τρόποι αποστολής κειμένων προς δημοσίευση:

Α. Τα κείμενα προς δημοσίευση στο ΦΕΚ, από τις υπηρεσίες και τους φορείς του δημοσίου, αποστέλλονται ηλεκτρονικά στη διεύθυνση **webmaster.et@et.gr** με χρήση προηγμένης ψηφιακής υπογραφής και χρονοσήμανσης.

Β. Κατ' εξαίρεση, όσοι πολίτες δεν διαθέτουν προηγμένη ψηφιακή υπογραφή μπορούν είτε να αποστέλλουν ταχυδρομικά, είτε να καταθέτουν με εκπρόσωπό τους κείμενα προς δημοσίευση εκτυπωμένα σε χαρτί στο Τμήμα Παραλαβής και Καταχώρισης Δημοσιευμάτων.

- Πληροφορίες, σχετικά με την αποστολή/κατάθεση εγγράφων προς δημοσίευση, την ημερήσια κυκλοφορία των Φ.Ε.Κ., με την πώληση των τευχών και με τους ισχύοντες τιμοκαταλόγους για όλες τις υπηρεσίες μας, περιλαμβάνονται στον ιστότοπο (**www.et.gr**). Επίσης μέσω του ιστότοπου δίδονται πληροφορίες σχετικά με την πορεία δημοσίευσης των εγγράφων, με βάση τον Κωδικό Αριθμό Δημοσιεύματος (ΚΑΔ). Πρόκειται για τον αριθμό που εκδίδει το Εθνικό Τυπογραφείο για όλα τα κείμενα που πληρούν τις προϋποθέσεις δημοσίευσης.

### 2. ΕΚΤΥΠΩΤΙΚΕΣ - ΕΚΔΟΤΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΟΥ ΔΗΜΟΣΙΟΥ

Το Εθνικό Τυπογραφείο ανταποκρινόμενο σε αιτήματα υπηρεσιών και φορέων του δημοσίου αναλαμβάνει να σχεδιάσει και να εκτυπώσει έντυπα, φυλλάδια, βιβλία, αφίσες, μπλοκ, μηχανογραφικά έντυπα, φακέλους για κάθε χρήση, κ.ά.

Επίσης σχεδιάζει ψηφιακές εκδόσεις, λογότυπα και παράγει οπτικοακουστικό υλικό.

**Ταχυδρομική Διεύθυνση:** Καποδιστρίου 34, τ.κ. 10432, Αθήνα

**ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ:** 210 5279000 - fax: 210 5279054

#### ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΚΟΙΝΟΥ

**Πωλήσεις - Συνδρομές:** (Ισόγειο, τηλ. 210 5279178 - 180)

**Πληροφορίες:** (Ισόγειο, Γρ. 3 και τηλεφ. κέντρο 210 5279000)

**Παραλαβή Δημ. Ύλης:** (Ισόγειο, τηλ. 210 5279167, 210 5279139)

**Ωράριο για το κοινό:** Δευτέρα ως Παρασκευή: 8:00 - 13:30

Ιστότοπος: **www.et.gr**

Πληροφορίες σχετικά με την λειτουργία του ιστότοπου: **helpdesk.et@et.gr**

Αποστολή ψηφιακά υπογεγραμμένων εγγράφων προς δημοσίευση στο ΦΕΚ: **webmaster.et@et.gr**

Πληροφορίες για γενικό πρωτόκολλο και αλληλογραφία: **grammateia@et.gr**

**Πείτε μας τη γνώμη σας,**

για να βελτιώσουμε τις υπηρεσίες μας, συμπληρώνοντας την ειδική φόρμα στον ιστότοπό μας.

