

ΑΠΟΦΑΣΗ ΑΡΙΘ. *650/2017

**Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ
ΣΕ ΟΛΟΜΕΛΕΙΑ**

Συνεδρίασε στην Αίθουσα Συνεδριάσεων του 1ου ορόφου του κτηρίου των γραφείων της, επί της οδού Κότσικα 1Α, Αθήνα, την 4^η Σεπτεμβρίου 2017, ημέρα Δευτέρα και ώρα 10:00, με την εξής σύνθεση:

Πρόεδρος: Δημήτριος Κυριτσάκης

Μέλη: Άννα Νάκου (Αντιπρόεδρος)

Βικτωρία Μερτικοπούλου (Εισηγήτρια),

Νικόλαος Ζευγώλης,

Παναγιώτης Φώτης

Ιωάννης Πετρόγλου και

Μιχαήλ Πολέμης, λόγω κωλύματος του τακτικού μέλους Σωτήριου Καρκαλάκου

Γραμματέας: Ηλιάνα Κούτρα

Η Εισηγήτρια Λευκοθέα Ντέκα δεν συμμετείχε λόγω δικαιολογημένου κωλύματος.

Θέμα της συνεδρίασης: Λήψη απόφασης επί της προηγούμενης γνωστοποίησης κατ' άρθρο 6 παρ. 1 - 3 του ν. 3959/2011, που αφορά την απόκτηση κοινού ελέγχου της εταιρίας «ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ - ΜΕΒΓΑΛ - ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ» (δ.τ. «ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε.»), από την εταιρία «ΔΕΛΤΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ» (δ.τ. «ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ Α.Ε.») και την Οικογένεια Χατζάκου, η οποία αποτελείται από τους Μαρία Χατζάκου, σύζυγο Φωτίου Παπαδόπουλου, Κωνσταντίνο Παπαδόπουλο-Χατζάκο του Φωτίου και της Μαρίας, Μαριάννα Παπαδοπούλου-Χατζάκου του Φωτίου και της Μαρίας και Αικατερίνη χήρα Κωνσταντίνου Χατζάκου

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

Η υπόθεση συζητείται μετά από αναβολή της αρχικά προγραμματισμένης, για την 11^η Ιουλίου 2017 συνεδρίασης, κατόπιν αιτήματος (679/6.7.2017) των εμπλεκόμενων μερών.

Η εξέταση της υπόθεσης συνεχίσθηκε κατά τις συνεδριάσεις της Επιτροπής την 5^η Σεπτεμβρίου 2017, ημέρα Τρίτη και ώρα 12:30, την 12^η Σεπτεμβρίου 2017, ημέρα Τρίτη, και ώρα 10:00, την 13^η Σεπτεμβρίου 2017, ημέρα Τετάρτη και ώρα 14:00, την

* Η παρούσα απόφαση εκδίδεται σε τρεις, επιπλέον εκδόσεις με τα διακριτικά: 1) Έκδοση για το ΦΕΚ, 2) Έκδοση για την «ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ Α.Ε.» και 3) Έκδοση για την «ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε.». Από τις παραπάνω εκδόσεις έχουν αφαιρεθεί τα απόρρητα επιχειρηματικά στοιχεία (όπου η ένδειξη [...]) τα οποία δεν θα πρέπει να περιέλθουν σε γνώση του αντίστοιχου αποδέκτη της έκδοσης, σύμφωνα με το άρθρο 41 του ν. 3959/2011 (ΦΕΚ 93 Α'/20.4.2011), όπως ισχύει, και τον Κανονισμό Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ 54 Β'/16.1.2013). Όπου ήταν δυνατό τα στοιχεία που παραλείφθηκαν αντικαταστάθηκαν με ενδεικτικά ποσά και αριθμούς ή με γενικές περιγραφές (εντός [...]).

22^α Σεπτεμβρίου, ημέρα Παρασκευή και ώρα 14:00, την 3^η Οκτωβρίου, ημέρα Τρίτη και ώρα 13:00 και ολοκληρώθηκε την 18^η Οκτωβρίου 2017, ημέρα Τετάρτη και ώρα 12:00 με τη λήψη της Απόφασης.

Στη συζήτηση της υπόθεσης τα νομίμως κλητευθέντα γνωστοποιούντα μέρη παραστάθηκαν ως εξής: α) η εταιρία ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ με [...] της εταιρίας μετά των πληρεξουσίων δικηγόρων Δημητρίου Τζουγανάτου, Νικολάου Κοσμίδη, Αναστασίας Σταυροπούλου και Ματίνας Κρέστα και β) η οικογένεια Χατζάκου με [...] της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ, [...] της ΜΕΒΓΑΛ μετά των πληρεξουσίων δικηγόρων Δημητρίου Τζουγανάτου, Νικολάου Κοσμίδη, Αναστασίας Σταυροπούλου και Γεωργίου Γουλιέλμου. Επίσης, για την εταιρία ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ στη συνεδρίαση της 12ης Σεπτεμβρίου 2017, παραστάθηκε [...] της εταιρίας.

Στην αρχή της συζήτησης το λόγο έλαβε η Εισηγήτρια της υπόθεσης, Βικτωρία Μερτικοπούλου, η οποία ανέπτυξε συνοπτικά το περιεχόμενο της υπ' αριθ. πρωτ. 3608/26.6.2017 γραπτής Εισήγησης επί της κρινόμενης υπόθεσης και πρότεινε, για τους λόγους που αναφέρονται αναλυτικά στην Εισήγηση, την έγκριση από την Επιτροπή Ανταγωνισμού, κατ' άρθρο 8 παρ. 6 και παρ. 8 του ν. 3959/2011, της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης που αφορά στην απόκτηση κοινού ελέγχου της εταιρίας «ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ - ΜΕΒΓΑΛ - ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ» (δ.τ. «ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε.»), από την εταιρία «ΔΕΛΤΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ» (δ.τ. «ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ Α.Ε.») και την Οικογένεια Χατζάκου, η οποία αποτελείται από τους Μαρία Χατζάκου, σύζυγο Φωτίου Παπαδόπουλου, Κωνσταντίνο Παπαδόπουλο-Χατζάκο του Φωτίου και της Μαρίας, Μαριάννα Παπαδοπούλου-Χατζάκου του Φωτίου και της Μαρίας και Αικατερίνη χήρα Κωνσταντίνου Χατζάκου, υπό τον όρο της ανάληψης κατάλληλων δεσμεύσεων, ούτως ώστε να καταστεί η συγκέντρωση συμβατή με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού στις επί μέρους αγορές που εντοπίζονται αμφιβολίες κατά τα εκτεθέντα στο σκεπτικό της εισήγησης.

Κατά τις ως άνω συνεδριάσεις 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.

Η Ολομέλεια της Επιτροπής, κατά τη συνεδρίαση της 18^{ης} Οκτωβρίου 2017, ημέρα Τετάρτη και ώρα 12:00, προχώρησε σε διάσκεψη με τη συμμετοχή της Εισηγήτριας της υπόθεσης, Βικτωρίας Μερτικοπούλου, η οποία δεν έλαβε μέρος στην ψηφοφορία, και αφού έλαβε υπόψη την υπ' αριθ. πρωτ. 3608/26.6.2017 Έκθεση του αρμοδίου Εισηγητή, τα στοιχεία του φακέλου της κρινόμενης υπόθεσης, το ισχύον νομικό πλαίσιο, τις τελικές διαμορφωθείσες δεσμεύσεις, τις οποίες πρότειναν να αναλάβουν η εταιρία ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και η οικογένεια Χατζάκου, με το υπ' αριθ. πρωτ. 767/18.10.2017 έγγραφό τους και τις απόψεις που διατυπώθηκαν εγγράφως με τα υπομνήματα που κατέθεσαν και προφορικώς κατά τη συζήτηση της υπόθεσης,

ΣΚΕΦΘΗΚΕ ΩΣ ΕΞΗΣ

Ι Η ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΘΕΙΣΑ ΠΡΑΞΗ

Ι.1 ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ

1. Κατά το άρθρο 5 παρ. 2 ν. 3959/2011, συγκέντρωση επιχειρήσεων πραγματοποιείται όταν προκύπτει μόνιμη μεταβολή του ελέγχου, μεταξύ άλλων στην περίπτωση κατά την οποία ένα ή περισσότερα πρόσωπα που ελέγχουν ήδη τουλάχιστον μία επιχείρηση ή μια ή περισσότερες επιχειρήσεις αποκτούν άμεσα ή έμμεσα τον έλεγχο του συνόλου ή τμημάτων μιας ή περισσότερων άλλων επιχειρήσεων, με την αγορά τίτλων ή στοιχείων του ενεργητικού, με σύμβαση ή με άλλο τρόπο.

2. Με το υπ' αριθ. πρωτ. 938/15.2.2017 έγγραφο, η εταιρία «ΔΕΛΤΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ» και με διακριτικό τίτλο «ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ Α.Ε.» (εφεξής «ΔΕΛΤΑ» ή «γνωστοποιούσα») και η Μαρία Χατζάκου, ο Κωνσταντίνος Παπαδόπουλος - Χατζάκος, η Μαριάννα Παπαδοπούλου - Χατζάκου και η Αικατερίνη χήρα Κωνσταντίνου Χατζάκου (εφεξής η «Οικογένεια Χατζάκου») γνωστοποίησαν στην Επιτροπή Ανταγωνισμού (εφεξής «ΕΑ»), σύμφωνα με τα οριζόμενα στο άρθρο 6 παρ. 1-3 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει, την απόκτηση κοινού ελέγχου επί της εταιρίας «ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ - ΜΕΒΓΑΛ - ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ»¹.

3. Σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 6 παρ. 1 του ν. 3959/2011, η γνωστοποίηση (αριθ. πρωτ. 938) υπεβλήθη στην Ε.Α. την 15.2.2017, ήτοι εντός 30 ημερών από τη θέση σε ισχύ του από 19.1.2017 ανωτέρω αναφερόμενου Συμφώνου Μετόχων. Με την ως άνω γνωστοποίηση συνυποβλήθηκε το προβλεπόμενο στο άρθρο 45 παρ. 1 του ν. 3959/2011 παράβολο². Ως εκ τούτου, η εν λόγω γνωστοποίηση θεωρείται εμπρόθεσμη και παραδεκτή. Ως ημερομηνία προσήκουσας γνωστοποίησης λογίζεται η 11.4.2017³, δεδομένης της ανάγκης συμπλήρωσης του φακέλου⁴.

¹ Με το υπ' αριθ. πρωτ. 1008/17.2.2017 έγγραφο, η γνωστοποιούσα κοινοποίησε στην ΕΑ αντίτυπο του φύλλου της ημερήσιας οικονομικής εφημερίδας πανελλαδικής κυκλοφορίας «ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ» της 16.2.2017, στο οποίο δημοσίευσε την υπό κρίση πράξη, το δε κείμενο της ως άνω δημοσίευσης αναρτήθηκε στο διαδικτυακό τόπο της ΕΑ στις 20.2.2017, κατά τα προβλεπόμενα στο άρθρο 6 παρ. 6 του ν. 3959/2011.

² Το υποβληθέν παράβολο €1.100 εκδόθηκε την 10.2.2017 με α/α 780 (Σειρά Θ, 0781456) για την εταιρία ΔΕΛΤΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ.

³ Η ΓΔΑ απέστειλε την υπ' αριθ. πρωτ. οικ. 1119/23.2.2017 επιστολή παροχής στοιχείων προς τα γνωστοποιούντα μέρη, κατά τα προβλεπόμενα στο εδ. β' της παραγράφου 11 του άρθρου 8 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει, προκειμένου να συμπληρωθεί προσηκόντως ο φάκελος της γνωστοποίησης. Επί της επιστολής αυτής τα μέρη υπέβαλαν τμηματικά τις απαντήσεις τους (με τις υπ' αριθ. πρωτ. 1152/23.2.2017, 1212/28.2.2017, 1247/1.3.2017, 1390/7.3.2017, 1491/14.3.2017 και 1627/21.3.2017 επιστολές τους). Επί των απαντήσεων αυτών η ΓΔΑ ζήτησε με τις υπ' αριθ. πρωτ. 1705/22.3.2017 και 2009/3.4.2017 επιστολές της διευκρινιστικά και συμπληρωματικά στοιχεία, τα οποία οι γνωστοποιούσες υπέβαλαν τελικώς την 11.4.2017 (με τις με αριθ. πρωτ. 1856/28.3.2017, 1872/28.3.2017, 1977/31.3.2017 και 2225/11.4.2017 επιστολές).

⁴ Σημειωτέον, επίσης, ότι η ΓΔΑ με επιστολές της προς τους πελάτες, τους προμηθευτές, τις ανταγωνίστριες επιχειρήσεις των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση επιχειρήσεων και φορείς της αγοράς, ζήτησε την παροχή στοιχείων για να συμπληρωθεί ο φάκελος της υπόθεσης και να καταστεί δυνατή η αξιολόγηση της γνωστοποιηθείσας πράξης όσον αφορά στα αποτελέσματά της στις επιμέρους αγορές. Κατωτέρω παρατίθενται αναλυτικά οι αριθ. πρωτ. των απαντητικών επιστολών.

4. Εν συνεχεία, κατά την εξέταση της Γνωστοποιούμενης Συγκέντρωσης διαπιστώθηκε ότι σε ορισμένες από τις επιμέρους αγορές στις οποίες αυτή αφορά προκαλούνται σοβαρές αμφιβολίες ως προς το συμβατό της με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού. Ως εκ τούτου, εκδόθηκε, σύμφωνα με το άρθρο 8, παρ. 4 ν. 3959/2011, η υπ' αριθ. πρωτ. οικ. 2765/12.5.2017 απόφαση Προέδρου της ΕΑ⁵ με την οποία απεφασίσθη η κίνηση της διαδικασίας πλήρους διερεύνησης της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης.

Εφεξής, η παραπομπή στις επιστολές αυτές θα γίνεται με απλή αναφορά στην επωνυμία του αποστολέα τους:

SUPER MARKET

Βλ. τις απαντητικές επιστολές υπ' αριθ. πρωτ. 1950/30.3.2017 της ΜΑΣΟΥΤΗΣ, 2160/7.4.2017 και 2161/7.4.2017 της ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, 2269/12.4.2017 και 2486/28.4.2017 της ΠΕΝΤΕ, 2298/18.4.2017, 2299/18.4.2017 και 2529/2.5.2017 της LIDL, 2347/21.4.2017 της ΜΕΤΡΟ, 2360/21.4.2017 και 2361/21.4.2017 της ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ

ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ

Βλ. τις επιστολές υπ' αριθ. πρωτ. 1863/28.3.2017 του συνεταιρισμού «ΘΕΣΓΑΛΑ-ΠΙΕΣ», 1915/29.3.2017 της NESTLE ΕΛΛΑΣ Α.Ε., 1937/30.3.2017 και 1938/30.3.2017 της ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ Α.Ε., 2005/3.4.2017 της ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε., 2128/6.4.2017 της ΟΠΤΙΜΑ Α.Ε., 2195/10.4.2017 της ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΔΡΑΜΑΣ Α.Ε. - ΝΕΟΓΑΛ, 2202/10.4.2017 της ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε., 2272/12.4.2017 και 3148/1.6.2017 της ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε., 2277/12.4.2017 της ΣΕΡΓΑΛ Α.Ε., 2288/18.4.2017, 2292/18.4.2017 και 2444/26.4.2017 της ΚΡΙ-ΚΡΙ Α.Ε. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ, 2326/20.4.2017 και 2327/20.4.2017 της ΦΑΓΕ Α.Ε., 2350/21.4.2017 της ΗΠΕΙΡΟΣ Α.Ε.Β.Ε., 2358/21.4.2017 και 2359/21.4.2017 της ΤΡΙΚΚΗ Α.Ε., 2363/21.4.2017 και 2365/21.4.2017 της ΕΛΓΕΚΑ Α.Ε., 2371/21.4.2017, 2372/21.4.2017 και 2423/25.4.2017 της DANONE, 2414/25.4.2017 του ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ ΒΟΛΟΥ – ΕΒΟΛ, 2522/2.5.2017 και 2523/2.5.2017 της FRIESLANDCAMPINA ΕΛΛΑΣ Α.Ε.Β.Ε., 2783/15.5.2017 COCA - COLA 3Ε Ελλάδα Α.Ε.Β.Ε., 3037/26.5.2017 της ARLA FOODS ΕΛΛΑΣ Α.Ε.Β.Ε και 3042/26.5.2017 της ΣΤΑΜΟΥ Α.Ε.Β.Ε.

CATERING

Βλ. τις επιστολές υπ' αριθ. πρωτ. 1773/23.3.2017 της NEWREST ΕΛΛΑΣ Α.Ε., 1827/29.3.2017 της Γ. ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ & ΣΙΑ Ε.Ε., 1829/27.3.2017 της ΑΦΟΙ ΚΟΜΠΙΑΤΣΙΑΡΗ Α.Ε., 1985/31.3.2017 της ΑΟΥΤΟΓΚΡΙΑΛ ΕΛΛΑΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε., της 2220/10.4.2017 της QUALITY TASTE Α.Ε. και 2389/24.4.2017 της ΣΕΛΕΚΤ ΣΕΡΒΙΣ ΠΑΡΤΝΕΡ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.

DINING

Βλ. τις επιστολές υπ' αριθ. πρωτ. 1713/22.3.2017 της FOOD PLUS Α.Ε.Β.Ε., 1841/27.3.2017 της ΑΒΚ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΕΠΙΧ/ΣΕΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ Α.Ε., 2016/3.4.2017 της PREMIER CAPITAL ΕΛΛΑΣ Ανώνυμη Εταιρεία – Ίδρυση, Εκμετάλλευση και Λειτουργία Εστιατορίων, 2079/5.4.2017 της ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΜΙΚΡΟΓΕΥΜΑΤΑ Α.Ε.Β.Ε., 2095/5.4.2017 και 2096/5.4.2017, ΜΙΧΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ & ΣΙΑ Ε.Ε. (mi Cafetal), 2222/10.4.2017 της ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΦΕ Α.Ε.Ε. και 2253/12.4.2017 της ΜΙΚΕΛ ΚΑΦΕ Α.Ε.

ΣΥΛΛΟΓΟΙ ΑΓΕΛΑΔΟΤΡΟΦΩΝ

Βλ. τις επιστολές υπ' αριθ. πρωτ. 2021/3.4.2017 της ΕΝΩΣΗΣ ΦΥΛΗΣ ΧΟΛΣΤΑΪΝ ΕΛΛΑΔΑΣ και 2461/27.4.2017 του κου Δημ. Παπαδάκη (Πρώην Γεν. Γραμματέας του Συλλόγου Αγελαδοτρόφων Κεντρικής Μακεδονίας).

ΕΛ.Γ.Ο. - ΔΗΜΗΤΡΑ

Βλ. τις επιστολές υπ' αριθ. πρωτ. 2203/10.4.2017, 2945/23.5.2017 και 3181/2.6.2017 του ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΓΕΩΡΓΙΚΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ ΔΗΜΗΤΡΑ (ΕΛ.Γ.Ο. – ΔΗΜΗΤΡΑ).

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Βλ. την επιστολή υπ' αριθ. πρωτ. 2898/18.5.2017 της Δ/σης ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΚΑΙ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ ΖΩΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ της Γενικής Δ/σης ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΖΩΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΚΤΗΝΙΑΤΡΙΚΗΣ του ΥΠΟΥΡΓΕΙΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ.

⁵ Η οποία κοινοποιήθηκε στις συμμετέχουσες στις 12.5.2017.

5. Σύμφωνα με τα γνωστοποιούντα μέρη⁶, οι οικονομικοί και στρατηγικοί λόγοι που δικαιολογούν την υπό κρίση συγκέντρωση αφορούν κυρίως την οικονομική επιβίωση της ΜΕΒΓΑΛ, η οποία τα τελευταία χρόνια έχει πληγεί από τη σημαντική πτώση των πωλήσεών της, τον υπέρογκο δανεισμό της και τις υψηλές βραχυπρόθεσμες οικονομικές υποχρεώσεις της.

6. Συγκεκριμένα, ο κύκλος εργασιών της ΜΕΒΓΑΛ το διάστημα 2012-2015 μειώθηκε κατά 57% και τα αποτελέσματά της για το 2015 ήταν ζημιογόνα κατά -14,3 εκ. ευρώ, παρουσιάζοντας σημαντική αύξηση έναντι των ζημιών του 2014 (-6,1 εκ. ευρώ). Επιπλέον, το 2015 τα ίδια κεφάλαια της ΜΕΒΓΑΛ διαμορφώθηκαν αρνητικά στα -6,9 εκ. ευρώ σε σχέση με τα 7,2 εκ. ευρώ του 2014⁷.

7. Τα γνωστοποιούντα μέρη επισημαίνουν ότι, προκειμένου να ληφθεί η συναίνεση των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων για την δανειακή αναδιάρθρωση της ΜΕΒΓΑΛ, πραγματοποιήθηκε, με έκτακτη ΓΣ της 1.6.2016, αύξηση κεφαλαίου με προσωπική χρηματοδοτική συμμετοχή των μετόχων, ενώ τον Οκτώβριο του 2016 εκπονήθηκε πενταετές επιχειρηματικό σχέδιο («Business Plan»), η αξιοπιστία του οποίου αποτελεί, κατά τα γνωστοποιούντα μέρη, απαραίτητο όρο έγκρισης της αναδιάρθρωσης από τις πιστώτριες τράπεζες. Στα πλαίσια της αναδιάρθρωσης πραγματοποιήθηκε και μεταβίβαση του συνόλου των εμπορικών σημάτων και των ονομασιών χώρου που δεν είχαν κατασχεθεί από εγχώρια πιστωτικά ιδρύματα στην BARTONS GLOBAL HOLDINGS INC, ως εξασφάλιση των απαιτήσεων (από δάνειο) της τελευταίας έναντι της ΜΕΒΓΑΛ. Επιπλέον, τα γνωστοποιούντα μέρη σημειώνουν ότι έχουν προβεί σε σημαντική επένδυση και οικονομική έκθεση προκειμένου να αποκτήσουν τον κοινό έλεγχο της ΜΕΒΓΑΛ, καθώς κατέβαλαν συνολικά ποσό 14.553.600,59 εκ. ευρώ για την απόκτηση της συμμετοχής τους στη ΜΕΒΓΑΛ, εκ των οποίων 10 εκ. ευρώ διατέθηκαν για την κεφαλαιακή ενίσχυση της εν λόγω εταιρίας.

8. Σύμφωνα με τα γνωστοποιούντα μέρη, ενόψει της ανωτέρω δυσχερούς οικονομικής κατάστασης και των ενεργειών που έχουν ήδη πραγματοποιηθεί, η υπό κρίση συγκέντρωση αποτελεί σημαντική ευκαιρία διάσωσης και ανάπτυξης μιας εταιρίας με μακρά ιστορία στον γαλακτοκομικό κλάδο. Κατά τα γνωστοποιούντα μέρη, στόχος της συγκέντρωσης είναι η δημιουργία νέας οντότητας, η οποία θα τελεί υπό το καθεστώς κοινού ελέγχου της ΔΕΛΤΑ και της οικογένειας Χατζάκου. Η νέα οντότητα θα διατηρεί λειτουργική και επιχειρηματική αυτονομία, με την οικογένεια Χατζάκου να ασκεί τη διοίκηση και να διορίζει το Διευθύνοντα Σύμβουλο της ΜΕΒΓΑΛ, και τη ΔΕΛΤΑ να διατηρεί δικαίωμα αρνησικυρίας (veto) σε ορισμένες στρατηγικής σημασίας αποφάσεις. Τα γνωστοποιούντα μέρη τονίζουν ότι η νέα οντότητα δεν θα εμφανίζεται ως ενιαία στην αγορά, ενώ η, κατά περίπτωση, ανάπτυξη συνεργειών θα υπόκειται στην αποφασιστικής

⁶ Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 938/15.02.2017 Έντυπο γνωστοποίησης και από 23.2.2017 Υπόμνημα (έγγραφο υπ' αριθ. πρωτ. 1152/24.2.2017).

⁷ Κατά τα γνωστοποιούντα μέρη, η χρηματοοικονομική κατάσταση της ΜΕΒΓΑΛ δεν συνάδει με τα τεκταινόμενα στον κλάδο, διότι το 2015 κατά μέσο όρο οι υπόλοιπες επιχειρήσεις του κλάδου παρουσίασαν άνοδο των πωλήσεών τους, γεγονός που δείχνει ότι η ΜΕΒΓΑΛ χάνει διαρκώς πωλήσεις προς όφελος των ανταγωνιστών της και εξακολουθεί να αντιμετωπίζει πρόβλημα οικονομικής βιωσιμότητας, παρά το ότι ο κλάδος των γαλακτοκομικών παρουσιάζει περιθώρια ανάκαμψης. Σύμφωνα με τα γνωστοποιούντα μέρη, η δυσμενής οικονομική θέση της ΜΕΒΓΑΛ καταδεικνύεται και από [...].

σημασίας έγκριση της οικογένειας Χατζάκου. Κατά την εκτίμηση των γνωστοποιούντων μερών, οι συνέργειες της συγκέντρωσης (οι οποίες ωστόσο δεν έχουν καθοριστεί συγκεκριμένα) θα οδηγήσουν σε βελτιώσεις αποτελεσματικότητας ως προς τη διανομή προϊόντων, την εξυπηρέτηση απομακρυσμένων περιοχών και την εξοικονόμηση του κόστους παραγωγής και μεταφοράς, που θα λειτουργήσουν προς όφελος των τελικών καταναλωτών. Κατά την εκτίμηση των γνωστοποιούντων μερών, η φύση του ασκούμενου από τη ΔΕΛΤΑ ελέγχου επί της ΜΕΒΓΑΛ (ως μη αυτοτελούς) θα πρέπει να αποτελέσει παράγοντα αξιολόγησης από την Υπηρεσία των αποτελεσμάτων μη συντονισμένης συμπεριφοράς της συγκέντρωσης στις αγορές νωπού και σοκολατούχου γάλακτος, στις οποίες θα αποκτηθούν υψηλά αθροιστικά μερίδια σε συνέχεια της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης.

9. Εν προκειμένω, τα γνωστοποιούντα μέρη ισχυρίζονται ότι η υπό κρίση συγκέντρωση αποσκοπεί (και) στη διάσωση της ΜΕΒΓΑΛ και έχει οιονεί εξυγιαντικό χαρακτήρα. Ωστόσο, όπως ρητώς δήλωσαν⁸, τα γνωστοποιούντα μέρη δεν επικαλούνται ότι η ΜΕΒΓΑΛ αποτελεί «προβληματική επιχείρηση»⁹. Επομένως, παρέλκει οποιαδήποτε περαιτέρω ανάλυση σχετικώς.

10. Εξάλλου, τα μέτρα αναδιοργάνωσης των επιχειρήσεων υπό μορφή συγκεντρώσεων μπορεί να αποτελούν εκδήλωση δυναμικού ανταγωνισμού και να ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα ενός κλάδου¹⁰. Αυτή η βελτίωση της αποτελεσματικότητας είναι δυνατόν να εξουδετερώνει ενδεχόμενες αρνητικές συνέπειες της συγκέντρωσης για τον ανταγωνισμό, και ιδίως για τους καταναλωτές. Για να διαπιστωθεί αν μια συγκέντρωση ενδέχεται να παρακωλύσει σημαντικά τον ανταγωνισμό, ιδίως με τη δημιουργία ή την ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης, θα πρέπει να πραγματοποιηθεί μια σφαιρική αξιολόγηση της συγκέντρωσης από άποψη ανταγωνισμού. Ωστόσο, κατά την αξιολόγηση της συγκέντρωσης, οποιαδήποτε βελτίωση της αποτελεσματικότητας πρέπει να είναι προς όφελος των καταναλωτών, να προκύπτει σαφώς ως αποτέλεσμα της γνωστοποιηθείσας

⁸ Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1856/28-03-2017 απαντητική επιστολή της εν λόγω εταιρίας.

⁹ Η ΕΑ μπορεί να κρίνει ότι μια συγκέντρωση, που κατά τα άλλα δημιουργεί προβλήματα ανταγωνισμού, μπορεί να συμβιβάζεται με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού, αν μία από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις είναι προβληματική. Βασική προϋπόθεση είναι να μην μπορεί να θεωρηθεί ως συνέπεια της συγκέντρωσης η στρέβλωση της διάρθρωσης του ανταγωνισμού που έπεται της τελευταίας. Αυτό προκύπτει εφόσον η διάρθρωση του ανταγωνισμού στην αγορά θα παρουσίαζε τουλάχιστον τα ίδια προβλήματα και αν δεν υπήρχε η συγκέντρωση. Για να γίνει δεκτό το επιχείρημα της "προβληματικής επιχείρησης" πρέπει να συντρέχουν οι ακόλουθες τρεις προϋποθέσεις: πρώτον, η φερομένη ως προβληματική επιχείρηση θα αναγκασθεί στο εγγύς μέλλον να αποχωρήσει από την αγορά λόγω των οικονομικών δυσχερειών που αντιμετωπίζει, αν δεν εξαγορασθεί από άλλη επιχείρηση. Δεύτερον, δεν υπάρχει άλλη εναλλακτική δυνατότητα εξαγοράς, λιγότερο επιβλαβής για τον ανταγωνισμό, εκτός από την κοινοποιηθείσα συγκέντρωση. Τρίτον, αν δεν πραγματοποιηθεί συγκέντρωση, η προβληματική επιχείρηση θα παύσει αναπόφευκτα να ασκεί τις δραστηριότητές της στην αγορά. Εναπόκειται στα κοινοποιούντα μέρη να υποβάλουν σε εύθετο χρόνο όλες τις σχετικές πληροφορίες που είναι αναγκαίες για να αποδείξουν ότι πληρούνται τα τρία ανωτέρω κριτήρια και ότι η στρέβλωση της διάρθρωσης του ανταγωνισμού, που έπεται της συγκέντρωσης, δεν οφείλεται στην τελευταία. Βλ. Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής «Κατευθυντήριες γραμμές για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων σύμφωνα με τον κανονισμό του Συμβουλίου για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων» ΕΕ C 31/2004, (εφεξής Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων), σημείο 89 επ.

¹⁰ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων, ό.π., σημείο 76 επ.

συγκέντρωσης και να είναι επαληθεύσιμη. Οι προϋποθέσεις αυτές ισχύουν σωρευτικά¹¹. Οι περισσότερες από τις πληροφορίες βάσει των οποίων οι αρχές ανταγωνισμού αξιολογούν κατά πόσον μια συγκέντρωση θα επιφέρει βελτιώσεις της αποτελεσματικότητας, βρίσκονται αποκλειστικά στην κατοχή των συμμετεχόντων στη συγκέντρωση μερών. Εναπόκειται, επομένως, στα κοινοποιούντα μέρη να υποβάλουν όλες τις σχετικές πληροφορίες που είναι αναγκαίες για να αποδειχθεί ότι η επικαλούμενη βελτίωση της αποτελεσματικότητας συνδέεται με τη συγκεκριμένη συγκέντρωση και ότι είναι πιθανό να υλοποιηθεί¹².

11. Εν προκειμένω, τα γνωστοποιούντα μέρη αναφέρθηκαν σε προηγούμενη γνωστοποίηση που υπεβλήθη στην ΕΑ για την απόκτηση αποκλειστικού ελέγχου από τη ΔΕΛΤΑ επί της ΜΕΒΓΑΛ¹³ και στην οποία περιελήφθησαν ισχυρισμοί ότι η (τότε) γνωστοποιηθείσα πράξη θα επέφερε βελτίωση της αποτελεσματικότητας, ικανή να οδηγήσει σε έγκριση της συγκέντρωσης. Ωστόσο, τόσο στο πλαίσιο της προηγούμενης αυτής γνωστοποίησης, όσο και στο πλαίσιο της παρούσας, τα μέρη δεν προσκόμισαν σχετικά στοιχεία. Άλλωστε, ως προς την υπό εξέταση γνωστοποίηση, τα ίδια τα μέρη αναφέρουν ότι οι συνέργειες των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ δεν έχουν ακόμη προσδιοριστεί, γεγονός που προκύπτει και από το επιχειρηματικό σχέδιο της ΜΕΒΓΑΛ¹⁴. Ενόψει των ανωτέρω και παρά την εκτίμηση ότι η συγκέντρωση θα επιφέρει ορισμένες οικονομικές ωφέλειες, οι οποίες θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι θα έχουν θετική εν γένει επίπτωση για τους καταναλωτές (άρση επικάλυψης δικτύων διανομής, συνέργειες στο δίκτυο προμήθειας, ενίσχυση εξαγωγικής δυναμικής και βέλτιστη διαχείριση πλεονάζουσας παραγωγικής ικανότητας, συνέργειες τεχνογνωσίας), εν προκειμένω, παρέλκει οιαδήποτε περαιτέρω ανάλυση. Τέλος, σε σχέση με το επιχείρημα των γνωστοποιούντων μερών ότι κατά την ουσιαστική αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι η ΔΕΛΤΑ δεν θα ασκεί αυτοτελή έλεγχο επί της ΜΕΒΓΑΛ, αλλά θα διαθέτει απλώς δικαίωμα αρνησικυρίας επί ορισμένων αποφάσεων στρατηγικής εμπορικής σημασίας της εν λόγω εταιρίας, επισημαίνονται τα εξής. Το δικαίωμα που αποκτά η ΔΕΛΤΑ δια του από 19.1.2017 Συμφώνου Μετόχων καταλαμβάνει ζητήματα μείζονος σημασίας, μεταξύ των οποίων, [...] ¹⁵. Είναι λοιπόν σαφές ότι, παρόλο που οι ΔΕΛΤΑ-ΜΕΒΓΑΛ θα διατηρήσουν αυτοτελή εταιρική μορφή μετά την ολοκλήρωση της γνωστοποιηθείσας πράξης, θα πάντουν πάντως να ασκούν ανταγωνιστική πίεση μεταξύ τους, στις αγορές, στις οποίες θα δραστηριοποιούνται, καθώς ιδίως η ΔΕΛΤΑ θα έχει κάθε λόγο να αποτρέψει τυχόν αποφάσεις της διοίκησης της ΜΕΒΓΑΛ που θα θέτουν σε κίνδυνο τα συμφέροντά της.

¹¹ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων, ό.π., σημ. 78 επ.

¹² Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων, ό.π., σημ. 76 επ.

¹³ Πρόκειται για τη γνωστοποίηση που υπεβλήθη με το υπ' αριθ. πρωτ. 3767/23-05-2014 έντυπο, και επί της οποίας εκδόθηκε η 598/2014 απόφαση της ΕΑ.

¹⁴ Βλ. σχετ. 9 στο υπ' αριθ. πρωτ 938/15-02-2017 έντυπο γνωστοποίησης (επιχειρηματικό σχέδιο της ΜΕΒΓΑΛ (Business Plan) με τίτλο «*Project Dairy: Independent Business Review* (Οκτώβριος 2016)»).

¹⁵ Για ανάλυση, βλ. Ενότητα III.

1.2 ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΑ ΕΑ

12. Σύμφωνα με το άρθρο 6 παρ. 1 του ν. 3959/2011¹⁶, όπως ισχύει, μια συγκέντρωση πρέπει να γνωστοποιείται στην Επιτροπή Ανταγωνισμού όταν α) ο συνολικός κύκλος εργασιών όλων των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στη συγκέντρωση ανέρχεται στην παγκόσμια αγορά τουλάχιστον σε 150 εκατομμύρια ευρώ και β) δύο τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν, η καθεμία χωριστά, συνολικό κύκλο εργασιών άνω των 15 εκατομμυρίων ευρώ στην ελληνική αγορά.

13. Εν προκειμένω, η υπό εξέταση απόκτηση κοινού ελέγχου υπόκειται σε προηγούμενη γνωστοποίηση, δεδομένου ότι, σύμφωνα με τα προσκομισθέντα από τα συμμετέχοντα μέρη στοιχεία και τις ετήσιες οικονομικές καταστάσεις των εταιριών, πληρούνται τα κριτήρια του άρθρου 6 παρ. 1 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει. Η εθνική διάσταση της συγκέντρωσης προκύπτει, σύμφωνα με το νόμο, από τον προσδιορισμό του κύκλου εργασιών¹⁷ όλων των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση επιχειρήσεων¹⁸. Στην υπό εξέταση πράξη, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των μερών¹⁹, ο παγκόσμιος κύκλος εργασιών του οικονομικού έτους 2016 για τον όμιλο MIG ανήλθε στα [...]εκατ. και για τον όμιλο ΜΕΒΓΑΛ στα [...] εκατ., ενώ ο κύκλος εργασιών στην ελληνική αγορά για το οικονομικό έτος 2016 ανήλθε στα [...] εκατ. για τον όμιλο ΜΙG και στα [...] εκατ. για τον όμιλο ΜΕΒΓΑΛ. Περαιτέρω, η υπό κρίση απόκτηση κοινού ελέγχου δεν έχει κοινοτική διάσταση, καθώς τα μέρη δεν πληρούν τα κατώφλια του κύκλου εργασιών του άρθρου 1 του Κανονισμού ΕΚ 139/2004²⁰. Ενόψει των ανωτέρω, η παρούσα γνωστοποίηση υποβάλλεται αρμοδίως ενώπιον της ΕΑ.

¹⁶ Σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 6 παρ. 1: «Κάθε συγκέντρωση επιχειρήσεων πρέπει να γνωστοποιείται στην Επιτροπή Ανταγωνισμού μέσα σε τριάντα ημέρες από τη σύναψη συμφωνίας ή τη δημοσίευση προσφοράς ή ανταλλαγής ή την ανάληψη υποχρέωσης για την απόκτηση συμμετοχής, που εξασφαλίζει τον έλεγχο της επιχείρησης όταν ο συνολικός κύκλος εργασιών όλων των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στη συγκέντρωση κατά το άρθρο 10 ανέρχεται, στην παγκόσμια αγορά τουλάχιστον σε εκατόν πενήντα εκατομμύρια (150.000.000) ευρώ και δύο τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν, η καθεμία χωριστά, συνολικό κύκλο εργασιών άνω των δεκαπέντε εκατομμυρίων (15.000.000) ευρώ στην ελληνική αγορά».

¹⁷ Ο κύκλος εργασιών των μερών που συμμετέχουν στη συγκέντρωση προκύπτει από το άθροισμα των κύκλων εργασιών των επιχειρήσεων που ορίζει το άρθρο 10 παρ. 4 ν. 3959/2011, όπως ισχύει, κατά τα οριζόμενα και στην παράγραφο 1 του άρθρου αυτού.

¹⁸ Για τον ορισμό της συμμετέχουσας επιχείρησης βλέπε άρθρα 5, 6 και 10 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει, καθώς και σχετική νομολογία της Επιτροπής Ανταγωνισμού (www.epant.gr) και επικουρικά τη σχετική Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

¹⁹ Καθώς οι οικονομικές καταστάσεις των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων για το οικονομικό έτος 2016 δεν είχαν καταρτισθεί ή εγκριθεί από τις αντίστοιχες Γ.Σ. μετόχων, κατά την υποβολή της γνωστοποίησης, προσκομίστηκαν (με την υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολή- σχετ. 58α και 58β) οι εκτιμήσεις των μερών για τα εν λόγω στοιχεία.

²⁰ Βλ. άρθρο 1 παρ. 2 και 3 του Κανονισμού του Συμβουλίου της 20.01.2004, για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων («Κοινοτικός κανονισμός συγκεντρώσεων»), ΕΕ L 024 της 29/01/2004, σελ. 0001 – 0022, σύμφωνα με το οποίο «2. Μία συγκέντρωση έχει κοινοτική διάσταση όταν: α) ο συνολικός κύκλος εργασιών που πραγματοποιούν παγκοσμίως όλες οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις υπερβαίνει τα 5 δισεκατομμύρια ευρώ και β) δύο τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν, κάθε μία χωριστά, εντός της Κοινότητας, συνολικό κύκλο εργασιών άνω των 250 εκατομμυρίων ευρώ, εκτός εάν κάθε μία από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιεί άνω των δύο τρίτων του συνολικού κοινοτικού κύκλου εργασιών της σε ένα και το αυτό κράτος μέλος. 3. Μία συγκέντρωση που δεν υπερβαίνει τα κατώτατα όρια που προβλέπονται στην παράγραφο 2 έχει κοινοτική διάσταση, εφόσον: α) ο συνολικός κύκλος εργασιών που πραγματοποιούν παγκοσμίως όλες οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις υπερβαίνει τα 2,5 δισεκατομμύρια ευρώ· β) ο συνολικός κύκλος εργασιών

Π ΟΙ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΣΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Π.1 ΔΕΛΤΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

14. Η εταιρία ΔΕΛΤΑ είναι θυγατρική της VIVARTIA ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. (εφεξής και «VIVARTIA») και δραστηριοποιείται στον κλάδο τροφίμων και ποτών. Ορισμένα από τα εμπορικά σήματα της εταιρίας είναι τα: Φρέσκο Γάλα ΔΕΛΤΑ, Μικρές Οικογενειακές Φάρμες, Milko, ΔΕΛΤΑ Advance, Life, Complet, ΔΕΛΤΑ Daily, Βλάχας, Natural, Vitoline, κ.λπ. Η ΔΕΛΤΑ υπάγεται στον αποκλειστικό έλεγχο της VIVARTIA, καθώς η τελευταία ελέγχει το 100% του μετοχικού κεφαλαίου της.

15. Η σύνθεση του Διοικητικού Συμβουλίου της ΔΕΛΤΑ, κατά την ημερομηνία της γνωστοποίησης της απόκτησης κοινού ελέγχου, είχε ως εξής:

Πίνακας 1: Μέλη Δ.Σ. ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ	ΙΔΙΟΤΗΤΑ ΣΤΟ Δ.Σ
ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ ΘΡΟΥΒΑΛΛΑΣ	ΠΡΟΕΔΡΟΣ
ΑΝΤΩΝΙΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΜΑΥΡΙΔΟΓΛΟΥ	ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ & ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ
ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΚΥΠΡΙΑΝΙΔΗΣ	ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΟ ΜΕΛΟΣ
CRISTOPHE VIVIEN του FRANCOIS	ΜΗ ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΟ ΜΕΛΟΣ
ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΕΥΣΤΡΑΤΙΟΥ ΕΥΣΤΡΑΤΙΑΔΗΣ	ΜΗ ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΟ ΜΕΛΟΣ
ΣΩΤΗΡΙΟΣ ΗΛΙΑ ΝΤΟΛΟΣ	ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΟ ΜΕΛΟΣ
ΜΙΧΑΗΛ ΚΟΣΜΑ ΦΥΤΑΣ	ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΟ ΜΕΛΟΣ

Πηγή: Έντυπο Γνωστοποίησης

16. Η VIVARTIA είναι εταιρία χαρτοφυλακίου και δραστηριότητά της είναι οι συμμετοχές σε άλλες εταιρίες και η παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών και υπηρεσιών διοίκησης σε θυγατρικές της εταιρίες. Οι κυριότερες δραστηριότητές της εντοπίζονται: (i) στον κλάδο γαλακτοκομικών και ποτών, όπου έχει ως αντικείμενο την παραγωγή και διανομή γαλακτοκομικών προϊόντων, όπως γάλα και παρεμφερή προϊόντα γιαουρτιού και χυμών φρούτων (μέσω της ΔΕΛΤΑ και θυγατρικών αυτής), (ii) στον κλάδο υπηρεσιών εστίασης και ψυχαγωγίας, όπου έχει ως αντικείμενο την παραγωγή και διάθεση προϊόντων εστίασης, μέσω της λειτουργίας αλυσίδας εστιατορίων, εστιατορίων ταχείας εστίασης, καφέ-ζαχαροπλασטיών και υπηρεσιών μαζικής εστίασης (catering)

που πραγματοποιούν όλες οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις σε κάθε ένα από τρία τουλάχιστον κράτη μέλη, υπερβαίνει τα 100 εκατομμύρια ευρώ· γ) σε κάθε ένα από τα τρία τουλάχιστον κράτη μέλη που λαμβάνονται υπόψη για τους σκοπούς του στοιχείου β), δύο τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν κάθε μία χωριστά συνολικό κύκλο εργασιών άνω των 25 εκατομμυρίων ευρώ και δ) δύο τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν, κάθε μία χωριστά, εντός της Κοινότητας συνολικό κύκλο εργασιών άνω των 100 εκατομμυρίων ευρώ, εκτός εάν κάθε μία από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιεί άνω των δύο τρίτων του συνολικού κοινοτικού κύκλου εργασιών της σε ένα και το αυτό κράτος μέλος».

(π.χ. μέσω των GOODY'S A.E. και EVEREST A.E.) και (iii) στον κλάδο καταψυγμένων τροφίμων, όπου εστιάζει στην παραγωγή και διανομή κατεψυγμένων τροφίμων, όπως λαχανικά και έτοιμες συνταγές γευμάτων (μέσω της ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ Α.Β.Ε.Ε. και θυγατρικών αυτής).

17. Η σύνθεση του Διοικητικού Συμβουλίου της VIVARTIA, κατά την ημερομηνία της γνωστοποίησης της απόκτησης κοινού ελέγχου, είχε ως εξής:

Πίνακας 2: Μέλη Δ.Σ. VIVARTIA

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ	ΙΔΙΟΤΗΤΑ ΣΤΟ Δ.Σ
ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ ΘΡΟΥΒΑΛΑΣ	ΠΡΟΕΔΡΟΣ & ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ, ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΟ ΜΕΛΟΣ
ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΕΥΘΥΜΙΟΥ ΠΑΠΑΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ, ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΟ ΜΕΛΟΣ
ΑΝΤΩΝΙΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΜΑΥΡΙΔΟΓΛΟΥ	ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ, ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΟ ΜΕΛΟΣ
ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΚΥΠΡΙΑΝΙΔΗΣ	ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ, ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΟ ΜΕΛΟΣ
ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΕΥΣΤΡΑΤΙΟΥ ΕΥΣΤΡΑΤΙΑΔΗΣ	ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ, ΜΗ ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΟ ΜΕΛΟΣ
ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΘΕΟΔΩΡΟΥ ΕΔΗΠΙΔΗΣ	ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ, ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΟ ΜΗ ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΟ ΜΕΛΟΣ
CRISTOPHE VIVIEN του FRANCOIS	ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ, ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΟ ΜΕΛΟΣ

Πηγή: Έντυπο Γνωστοποίησης

18. Η VIVARTIA υπάγεται στον αποκλειστικό έλεγχο του ομίλου Marfin Investment Group (εφεξής και «MIG»), ο οποίος ελέγχει το 92,08% του μετοχικού κεφαλαίου της. Ο όμιλος MIG είναι επενδυτική εταιρία συμμετοχών με έδρα την Ελλάδα και δραστηριοποιείται στην Ελλάδα και το εξωτερικό σε κλάδους, όπως, οι μεταφορές και η ναυτιλία (μέσω της ΑΤΤΙCΑ Α.Ε. ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ, της MIG AVIATION HOLDINGS LTD, κ.λπ), η πληροφορική (μέσω της SINGULARLOGIC A.E.), οι μεσιτικές υπηρεσίες (real estate) (μέσω της Robne kuće Beograd d.o.o.), η υγεία (μέσω της εταιρίας ΔΙΑΓΝΩΣΤΙΚΟ & ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΑΘΗΝΩΝ ΥΓΕΙΑ Α.Ε., ενώ ελέγχει στην Ελλάδα και τα μαιευτήρια ΜΗΤΕΡΑ και ΛΗΤΩ), ο τουρισμός και η ψυχαγωγία (μέσω των εταιριών Sunce Koncern d.o.o., Hilton Cyprus ANAKON Investments S.A., κ.λπ.).

Π.2 ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ ΧΑΤΖΑΚΟΥ

19. Η Οικογένεια Χατζάκου είναι διαχρονικά εκ των βασικών μετόχων της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ, με τον Κωνσταντίνο Χατζάκο να συνιστά ιδρυτή της μαζί με τον (ξάδελφο του) Χρήστο Χατζηθεοδώρου το 1950.

20. Τα μέλη της Οικογένειας Χατζάκου, αποτελούμενης ειδικότερα από τους Μαρία Χατζάκου, σύζυγο Φωτίου Παπαδόπουλου, Κωνσταντίνο Παπαδόπουλο-Χατζάκο του Φωτίου και της Μαρίας, Μαριάννα Παπαδοπούλου-Χατζάκου του Φωτίου και της Μαρίας και Αικατερίνη χήρα Κωνσταντίνου Χατζάκου δραστηριοποιούνται στην

παραγωγή και πώληση προϊόντων γάλακτος (λευκού και σοκολατούχου), γιαούρτης, τυροκομικών και επιδορπίων μέσω της συμμετοχής τους στη ΜΕΒΓΑΛ.

21. Η Μαριάννα Παπαδοπούλου-Χατζάκου και ο Κωνσταντίνος Χατζάκος έχουν μικρή συμμετοχή στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρίας CHIPITA.

Π.3 ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ - ΜΕΒΓΑΛ - ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

22. Η εταιρία ΜΕΒΓΑΛ δραστηριοποιείται στον κλάδο της παραγωγής και πώλησης προϊόντων γάλακτος (λευκού και σοκολατούχου), γιαούρτης, τυροκομικών και επιδορπίων. Ορισμένα από τα εμπορικά σήματα της εταιρίας είναι τα: Φρέσκο Γάλα ΜΕΒΓΑΛ, Όλη Μέρα Γάλα ΜΕΒΓΑΛ, Torino, Αριάνι, Κεφίρ, Ξυνόγαλο, Harmony, Frutomania, κ.λπ.

23. Η ΜΕΒΓΑΛ ελέγχει κατά 100% τις εξής εταιρίες:

- ΕΒΡΟΓΑΛ ΑΒΕΕ, με αντικείμενο δραστηριότητας την παραγωγή και εμπορία τυροκομικών και γιαουρτιού,
- ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΠΕ, με αντικείμενο δραστηριότητας την εμπορία ειδών διατροφής,
- MEVGAL ENTERPRISES LTD, κυπριακή εταιρία εμπορίας ειδών διατροφής,
- MEVGAL USA ING, αμερικανική εταιρία εμπορίας ειδών διατροφής και
- MEVGAL UK LIMITED, αγγλική εταιρία εμπορίας ειδών διατροφής.

24. Επίσης, η ΜΕΒΓΑΛ κατέχει ποσοστό 20% στην εταιρία ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ ΦΑΡΜΑ ΑΕ²¹, η οποία δραστηριοποιείται στην παραγωγή και εμπορία γαλακτοκομικών, ενώ η θυγατρική της ΜΕΒΓΑΛ MEVGAL ENTERPRISES LTD κατέχει το 100% του μ.κ. της βουλγαρικής εταιρίας MEVGAL BULGARIA EOOD, η οποία τελεί υπό καθεστώς εκκαθάρισης, με αντικείμενο δραστηριότητας την παραγωγή και εμπορία γαλακτοκομικών²².

25. Η μετοχική σύνθεση της ΜΕΒΓΑΛ, κατά την ημερομηνία της γνωστοποίησης της απόκτησης κοινού ελέγχου, είχε ως εξής:

Πίνακας 3: Μετοχική Σύνθεση ΜΕΒΓΑΛ

ΜΕΤΟΧΟΙ	ΜΕΤΟΧΕΣ	ΑΝΑ ΟΜΑΔΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
[...]	[...]		
[...]	[...]		
[...]	[...]	[...]	[...]
ΜΑΡΙΑ ΧΑΤΖΑΚΟΥ	[...]		

²¹ Η μετοχική σύνθεση της εταιρίας ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ ΦΑΡΜΑ ΑΕ, κατά την ημερομηνία της γνωστοποίησης της συγκέντρωσης, είχε ως εξής: [...] και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ 20%.

²² Την 31.3.2014 πουλήθηκαν από τη MEVGAL ENTERPRISES LIMITED όλα τα πάγια της Βουλγαρικής εταιρίας Mevgal Bulgaria eood.

ΜΕΤΟΧΟΙ	ΜΕΤΟΧΕΣ	ΑΝΑ ΟΜΑΔΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΜΑΡΙΑΝΑ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ – ΧΑΤΖΑΚΟΥ	[...]		
ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ – ΧΑΤΖΑΚΟΣ	[...]		
ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ ΧΑΤΖΑΚΟΥ (επικαρπία – ψιλή κυριότητα Μ. ΧΑΤΖΑΚΟΥ)	[...]	[...]	43,197976%
ΔΕΛΤΑ ΑΕΒΕ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	[...]	[...]	43,197976%
Σύνολο		6.564.877	100%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων Εντύπου Γνωστοποίησης

26. Η σύνθεση του Διοικητικού Συμβουλίου της ΜΕΒΓΑΛ, όπως προέκυψε από τη Γενική Συνέλευση της 25.8.2016, κατά την ημερομηνία της γνωστοποίησης της απόκτησης κοινού ελέγχου, είχε ως εξής:

Πίνακας 4: Σύνθεση Δ.Σ. ΜΕΒΓΑΛ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ	ΙΔΙΟΤΗΤΑ ΣΤΟ Δ.Σ
ΧΡΙΣΤΟΔΟΥΛΟΣ ΑΝΤΩΝΙΑΔΗΣ	ΠΡΟΕΔΡΟΣ (ΜΗ ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΟΣ)
ΜΑΡΙΑ ΧΑΤΖΑΚΟΥ	ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ & ΔΙΕΥΘΥΝΟΥΣΑ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ
ΝΙΚΗΤΑΣ ΠΟΘΟΥΛΑΚΗΣ	ΜΕΛΟΣ & ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ
ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ	ΜΕΛΟΣ
ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΓΟΥΛΙΕΛΜΟΣ	ΜΕΛΟΣ

Πηγή: Έντυπο Γνωστοποίησης

Π.4 ΚΥΚΛΟΙ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

27. Το οικονομικό έτος 2016, ο κύκλος εργασιών στην ελληνική και παγκόσμια αγορά για καθεμία από τις συμμετέχουσες στην υπό κρίση πράξη επιχειρήσεις είχε ως ακολούθως, βάσει των εκτιμήσεών τους²³, σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 10 ν. 3959/2011, όπως ισχύει:

Πίνακας 5: Κύκλος εργασιών συμμετεχουσών επιχειρήσεων

ΚΥΚΛΟΙ ΕΡΓΑΣΙΩΝ 2016 (σε εκατ. €)		
Συμμετέχουσες επιχειρήσεις	Παγκόσμια Αγορά	Ελληνική Αγορά
Όμιλος MIG (1)	[...]	[...]
Όμιλος VIVARTIA	[...]	[...]
ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ Α.Ε.	[...]	[...]
Όμιλος ΜΕΒΓΑΛ (2)	[...]	[...]
ΣΥΝΟΛΟ (1+2)	[...]	[...]

Πηγή: Έντυπο Γνωστοποίησης και επεξεργασία στοιχείων από ΓΔΑ

²³ Καθώς οι οικονομικές καταστάσεις των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων για το οικονομικό έτος 2016 δεν έχουν ακόμη καταρτισθεί ή εγκριθεί από τις αντίστοιχες Γ.Σ. μετόχων, προσκομίστηκαν (με την υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολή - σχετ. 58α και 58β) οι εκτιμήσεις των μερών για τα εν λόγω στοιχεία.

Π.5 ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ

Π.5.1 Το Σύμφωνο Μετόχων

28. Τα γνωστοποιούντα μέρη προσκόμισαν αντίγραφο του από 19.1.2017 Συμφώνου Μετόχων²⁴ (εφεξής «Σύμφωνο Μετόχων»), που συνήφθη μεταξύ της ανώνυμης εταιρίας «ΔΕΛΤΑ Ανώνυμη Βιομηχανική και Εμπορική Εταιρεία Τροφίμων» αφενός και αφετέρου της Οικογένειας Χατζάκου, και με το οποίο ρυθμίζονται οι σχέσεις μεταξύ των ως άνω συμβαλλόμενων μετόχων σε σχέση με τη διοίκηση της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ.

29. Κύριο αντικείμενο του Συμφώνου Μετόχων είναι η ρύθμιση των σχέσεων των μερών στα πλαίσια της μετοχικής τους συμμετοχής στην εταιρία ΜΕΒΓΑΛ, με κοινό σκοπό την ανάπτυξή της. Τόσο η ΔΕΛΤΑ όσο και τα μέρη της Οικογένειας Χατζάκου συμφώνησαν να συνεργαστούν προκειμένου να συνδράμουν στην αναδιοργάνωση και εξυγίανση της λειτουργίας της ΜΕΒΓΑΛ. Στο Σύμφωνο Μετόχων προβλέπεται η ανάθεση της Διοίκησης της ΜΕΒΓΑΛ στην Οικογένεια Χατζάκου και η απόδοση στη ΔΕΛΤΑ δικαιωμάτων, με τα οποία θα δύναται να εμποδίζει τη λήψη τυχόν αποφάσεων σε στρατηγικά ζητήματα.

30. Ειδικότερα, με βάση τους κυριότερους όρους του ως άνω Συμφώνου, προβλέπεται ότι:

- [...] ²⁵.
- [...] ²⁶.
- [...] ²⁷.
- [...] ²⁸. [...] ²⁹.
- [...] ³⁰ [...] ³¹.
- [...] ³² [...] ³³.
- [...] ³⁴. [...] ³⁵.
- [...] ³⁶. [...].

31. Το Σύμφωνο Μετόχων χρονολογικά έπεται σειράς εταιρικών πράξεων και συναλλαγών, που αναλύονται στην αμέσως επόμενη ενότητα, συγκεκριμένα δε της από 1.6.2016 αύξησης του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ και της σύναψης της από 11.7.2016 Σύμβασης Αγοραπωλησίας Μετοχών μεταξύ [...] και αφετέρου της ανώνυμης εταιρίας ΔΕΛΤΑ ως αγοράστριας.

²⁴ Σηνημμένα στην υπ' αριθ. πρωτ. 938/15.2.2017 γνωστοποιηθείσα πράξη.

²⁵ Βλ. όρους 3.1.1, 3.1.2, 3.1.3 και 3.1.9 του Συμφώνου Μετόχων.

²⁶ [...].

²⁷ Βλ. όρους 3.1.8 και 3.1.9 του Συμφώνου μετόχων.

²⁸ Βλ. όρο 3.2 του Συμφώνου μετόχων.

²⁹ [...].

³⁰ [...].

³¹ Βλ. όρο 3.1.10 του Συμφώνου Μετόχων.

³² Βλ. όρο 3.1 του Συμφώνου Μετόχων.

³³ [...].

³⁴ Βλ. όρο 4 του Συμφώνου Μετόχων.

³⁵ Βλ. όρο 5 του Συμφώνου Μετόχων.

³⁶ Βλ. όρο 7 του Συμφώνου Μετόχων.

Π.5.2 Πράξεις πριν από τη σύναψη του Συμφώνου Μετόχων

32. Την 24.4.2014, υπογράφηκε Προσύμφωνο Πώλησης και Αγοράς Μετοχών (εφεξής Προσύμφωνο) μεταξύ [...] και της εταιρίας ΔΕΛΤΑ, με εκ τρίτου συμβαλλόμενη την Οικογένεια Χατζάκου, με το οποίο τα μέρη συμφώνησαν προκαταρκτικά την αγορά των μετοχών που κατείχε η [...], ήτοι την αγορά του 43% του μετοχικού κεφαλαίου της ΜΕΒΓΑΛ, από την εταιρία ΔΕΛΤΑ³⁷. Την 1.6.2016, το ως άνω Προσύμφωνο τροποποιήθηκε από τα συμβαλλόμενα μέρη. Με βάση τους όρους του τροποποιημένου Προσυμφώνου, η [...] ανέλαβε εκ νέου την υποχρέωση να μεταβιβάσει στην εταιρία ΔΕΛΤΑ 1.347.448 ονομαστικές μετοχές της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ, αξίας 2,93 ευρώ εκάστη, τις οποίες κατείχε, και οι οποίες αντιπροσώπευαν ποσοστό 43 % του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ, έναντι τιμήματος 4.500.000,00 ευρώ.

33. Παράλληλα, την 1.6.2016, πραγματοποιήθηκε Γενική Συνέλευση των μετόχων της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ, κατά την οποία λήφθηκε απόφαση για την αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου της ως άνω εταιρίας κατά 10.053.641,61 ευρώ με την έκδοση 3.431.277 κοινών ονομαστικών μετοχών, ονομαστικής αξίας 2,93 ευρώ εκάστη και με τιμή διάθεσης ίση με την ονομαστική τους αξία, ώστε το συνολικό μετοχικό κεφάλαιο της εταιρίας να ανέρχεται πλέον σε 19.235.089,61 ευρώ, διαιρούμενο σε 6.564.877 μετοχές, ονομαστικής αξίας 2,93 εκάστη.

34. Την 1.6.2016 συνήφθη Ιδιωτικό Συμφωνητικό Εν Μέρει καταβολής Οφειλής Υπέρ Τρίτου³⁸ (εφεξής «*Ιδιωτικό Συμφωνητικό*») μεταξύ αφενός της [...] και αφετέρου του Κωνσταντίνου Παπαδόπουλου-Χατζάκου ως εξοφλόντος και της Μαρίας Χατζάκου ως εγγυήτριας, με εκ τρίτου συμβαλλόμενη την εταιρία ΔΕΛΤΑ και εκ τετάρτου συμβαλλόμενη την Μαριάννα Παπαδοπούλου-Χατζάκου, με το οποίο τα ως άνω μέλη της Οικογένειας Χατζάκου και η εταιρία ΔΕΛΤΑ αναγνώρισαν την οφειλή της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ προς την [...] από δάνειο που είχε χορηγηθεί στην εν λόγω εταιρία από την [...], ποσού [...] ευρώ, πλέον τόκων ύψους [...]ευρώ³⁹. Από αυτό το ποσό, μέρος 3.800.000,00 ευρώ καταβλήθηκε από τον Κωνσταντίνο Παπαδόπουλο-Χατζάκο κατά την ημέρα υπογραφής του υπό ανάλυση Συμφωνητικού, για την εν μέρει εξόφληση της ως άνω οφειλής της ΜΕΒΓΑΛ στην [...]. Η καταβολή του προαναφερόμενου ποσού από τον εξοφλούντα (Κων/νο Παπαδόπουλο Χατζάκο) πραγματοποιήθηκε έναντι της αμέσως ανωτέρω αναφερόμενης αύξησης του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ⁴⁰. Επιπλέον, συμφωνήθηκε να παραιτηθεί η [...] από την άσκηση των δικαιωμάτων προτίμησης στο πλαίσιο της αμέσως ανωτέρω αναφερόμενης αύξησης του μετοχικού

³⁷ Το εν λόγω Προσύμφωνο γνωστοποιήθηκε στην Επιτροπή Ανταγωνισμού, δεδομένου ότι η πραγματοποίηση της συναλλαγής αυτής θα συνιστούσε συγκέντρωση επιχειρήσεων δια της απόκτησης αποκλειστικού ελέγχου από την εταιρία ΔΕΛΤΑ επί της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ. Για την εν λόγω γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση εκδόθηκε η υπ' αριθ. 598/2014 απόφαση της Ε.Α., ωστόσο, η εν λόγω συναλλαγή δεν ολοκληρώθηκε.

³⁸ Προσκομίστηκε με την υπ' αριθ. πρωτ. 938/15.2.2017 γνωστοποιηθείσα πράξη.

³⁹ Βλ. όρο 1 Ιδιωτικού Συμφωνητικού.

⁴⁰ Ως προς δε το υπόλοιπο της οφειλής, ύψους [...] ευρώ, την καταβολή του οποίου εγγυήθηκε η Μαρία Χατζάκου, συμφωνήθηκε να διακανονισθεί με νέο σχετικό συμφωνητικό (σχετ. οι όροι 2, 3, 4, 5α) και 5β) του Ιδιωτικού Συμφωνητικού).

κεφαλαίου της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ, και η αύξηση να καλυφθεί κατά ποσοστό [...] % από την Οικογένεια Χατζάκου και κατά τα λοιπά από την εταιρία ΔΕΛΤΑ⁴¹.

35. Εξάλλου, την 11.7.2016 και σε εκτέλεση του από 1.6.2016 τροποποιημένου Προσυμφώνου⁴², υπογράφηκε η οριστική σύμβαση αγοραπωλησίας μετοχών⁴³ μεταξύ της [...] και της εταιρίας ΔΕΛΤΑ (με εκ τρίτου συμβαλλόμενους τους Μαρία Χατζάκου, Κωνσταντίνο Παπαδόπουλο-Χατζάκο και Μαριάννα Παπαδοπούλου-Χατζάκου), με την οποία η πρώτη ως άνω συμβαλλόμενη πώλησε τις μετοχές της στη δεύτερη ως άνω συμβαλλόμενη έναντι τιμήματος [...] ευρώ.

36. Την 25.8.2016, έλαβε χώρα Γενική Συνέλευση των μετόχων της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ, από την οποία εξελέγη ομόφωνα νέο Διοικητικό Συμβούλιο. Μέλη του νέου Διοικητικού Συμβουλίου, το οποίο συγκροτήθηκε σε σώμα την 26.8.2016⁴⁴, ορίστηκαν οι Χριστόδουλος Αντωνιάδης (στέλεχος Τράπεζας Πειραιώς), Μαρία Χατζάκου, Νικήτας Ποθουλάκης (τέως μέλος ΔΣ ΔΕΛΤΑ και Vivartia), Κωνσταντίνος Παπαδόπουλος - Χατζάκος και Γεώργιος Γουλιέλμος (πλευρά Χατζάκου)⁴⁵.

37. Την 27.10.2016 πιστοποιήθηκε από το ΔΣ της ΜΕΒΓΑΛ η καταβολή της αύξησης του μετοχικού κεφαλαίου («ΑΜΚ») που αποφασίσθηκε με την από 1.6.2016 απόφαση της ΓΣ των μετόχων της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ, στην οποία μετείχαν η Οικογένεια Χατζάκου και η εταιρία ΔΕΛΤΑ, ενώ δεν μετείχε καθόλου η [...] ⁴⁶.

38. Ενόψει των ανωτέρω, η μετοχική σύνθεση⁴⁷ της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ από τον Ιούλιο του 2016 έως σήμερα έχει ως εξής:

Πίνακας 6: Μετοχική σύνθεση ΜΕΒΓΑΛ

Μέτοχοι	Μετοχές	% μετοχικού κεφαλαίου
Κατάσταση μετοχών έως 10.7.2016		
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
Κατάσταση μετοχών την 11.7.2016		
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]

⁴¹ Βλ. όρο 6β) Ιδιωτικού Συμφωνητικού.

⁴² Βλ. παρ. 32.

⁴³ Σχετ. 4 στην υπ' αριθ. πρωτ. 938/15.2.2017 γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση.

⁴⁴ Βλ. ανακοίνωση ΓΕΜΗ υπ' αριθ. 15075/05.09.2016.

⁴⁵ Βλ. σχετικό ενημερωτικό σημείωμα της 25.11.2016 που υπεβλήθη στην ΓΔΑ για λογαριασμό της ΔΕΛΤΑ. Με βάση σχετικό δημοσίευμα, και ο Χ. Αντωνιάδης ορίστηκε από την εταιρία ΔΕΛΤΑ, γεγονός ωστόσο που δεν προκύπτει από το μόλις προαναφερθέν ενημερωτικό της σημείωμα (<http://www.voria.gr/article/mevgal-delta-ke-meri-chatzakou-me-isa-meridia-pernoun-ton-elegcho>)

⁴⁶ Από την αύξηση αυτή των 10.053.650,40 ευρώ, η ΔΕΛΤΑ κάλυψε ποσό 3.000.000,63 ευρώ, η οικογένεια Χατζάκου ποσό 7.053.649,77 ευρώ. Στην αύξηση μετείχε και ο Δ. Συμεωνίδης καταβάλλοντας ποσό 41,02 ευρώ (βλ. Σύμφωνο Μετόχων, Προοίμιο, σημείο 3).

⁴⁷ Σχετ. η υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολή των γνωστοποιουσών (σχετ. 55-57).

Μέτοχοι	Μετοχές	% μετοχικού κεφαλαίου
Κατάσταση μετοχών την 27.10.2016 (μετά την πιστοποίηση της ΑΜΚ)		
ΔΕΛΤΑ	[...]	43,20%
Οικογένεια Χατζάκου	[...]	43,20%
[...]	[...]	[...]
Σύνολο	6.564.877	100%

Πηγή: Επεξεργασία προσκομισθέντων στοιχείων από ΓΔΑ

Π.5.3 Ιστορικό προηγούμενων Γνωστοποιήσεων ενώπιον της Ε.Α.

39. Σημειώνεται ότι, με το από 1.9.2010 Προσύμφωνο, η [...] ανέλαβε την υποχρέωση να συνάψει με τη ΔΕΛΤΑ ως αγοράστρια σύμβαση αγοραπωλησίας των μετοχών της στην εταιρία ΜΕΒΓΑΛ(απόκτηση αποκλειστικού ελέγχου επί της ΜΕΒΓΑΛ, μέσω εξαγοράς του 43,00% του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ από την [...]), αλλά παρότι, επί της σχετικής γνωστοποίησης, η ΕΑ εξέδωσε την εγκριτική απόφαση με αριθμό 515/VI/2011 υπό τον όρο ανάληψης από την εξαγοράζουσα δεσμεύσεων, η συναλλαγή αυτή τελικά δεν ολοκληρώθηκε, καθώς το από 1.9.2010 προσύμφωνο τροποποιήθηκε με την από 8.8.2011 σύμβαση και τελικώς καταργήθηκε με την 28.9.2012 σύμβαση.

40. Την 24.4.2014, υπεγράφη Προσύμφωνο Πώλησης και Αγοράς Μετοχών (εφεξής Προσύμφωνο) μεταξύ της [...] και της εταιρίας ΔΕΛΤΑ, με εκ τρίτου συμβαλλόμενη την Οικογένεια Χατζάκου, για την αγορά των μετοχών που κατείχε η [...]. Μετά από σχετική γνωστοποίηση, η συναλλαγή εγκρίθηκε με την υπ' αριθ. 598/2014 απόφαση της Επιτροπής υπό τον όρο ανάληψης από την εξαγοράζουσα δεσμεύσεων στην αγορά προμήθειας νωπού γάλακτος και την αγορά σοκολατούχου γάλακτος, εντούτοις τελικά δεν ολοκληρώθηκε.

III ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ

III.1 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΥΠΟ ΚΡΙΣΗ ΠΡΑΞΗΣ

41. Σύμφωνα με την παρ. 3 του άρθρου 5 του ν. 3959/2011: «Για την εφαρμογή του παρόντος νόμου, ο έλεγχος απορρέει από δικαιώματα, συμβάσεις ή άλλα μέσα, τα οποία, είτε μεμονωμένα είτε από κοινού με άλλα, λαμβανομένων υπόψη των σχετικών πραγματικών ή νομικών συνθηκών, παρέχουν τη δυνατότητα καθοριστικής επίδρασης στη δραστηριότητα μιας επιχείρησης και ιδίως από:

α) δικαιώματα κυριότητας ή επικαρπίας επί του συνόλου ή μέρους των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης,

β) δικαιώματα ή συμβάσεις που παρέχουν δυνατότητα καθοριστικής επίδρασης στη σύνθεση, στις συσκέψεις ή στις αποφάσεις των οργάνων μιας επιχείρησης».

42. Ως εκ τούτου, βάσει των ανωτέρω, ως έλεγχος νοείται η δυνατότητα καθοριστικής επίδρασης στη δραστηριότητα μιας επιχείρησης, ήτοι η δυνατότητα της ελέγχουσας επιχείρησης να αποφασίσει μόνη της για τις εμπορικές δραστηριότητες της ελεγχόμενης επιχείρησης.

43. Ο έλεγχος μπορεί να είναι αποκλειστικός ή κοινός και να επέρχεται de jure, π.χ. μέσω της απόκτησης της πλειοψηφίας των δικαιωμάτων ψήφου μίας επιχείρησης σε περίπτωση απόκτησης αποκλειστικού ελέγχου ή μέσω της απόκτησης ίσων δικαιωμάτων ψήφου από δύο ή περισσότερες επιχειρήσεις στην περίπτωση απόκτησης κοινού ελέγχου, ή de facto⁴⁸, π.χ. μέσω της δυνατότητας ενός μετόχου μειοψηφίας να εξασφαλίζει πλειοψηφία στις συνελεύσεις των μετόχων, λόγω του επιπέδου της συμμετοχής του και της παρουσίας των μετόχων στις συνελεύσεις κατά τα προηγούμενα χρόνια σε περίπτωση απόκτησης αποκλειστικού ελέγχου, ή μέσω συντονισμένης δράσης δύο ή περισσότερων μετόχων μειοψηφίας λόγω της ύπαρξης ισχυρών κοινών συμφερόντων μεταξύ αυτών σε περίπτωση απόκτησης κοινού ελέγχου.

44. Ιδίως **κοινός έλεγχος** υφίσταται όταν δύο ή περισσότερες επιχειρήσεις ή πρόσωπα έχουν τη δυνατότητα να ασκούν αποφασιστική επιρροή σε μια άλλη επιχείρηση. Ως αποφασιστική επιρροή με την έννοια αυτή νοείται, κατά κανόνα, η εξουσία αναστολής ενεργειών που καθορίζουν την εμπορική στρατηγική συμπεριφορά μιας επιχείρησης. Κοινός έλεγχος μπορεί να προκύψει στην περίπτωση που δύο μητρικές έχουν ίσα δικαιώματα ψήφου ή εκπροσώπησης στα όργανα λήψης αποφάσεων μιας άλλης επιχείρησης, στην περίπτωση που δεν υπάρχει ισότητα ψήφων ή εκπροσώπησης κατά τα ανωτέρω, αλλά ο μειοψηφών μέτοχος διατηρεί δικαιώματα αρνησικυρίας σε στρατηγικές πολιτικές της επιχείρησης, καθώς και στην περίπτωση που δύο ή περισσότερες μητρικές ασκούν από κοινού την πλειοψηφία των δικαιωμάτων ψήφου σε μία άλλη επιχείρηση⁴⁹. Ο κοινός έλεγχος μπορεί να χαρακτηρίζεται από τη δυνατότητα δημιουργίας αδιεξόδου, λόγω της εξουσίας ενός ή περισσότερων μητρικών επιχειρήσεων να απορρίπτουν τις προτεινόμενες στρατηγικές αποφάσεις. Ως εκ τούτου, οι μέτοχοι αυτοί πρέπει να καταλήξουν σε μια από κοινού συνεννόηση για τον καθορισμό της εμπορικής πολιτικής της κοινής επιχείρησης, και πρέπει να συνεργασθούν⁵⁰.

45. Συνοψίζοντας, κοινός έλεγχος μπορεί να υπάρχει και στην περίπτωση που δεν υπάρχει ισότητα ψήφων ή εκπροσώπησης στα όργανα λήψης αποφάσεων μεταξύ των δύο μητρικών επιχειρήσεων ή υπάρχουν περισσότερες από δύο μητρικές επιχειρήσεις. Αυτό συμβαίνει όταν οι μειοψηφούντες μέτοχοι έχουν πρόσθετα δικαιώματα τα οποία τους επιτρέπουν να ασκούν αρνησικυρία σε αποφάσεις που έχουν ουσιώδη σημασία για την εμπορική στρατηγική συμπεριφορά της κοινής επιχείρησης⁵¹. Αυτά τα δικαιώματα

⁴⁸ Βλ. Κωδικοποιημένη Ανακοίνωση της Επιτροπής για θέματα δικαιοδοσίας βάσει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004 για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων (2008/C 95/01) (εφεξής «Ανακοίνωση»), παρ. 54 επ., 63, 76.

⁴⁹ Βλ. Ι. Κόκκορη – Δ. Λουκά, ενότητα 17 – Συγκεντρώσεις Επιχειρήσεων, εις Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού, επιμ. Τζουγανάτου, Νομ. Βιβλιοθήκη.

⁵⁰ Βλ. Ανακοίνωση, παρ. 62, και απόφαση ΠΕΚ Τ- 282/02, *Cementbouw Handel & Industrie BV κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής*, σκ. 42, 52 και 67.

⁵¹ Βλ. απόφαση ΠΕΚ Τ-2/93, *Air France κατά Επιτροπής*, σκ. 64-65 (κοινός έλεγχος υπήρχε διότι οι μείζονος σημασίας αποφάσεις έπρεπε να εγκριθούν στο διοικητικό συμβούλιο τουλάχιστον από ένα μέλος διορισμένο από το ένα συμβαλλόμενο μέρος και ένα μέλος διορισμένο από το άλλο συμβαλλόμενο μέρος). Βλ. επίσης αποφάσεις Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.010, *Conagra/Idea*, σκ. 6 (κοινός έλεγχος υπήρχε διότι χρειαζόνταν πλειοψηφία 75% στη γενική συνέλευση προκειμένου να εγκριθούν ζητήματα στρατηγικής σημασίας όπως η έγκριση του προϋπολογισμού και των στρατηγικών σχεδίων, σημαντικές επενδύσεις της εταιρίας, κ.λπ), και κυρίως M.409, *ABB/RENAULT AUTOMATION* σκ. 6 (η ύπαρξη κοινού ελέγχου θεμελιώθηκε στην ανάγκη

αρνησικυρίας μπορεί να προβλέπονται στο καταστατικό της κοινής επιχείρησης ή σε συμφωνία μεταξύ των επιχειρήσεων ή προσώπων που ασκούν τον κοινό έλεγχο (συμφωνίες μετόχων) ή να προκύπτουν από την ειδική πλειοψηφία που απαιτείται για τις αποφάσεις της γενικής συνέλευσης ή του διοικητικού συμβουλίου, στον βαθμό που οι ιδρυτικές επιχειρήσεις εκπροσωπούνται στο εν λόγω συμβούλιο. Τα ως άνω δικαιώματα αρνησικυρίας, τα οποία συνήθως συνεπάγονται κοινό έλεγχο αφορούν αποφάσεις και θέματα, όπως ο προϋπολογισμός, το επιχειρηματικό σχέδιο, σημαντικές επενδύσεις ή διορισμός των ανώτερων διοικητικών στελεχών. Το κρίσιμο στοιχείο είναι τα δικαιώματα αρνησικυρίας να παρέχουν επαρκείς δυνατότητες στις ιδρυτικές επιχειρήσεις, ώστε να ασκούν την εν λόγω επιρροή όσον αφορά την στρατηγική επιχειρησιακή συμπεριφορά της κοινής επιχείρησης.

46. Εν προκειμένω, προ της γνωστοποιηθείσας πράξης, κανένας μέτοχος / ομάδα μετόχων δεν είχε την απόλυτη πλειοψηφία των δικαιωμάτων ψήφου στα όργανα της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ. Συγκεκριμένα δε ουδείς μέτοχος/ομάδα μετόχων κατείχε ποσοστό υψηλότερο από 43%⁵². Παράλληλα, από την επεξεργασία των προσκομισθέντων στοιχείων (πρακτικών γενικών Συνελεύσεων των μετόχων της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ των τελευταίων πέντε ετών) και τη διερεύνηση του τρόπου λήψης αποφάσεων στα όργανα της επιχείρησης δεν προκύπτει ότι η ομάδα μετόχων που κατείχε ποσοστό 43% ασκούσε έλεγχο⁵³. Επιπλέον, η εταιρία δεν φαίνεται να υπαγόταν σε καθεστώς de jure ή de facto «κοινού ελέγχου», δεδομένου ότι, κατά δήλωση των γνωστοποιούντων μερών, δεν υφίσταντο συμφωνίες μετόχων (πριν από αυτή της 19.1.2017), ενώ από την επεξεργασία των προσκομισθέντων εγγράφων δεν εντοπίζεται σταθερή πρακτική άσκηση των δικαιωμάτων ψήφου των ομάδων μετόχων κατά τρόπο συντονισμένο, ώστε να μπορεί να γίνει λόγος για de facto κοινό έλεγχο της εταιρίας από δυο ή περισσότερες ομάδες μετόχων.

ύπαρξης ομοφωνίας στο Δ.Σ. σε θέματα βασικά όπως ο διορισμός διευθύνοντος συμβούλου, η αποδοχή του προϋπολογισμού, η έγκριση δανείων και επενδύσεων).

⁵² Επισημαίνεται ότι για την επεξεργασία των σχετικών στοιχείων, οι Οικογένειες Χατζάκου και [...] θεωρήθηκαν ως διακριτές ομάδες συμφερόντων, βάσει των σχετικών ρητών δηλώσεων των γνωστοποιούντων μερών (βλ. υπο-σημειώσεις 2 και 7 Εντύπου Γνωστοποίησης). Αντίστοιχα δε ως διακριτή ομάδα συμφερόντων εξελήφθησαν και οι [...] και η [...] δεδομένου ότι στο έντυπο γνωστοποίησης υπονοείται η μεταξύ τους ύπαρξη ενιαίων συμφερόντων (αναφέρονται επανειλημμένως ως «[...]»), παράλληλα δε από την περιγραφή των γεγονότων προκύπτει ότι δρουν κατά τρόπο συντονισμένο τουλάχιστον από το έτος 2010, βλ. παρ. 3.1 επ. Εντύπου Γνωστοποίησης).

⁵³ Με βάση τα στοιχεία που προσκομίσθηκαν από τα γνωστοποιούντα μέρη, στις Τακτικές και Έκτακτες ΓΣ των μετόχων της ΜΕΒΓΑΛ κατά τα τελευταία πέντε έτη επετεύχθη κατά μέσο όρο απαρτία 90,88% και 86,57% του καταβεβλημένου μετοχικού κεφαλαίου αντίστοιχα, στο δε σύνολο των ΓΣ (τακτικών και έκτακτων) κατά το ως άνω χρονικό διάστημα επετεύχθη κατά μέσο όρο απαρτία 88,59%. Με αυτά τα δεδομένα, εκτιμάται ότι η ομάδα μετόχων που κατείχε ποσοστό 43% του μετοχικού κεφαλαίου δεν ασκούσε de facto έλεγχο επί της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ. Επισημαίνεται ότι για τους ως άνω υπολογισμούς δεν ελήφθησαν υπόψη οι Γενικές Συνελεύσεις που πραγματοποιήθηκαν μετά την 1.6.2016, ημερομηνία κατά την οποία έλαβε χώρα η πρώτη πράξη στο πλαίσιο του σχεδίου αναδιοργάνωσης της λειτουργίας της ΜΕΒΓΑΛ. Επισημαίνεται επιπλέον ότι, βάσει του άρθρου 16 παρ 3 του Καταστατικού της ΜΕΒΓΑΛ, ως αυτό είχε από την 18.1.2013 έως σήμερα, οι αποφάσεις στο πλαίσιο της γενικής Συνέλευσης των Μετόχων επί οποιουδήποτε θέματος (με εξαίρεση τα θέματα για τα οποία απαιτείται αυξημένη πλειοψηφία κατά τον κ.ν. 2190/1920) λαμβάνονται με απόλυτη πλειοψηφία των ψήφων που εκπροσωπούνται σε αυτές. Αντίστοιχα, βάσει του άρθρου 26 παρ. 3 του Καταστατικού, οι αποφάσεις του Διοικητικού Συμβουλίου λαμβάνονται με απόλυτη πλειοψηφία των παρόντων και εκπροσωπούμενων συμβούλων.

47. Σε συνέχεια της γνωστοποιηθείσας πράξης, και με βάση το περιεχόμενο του από 19.1.2017 Συμφώνου Μετόχων, προκύπτει ότι η εταιρία ΜΕΒΓΑΛ θα υπάγεται σε καθεστώς κοινού ελέγχου από την εταιρία ΔΕΛΤΑ και την Οικογένεια Χατζάκου. [...] ⁵⁴. [...] ⁵⁵. [...].

48. Από τα ανωτέρω συνάγεται το συμπέρασμα ότι, βάσει του Συμφώνου Μετόχων, για τη λήψη στρατηγικών εμπορικών αποφάσεων από το ΔΣ της ΜΕΒΓΑΛ, θα απαιτείται η σύμφωνη γνώμη της εταιρίας ΔΕΛΤΑ, και άρα ότι και αυτή αποκτά έλεγχο επί της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ από κοινού με την Οικογένεια Χατζάκου.

49. Συναφώς, προβλέπεται η σύσταση [...] ⁵⁶, [...] ⁵⁷.

50. Εξάλλου, σύμφωνα με το άρθρο 5 παρ. 2 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει: «Συγκέντρωση θεωρείται ότι υπάρχει όταν προκύπτει μόνιμη μεταβολή ελέγχου από: [...] β) την απόκτηση, από ένα ή περισσότερα πρόσωπα που ελέγχουν ήδη τουλάχιστον μία επιχείρηση ή από μία ή περισσότερες επιχειρήσεις, άμεσα ή έμμεσα, με την αγορά τίτλων ή στοιχείων του ενεργητικού, με σύμβαση ή με άλλον τρόπο, ελέγχου στο σύνολο ή σε τμήματα μιας ή περισσότερων άλλων επιχειρήσεων». Συνεπώς, συγκέντρωση υφίσταται μόνο εφόσον με την εκάστοτε υπό εξέταση πράξη επέρχεται μόνιμη μεταβολή ως προς τα (φυσικά ή νομικά) πρόσωπα που ασκούν έλεγχο ή ως προς την ποιότητα του ελέγχου που ασκείται επί της εταιρίας - στόχου.

51. Εν προκειμένω, με βάση τα στοιχεία του φακέλου, η απόκτηση κοινού ελέγχου θα είναι μόνιμη, δεδομένου ότι η διάρκεια του Συμφώνου Μετόχων, είναι κατ'αρχήν [...] ⁵⁸. Η δυνατότητα καταγγελίας της σύμβασης από την 30.6.2018 δεν αναιρεί τον μόνιμο χαρακτήρα της μεταβολής, καθώς πρόκειται για απλή δυνατότητα και όχι γεγονός βέβαιο ^{59,60}, ενώ το τίμημα καταγγελίας της συμφωνίας ([...]) θεωρείται ανασταλτικός παράγοντας λύσης αυτής προ της προβλεπόμενης [...].

52. Επιπλέον, [...] ^{61,62}, [...].

III.2 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΛΟΙΠΩΝ ΝΟΜΙΚΩΝ ΠΡΑΞΕΩΝ

53. Σύμφωνα με τα μέρη, η από 1.6.2016 τροποποίηση του Προσυμφώνου που συνάφθηκε από την [...] και την εταιρία ΔΕΛΤΑ δεν συνιστούσε πράξη που θα οδηγούσε σε μόνιμη μεταβολή ελέγχου επί της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ δια της αποκτήσεως αποκλειστικού ελέγχου από τη ΔΕΛΤΑ, και άρα δεν συνιστούσε συγκέντρωση υπό την έννοια του Ν. 3959/2011, λόγω της ταυτόχρονης, από 1.6.2016 απόφασης της ΓΣ των μετόχων της ΜΕΒΓΑΛ για την αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου της ως άνω εταιρίας,

⁵⁴ Βλ. όρο 3.1.4. του Συμφώνου Μετόχων.

⁵⁵ Βλ. όρους 3.1 και 3.2 του Συμφώνου Μετόχων.

⁵⁶ Βλ. όρους 3.2.2 και 3.4 του Συμφώνου Μετόχων

⁵⁷ Βλ. όρο 5 του Συμφώνου Μετόχων.

⁵⁸ Βλ. Ανακοίνωση, παρ. 28: «Πάντως, μόνιμη μεταβολή του ελέγχου δεν αποκλείεται από το γεγονός ότι οι υποκείμενες συμφωνίες συνάπτονται για ορισμένο χρονικό διάστημα, υπό την προϋπόθεση ότι είναι ανανεώσιμες».

⁵⁹ Βλ. Ανακοίνωση, παρ. 29.

⁶⁰ Βλ. Ανακοίνωση, παρ. 34.

⁶¹ Βλ. όρο 3.1 του Συμφώνου Μετόχων. Περαιτέρω, βλ. ενότητα II.5.1 «Το Σύμφωνο Μετόχων» για τα βασικότερα αποσπάσματα του όρου 3.1 του Συμφώνου Μετόχων.

⁶² Βλ. όρο 3.2.2 του Συμφώνου Μετόχων.

με την οποία επήλθε εκ νέου μεταβολή των εταιρικών συμμετοχών κατά τα ανωτέρω λεπτομερώς αναφερόμενα⁶³.

54. Περαιτέρω, σε ενημερωτικό σημείωμα της 25.11.2016 της εταιρίας ΔΕΛΤΑ προς τη ΓΔΑ⁶⁴, αναφέρεται ότι ούτε η αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου που αποφασίσθηκε από την από 1.6.2016 Γενική Συνέλευση των μετόχων της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ συνιστούσε συγκέντρωση, δεδομένου ότι ουδείς εκ των μετόχων της απέκτησε δι' αυτής έλεγχο επί της εν λόγω εταιρίας. Ειδικότερα, τα γνωστοποιούντα μέρη επισήμαναν ότι σε συνέχεια της αύξησης του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ, η εταιρία ΔΕΛΤΑ και η Οικογένεια Χατζάκου είχαν τον ίδιο ακριβώς αριθμό μετοχών και ψήφων, βάσει δε των δηλώσεων των μερών, τα δικαιώματα ψήφου ασκούνταν έως και την σύναψη του γνωστοποιηθέντος Συμφώνου Μετόχων κατά τον κ.ν. 2190/1920 και το Καταστατικό της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ.

55. Ως προς τα ανωτέρω, σημειώνονται τα ακόλουθα: Δύο ή περισσότερες πράξεις συνιστούν μία μόνη συγκέντρωση, εφόσον έχουν ενιαίο χαρακτήρα. Αυτό σημαίνει ότι, για να διαπιστωθεί ο ενιαίος χαρακτήρας των εν λόγω πράξεων, θα πρέπει να εξετάζεται, σε κάθε μεμονωμένη περίπτωση, αν είναι αλληλένδετες κατά τρόπο ώστε η μία δεν θα είχε πραγματοποιηθεί χωρίς την άλλη. Αυτή η αλληλεξάρτηση αποδεικνύεται συνήθως εάν οι σχετικές πράξεις συνδέονται *de jure*, δηλαδή οι ίδιες οι συμφωνίες συνδέονται με αμοιβαίους όρους. Εάν μπορεί να αποδειχθεί επαρκώς η ύπαρξη αλληλεξάρτησης *de facto*, μπορεί επίσης να αρκεί για την αντιμετώπιση των σχετικών πράξεων ως μιας ενιαίας συγκέντρωσης. Γι' αυτό θα πρέπει να αξιολογηθεί από οικονομική άποψη κατά πόσον καθεμία από τις πράξεις εξαρτάται κατ' ανάγκη από τη σύναψη των άλλων. Περαιτέρω ενδείξεις της αλληλεξάρτησης περισσότερων πράξεων, μπορεί να είναι οι δηλώσεις των ίδιων των μερών ή η ταυτόχρονη σύναψη των σχετικών συμφωνιών. Θα είναι δύσκολο να συναχθεί ότι υπάρχει αλληλεξάρτηση περισσότερων πράξεων *de facto*, εφόσον δεν υπάρχει αυτός ο συγχρονισμός. Η προφανής έλλειψη συγχρονισμού νομικά αλληλένδετων πράξεων μπορεί επίσης να θέσει εν αμφιβόλω την πραγματική τους αλληλεξάρτηση⁶⁵.

56. Περισσότερες της μίας πράξεις δεν μπορούν να αντιμετωπισθούν ως ενιαία συγκέντρωση, παρά μόνο αν ο έλεγχος αποκτάται εντέλει από την ίδια επιχείρηση ή επιχειρήσεις⁶⁶. Σε περίπτωση κατά σειρά απόκτησης αποκλειστικού και κοινού ελέγχου, και εφόσον υπάρχει αλληλεξάρτηση των δύο αποκτήσεων ελέγχου, οι δύο πράξεις συνιστούν μία συγκέντρωση, και μόνο η απόκτηση κοινού ελέγχου, ως τελικό αποτέλεσμα αυτών, θα εξετασθεί ως συγκέντρωση⁶⁷.

57. Εν προκειμένω, εκτιμάται ότι η από 1.6.2016 τροποποίηση Προσυμφώνου μεταξύ της [...] και της εταιρίας ΔΕΛΤΑ, η από 1.6.2016 απόφαση της Γενικής Συνέλευσης των Μετόχων της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ για την αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου της εν λόγω εταιρίας, το από 1.6.2016 Ιδιωτικό Συμφωνητικό εν μέρει καταβολής οφειλής υπέρ

⁶³ Βλ. το από 29.6.2016 (υπ' αριθ. πρωτ. 4839/6.7.2016) μήνυμα ηλεκτρονικής αλληλογραφίας προς τη ΓΔΑ με το οποίο την ενημέρωνε για την εν λόγω πράξη.

⁶⁴ Υπ' αριθ. πρωτ. 8338/25.11.2016 έγγραφο.

⁶⁵ Βλ. Ανακοίνωση, παρ. 38, 43 και 44.

⁶⁶ Βλ. Ανακοίνωση, παρ. 41.

⁶⁷ Βλ. Ανακοίνωση, παρ. 47.

τρίτου και η από 19.1.2017 σύναψη του Συμφώνου Μετόχων μεταξύ της Οικογένειας Χατζάκου και της εταιρίας ΔΕΛΤΑ, εντάσσονται σε ένα ενιαίο σχέδιο αναδιοργάνωσης της λειτουργίας της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ.

58. Η διαπίστωση αυτή βασίζεται στις προβλέψεις όλων των ανωτέρω πράξεων, προκύπτει δε επιπλέον και από το γεγονός ότι όλες οι κρίσιμες ενέργειες έλαβαν χώρα σε κοντινό χρονικό διάστημα, ορισμένες δε εξ αυτών συγχρόνως. Συγκεκριμένα, στο από 1.6.2016 Ιδιωτικό Συμφωνητικό Εν Μέρει Καταβολής Οφειλής Υπέρ Τρίτου, μεταξύ των Οικογενειών [...] και Χατζάκου και της ΔΕΛΤΑ (ως εκ τρίτου συμβαλλόμενης) προβλέπεται μεταξύ άλλων ότι: (α) η [...] αναλαμβάνει την υποχρέωση να μην συμμετάσχει στην αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου της ΜΕΒΓΑΛ που ψηφίστηκε από τη ΓΣ της εταιρίας την ίδια ημέρα και (β) η εν λόγω αύξηση μετοχικού κεφαλαίου θα καλυφθεί κατά [...] % από την Οικογένεια Χατζάκου και κατά το υπόλοιπο από την ΔΕΛΤΑ⁶⁸. Ως εκ τούτου, ήδη από την 1.6.2016 τα συμβαλλόμενα μέρη μέσω των ανωτέρω πράξεων, ήτοι της πώλησης των μετοχών της [...] στη ΔΕΛΤΑ, της απόφασης της ΓΣ της ΜΕΒΓΑΛ για την αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου της εν λόγω εταιρίας, και της πρόβλεψης αφενός για τη μη συμμετοχή σε αυτή της [...] και αφετέρου για την κάλυψη από την οικογένεια Χατζάκου της αύξησης κατά [...] %, είχαν συμφωνήσει την τελική διάρθρωση του μετοχικού κεφαλαίου της ΜΕΒΓΑΛ, ώστε η Οικογένεια Χατζάκου και η ΔΕΛΤΑ να κατέχουν έκαστη 43,20% του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρίας, με την προϋπόθεση ότι η [...] δεν θα συμμετείχε τελικά στην αύξηση μετοχικού κεφαλαίου⁶⁹. Σε συνέχεια των ως άνω ενεργειών, υπεγράφη ένα μήνα αργότερα (την 11.7.2016) η οριστική σύμβαση αγοραπωλησίας των μετοχών της [...] προς τη ΔΕΛΤΑ, συνεπεία της οποίας η τελευταία απέκτησε συνολικά ποσοστό περίπου 57% των κοινών μετά δικαιώματος ψήφου μετοχών της ΜΕΒΓΑΛ, ενώ την 27.10.2016 πιστοποιήθηκε η ολοκλήρωση της καταβολής της από 1.6.2016 αύξησης, με αποτέλεσμα να τροποποιηθεί εκ νέου το ύψος των συμμετοχών στο μετοχικό κεφάλαιο της ΜΕΒΓΑΛ, συγκεκριμένα δε τόσο η εταιρία ΔΕΛΤΑ όσο και η Οικογένεια Χατζάκου να κατέχουν πλέον ποσοστό 43,20% έκαστη. Τρεις μήνες μετά την κατά τα ανωτέρω πιστοποίηση, συγκεκριμένα δε την 19.1.2017, οι δύο ως άνω μέτοχοι της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ προέβησαν στη σύναψη του Συμφώνου Μετόχων. Στο Σύμφωνο Μετόχων γίνεται ρητή αναφορά στις ως άνω εταιρικές πράξεις / συναλλαγές ως τμήματα του ίδιου σχεδίου εξυγίανσης της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ, το οποίο υλοποιείται σταδιακά^{70,71}.

59. Με αυτά τα δεδομένα, η τροποποίηση του ως άνω Προσυμφώνου, το από 1.6.2016 Ιδιωτικό Συμφωνητικό εν μέρει καταβολής οφειλής υπέρ τρίτου, η αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ και η σύναψη του Συμφώνου Μετόχων

⁶⁸ Βλ. Όρο 6.β) του Ιδιωτικού Συμφωνητικού.

⁶⁹ Βλ. σχετικά το από 29.6.2016 προαναφερθέν έγγραφο. Σε περίπτωση που η τελευταία συμμετείχε στην αύξηση μετοχικού κεφαλαίου, αυτή θα παρέμενε μειοψηφών μέτοχος κατέχοντας ποσοστό έως 37%.

⁷⁰ Βλ. Προοίμιο (σημεία 1-3) του Συμφώνου Μετόχων.

⁷¹ Βλ. σχετικά και το από 29.6.2016 (υπ' αριθ.πρωτ. 4839/6.7.2016) μήνυμα ηλεκτρονικής αλληλογραφίας προς τη ΓΔΑ, όπου γίνεται αναφορά ότι «Σε δεύτερο στάδιο, εφόσον μετά την κάλυψη της αύξησης κεφαλαίου στη ΜΕΒΓΑΛ συναφθεί η οποία συμφωνία μετόχων της ΜΕΒΓΑΛ και εφόσον αυτή οδηγεί στη δημιουργία κοινού ελέγχου, η εταιρεία μας θα γνωστοποιήσει νομίμως στην Επιτροπή την πραγματοποιηθείσα συγκέντρωση, ...».

είναι πράξεις αλληλένδετες⁷², κατά τρόπο ώστε η μία δε θα είχε υλοποιηθεί, εάν δεν υλοποιούνταν και οι άλλες.

60. Ιδίως ως προς την από 1.6.2016 αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ, η οποία επέφερε εκ νέου μεταβολές στη μετοχική σύνθεση της εταιρίας δια της απόκτησης από την εταιρία ΔΕΛΤΑ και την Οικογένεια Χατζάκου ισοϋψών μειοψηφικών συμμετοχών, πρέπει να επισημανθεί ότι, σε συνέχεια αυτής, ουδείς μέτοχος/ομάδα μετόχων απέκτησε πλειοψηφική συμμετοχή στο μετοχικό κεφάλαιο της εν λόγω εταιρίας, ούτε και η εν λόγω αύξηση συνδέθηκε κατά το χρόνο πραγματοποίησής της, με βάση τουλάχιστον τα στοιχεία του φακέλου, με όρους που να κατατείνουν στην άσκηση καθοριστικής επίδρασης στα όργανα λήψης αποφάσεων της ως άνω εταιρίας από έναν/μία ή περισσότερους/-ες μετόχους/ομάδες μετόχων. Ως εκ τούτου, η ως άνω εταιρική πράξη δεν υπάγεται αφ'εαυτής στην έννοια της «συγκέντρωσης» κατά τον Ν. 3959/2011. Σε κάθε περίπτωση, ακόμη και εάν ήθελε θεωρηθεί ότι δια της ως άνω εταιρικής πράξης επήλθε μεταβολή στον έλεγχο της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ, είναι σαφές, για τους λόγους που προπαρατέθηκαν, ότι η πράξη αυτή αποτέλεσε απλώς ένα ακόμη απαραίτητο στάδιο για την επίτευξη του τελικού αποτελέσματος, ήτοι την απόκτηση κοινού ελέγχου από την εταιρία ΔΕΛΤΑ και την Οικογένεια Χατζάκου επί της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ δυνάμει της μεταξύ τους συναφθείσας συμφωνίας μετόχων.

61. Ενόψει των ανωτέρω, εν προκειμένω εξετάζεται ως συγκέντρωση μόνο η τελική νομική πράξη, ήτοι η απόκτηση κοινού ελέγχου επί της ΜΕΒΓΑΛ από την Οικογένεια Χατζάκου και την εταιρία ΔΕΛΤΑ δυνάμει του Συμφώνου Μετόχων.

62. Η υπό κρίση πράξη συνιστά συγκέντρωση επιχειρήσεων κατά την έννοια του άρθρου 5 παρ. 3 του ν. 3959/2011, χρήζουσα γνωστοποίησης.

ΜΕΡΟΣ Α΄: ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΛΟΙΠΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

IV ΣΧΕΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ ΝΩΠΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

63. Ο κλάδος των γαλακτοκομικών προϊόντων κατέχει σημαντική θέση στον ευρύτερο κλάδο των τροφίμων και περιλαμβάνει αρκετές αγορές τροφίμων, οι οποίες αντιστοιχούν

⁷² Την ως άνω εκτίμηση ενισχύουν οι εξής διαπιστώσεις:

- το από 1.6.2016 τροποποιηθέν Προσύμφωνο μεταξύ της [...] και της εταιρίας ΔΕΛΤΑ με εκ τρίτου συμβαλλόμενη την Οικογένεια Χατζάκου, για την πώληση των μετοχών της πρώτης ως άνω συμβαλλομένης προς τη δεύτερη συνδέεται, ως εκ του χρόνου κατά τον οποίο συνήφθη, με το Ιδιωτικό Συμφωνητικό Εν Μέρει Καταβολής Οφειλής που φέρει την ίδια ως άνω ημερομηνία (1.6.2016) και συνήφθη μεταξύ της [...] και μελών της οικογένειας Χατζάκου με εκ τρίτου συμβαλλόμενη την εταιρία ΔΕΛΤΑ, και βάσει του οποίου μέλος της οικογένειας Χατζάκου ανέλαβε να αποπληρώσει στην [...] δάνειο που η [...] είχε χορηγήσει στη ΜΕΒΓΑΛ,
- το από 1.6.2016 Ιδιωτικό Συμφωνητικό Εν Μέρει Καταβολής Οφειλής με τη σειρά του συνδέεται με την με ίδια ημεροχρονολογία απόφαση της Γενικής Συνέλευσης των μετόχων της ΜΕΒΓΑΛ για την αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου της εν λόγω εταιρίας, η σύνδεση δε αυτή προκύπτει και ρητώς (de jure) από το περιεχόμενο του Συμφωνητικού αυτού (όρος 3), όπου επισημαίνεται ότι η αποπληρωμή του μεγαλύτερου τμήματος του δανείου πραγματοποιείται έναντι της συμμετοχής του εξοφλούντος μέλους της οικογένειας Χατζάκου στην αύξηση μετοχικού κεφαλαίου που είχε αποφασισθεί την ίδια ημέρα από τη Γενική Συνέλευση των μετόχων της ΜΕΒΓΑΛ.

σε μία μεγάλη ποικιλία τελικών προϊόντων με κύρια συστατική βάση το νωπό γάλα. Τα γαλακτοκομικά προϊόντα κατατάσσονται στα βασικότερα είδη διατροφής για τους καταναλωτές και ως εκ τούτου παρουσιάζουν σχετικά χαμηλή ελαστικότητα ως προς την τιμή και το διαθέσιμο εισόδημά τους. Οι επιλογές των καταναλωτών μεταξύ των εμπορικών σημάτων που διατίθενται στην αγορά επηρεάζονται κυρίως από την τιμή (ειδικά την τρέχουσα περίοδο), από την ύπαρξη ανταγωνιστικών/υποκατάστατων προϊόντων, καθώς και από άλλους παράγοντες, όπως η γεύση, η ποιότητα, η διάρκεια χρήσης των προϊόντων κ.λπ.⁷³.

64. Οι διατάξεις τόσο του Κώδικα Τροφίμων και Ποτών όσο και του π.δ. 113/9.6.1999⁷⁴, όπως τροποποιήθηκε με το ν. 4254/2014⁷⁵, ορίζουν ρητά, μεταξύ άλλων, τις κατηγορίες των γαλακτοκομικών προϊόντων και τις επιτρεπτές συνθήκες παραγωγής, συντήρησης, συσκευασίας και μεταφοράς τους. Ειδικότερα, σύμφωνα με τον Κώδικα Τροφίμων και Ποτών⁷⁶, «**νωπό γάλα** νοείται το γάλα που εκκρίνεται από τους μαστικούς αδένες μιας ή περισσότερων αγελάδων, προβατινών, αιγών ή βουβαλίδων, το οποίο δεν έχει θερμανθεί πέραν των 40 °C, ούτε έχει υποβληθεί σε επεξεργασία με ισοδύναμο αποτέλεσμα». Η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει το γάλα που «διατίθεται στην κατανάλωση χωρίς καμιά άλλη επεξεργασία, εκτός από τη διήθηση και την ψύξη καθώς και την ομοιογενοποίηση», κάτω από συγκεκριμένες προδιαγραφές υγιεινής και χημικής σύστασης. Επίσης, σύμφωνα με τον Κώδικα Τροφίμων και Ποτών, με τον όρο «γάλα» απλά, χωρίς να συνοδεύεται αυτό από κάποιο επίθετο, νοείται αποκλειστικά και μόνο το γάλα το οποίο προέρχεται από αγελάδα, είναι νωπό, πλήρες, δεν έχει υποστεί αφυδάτωση ή συμπύκνωση και δεν περιέχει άλλες ύλες που έχουν προστεθεί από έξω. Όλοι οι άλλοι τύποι γάλακτος, εφόσον δεν προέρχονται από αγελάδα, πρέπει να χαρακτηρίζονται με έναν από τους όρους «κατσίκας», «προβάτου», «βουβάλου» ή «ανάμικτο προβάτου κατσίκας».

65. Το παρακάτω διάγραμμα απεικονίζει τον τρόπο με τον οποίο συνδυάζονται τα συστατικά που αποτελούν το νωπό αγελαδινό γάλα, όπως λίπος, πρωτεΐνες, λακτόζη και μέταλλα, για την παραγωγή διάφορων τελικών προϊόντων.

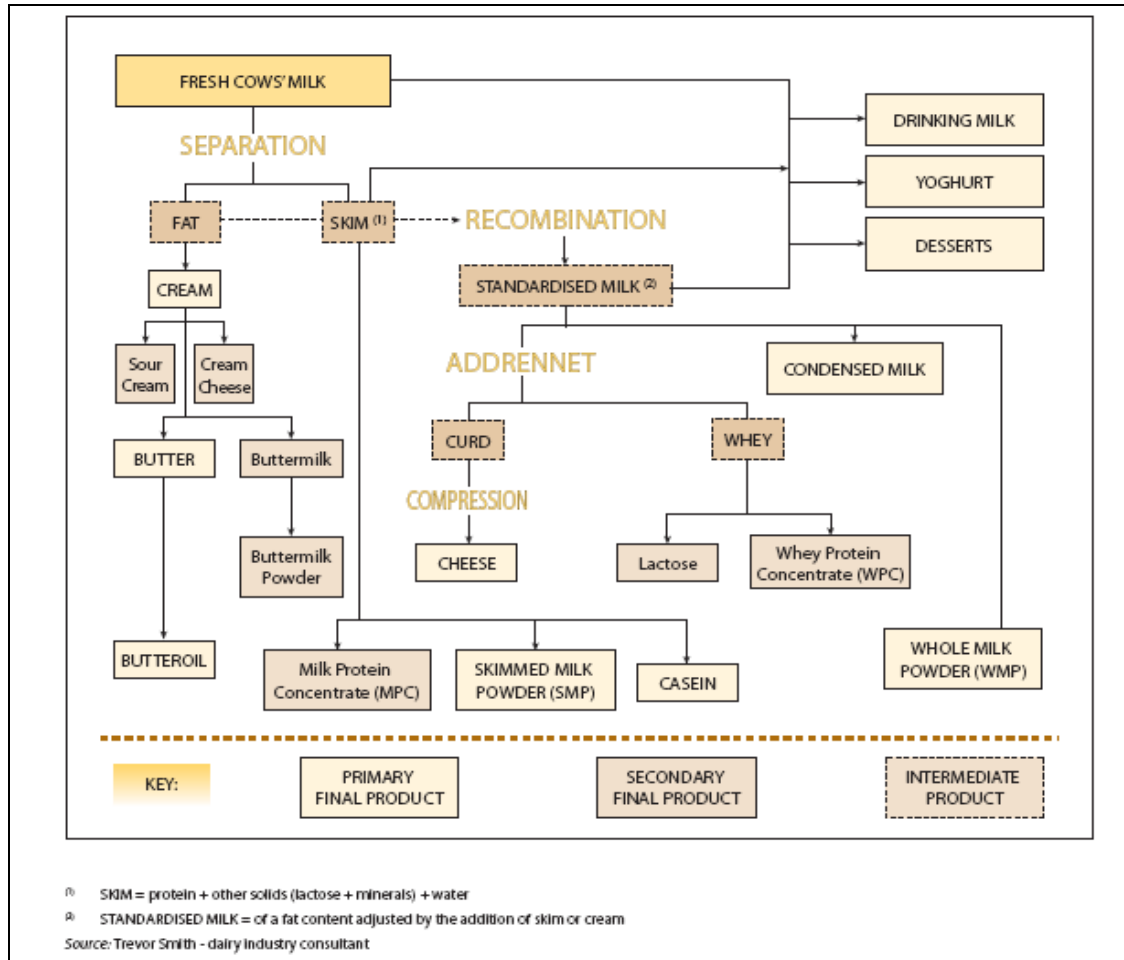
Διάγραμμα 1: Χρήση νωπού αγελαδινού γάλακτος για παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων

⁷³ Βλ. σχετικά και κλαδική μελέτη της ICAP με θέμα «Γαλακτοκομικά Προϊόντα», Ιούλιος 2013.

⁷⁴ «Τροποποίηση των διατάξεων του από 2/16.5.1959 β.δ/τος “περί κτηνιατρικού υγειονομικού ελέγχου του γάλακτος”» (ΦΕΚ 115 Α'/9.6.1999).

⁷⁵ Βλ. συγκεκριμένα ν. 4254/2014 «Μέτρα στήριξης και ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας στο πλαίσιο εφαρμογής του ν. 4046/2012 και άλλες διατάξεις» (ΦΕΚ Α' 85/7.4.2014), υποπερ. 2α της υποπαρ. ΣΤ8 της παρ. ΣΤ του πρώτου άρθρου με θέμα «Άρση εμποδίων στον ανταγωνισμό στον κλάδο της επεξεργασίας τροφίμων - Ρυθμίσεις γαλακτοκομικών προϊόντων».

⁷⁶ Υ.Α. 1100/1987, άρθρο 80.



Πηγή: ΔΕΛΤΑ

66. Από το 1984 έως την 31^η Μαρτίου 2015, η συνολική παραγωγή του αγελαδινού γάλακτος⁷⁷, ανά χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθοριζόταν βάσει του συστήματος εθνικών ποσοτώσεων. Στη χώρα μας, το σύστημα ποσοτώσεων⁷⁸ ίσχυε από το έτος 1993 με την ίδρυση του ΕΛ.Ο.Γ. (Ελληνικός Οργανισμός Γάλακτος), ο οποίος το 2008 μετονομάστηκε σε Ελληνικό Οργανισμό Γάλακτος & Κρέατος (ΕΛ.Ο.Γ.Α.Κ) και το 2011 σε «Ελληνικό Γεωργικό Οργανισμό - Δήμητρα» (εφεξής «ΕΛ.Γ.Ο. – ΔΗΜΗΤΡΑ»)⁷⁹.

⁷⁷ Το αγελαδινό γάλα αποτελεί τη βάση των περισσότερων γαλακτοκομικών προϊόντων και της συντριπτικής πλειοψηφίας των προϊόντων λευκού γάλακτος.

⁷⁸ Το καθεστώς γαλακτοκομικών ποσοτώσεων θεσπίστηκε για την αντιμετώπιση των προβλημάτων της πλεονασματικής παραγωγής. Σε κάθε κράτος-μέλος αντιστοιχούσε μία συνολική εγγυημένη ποσότητα (για μία περιεκτικότητα αναφοράς του γάλακτος σε λιπαρές ουσίες), η οποία αποτελούσε την ανώτατη ποσότητα αγελαδινού γάλακτος που μπορούσε να παραδοθεί από τους παραγωγούς, συνολικά σε γαλακτοκομεία και άλλες μονάδες παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων (εμπορεύσιμο γάλα), καθώς και τις ποσότητες γάλακτος που μπορούσε να πουλήσει ο παραγωγός απευθείας στην κατανάλωση. Σε κάθε κράτος μέλος οι ποσότητες αυτές κατανέμονταν μεταξύ των παραγωγών (ατομικές ποσοτώσεις). Όταν σημειωνόταν υπέρβαση της εθνικής ποσόστωσης, οι παραγωγοί κατέβαλλαν συμπληρωματική εισφορά ή «υπερεισφορά» στο οικείο κράτος-μέλος, ανάλογα με τη συμβολή τους στην υπέρβαση κατά το έτος ποσόστωσης (1 Απριλίου - 31 Μαρτίου).

⁷⁹ Κύριο αντικείμενο του ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ είναι η ανάπτυξη ή/και υποστήριξη δράσεων που αποσκοπούν στον εκσυγχρονισμό και την ανάπτυξη του αγροτικού τομέα της χώρας, τη βελτίωση των παραγωγικών διαδικασιών, την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας, την πιστοποίηση των ποιοτικών αγροτικών προϊόντων & τροφίμων, την καθιέρωση και πιστοποίηση ορθών γεωργικών πρακτικών και τους ελέγχους στην αλυσίδα παραγωγής-διακίνησης του γάλακτος και κρέατος στη χώρα.

67. Η μέγιστη απόσταση μεταφοράς του νωπού γάλακτος συνδέεται άμεσα με την «καλή ποιότητά» του, καθώς και με τις συνθήκες μεταφοράς του. Ο Κανονισμός 853/2004 για τον καθορισμό ειδικών κανόνων υγιεινής για τα τρόφιμα ζωικής προέλευσης⁸⁰ θέτει τα μέγιστα όρια συνολικού αριθμού βακτηρίων και σωματικών κυττάρων, για γάλα καλής ποιότητας και ασφάλειας/υγιεινής. Τα επιτρεπόμενα αυτά όρια μικροβιακού φορτίου και λοιπών στοιχείων διαφέρουν ανάλογα με το είδος του ζώου από το οποίο παράγεται το γάλα. Ειδικότερα, για την παραγωγή υγιεινών προϊόντων γάλακτος προβλέπεται ότι:

- Το γάλα πρέπει να ψύχεται ($\leq 4-5^{\circ}\text{C}$) μέχρι να χρησιμοποιηθεί για την παρασκευή γαλακτοκομικών προϊόντων, εκτός και εάν πρόκειται να χρησιμοποιηθεί αμέσως μετά την άμελξη ή μέσα σε 4 ώρες από τη στιγμή της παραλαβής του. Η ψύξη του γάλακτος γίνεται είτε στο στάβλο, είτε στο σταθμό συγκέντρωσης και ψύξης που βρίσκεται στον οικισμό ή σε κάποιο κεντρικό σημείο της περιοχής (σε θερμοκρασία περιβάλλοντος το γάλα αλλοιώνεται εντός 3-4 ωρών). Το γάλα το οποίο έχει ψυχθεί πρέπει να μεταφέρεται στο εργοστάσιο μέσα σε γαλακτοδοχεία ή με βυτία ή με φορητά-ψυγεία, τα οποία έχουν μόνωση, ώστε να διατηρείται η ψύξη. Αυτό προϋποθέτει ότι η απόσταση που θα διανύσει το γάλα κατά τη μεταφορά του είναι τέτοια, ώστε αυτό να παραδοθεί πριν φτάσει την κρίσιμη θερμοκρασία για την ανάπτυξη των μικροοργανισμών των 13°C . Ο τρόπος αυτός συλλογής και μεταφοράς του γάλακτος υπό συνεχή ψύξη στη γαλακτοκομική μονάδα δίνει τη δυνατότητα μείωσης του κόστους παραλαβής και μεταφοράς του γάλακτος και αυξάνει την ακτίνα της περιοχής συλλογής του χωρίς σοβαρή ποιοτική υποβάθμισή του.
- Η παστερίωση πρέπει να γίνεται σωστά και να καλύπτει τις απαιτήσεις του Κανονισμού 852/2004 για την υγιεινή των τροφίμων⁸¹.
- Ο αριθμός μικροβίων για το αγελαδινό γάλα (που προσδιορίζονται σε θερμοκρασία επώασης 30°C) δεν πρέπει να υπερβαίνει τα 100.000/ml.
- Εφόσον το νωπό γάλα ξεπεράσει σε περιεκτικότητα καθορισμένο αριθμό μικροοργανισμών (100.000) δεν θεωρείται πλέον κατάλληλο για χρήση στην παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων για τον άνθρωπο. Κατά το χρόνο που μεσολαβεί από την άμελξη μέχρι και την μεταποίηση του νωπού γάλακτος, το μικροβιακό του φορτίο αυξάνεται.

Οι επιμέρους τομείς που δραστηριοποιείται ο ΕΛΓΟ ΔΗΜΗΤΡΑ είναι:

- η προώθηση της καινοτομίας, η διενέργεια έρευνας, η διάχυση των γνώσεων, της τεχνολογίας και των συμβουλευτικών υπηρεσιών σε όλους τους τομείς της αγροδιατροφικής αλυσίδας,
- η παροχή αγροτικής επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης,
- η προστασία της προέλευσης και ταυτότητας, οι έλεγχοι της νόμιμης χρήσης όρων, συμβόλων και ενδείξεων στα αγροτικά προϊόντα και τρόφιμα με σκοπό τη διασφάλιση της ποιότητάς τους,
- η εφαρμογή των ορθών πρακτικών στη γεωργία, και
- ο ενδεδειγμένος έλεγχος του κυκλώματος προέλευσης, παραγωγής, ποιότητας και διακίνησης για το γάλα και το κρέας στη χώρα.

⁸⁰ Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 853/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 29^{ης} Απριλίου 2004, για τον καθορισμό ειδικών κανόνων υγιεινής για τα τρόφιμα ζωικής προέλευσης, ΕΕ L 139 της 30.4.2004, σελ. 55.

⁸¹ Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 852/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 29^{ης} Απριλίου 2004, για την υγιεινή των τροφίμων, ΕΕ L 139 της 30.4.2004, σελ. 1, όπως τροποποιήθηκε και ισχύει.

68. Όσον αφορά τη διάκριση των αγορών προμήθειας νωπού γάλακτος ανάλογα με το είδος τους (π.χ. πρόβειο, αγελαδινό, γίδινο) επισημαίνεται ότι κάθε μια από τις αγορές αυτές θα μπορούσε να αφορά σε διακριτή αγορά, δεδομένου των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών κάθε κατηγορίας γάλακτος, όπως για παράδειγμα την εποχικότητά τους και την κατά προορισμό τελική χρήση τους (π.χ. εμφιάλωση, τυροκόμιση, παραγωγή γιαούρτης). Τα ιδιαίτερα αυτά χαρακτηριστικά κάθε είδους γάλακτος καθιστούν έκαστη κατηγορία μη εναλλάξιμη, τουλάχιστον για ορισμένες κατηγορίες προϊόντων⁸². Σε κάθε περίπτωση και για τους σκοπούς της παρούσας εισήγησης, όπου δεν διευκρινίζεται διαφορετικά, η αγορά προμήθειας νωπού γάλακτος εφεξής θα αφορά την προμήθεια νωπού **αγελαδινού** γάλακτος, καθώς σε αυτή την αγορά δραστηριοποιούνται κυρίως τα μέρη ως αγοραστές, ενώ στις αγορές του πρόβειου και γίδινου γάλακτος τα συνδυασμένα ποσοστά απορρόφησης των μερών είναι χαμηλά (<5%)⁸³.

69. Όσον αφορά τη **γεωγραφική οριοθέτηση** των αγορών προμήθειας νωπού γάλακτος, όπως προέκυψε από τις απαντήσεις των ανταγωνιστριών εταιριών, για τη συλλογή του αγελαδινού και κατσικίσιου γάλακτος ανά την ελληνική επικράτεια δεν υφίστανται νομικά ή άλλου είδους εμπόδια. Ωστόσο, για την εισκόμιση του πρόβειου γάλακτος, το οποίο προορίζεται για την παραγωγή φέτας, υφίστανται γεωγραφικοί περιορισμοί, καθώς βάσει της ελληνικής νομοθεσίας η γεωγραφική ζώνη εισκόμισης περιλαμβάνει αποκλειστικά την ηπειρωτική Ελλάδα και τον νομό Λέσβου.

70. Αναφορικά με την ευρύτερη της ελληνικής επικράτειας οριοθέτηση των αγορών προμήθειας νωπού αγελαδινού γάλακτος (π.χ. ευρωπαϊκή) επισημαίνεται ότι ασκούνται πιέσεις στην ποσότητα και τιμή του νωπού γάλακτος από τις μεταβολές τιμών ανά την Ευρώπη⁸⁴, εντούτοις το κόστος μεταφοράς και η σημαντικότητα της προέλευσης του γάλακτος συνιστούν παράγοντες που περιορίζουν το γεωγραφικό εύρος της αγοράς. Ειδικότερα και αναφορικά με τη χώρα προέλευσης του γάλακτος, η πλειοψηφία των ανταγωνιστριών εταιριών⁸⁵ σημείωσε ότι είναι σημαντικό για τους έλληνες καταναλωτές να υπάρχουν διαθέσιμα γαλακτοκομικά προϊόντα που παράγονται από γάλα ελληνικής προέλευσης. Περαιτέρω, ακόμα και οι εταιρίες που δεν υποστηρίζουν σθεναρά την άποψη αυτή, σημειώνουν ότι ειδικά στις αγορές του γάλακτος είναι σημαντική η ελληνική προέλευσή του, τουλάχιστον για συναισθηματικούς λόγους⁸⁶ ή ότι σταδιακά μειώνεται η σημασία της προέλευσής του έναντι της διατροφικής αξίας των

⁸² Βλ. σχετικά και την απαντητική επιστολή της ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ Α.Ε.

⁸³ Το αθροιστικό ποσοστό απορρόφησης πρόβειου γάλακτος από τις εταιρίες ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ στην ελληνική επικράτεια ανήλθε για το 2016 σε [0-5]% και το αθροιστικό ποσοστό απορρόφησης πρόβειου γάλακτος ανά κοινό νομό (ήτοι για τους νομούς που δραστηριοποιούνται και οι δύο εταιρίες) δεν ξεπέρασε το [25-35]%. Αντίστοιχα, το έτος 2016 για το γίδινο γάλα το αθροιστικό ποσοστό απορρόφησης των δύο εταιριών στην ελληνική επικράτεια ανήλθε σε [0-5]% και το αθροιστικό ποσοστό απορρόφησης ανά κοινό νομό δεν ξεπέρασε το [15-25]%.

⁸⁴ Βλ. και παράγραφο 79 κατωτέρω.

⁸⁵ Βλ. σχετ. απαντητικές επιστολές των NESTLE, ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, ΝΕΟΓΑΛ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ΕΒΟΛ, ΣΕΓΓΑΛ, ΤΡΙΚΚΗ, ΔΩΔΩΝΗ, ΚΡΙ ΚΡΙ, ΗΠΕΙΡΟΣ, ΣΤΑΜΟΥ. Η εταιρία ΕΛΓΕΚΑ υποστήριξε ότι υπάρχει μερίδα καταναλωτών που προτιμάει το ελληνικό γάλα, ωστόσο κρίσιμος παράγοντας είναι η τιμή του γάλακτος.

⁸⁶ Βλ. απαντητική επιστολή της εταιρίας ΦΑΓΕ.

γαλακτοκομικών προϊόντων⁸⁷. Σε σχέση με το ίδιο ως άνω ζήτημα, η συντριπτική πλειοψηφία των σούπερ μάρκετ⁸⁸, καθώς και η ΕΝΩΣΗ ΦΥΛΗΣ ΧΟΛΣΤΑΪΝ ΕΛΛΑΔΑΣ⁸⁹ συμφωνούν με την άποψη ότι είναι σημαντικό για τους έλληνες καταναλωτές να υπάρχουν διαθέσιμα γαλακτοκομικά προϊόντα που παράγονται μόνο από ελληνικό γάλα.

71. Επιπρόσθετα, όλες οι ανταγωνίστριες εταιρίες αναγνωρίζουν ως βασικό παράγοντα που πρέπει να ληφθεί υπόψη κατά τη συλλογή του νωπού γάλακτος, την απόσταση⁹⁰ από τους παραγωγούς προς τα κέντρα επεξεργασίας των γαλακτοβιομηχανιών. Εξίσου σημαντικός παράγων για την οικονομικά βιώσιμη μεταφορά του γάλακτος, θεωρείται από τις γαλακτοβιομηχανίες το μέγεθος της φάρμας, καθώς γίνεται προσπάθεια συλλογής περίπου 18-22 τόνων νωπού γάλακτος (περίπου χωρητικότητα ενός βυτίου) από συγκεκριμένη περιοχή, προκειμένου να μειώνεται το κόστος μεταφοράς.

72. Τέλος, αναφέρεται ότι η πλειοψηφία των ανταγωνιστριών εταιριών⁹¹ τάσσεται υπέρ της οριοθέτησης της γεωγραφικής αγοράς της προμήθειας νωπού γάλακτος σε επίπεδο ελληνικής επικράτειας. Εντούτοις, μερίδα των ανταγωνιστών⁹² αναφέρει ότι η γεωγραφική οριοθέτηση θα πρέπει να είναι στενότερη της ελληνικής επικράτειας είτε σε επίπεδο περιφέρειας ή ακόμα και σε επίπεδο νομού, λόγω π.χ. των διαφορετικών συνθηκών (οικονομικών, γεωγραφικών και κλιματολογικών) και του κόστους μεταφοράς.

73. Λαμβανομένων υπόψη των ανωτέρω, αναφορικά με την οριοθέτηση της γεωγραφικής αγοράς για την προμήθεια και συλλογή νωπού γάλακτος, και λαμβάνοντας υπόψη και τις Αποφάσεις της ΕΑ 515/VI/2011⁹³ και 598/2014, προκρίνεται η οριοθέτηση μιας ευρύτερης σχετικής γεωγραφικής αγοράς με εθνική διάσταση ή τουλάχιστον μιας σχετικής γεωγραφικής αγοράς που εκτείνεται σε περισσότερες περιφέρειες της χώρας ή ακόμη και στην ηπειρωτική Ελλάδα στο σύνολό της, λαμβάνοντας υπόψη ιδίως α) την τεχνική δυνατότητα μεταφοράς του νωπού γάλακτος στα εργοστάσια μεταποίησης με κάλυψη μεγάλης χιλιομετρικής απόστασης, β) τη δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ τουλάχιστον όμορων νομών, γ) τη σημαντικότητα για τον έλληνα καταναλωτή της προέλευσης του γάλακτος και δ) το γεγονός ότι η τιμή νωπού γάλακτος διαμορφώνεται με ομοιογενή εν γένει κριτήρια σε όλη την ηπειρωτική Ελλάδα, με την επιφύλαξη του

⁸⁷ Βλ. απαντητική επιστολή της FRIESLAND CAMPINA.

⁸⁸ Βλ. τις επιστολές των εταιριών ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΠΕΝΤΕ, LIDL, ΜΕΤΡΟ και ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ. Η εταιρία ΜΑΣΟΥΤΗΣ αναφέρει ότι αδυνατεί να απαντήσει στο εν λόγω ερώτημα, καθώς δεν διαθέτει τα αναγκαία στοιχεία.

⁸⁹ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΕΝΩΣΗΣ ΦΥΛΗΣ ΧΟΛΣΤΑΪΝ ΕΛΛΑΔΑΣ.

⁹⁰ Η ΘΕΣ ΓΑΛΑ αναφέρει ότι προκειμένου να είναι οικονομικά βιώσιμη η συλλογή νωπού γάλακτος, η μέγιστη απόσταση για τη συλλογή του, μέχρι τα κέντρα επεξεργασίας είναι περίπου 200χλμ. Η ΗΠΕΙΡΟΣ αναφέρει ότι η απόσταση αυτή δεν θα πρέπει να ξεπερνάει τα 100 χλμ, ενώ η ΣΕΡΓΑΛ αναφέρει ότι η απόσταση αυτή κυμαίνεται περίπου στα 65 χλμ. Η εταιρία ΔΩΔΩΝΗ αναφέρει ότι δεν υφίσταται περιορισμός στην απόσταση, καθώς αυτή εξαρτάται από την οργάνωση της κάθε γαλακτοβιομηχανίας (π.χ. επάρκεια φορτηγών διαφορετικών διαστάσεων και οργάνωση συλλογής κοντά σε ομάδες παραγωγών).

⁹¹ Βλ. σχετ. απαντητικές επιστολές των εταιριών ΘΕΣ ΓΑΛΑ, ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, ΝΕΟΓΑΛ, ΔΩΔΩΝΗ, ΚΡΙ ΚΡΙ, FRIESLAND CAMPINA, ΗΠΕΙΡΟΣ, ΦΑΓΕ.

⁹² Βλ. σχετ. απαντητικές επιστολές των ΣΕΡΓΑΛ, ΤΡΙΚΚΗ, ΕΒΟΛ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ.

⁹³ Βλ. αναλυτικότερα παρ. 34-42 αυτής.

παράγοντος κόστους μεταφοράς και της δραστηριοποίησης γαλακτοβιομηχανιών συνεταιριστικού χαρακτήρα σε ορισμένες περιφέρειες/νομούς της χώρας.

IV.1 ΔΟΜΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ ΝΩΠΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

74. Το νωπό γάλα παράγεται σε κτηνοτροφικές μονάδες και συλλέγεται από μονάδες μεταποίησης ή/και εμπορίας, μονάδες τυποποίησης - συσκευασίας γαλακτοκομικών προϊόντων, καθώς και από παραγωγούς - κτηνοτρόφους που μεταποιοούν το γάλα της κτηνοτροφικής τους εκμετάλλευσης. Οι πηγές προμήθειας νωπού γάλακτος είναι: απευθείας από παραγωγούς, από ενώσεις ή/και συλλόγους παραγωγών, από συνεταιρισμούς και από ιδιόκτητες φάρμες, από εισαγωγές και, σε ορισμένες περιπτώσεις, μπορεί να πραγματοποιηθούν και αγοραπωλησίες μεταξύ των γαλακτοβιομηχανιών. Ειδικότερα, και σύμφωνα με την επεξεργασία των στοιχείων που προσκόμισαν τα γνωστοποιούντα μέρη, καθώς και οι σημαντικότερες γαλακτοβιομηχανίες⁹⁴, οι αγορές σε νωπό αγελαδινό γάλα έχουν ως εξής:

Πίνακας 7: Αγορές σε νωπό αγελαδινό γάλα των μεγάλων γαλακτοβιομηχανιών για το 2016

	ΤΟΝΟΙ	%
Συνολική ποσότητα συλλ. Γάλακτος:	[...]	
- Ιδιόκτητες Φάρμες	[...]	[0-5]%
- Ενώσεις / Σύλλογοι	[...]	[0-5]%
- Απευθείας από παραγωγούς	[...]	[75-85]%
- Εισαγωγές	[...]	[5-10]%
- Άλλο, π.χ. άλλη εταιρία του κλάδου	[...]	[5-10]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων γνωστοποιούντων μερών και ανταγωνιστών

75. Στην αγορά προμήθειας νωπού γάλακτος δραστηριοποιούνται τόσο η ΔΕΛΤΑ όσο και η ΜΕΒΓΑΛ, ως αγοραστής. [...]. Το 2016, ο κύριος όγκος των αγορών νωπού γάλακτος πραγματοποιήθηκε [...] και για τις δύο επιχειρήσεις (ΔΕΛΤΑ: [...], ΜΕΒΓΑΛ: [...]), όπως παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 8: Αγορές σε νωπό αγελαδινό γάλα (σε τόνους) των συμμετεχουσών εταιριών για το 2016

	ΔΕΛΤΑ	%	ΜΕΒΓΑΛ	%
Συνολική ποσότητα συλλ. γάλακτος:	[...]	[95-100]%	[...]	[95-100]%
- Ιδιόκτητες Φάρμες	[...]	-	[...]	-
- Ενώσεις / Σύλλογοι	[...]	[0-5]%	[...]	-

⁹⁴ Βλ. τις επιστολές υπ' αριθ. πρωτ. του συνεταιρισμού «ΘΕΣΓΑΛΑ-ΠΙΕΣ», της NESTLE ΕΛΛΑΣ Α.Ε., και της ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ Α.Ε., της ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε., της ΟΠΤΙΜΑ Α.Ε., της ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΔΡΑΜΑΣ Α.Ε. - ΝΕΟΓΑΛ, της ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε., της ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε., της ΣΕΡΓΑΛ Α.Ε., της ΚΡΙ-ΚΡΙ Α.Ε. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ, της ΦΑΓΕ Α.Ε., της ΗΠΕΙΡΟΣ Α.Ε.Β.Ε., της ΤΡΙΚΚΗ Α.Ε, της ΕΛΓΕΚΑ Α.Ε., της DANONE, του ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ ΒΟΛΟΥ – ΕΒΟΛ, της FRIESLANDCAMPINA ΕΛΛΑΣ Α.Ε.Β.Ε. Ως εκ τούτου η συνολική ποσότητα συλλ. γάλακτος του Πίνακας 7, υπολείπεται της συνολικής εθνικής ποσότητας συλλ. γάλακτος.

	ΔΕΛΤΑ	%	ΜΕΒΓΑΛ	%
- Απευθείας από παραγωγούς	[...]	[95-100]%	[...]	[75-85]%
- Εισαγωγές	[...]	[0-5]%	[...]	-
- Άλλο, π.χ. άλλη εταιρία του κλάδου	[...]	[0-5]%	[...]	[15-25]%

Πηγή: ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ

76. Σύμφωνα με στοιχεία του ΕΛ.Γ.Ο. - ΔΗΜΗΤΡΑ, τόσο ο συνολικός αριθμός παραγωγών αγελαδινού γάλακτος στην Ελλάδα, όσο και η συνολική παραγωγή αγελαδινού γάλακτος στην ελληνική επικράτεια, κατέγραψαν πτωτική πορεία, στην τριετία 2014-2016.

Πίνακας 9: Εξέλιξη αριθμού παραγωγών και παραγωγής αγελαδινού γάλακτος, 2014 - 2016

	2014	2015	2016
Αριθμός παραγωγών	3.441	3.246	3.044
Παραγωγή σε κιλά	617.861.792	602.667.855	601.395.074

Πηγή: Ε.Λ.Γ.Ο. - ΔΗΜΗΤΡΑ

77. Με βάση στοιχεία του ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ, όπως αποτυπώνονται στον κατωτέρω πίνακα, κατά το έτος 2015, από τους 3.246 συνολικά παραγωγούς νωπού αγελαδινού γάλακτος, 112 παραγωγοί, ήτοι ποσοστό 3% των παραγωγών, παρήγαγαν ποσότητες μεγαλύτερες των 1000 τόνων, ήτοι ποσοστό 32,43% της εγχώριας παραγωγής νωπού αγελαδινού γάλακτος, ενώ 1.044 παραγωγοί, ήτοι ποσοστό 32% των παραγωγών, παρήγαγαν ποσότητες μεταξύ 10 και 50 τόνων, ήτοι ποσοστό 4,39% της εγχώριας παραγωγής.

Πίνακας 10: Κατανομή των παραγωγών αγελαδινού γάλακτος ανάλογα με την ποσότητα που παρέδωσαν το έτος 2015

ΟΡΙΑ	2015			
	ΑΡΙΘ. ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (ΣΕ ΤΟΝΟΥΣ)	ΠΟΣΟΣΤΟ
≤ 10 tn	611	19%	2.681,0	0,44%
10 – 50 tn	1.044	32%	26.437,3	4,39%
50 – 100 tn	382	12%	26.886,2	4,46%
100 – 200 tn	413	13%	60.461,9	10,03%
200 – 500 tn	471	15%	149.128,6	24,75%
500 – 1.000 tn	213	7%	141.501,2	23,48%
> 1.000 tn	112	3%	195.422,5	32,43%
ΣΥΝΟΛΑ	3.246	100%	602.519	100,00%

Πηγή: ΕΛΓΟ-ΔΗΜΗΤΡΑ⁹⁵

78. Το νωπό γάλα είναι ομογενοποιημένο προϊόν⁹⁶, για το οποίο δεν υπάρχουν υποκατάστατα (τουλάχιστον για τις περισσότερες χρήσεις του). Το μεγαλύτερο ποσοστό της χρήσης του αγελαδινού γάλακτος ως πρώτη ύλη αφορά στην κατηγορία του παστεριωμένου γάλακτος ανερχόμενο στο 53,7%, για το 2016. Για το ίδιο χρονικό διάστημα, ακολουθούν τα γιαούρτια και τα τυριά με ποσοστό της τάξης του 16,3% και 14,1% αντίστοιχα και το γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας (ή υψηλής παστερίωσης) με ποσοστό 7,6%.

⁹⁵<http://www.elgo.gr/index.php/quality-assurance-of-agricultural-products/check-milk?lang=el#στατιστικά>

⁹⁶ Με εξαίρεση τη διάκριση μεταξύ γάλακτος και οργανικού (βιολογικού) γάλακτος.

Πίνακας 11: Κατανομή της χρήσης νοπού αγελαδινού γάλακτος, 2014-2016

Συμμετοχή κατά χρήση:	2014	2015	2016 ⁹⁷
Παστεριωμένο (φρέσκο)	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%
Υψηλής Θερμικής Επεξεργασίας	[15-25]%	[15-25]%	[5-10]%
Συμπυκνωμένο	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Γιαούρτια και οζονισθέντα γάλατα	[10-15]%	[10-15]%	[15-25]%
Τυριά	[5-10]%	[5-10]%	14,1%
Επιδόρπια	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Ροφήματα	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Κρέμα	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Βούτυρο	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Διάφορα μη γαλακτοκομικά	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων Ε.Λ.Γ.Ο. - ΔΗΜΗΤΡΑ

79. Η τιμή αγοράς του γάλακτος από τις γαλακτοβιομηχανίες διαμορφώνεται βάσει κυρίως των εξής κριτηρίων: ποιότητα (χημική σύνθεση γάλακτος, μικροβιακή κατάσταση, αντιβιοτικά)⁹⁸, ποσότητα, μέγεθος κτηνοτροφικής μονάδας, προοπτικές ανάπτυξης της μονάδας και εποχικότητα, αλλά και την τιμή εισαγωγής γάλακτος από την Ε.Ε.

80. Σύμφωνα με στοιχεία του ΕΛ.Γ.Ο. – ΔΗΜΗΤΡΑ και αναφορικά με τη μέση τιμή παραγωγού αγελαδινού γάλακτος, παρατηρείται αρνητική ποσοστιαία μηνιαία μεταβολή για την περίοδο 2013 – 2016.

Πίνακας 12: Μέση Τιμή παραγωγού αγελαδινού γάλακτος ανά μήνα (€/κιλό)

ΜΗΝΑΣ	2013	yoγ Δ%	2014	yoγ Δ%	2015	yoγ Δ%	2016	yoγ Δ%
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΦΕΒΡΟΥΡΙΟΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΜΑΡΤΙΟΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΜΑΪΟΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΙΟΥΝΙΟΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΙΟΥΛΙΟΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Μ.Ο. ΜΕΣΗΣ ΤΙΜΗΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: ΕΛ.Γ.Ο. – ΔΗΜΗΤΡΑ

81. Η συλλογή του γάλακτος διενεργείται σε καθημερινή βάση από τις ατομικές δεξαμενές ψύξης του γάλακτος (παγολεκάνες) των παραγωγών⁹⁹. Λαμβάνεται δείγμα

⁹⁷ Σύμφωνα με τον ΕΛ.Γ.Ο. – ΔΗΜΗΤΡΑ για το 2016 δεν έχει ολοκληρωθεί η επεξεργασία των στοιχείων.

⁹⁸ Η τιμή αγοράς αυξομειώνεται στην περίπτωση που μεταβληθούν τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του εισκομιζόμενου γάλακτος.

⁹⁹ Οι οποίες συνήθως τους παραχωρούνται με χρησιδάνειο από την εκάστοτε εταιρία.

γάλακτος από την παγολεκάνη του κάθε παραγωγού ξεχωριστά, πριν τοποθετηθεί το γάλα στα ισόθερμα βυτία της κάθε εταιρίας, όπου και ζυγίζεται. Στη συνέχεια, το γάλα μεταφέρεται στο εργοστάσιο, όπου υπόκειται σε εργαστηριακούς ελέγχους και υποβάλλεται στις απαραίτητες διεργασίες (όπως παστερίωση και ομογενοποίηση, για να απαλλαγθεί από τους παθογόνους οργανισμούς), προκειμένου να παραχθεί το τελικό προϊόν διατηρώντας τα θρεπτικά συστατικά του αναλλοίωτα¹⁰⁰. Η ΔΕΛΤΑ διαθέτει, στο δίκτυό της, [...] ¹⁰¹. Αντίστοιχα, η ΜΕΒΓΑΛ για τη συλλογή του γάλακτος χρησιμοποιεί [...] ¹⁰². [...] ¹⁰³.

82. Η ΔΕΛΤΑ διαθέτει τέσσερις σταθμούς συλλογής γάλακτος και τέσσερα εργοστάσια¹⁰⁴, στους οποίους σταθμούς συγκεντρώνεται το γάλα από διάφορους νομούς της χώρας¹⁰⁵. Η μέση χιλιομετρική απόσταση από τους παραγωγούς στα κέντρα συλλογής, σύμφωνα με τα προσκομισθέντα στοιχεία, είναι περίπου [...] χλμ.¹⁰⁶, ενώ από τους παραγωγούς στα εργοστάσια η μέγιστη διανυόμενη απόσταση ανέρχεται περί τα [...] χλμ. (με χαρακτηριστικό παράδειγμα την απευθείας μεταφορά ποσοτήτων νωπού γάλακτος από τις περιοχές [...] στο εργοστάσιο της ΔΕΛΤΑ στον Ταύρο).

83. Οι μονάδες συλλογής γάλακτος για τη ΜΕΒΓΑΛ βρίσκονται στο εργοστάσιο της εταιρίας στα Κουφάλια Θεσσαλονίκης και στο σταθμό συγκέντρωσης γάλακτος στην ΒΙ.ΠΕ. Σερρών. Το γάλα όλων των κατηγοριών (αγελαδινό, πρόβειο, γίδινο), από όλους τους νομούς της χώρας, συλλέγεται [...] ¹⁰⁷, [...] ¹⁰⁸.

84. Ειδικότερα, σύμφωνα με τα στοιχεία που δόθηκαν από τον ΕΛ.Γ.Ο. - ΔΗΜΗΤΡΑ¹⁰⁹, για το έτος 2016, η ΔΕΛΤΑ συνέλεξε **αγελαδινό γάλα** από [...] νομούς της χώρας, ενώ η ΜΕΒΓΑΛ από [...] νομούς, [οι δύο εταιρίες είχαν κοινή παρουσία σε 6 νομούς (Θεσσαλονίκης, Κιλκίς, Ξάνθης, Πέλλας, Σερρών και Φλώρινας)]. Για το ίδιο έτος και όσον αφορά τη συλλογή **πρόβειου γάλακτος**, η ΔΕΛΤΑ συνέλεξε γάλα από [...] νομούς της χώρας¹¹⁰, ενώ η ΜΕΒΓΑΛ από [...] νομούς της Βόρειας Ελλάδας, [οι δύο εταιρίες είχαν κοινή παρουσία σε 6 νομούς (Θεσσαλονίκης, Κιλκίς, Κοζάνης,

¹⁰⁰ Στην περίπτωση που μεσολαβεί σταθμός συλλογής, το γάλα ελέγχεται εκεί, ψύχεται, διυλίζεται και αποθηκεύεται προσωρινά, μέχρι την αποστολή του στα εργοστάσια.

¹⁰¹ Βλ. σχετ. 44 του υπ' αριθ. πρωτ. 938/15.2.2017 εντύπου γνωστοποίησης.

¹⁰² Βλ. σχετ. 89 της υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολής των γνωστοποιούντων μερών.

¹⁰³ Βλ. σχετ. 89 της υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολής των γνωστοποιούντων μερών.

¹⁰⁴ Στη Θεσσαλονίκη, στην Ημαθία, στον Αγ. Στέφανο και στον Ταύρο Αττικής (βλ. σχετ. 88 της υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολής των γνωστοποιούντων μερών).

¹⁰⁵ Τοποθεσίες σταθμών συλλογής: νομοί Ξάνθης, Σερρών, Ηλείας και Τρικάλων (βλ. σχετ. 88 της υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολής των γνωστοποιούντων μερών). Οι εγκαταστάσεις των εν λόγω σταθμών εκτός από τους αποθηκευτικούς χώρους, τα βυτία και τις παγολεκάνες, περιλαμβάνουν εξοπλισμό ποιοτικού ελέγχου, ατμογεννήτριες, εναλλάκτες θερμότητας, ψυκτικά συγκροτήματα, συστήματα καθαρισμού του εξοπλισμού και των βυτίων, εξοπλισμό καθαρισμού του νερού και συστήματα βιολογικού καθαρισμού. Το συλλεγόμενο γάλα παραδίδεται και στα εργοστάσια της εταιρίας στη Θεσσαλονίκη, στην Ημαθία και στον Ταύρο.

¹⁰⁶ Βλ. σχετ. 124 της υπ' αριθ. πρωτ. 1872/28.3.2017 επιστολής των γνωστοποιούντων μερών ([...]).

¹⁰⁷ [...]. Στο τελευταίο αυτό συμφωνητικό προβλέπεται ότι η μισθώτρια θα συλλέγει γάλα αποκλειστικά και μόνο από γαλακτοπαραγωγούς της ΜΕΒΓΑΛ των νομών Σερρών, Δράμας, Ξάνθης και Ροδόπης, το οποίο θα προωθεί στη συνέχεια στο εργοστάσιο της ΜΕΒΓΑΛ στη Θεσσαλονίκη.

¹⁰⁸ Βλ. σχετ. 89 της υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολής των γνωστοποιούντων μερών.

¹⁰⁹ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2203/10.4.2017 επιστολή του ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ.

¹¹⁰ Σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκόμισε η ΔΕΛΤΑ, η εταιρία συνέλεξε πρόβειο γάλα και από τον νομό Κέρκυρας (βλ. σχετ. 21 του εντύπου γνωστοποίησης).

Ξάνθης, Πιερίας και Σερρών)]. Τέλος, σχετικά με τη συλλογή του γίδινου γάλακτος, το 2016 η ΔΕΛΤΑ συνέλεξε γάλα από [...] νομούς της χώρας¹¹¹, ενώ η ΜΕΒΓΑΛ από [...] νομούς της Βόρειας Ελλάδας, [οι δύο εταιρίες είχαν κοινή παρουσία σε 4 νομούς (Κιλίκis, Κοζάνης, Ξάνθης και Σερρών)].

Οριζόντιες επικαλύψεις ανά γεωγραφική περιοχή εισκόμισης νωπού αγελαδινού γάλακτος

85. Συνολικά στην ελληνική επικράτεια, για το έτος 2016, η ΔΕΛΤΑ απορρόφησε περίπου το [15-25]% του νωπού αγελαδινού γάλακτος και η ΜΕΒΓΑΛ περίπου το [5-10]%, φτάνοντας αθροιστικά περίπου στο **[25-35]%** στο σύνολο των γαλακτοβιομηχανιών. Οι ποσότητες απορρόφησης παραγόμενου αγελαδινού γάλακτος ανά νομό και ανά βιομηχανία, για τα έτη 2014, 2015 και 2016, παρουσιάζονται στο Παράρτημα Ι.

86. Οι περιοχές στις οποίες παρουσιάζεται σημαντική οριζόντια επικάλυψη μεταξύ των εταιριών ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ στην προμήθεια νωπού αγελαδινού γάλακτος¹¹² εντοπίζονται ιδίως σε ορισμένους νομούς της περιφέρειας της Κεντρικής Μακεδονίας. Σημειώνεται ότι στην περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας εισκομίσθηκε το [45-55]% του συνολικού όγκου αγελαδινού γάλακτος το 2016 (περίπου [...] τόνοι), καθώς η περιφέρεια αυτή συγκεντρώνει το μεγαλύτερο μέρος του ζωικού πληθυσμού της χώρας, ενώ συνολικά στη Μακεδονία εισκομίσθηκε κατά το 2016 το [55-65]% του συνολικού όγκου αγελαδινού γάλακτος.

87. Περαιτέρω, η ΔΕΛΤΑ απορρόφησε το 2016 περίπου το [25-35]% του νωπού αγελαδινού γάλακτος στην περιοχή της Μακεδονίας, η δε ΜΕΒΓΑΛ το [15-25]%, ενώ στην περιοχή της Κεντρικής Μακεδονίας, η ΔΕΛΤΑ απορρόφησε κατά το ίδιο ως άνω έτος το [25-35]% του νωπού αγελαδινού γάλακτος και η ΜΕΒΓΑΛ περίπου το [15-25]%. Με βάση τα ως άνω στοιχεία, το αθροιστικό μερίδιο των εν λόγω εταιριών ανέρχεται σε **[45-55]%** στην απορρόφηση νωπού αγελαδινού γάλακτος στη Μακεδονία και σε **[35-45]%**¹¹³ στην Κεντρική Μακεδονία.

88. Ανά κοινό νομό, η ποσοστιαία απορρόφηση αγελαδινού γάλακτος των εταιριών ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ για το έτος 2016 κυμαίνεται αθροιστικά από **[35-45]%** (στο νομό Σερρών) έως **[75-85]%** (στο νομό Φλώρινας). Ειδικότερα, στους νομούς Φλώρινας και Πέλλας καταγράφεται απορρόφηση της τάξης του **[75-85]%** και **[65-75]%** αντίστοιχα. Σημαντικό αθροιστικό μερίδιο παρουσιάζεται, επίσης, και στους νομούς Θεσσαλονίκης ([45-55]%) και Ξάνθης ([55-65]%)¹¹⁴.

89. Όπως προκύπτει από την επεξεργασία των στοιχείων του ΕΛ.Γ.Ο. - ΔΗΜΗΤΡΑ, σχετικά με τις παραδόσεις αγελαδινού γάλακτος ανά νομό, την τελευταία περίοδο

¹¹¹ Σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκόμισε η ΔΕΛΤΑ, η εταιρία συνέλεξε γίδινο γάλα και από τον νομό Κέρκυρας (βλ. σχετ. 21 του εντύπου γνωστοποίησης).

¹¹² Η ποσοστιαία απορρόφηση πρόβειου γάλακτος των εταιριών ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ **ανά κοινό νομό**, για το έτος 2016, κυμάνθηκε αθροιστικά από [0-5]% έως [25-35]% σε έξι νομούς. Αντίστοιχα, η απορρόφηση γίδινου γάλακτος των δύο εταιριών **ανά κοινό νομό**, για το έτος 2016, κυμάνθηκε αθροιστικά από [0-5]% έως [15-25]% σε τέσσερεις νομούς.

¹¹³ Βλ. Παρακάτω Πίνακα αναφορικά με τους κοινούς νομούς. Βλ. και Παράρτημα Ι για τους σχετικούς υπολογισμούς.

¹¹⁴ Σημειώνεται ότι στους νομούς Πέλλας, Σερρών και Φλώρινας οι ποσότητες που αφορούν την εταιρία ΜΕΒΓΑΛ [...].

εισκομίσθηκαν στο νομό Φλώρινας περίπου [...] τόνοι και στο νομό Πέλλας περίπου [...] τόνοι, ποσότητες που αντιστοιχούν στο [0-5]% και [0-5]% της συνολικής εγχώριας εισκομισθείσας ποσότητας αγελαδινού γάλακτος αντίστοιχα. Συγκεκριμένα, ο νομός Φλώρινας εμφανίζεται να κατέχει την 10^η θέση, ενώ ο νομός Πέλλας κατέχει την 8^η θέση στην εθνική κατανομή.

90. Αναφορικά δε με τους νομούς Θεσσαλονίκης και Ξάνθης, όπου το αθροιστικό μερίδιο εισκόμισης των εταιριών ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ είναι επίσης σημαντικό, θα πρέπει να σημειωθεί ότι η επόμενη/ δεύτερη σε μερίδιο γαλακτοβιομηχανία απορροφά στους νομούς Θεσσαλονίκης και Ξάνθης περίπου το [15-25]%¹¹⁵ και [10-15]%¹¹⁶ αντίστοιχα της συνολικής ποσότητας παραγόμενου αγελαδινού γάλακτος στους εν λόγω νομούς. Επίσης, οι συνολικές εισκομίσεις αντιπροσωπεύουν για το νομό Θεσσαλονίκης περίπου το [25-35]% ([...] τόνοι) και για το νομό Ξάνθης περίπου το [5-10]% ([...] τόνοι) της συνολικής εισκομισθείσας ποσότητας αγελαδινού γάλακτος της χώρας. Από τα παραπάνω προκύπτει ότι ο νομός Θεσσαλονίκης βρίσκεται στην 1^η θέση και ο νομός Ξάνθης στην 4^η θέση της πανελλήνιας κατάταξης των νομών αναφορικά με τις εισκομίσεις παραγόμενου αγελαδινού γάλακτος.

91. Ο παρακάτω Πίνακας παρουσιάζει το αθροιστικό μερίδιο απορρόφησης αγελαδινού γάλακτος των συμμετεχουσών στους έξι νομούς που αυτές έχουν κοινή παρουσία, για τα έτη 2014-2016.

Πίνακας 13: Ποσοστιαία Απορρόφηση Αγελαδινού Γάλακτος των Συμμετεχουσών Επιχειρήσεων στο Σύνολο της Παραγωγής Γάλακτος στους Έξι Κοινούς Νομούς για τα Έτη 2014, 2015 και 2016

ΝΟΜΟΣ	2014	2015	2016
ΗΜΑΘΙΑΣ ¹¹⁷	-	[55-65]%	-
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	[35-45]%	[35-45]%	[45-55]%
ΚΙΑΚΙΣ	[25-35]%	[35-45]%	[35-45]%
ΞΑΝΘΗΣ	[45-55]%	[45-55]%	[55-65]%
ΠΕΛΛΑΣ	[75-85]%	[75-85]%	[65-75]%
ΣΕΡΡΩΝ	[35-45]%	[35-45]%	[35-45]%
ΦΛΩΡΙΝΑΣ ¹¹⁸	-	[85-95]%	[75-85]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων προσκομισθέντων από τον ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ¹¹⁹ και τα γνωστοποιούντα μέρη

92. Αναλυτικότερα, για το 2016, τα ποσοστά απορρόφησης γάλακτος ανά κοινό νομό και ανά συμμετέχουσα επιχείρηση, καθώς και η ποσοστιαία συμμετοχή έκαστης εκ των ανωτέρω αναφερομένων γεωγραφικών περιοχών¹²⁰ επί των συνολικών παραδόσεων αγελαδινού γάλακτος στην Ελλάδα είχαν ως εξής:

Πίνακας 14: Ποσοστιαία Απορρόφηση Γάλακτος ανά Συμμετέχουσα Επιχείρηση στο Σύνολο της Παραγωγής Γάλακτος στην ελληνική επικράτεια, στην περιοχή της Μακεδονίας, στην Κεντρική

¹¹⁵ Σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκόμισε ο ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ, το εν λόγω ποσοστό αφορά στην εταιρία [...].

¹¹⁶ Σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκόμισε ο ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ, το εν λόγω ποσοστό αφορά στην εταιρία [...].

¹¹⁷ Τα έτη 2014 και 2016 στο νομό Ημαθίας δραστηριοποιούταν μόνο η ΔΕΛΤΑ.

¹¹⁸ Το έτος 2014 στο νομό Φλώρινας δραστηριοποιούταν μόνο η ΔΕΛΤΑ.

¹¹⁹ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2203/10.4.2017 επιστολή του ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ.

¹²⁰ Η ποσοστιαία συμμετοχή κάθε νομού επί των συνολικών παραδόσεων αγελαδινού γάλακτος στην Ελλάδα παρουσιάζεται στο Παράρτημα ΙΙΙ.

Μακεδονία και στους έξι κοινούς Νομούς – Ποσοστιαία Συμμετοχή γεωγραφικής περιοχής στις συνολικές παραδόσεις (2016)

	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΒΓΑΛ	ΣΥΝΟΛΟ	% ΣΥΜ/ΧΗ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΕΠΙ ΣΥΝ. ΠΑΡΑΔΟΣΕΩΝ
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑ	[15-25]%	[5-10]%	[25-35]%	[95-100]%
ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	[25-35]%	[15-25]%	[45-55]%	[55-65]%
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	[25-35]%	[15-25]%	[35-45]%	[45-55]%
ΝΟΜΟΣ	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΒΓΑΛ	ΣΥΝΟΛΟ	
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	[25-35]%	[15-25]%	[45-55]%	[25-35]%
ΚΙΛΚΙΣ	[15-25]%	[15-25]%	[35-45]%	[5-10]%
ΞΑΝΘΗΣ	[35-45]%	[15-25]%	[55-65]%	[5-10]%
ΠΕΛΛΑΣ	[45-55]%	[25-35]%	[65-75]%	[0-5]%
ΣΕΡΡΩΝ	[25-35]%	[0-5]%	[35-45]%	[5-10]%
ΦΛΩΡΙΝΑΣ	[65-75]%	[10-15]%	[75-85]%	[0-5]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων προσκομισθέντων από τον ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ ¹²¹ και τα γνωστοποιούντα μέρη

Μετακινήσεις παραγωγών αγελαδινού γάλακτος

93. Εξάλλου, οι «αποχωρήσεις» και οι «αφίξεις» των παραγωγών αγελαδινού γάλακτος (μετακινήσεις) από και προς τις συμμετέχουσες εταιρίες (προς/από άλλες εταιρίες του κλάδου), παρουσιάζονται στους παρακάτω πίνακες. Ειδικότερα για τη ΔΕΛΤΑ:

Πίνακας 15: Μετακινήσεις Παραγωγών συνεργαζόμενων με ΔΕΛΤΑ, 2014-2016

	Συν. Συνεργασθέντων Παραγωγών	Αφίξεις	% αφίξεων	Αποχωρήσεις	% αποχ/σεων
2014	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2015	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2016	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΣΥΝΟΛΟ	[...]	[...]		[...]	
Ετήσιος Μέσος Όρος	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ ¹²²

94. Όσον αφορά στις μετακινήσεις των συνεργαζόμενων με τη ΜΕΒΓΑΛ παραγωγών, ισχύουν τα ακόλουθα:

Πίνακας 16: Μετακινήσεις Παραγωγών συνεργαζόμενων με ΜΕΒΓΑΛ, 2014-2016

	Συν. Συνεργασθέντων Παραγωγών	Αφίξεις	% αφίξεων	Αποχωρήσεις	% αποχ/σεων
2014	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2015	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2016	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

¹²¹ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2203/10.4.2017 επιστολή του ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ.

¹²² Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2203/10.4.2017 επιστολή του ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ.

	Συν. Συνεργασθέντων Παραγωγών	Αφίξεις	% αφίξεων	Αποχωρήσεις	% αποχ/σεων
ΣΥΝΟΛΟ	[...]	[...]		[...]	
Ετήσιος Μέσος Όρος	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ ¹²³

95. Όπως προκύπτει από τους ανωτέρω Πίνακες, την τριετία 2014-2016, ο συνολικός αριθμός των παραγωγών που ξεκίνησαν συνεργασία (αφίξεις) με τη ΔΕΛΤΑ είναι σχεδόν ο ίδιος με τον αριθμό των παραγωγών που αποχώρησαν ([...] αφίξεις έναντι [...] αποχωρήσεων). Ωστόσο, προκύπτει ότι η ΜΕΒΓΑΛ «χάνει» περίπου [...] παραγωγούς την εξεταζόμενη τριετία, γεγονός που εκτιμάται ότι συνδέεται [...]¹²⁴.

96. Όσον αφορά στις μετακινήσεις των συνεργαζόμενων με τις ανταγωνίστριες εταιρίες παραγωγών νωπού αγελαδινού γάλακτος και σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκομίστηκαν από τον ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ, για την περίοδο 2014-2016, σημειώνονται τα εξής:

Πίνακας 17: Μετακινήσεις Παραγωγών συνεργαζόμενων με λοιπές γαλακτοβιομηχανίες, 2014-2016

	2014			2015			2016		
	Συν. Παραγωγών	Αφίξεις	Αποχωρήσεις	Συν. Παραγωγών	Αφίξεις	Αποχωρήσεις	Συν. Παραγωγών	Αφίξεις	Αποχωρήσεις
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΘΕΣΓΑΛΑ-ΠΙΕΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
FRIESLANDCAMPINA	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
KPI-KPI	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ ¹²⁵

97. Από τα παραπάνω, διαφαίνεται ότι υπάρχει σχετική κινητικότητα παραγωγών ανάμεσα στις γαλακτοβιομηχανίες. Το γεγονός αυτό, πάντως, δεν μπορεί να οδηγήσει σε ασφαλές συμπέρασμα σχετικά με την μετακίνηση των παραγωγών, αφού λαμβάνεται υπόψη μόνο ο αριθμός των παραγωγών και όχι η ποσότητα που παράγει ο καθένας από αυτούς.

98. Ιδίως ως προς την εταιρία ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, πρέπει να σημειωθεί [...]¹²⁶ [...], ως εκ τούτου, τα σχετικά στοιχεία του ΕΛΓΟ-ΔΗΜΗΤΡΑ δεν

¹²³ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2203/10.4.2017 επιστολή του ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ.

¹²⁴ Βλ. ιδίως το υπ' αριθ. πρωτ. 1152/23-02-2017 Υπόμνημα Θέσεων της ΔΕΛΤΑ., καθώς και το επιχειρηματικό σχέδιο (Business Plan) με τίτλο *Project Dairy: Independent Business Review* (Οκτώβριος 2016), που προσκομίστηκε ως συνημμένο Σχετικό 9 στο υπ' αριθ. πρωτ. 938/15-02-2017 Έντυπο γνωστοποίησης (σελ. 12), και στο οποίο γίνεται λόγος για [...].

¹²⁵ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2203/10.4.2017 επιστολή του ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ.

¹²⁶ Το 2015 πραγματοποιήθηκε αύξηση στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρίας ΟΛΥΜΠΟΣ που μετονομάστηκε σε ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, με εισφορά του μετοχικού κεφαλαίου της

μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων. Εντούτοις, χρήσιμα είναι τα αντίστοιχα στοιχεία της εταιρίας ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, σύμφωνα με τα οποία κατά τα έτη 2014, 2015 και 2016, σε σύνολο [...].

99. Αναφορικά με το εάν οι παραγωγοί μπορούν εύκολα να αλλάξουν πελάτη/γαλακτοβιομηχανία, οι ανταγωνίστριες¹²⁷ των μερών εταιρίες ανέφεραν ότι οι παραγωγοί είναι ελεύθεροι να αλλάξουν πελάτη. Η εταιρία [...] επισήμανε πάντως ότι ενδέχεται οι παραγωγοί να δεσμεύονται από σχετικές ρήτρες στα συμβόλαιά τους, καθώς και ότι η λύση των συμβολαίων έχει οικονομικές επιπτώσεις και η εταιρία [...] ανέφερε οι παραγωγοί είναι μεν ελεύθεροι να στραφούν σε άλλους πελάτες, αφού όμως πρώτα επιστρέψουν τυχόν προκαταβολή που έχουν λάβει για ποσότητες γάλακτος που δεν έχουν παραδώσει¹²⁸. Επίσης, η εταιρία [...] εξέφρασε την εκτίμηση ότι αν υφίστανται μακροχρόνιες σχέσεις χωρίς προβλήματα, τότε η μετακίνηση των παραγωγών δεν θεωρείται πιθανή. Τέλος, αναφέρεται ο παράγοντας της ζήτησης ως καθοριστικός για τις επιλογές και συνεργασίες των παραγωγών (ήτοι εφόσον υπάρχει ζήτηση γάλακτος, τότε οι παραγωγοί δεν εμποδίζονται να αλλάξουν πελάτη)¹²⁹. Αντίθετα η ΕΝΩΣΗ ΦΥΛΗΣ ΧΟΛΣΤΑΪΝ ΕΛΛΑΔΑΣ¹³⁰ ισχυρίζεται ότι η μετακίνηση παραγωγών μεταξύ των γαλακτοβιομηχανιών δεν είναι εύκολη, διότι οι τελευταίες δεν εκδηλώνουν ενδιαφέρον για σύναψη συμβολαίων με νέους παραγωγούς, είτε γιατί δεν χρειάζονται επιπλέον γάλα (όπως δηλώνουν), είτε για να μην δημιουργηθούν εντάσεις μεταξύ των γαλακτοβιομηχανιών.

100. Η Δ/ση Κτηνοτροφικών Υποδομών & Μεταποίησης Ζωικών Προϊόντων του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης, για το ίδιο θέμα, επισημαίνει ότι η ευκολία μετακίνησης των γαλακτοπαραγωγών από έναν αγοραστή γάλακτος σε έναν άλλο εξαρτάται από το εάν είναι επιβαλλόμενη ή κοινή συναινέσει, καθώς και από τους όρους υπό τους οποίους πραγματοποιείται. Επισημαίνει πάντως ότι δεν είναι ασυνήθιστο στην αγορά του αγελαδινού γάλακτος να υπάρχει μετακίνηση γάλακτος σε μεγάλες αποστάσεις¹³¹.

Δυνατότητα εφοδιασμού με επιπλέον νωπό γάλα

101. Εξάλλου, σε ερώτημα της ΓΔΑ προς τους ανταγωνιστές των εταιριών ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ για το κατά πόσο θα ήταν εφικτός/εύκολος ο έγκαιρος εφοδιασμός και σε εύλογο κόστος με το απαιτούμενο επιπλέον νωπό γάλα, εάν αποφάσιζαν να αυξήσουν την παραγωγή τους σε γαλακτοκομικά προϊόντα, η πλειοψηφία¹³² απάντησε ότι θα ήταν

απορροφηθείσας σύμφωνα με το ν. 2166/93 (σ.σ. ενοποίηση ενεργητικού και παθητικού) ανώνυμης εταιρείας «ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΞΑΝΘΗΣ Α.Ε.» και το διακριτικό τίτλο «ΡΟΔΟΠΗ». Περαιτέρω, το 2016 αποφασίστηκε η συγχώνευση της ΤΥΡΑΣ (μητρική) από την ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ (θυγατρική).

¹²⁷ Βλ. απαντητικές επιστολές των εταιριών ΝΕΟΓΑΛ, ΔΩΔΩΝΗ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ΣΕΡΓΑΛ, ΚΡΙ ΚΡΙ, ΗΠΕΙΡΟΣ, ΤΡΙΚΚΗ, ΕΒΟΛ, FRIESLAND, ΣΤΑΜΟΥ.

¹²⁸ Βλ. απαντητική επιστολή της εταιρίας [...].

¹²⁹ Βλ. απαντητική επιστολή της εταιρίας [...].

¹³⁰ Βλ. απαντητική επιστολή της ΕΝΩΣΗΣ ΦΥΛΗΣ ΧΟΛΣΤΑΪΝ.

¹³¹ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2898/18.5.2017 απαντητική επιστολή της Δ/σης Κτηνοτροφικών Υποδομών & Μεταποίησης Ζωικών Προϊόντων του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης.

¹³² Βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών ΘΕΣΓΑΛΑ-ΠΙΕΣ, ΝΕΟΓΑΛ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ΚΡΙ-ΚΡΙ, ΦΑΓΕ, ΕΒΟΛ και FRIESLAND.

σχετικά εύκολο, χωρίς όμως να αιτιολογήσει περαιτέρω, ενώ ικανός αριθμός εταιριών εξέφρασε σχετικούς προβληματισμούς.

102. Ειδικότερα, η **ΘΕΣΓΑΛΑ-ΠΙΕΣ** αναφέρει σχετικά με το κόστος ότι εξαρτάται από τα σταθερά έξοδα και τις οικονομίες κλίμακος που θα υπολογιστούν στο εκάστοτε εγχείρημα. Η **FRIESLAND** απάντησε ότι γενικά είναι εύκολος ο έγκαιρος εφοδιασμός, σημειώνοντας ότι ο βαθμός ευκολίας εξαρτάται από την περίοδο (προσφορά και ζήτηση προϊόντος).

103. Αντίθετη άποψη διατύπωσε η εταιρία **ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ**, η οποία υποστήριξε ότι, δεδομένου του γεγονότος ότι η φιλοσοφία της είναι να χρησιμοποιεί για την παραγωγή των προϊόντων που παράγει αποκλειστικά και μόνο ελληνική πρώτη ύλη, η πρόσβαση στο ελληνικό νωπό γάλα έγκαιρα και με εύλογο κόστος είναι δύσκολη έως σχεδόν αδύνατη, δεδομένου ότι η Ελλάδα είναι ελλειμματική σε πρώτη ύλη γάλακτος, και άρα έχει υψηλή ζήτηση, καθώς οι ποσότητες που καταναλώνονται είναι υπερδιπλάσιες από την ποσότητα. Αντίθετα, εάν η εν λόγω εταιρία αποφάσιζε, γεγονός που δεν συμβαίνει, να αυξήσει την παραγωγή της σε γαλακτοκομικά προϊόντα αδιαφορώντας για την προέλευση της πρώτης ύλης, θα ήταν πολύ εύκολο να προμηθευτεί νωπό γάλα από το εξωτερικό και εγκαίρως σε εύλογη τιμή.

104. Περαιτέρω, η **ΔΩΔΩΝΗ** αναφέρει σχετικά ότι οποιαδήποτε σημαντική αύξηση παραγωγής οποιουδήποτε γαλακτοκομικού προϊόντος είναι πιθανά δύσκολο να επιτευχθεί σε σύντομο χρονικό διάστημα, λόγω αρκετών παραγόντων που σχετίζονται με το μοντέλο παραγωγής της και οι οποίοι θα πρέπει να τροποποιηθούν. Ειδικότερα, επιπλέον ποσότητα γάλακτος απαιτεί επιπλέον παραγωγούς, που να βρίσκονται σχετικά κοντά ο ένας στον άλλο, επανα-χαρτογράφηση των λειτουργιών Logistics για τις εν λόγω περιοχές, οργάνωση της συλλογής γάλακτος με πιο οικονομικά αποδοτικό τρόπο, αγορά από την εταιρία και διανομή παγολεκανών για τη διασφάλιση της ποιότητας του γάλακτος καθώς και επέκταση των διαδικασιών ελέγχου ποιότητας σε νέες περιοχές.

105. Σύμφωνα δε με τη **ΣΕΡΓΑΛ** η εξασφάλιση απαραίτητης επιπλέον ποσότητας γάλακτος σίγουρα δεν είναι εύκολη και χωρίς κόστος, άλλα δεν θα είναι και ανέφικτη, καθώς η εύρεση παραγωγών προϋποθέτει αύξηση της τιμής αγοράς με αποτέλεσμα την αύξηση του κόστους μιας και η παραγωγή γάλακτος είναι περιορισμένη στην χώρα. Ομοίως, η **ΤΡΙΚΚΗ** απάντησε ότι δεν είναι εύκολο για την εταιρία να εφοδιαστεί έγκαιρα και σε εύλογο κόστος το απαιτούμενο επιπλέον νωπό γάλα, άλλα μέχρι στιγμής δεν έχει καταστεί ανέφικτο, καθώς και ότι σημαντικό ρόλο παίζει ο σωστός προγραμματισμός και η όσο το δυνατόν πιο ακριβής πρόβλεψη του γάλακτος που θα απαιτηθεί για το γαλακτοκομικό έτος που ακολουθεί. Η **ΣΤΑΜΟΥ** απάντησε ότι είναι σχετικά εφικτό.

106. Ως προς το ερώτημα προς τους συλλόγους γαλακτοπαραγωγών, εάν οι υφιστάμενοι παραγωγοί γάλακτος θα μπορούσαν άμεσα και εύκολα να αυξήσουν την παραγωγή τους σε ενδεχόμενη αύξηση της ζήτησης από τις γαλακτοβιομηχανίες, η **ΕΝΩΣΗ ΦΥΛΗΣ ΧΟΛΣΤΑΪΝ ΕΛΛΑΔΑΣ** υποστηρίζει ότι μπορεί να γίνει αύξηση της εγχώριας παραγωγής γάλακτος, αλλά εκτιμά ότι αυτό δεν είναι εύκολο¹³³.

¹³³ Συγκεκριμένα, αναφέρει ότι «Η πολιτεία μέσω της υποβάθμισης των υπηρεσιών της που υποβοηθούν την κτηνοτροφία, της μη λειτουργίας των εργαστηρίων της, της έλλειψης αντιδραστηρίων για αναλύσεις,

Η παραγωγική ικανότητα των γαλακτοβιομηχανιών

107. Εξάλλου, από τα στοιχεία που προσκόμισαν οι γαλακτοβιομηχανίες, η πλειοψηφία¹³⁴ των ανταγωνιστριών εταιριών έχει υπερβάλλουσα παραγωγική ικανότητα. Ειδικότερα, το ποσοστό χρησιμοποίησης της παραγωγικής ικανότητας των περισσότερων ανταγωνιστριών εταιριών εκτιμάται περίπου στο [...] ¹³⁵, ενώ η εταιρία ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ ανέφερε ότι δύναται να παράγει προϊόντα σε ποσοστό περίπου [...] από τον όγκο των προϊόντων που τώρα παράγει. [...], η εταιρία ΔΩΔΩΝΗ ανέφερε ότι γενικά [...], η ΗΠΕΙΡΟΣ απάντησε ότι η παραγωγική της ικανότητα [...] και η ΤΡΙΚΚΗ δήλωσε ότι [...].

108. Κατωτέρω παρατίθεται πίνακας με τα ποσοστά κάλυψης/ χρήσης της παραγωγικής ικανότητας, ανά ανταγωνίστρια εταιρία, όπου υπήρχαν διαθέσιμα στοιχεία:

Πίνακας 18: Ποσοστό κάλυψης παραγωγικής ικανότητας ανταγωνιστριών εταιριών

Εταιρία	Χρήση παραγωγικού εξοπλισμού
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	[...]
ΝΕΟΓΑΛ	[...]
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ - ΓΑΛΑ	[...]
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ - ΓΙΑΟΥΡΤΙ	[...]
ΔΩΔΩΝΗ	[...]
ΣΕΡΓΑΛ	[...]
ΚΡΙ ΚΡΙ	[...]
ΦΑΓΕ- ΓΙΑΟΥΡΤΙ	[...]
ΦΑΓΕ- ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΑ	[...]
ΕΒΟΛ	[...]
FRIESLAND- ΓΑΛΑ & ΚΡΕΜΑ ΓΑΛ.	[...]
FRIESLAND- ΓΙΑΟΥΡΤΙ	[...]
ΣΤΑΜΟΥ	[...]

Πηγή: Προσκομισθέντα στοιχεία ανταγωνιστριών εταιριών

Τα αποτελέσματα της κατάργησης των ποσοστώσεων και της θέσπισης του ν. 4254/2014

109. Εξάλλου, αναφορικά με το εάν και πώς έχουν επηρεάσει τη δομή της αγοράς προμήθειας νοπού γάλακτος αφενός η κατάργηση των ποσοστώσεων το 2015 και αφετέρου η θέσπιση του ν. 4254/2014 περί αυξημένης διάρκειας συντήρησης του φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος, η ΕΝΩΣΗ ΦΥΛΗΣ ΧΟΛΣΤΑΪΝ ΕΛΛΑΔΑΣ δήλωσε ότι η εγχωρία παραγωγή νοπού αγελαδινού γάλακτος δεν αυξήθηκε ως συνέπεια της κατάργησης των ποσοστώσεων. Σχετικά με την θέσπιση του ν. 4254/2014, η ΕΝΩΣΗ υποστηρίζει ότι ο βασικός στόχος και σκοπός για την νέα αυτή νομοθεσία ήταν η αύξηση των εισαγωγών και ότι όλες αυτές οι ενέργειες οδηγούν σε συρρίκνωση τον

της μη επάρκειας του υφιστάμενου προσωπικού, όχι μόνο δεν βοηθάει καθόλου την κατάσταση, αλλά τη δυσκολεύει ακόμα περισσότερο, με αποτέλεσμα η αύξηση των μονάδων να είναι δυσχερής για τους παραγωγούς. Η πλειοψηφία των μονάδων δεν κάνει πλήρη χρήση των εγκαταστάσεων που διαθέτει, ενώ υπάρχουν εξοπλισμένες φάρμες οι οποίες παραμένουν κενές και οι οποίες θα μπορούσαν ανέξοδα να τεθούν σε λειτουργία. Οι υφιστάμενες καταστάσεις, όμως, δεν ωθούν τους παραγωγούς προς αυτή τη μεριά».

¹³⁴ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών [...], [...], [...].

¹³⁵ Η εταιρία [...] ανέφερε ότι [...] αξιοποιείται το 95% της παραγωγικής ικανότητας στην παραγωγή γάλακτος και κρέμας γάλακτος και το 35% στην παραγωγή γιαουρτιού.

παραγωγικό ιστό της χώρας και στην συνέχεια πιθανώς και στον αφανισμό του. Επιπλέον, δεν θεωρεί ότι θα υπάρξει συγκέντρωση και μεγέθυνση των κτηνοτροφικών μονάδων, διότι όσο αυξάνεται ο όγκος μίας μονάδας τόσο πιο δύσκαμπτη γίνεται, με αποτέλεσμα να ελέγχεται και να «μανατζάρεται» ακόμα πιο δύσκολα¹³⁶.

110. Σύμφωνα με στοιχεία που ζητήθηκαν και προσκόμισε η Γενική Διεύθυνση Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων «*Η κατάργηση των ποσοτώσεων, όπως ήταν αναμενόμενο, έφερε την εγχώρια παραγωγή αγελαδινού γάλακτος σε δυσχερέστερη θέση λόγω της απελευθέρωσης και της αύξησης της παραγωγής των βορειών γαλακτοπαραγωγικών χωρών της ΕΕ η οποία, σε συνδυασμό με άλλους παράγοντες όπως το εμπόργκο εξαγωγών στη Ρωσία ή μείωση εξαγωγών στην Κίνα, επέφερε μία μεγάλη κατάρρευση τιμών και κρίση στον τομέα το 2015 - 2016 που ακόμη εξελίσσεται. ... Η εγχώρια παραγωγή αγελαδινού γάλακτος δεν αυξήθηκε αλλά μειώθηκε μετά την κατάργηση των ποσοτώσεων όπως ήταν και αναμενόμενο*»¹³⁷. Σχετικά με το εάν η νέα νομοθεσία είχε σαν αποτέλεσμα την αύξηση των εισαγωγών νοπού γάλακτος, η ΕΝΩΣΗ ΦΥΛΗΣ ΧΟΛΣΤΑΪΝ ΕΛΛΑΔΑΣ θεωρεί ότι οι εισαγωγές έχουν όντως αυξηθεί, χωρίς ωστόσο, όπως σημειώνει, να έχει μειωθεί η τιμή στον τελικό καταναλωτή. Για το ίδιο ως άνω ζήτημα, εκ των έξι γαλακτοβιομηχανιών που παρείχαν σχετικές απαντήσεις, τρεις¹³⁸ ισχυρίζονται ότι η κατάργηση των ποσοτώσεων είχε σαν αποτέλεσμα την αύξηση των εισαγωγών γάλακτος από χώρες της Βόρειας Ευρώπης και τη μείωση της τιμής παραγωγού, και οι υπόλοιπες τρεις¹³⁹ ότι δεν υπήρξε καμία απολύτως επίπτωση. Ως προς τις εισαγωγές παστεριωμένου γάλακτος, η ΕΝΩΣΗ ΦΥΛΗΣ ΧΟΛΣΤΑΪΝ ΕΛΛΑΔΑΣ υποθέτει ότι οι εισαγωγές γάλακτος έχουν αυξηθεί καθώς η ελληνική παραγωγή γάλακτος μειώνεται συνεχώς, ενώ η κατανάλωση παραμένει σταθερή.

111. Σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκόμισαν στην Υπηρεσία ο ΕΛΓΟ-ΔΗΜΗΤΡΑ και το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και τροφίμων, σημειώθηκε αύξηση των εισαγωγών νοπού γάλακτος μεταξύ των ετών 2014-2015, ωστόσο, οι εισαγωγές νοπού γάλακτος κατά το έτος 2016 επέστρεψαν στα επίπεδα του 2014.

Πίνακας 19: Εισαγωγές νοπού αγελαδινού γάλακτος (τόνοι) σύμφωνα με τις δηλώσεις προμήθειας ειδών γάλακτος από Ε.Ε. & Τ.Χ.

Είδος Πρώτης Ύλης	2014	2015	2016
ΓΑΛΑ ΝΩΠΟ ΑΓΕΛΑΔΙΝΟ Ε.Ε.	31.117.378	43.519.032	31.588.765
ΓΑΛΑ ΑΠΟΒΟΥΤΥΡΩΜΕΝΟ ΑΓΕΛΑΔΙΝΟ ΑΠΟ Ε.Ε	144.180	3.555.080	4.251.310
ΓΑΛΑ ΥΨΗΛΗΣ ΠΑΣΤΕΡΙΩΣΗΣ ΥΠΤ ΑΓΕΛΑΔΙΝΟ Ε.Ε	0	673.830	309.630

Πηγή: Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης¹⁴⁰

¹³⁶ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΕΝΩΣΗΣ ΦΥΛΗΣ ΧΟΛΣΤΑΪΝ ΕΛΛΑΔΑΣ.

¹³⁷ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ επιστολή της Γενικής Διεύθυνσης Βιώσιμης Ζωικής Παραγωγής και Κτηνιατρικής, του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων.

¹³⁸ Βλ. απαντητικές επιστολές ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, ΝΕΟΓΑΛ και ΤΡΙΚΚΗ.

¹³⁹ Βλ. τις απαντητικές επιστολές της ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ΚΡΙ-ΚΡΙ και FRIESLAND CAMPINA.

¹⁴⁰ Σημειώνεται ότι οι ποσότητες αφορούν σε ό,τι δήλωσαν οι αγοραστές ότι εισήγαγαν για περαιτέρω μεταποίηση. Δεν αφορούν παστεριωμένο γάλα που μπορεί να εισήχθη στη χώρα μας έτοιμο συσκευασμένο σε τελική συσκευασία καταναλωτή και να διατέθηκε άμεσα στην κατανάλωση μέσα π.χ. από ένα super market.

112. Περαιτέρω, σε ερώτηση της ΓΔΑ ως προς την ύπαρξη τυχόν συνεπειών στην αγορά προμήθειας νωπού γάλακτος από τη νέα νομοθεσία¹⁴¹ για την αυξημένη διάρκεια συντήρησης του φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος, οι εταιρίες ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ και ΝΕΟΓΑΛ επισήμαναν βελτιώσεις σε επίπεδο μείωσης του κόστους επιστροφών προς τις γαλακτοβιομηχανίες, μείωσης κόστους διανομής και προγραμματισμού παραγωγής¹⁴², ενώ εκ των λοιπών εταιριών, όσες παρείχαν σχετικές απαντήσεις¹⁴³, εκτιμούν ότι η ως άνω νομοθεσία δεν είχε επιπτώσεις. Κατά την ΤΡΙΚΚΗ, η θέσπιση της εν λόγω νομοθεσίας επέφερε ένα ακόμη πλήγμα σε βάρος της ελληνικής γαλακτοπαραγωγής, λόγω της δυνατότητας που παρέχει για αθρόα εισαγωγή γάλακτος.

113. Σε σχετική απάντησή του, το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων επισήμανε ότι «*Η επιμήκυνση της εμπορικής διάρκειας ζωής του γάλακτος βάσει του ν. 4254/2014 και τελικά η απελευθέρωσή της με την παρ. 1 της υποπαραγράφου Α3 του νόμου 4336/2015 δεν σχετίζεται με τη διαπραγματευτική δύναμη των παραγωγών αγελαδινού γάλακτος ούτε με την εξέλιξη του αριθμού των παραγωγών η οποία βαίνει συνεχώς μειούμενη...*»¹⁴⁴.

Το πλαίσιο συνεργασίας των παραγωγών με τις γαλακτοβιομηχανίες

114. Από την επεξεργασία των συμβάσεων της ΔΕΛΤΑ και της ΜΕΒΓΑΛ με παραγωγούς νωπού (αγελαδινού) γάλακτος, που προσκομίσθηκαν δειγματοληπτικά στο πλαίσιο της έρευνας της Υπηρεσίας¹⁴⁵, προκύπτουν τα ακόλουθα:

- Η ΔΕΛΤΑ συνάπτει συμβάσεις [...] με τους παραγωγούς νωπού γάλακτος για την απορρόφηση [...] ποσοτήτων γάλακτος ([...]), στο πλαίσιο των οποίων [...]»¹⁴⁶.
- Η ΜΕΒΓΑΛ συνάπτει συμβάσεις¹⁴⁷ για την απορρόφηση της συνολικά παραγόμενης από το συνεργαζόμενο παραγωγό ποσότητας γάλακτος, στο πλαίσιο των οποίων [...]. Προς εξασφάλιση των ως άνω απαιτήσεων της ΜΕΒΓΑΛ, οι παραγωγοί υποχρεούνται, βάσει των συμβάσεών τους με αυτή, να της χορηγούν λευκές συναλλαγματικές και να συναινούν στην εγγραφή υπέρ αυτής προσημειώσεων σε ακίνητα ιδιοκτησίας τους ή ιδιοκτησίας των εγγυητών τους.

115. Ως προς τη διαδικασία καθορισμού της τιμής αγοράς παραγωγού, εκτέθηκαν ανωτέρω οι σχετικές παράμετροι. Επίσης, η ΕΝΩΣΗ ΦΥΛΗΣ ΧΟΛΣΤΑΪΝ ΕΛΛΑΔΑΣ

¹⁴¹ Ν. 4254/2014.

¹⁴² Βλ. τις απαντητικές επιστολές ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, ΝΕΟΓΑΛ,

¹⁴³ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των ΚΡΙ-ΚΡΙ και FRIESLAND CAMPINA.

¹⁴⁴ Βλ. την απαντητική επιστολή του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Γενική Δ/ση Βιώσιμης Ζωικής Παραγωγής και Κτηνιατρικής, Δ/ση Κτηνοτροφικών Υποδομών και μεταποίησης Ζωικών Προϊόντων, Τμήμα Αξιοποίησης, Μεταποίησης και Τυποποίησης Προϊόντων Ζωικής Παραγωγής. Στην εν λόγω επιστολή επισυνάπτεται διάγραμμα της εξέλιξης του αριθμού των παραγωγών και της ποσότητας παραγόμενου γάλακτος κατά τη χρονική περίοδο 2003-2016, από το οποίο προκύπτει η μείωση του αριθμού των παραγωγών και της ποσότητας παραγόμενου γάλακτος.

¹⁴⁵ Βλ. σχετ. 79 και 80 της υπ' αριθ. πρωτ. 1370/07.03.2017 επιστολής των γνωστοποιούντων μερών.

¹⁴⁶ Οι συμβάσεις μεταξύ της ΔΕΛΤΑ και των παραγωγών εντάσσονται στο πλαίσιο του προγράμματος συμβολαϊκής κτηνοτροφίας της Τράπεζας Πειραιώς. [...].

¹⁴⁷ Η διάρκεια δεν προκύπτει από την ενδεικτικώς προσκομισθείσα σύμβαση προαγοράς αγελαδινού γάλακτος, ωστόσο, είναι σαφές ότι αυτή είναι ανανεώσιμη, καθώς και ότι εκτείνεται σε περισσότερα του ενός έτη.

απάντησε ότι: «Η τιμή αγοράς που ορίζουν στον παραγωγό οι γαλακτοβιομηχανίες ορίζεται με βάση την ποσότητα αλλά και την ποιότητα τους γάλακτος που παραδίδουν (σωματικά κύτταρα, μικροβιακό φορτίο, πρωτεΐνες, λιπαρά) ... Η εν λόγω τιμή μεταβάλλεται από τη γαλακτοβιομηχανία σε συνάρτηση με την τιμή του συμπυκνώματος γάλακτος του εξωτερικού (του οποίου η τιμή διακυμαίνεται για άγνωστες προς εμάς συνθήκες) και σπανίως σε συνάρτηση με το κόστος των πρώτων υλών που χρησιμοποιούν οι παραγωγοί. Όσο αυξάνεται η τιμή του εισαγόμενου γάλακτος τόσο αυξάνεται και η τιμή αγοράς για τον παραγωγό. Τα τελευταία 15 χρόνια η τιμή του γάλακτος έχει αυξηθεί περίπου σε ποσοστό 16% ενώ το κόστος παραγωγής του (πετρέλαιο, ζωοτροφές, φάρμακα κ.α.) έχει διπλασιαστεί»¹⁴⁸.

116. Οι απαντήσεις των γαλακτοβιομηχανιών ως προς το πλαίσιο που διέπει τη συνεργασία τους με τους παραγωγούς γάλακτος και τη διαμόρφωση της τιμής παραγωγού ποικίλουν. Τρεις από αυτές¹⁴⁹ δηλώνουν ρητώς ότι [...], η FRIESLAND CAMPINA¹⁵⁰, [...].

117. Περαιτέρω, τα ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ σημειώνουν ότι [...] ¹⁵¹, η δε ΝΕΟΓΑΛ δηλώνει ότι [...] ¹⁵². Η ΚΡΙ-ΚΡΙ αναφέρει ότι [...] ¹⁵³. Η ΤΡΙΚΚΗ αναφέρει ότι [...] ¹⁵⁴, και η FRIESLAND CAMPINA [...].

V ΟΡΙΖΟΝΤΙΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ

V.1 ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

118. «Οριζόντιες συγκεντρώσεις» είναι οι συγκεντρώσεις, στις οποίες συμμετέχουν επιχειρήσεις που αποτελούν πραγματικούς ή δυνητικούς ανταγωνιστές στην ίδια σχετική αγορά.

119. Δύο είναι οι βασικοί τρόποι με τους οποίους οι οριζόντιες συγκεντρώσεις ενδέχεται να εμποδίσουν σημαντικά τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό, ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης¹⁵⁵:

- α) καταργώντας σημαντικές ανταγωνιστικές πιέσεις σε μία ή περισσότερες επιχειρήσεις, οι οποίες ως εκ τούτου θα έχουν αυξημένη ισχύ στην αγορά, χωρίς να καταφύγουν σε συντονισμό της συμπεριφοράς τους (επιπτώσεις μη συντονισμένης συμπεριφοράς),

¹⁴⁸ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΕΝΩΣΗΣ ΦΥΛΗΣ ΧΟΛΣΤΑΪΝ ΕΛΛΑΔΑΣ.

¹⁴⁹ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των ΝΕΟΓΑΛ, ΚΡΙ-ΚΡΙ και ΗΠΕΙΡΟΣ.

¹⁵⁰ Βλ. την απαντητική επιστολή της FRIESLAND CAMPINA.

¹⁵¹ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ.

¹⁵² Βλ. την απαντητική επιστολή της ΝΕΟΓΑΛ.

¹⁵³ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΚΡΙ-ΚΡΙ.

¹⁵⁴ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΤΡΙΚΚΗ.

¹⁵⁵ Πέραν της συμβολής στη δημιουργία ή ενίσχυση ατομικής δεσπόζουσας θέσης, μια συγκέντρωση δύναται να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό, εφόσον λαμβάνει χώρα σε μία ολιγοπωλιακή αγορά και οδηγεί στην κατάργηση σημαντικών ανταγωνιστικών πιέσεων που ασκούσαν προηγουμένως μεταξύ τους τα μέρη, σε συνδυασμό με τη μείωση της ανταγωνιστικής πίεσης επί των υπολοίπων ανταγωνιστών. Στην περίπτωση αυτή, ακόμα και αν υπάρχει ελάχιστη πιθανότητα συντονισμού μεταξύ των μελών του ολιγοπωλίου, η εξάλειψη ενός σημαντικού παράγοντα ανταγωνισμού συνιστά επίπτωση μη συντονισμένης συμπεριφοράς. Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων, όπ.π. σημείο 25. Βλ. επίσης αποφάσεις ΕΕπ. Μ.3512 VNU / WPP / JV, σκ. 17 επ., και Μ.3916 T-Mobile Austria/Tele.ring, σκ. 40 επ.

β) μεταβάλλοντας τη φύση του ανταγωνισμού ούτως ώστε επιχειρήσεις που προηγουμένως δεν συντόνιζαν τη συμπεριφορά τους, να είναι πλέον πολύ πιθανότερο να τη συντονίζουν και να αυξάνουν τις τιμές ή με άλλο τρόπο να βλάπτουν τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό. Μια συγκέντρωση μπορεί επίσης να καταστήσει τον συντονισμό ευκολότερο, σταθερότερο ή αποτελεσματικότερο για τις επιχειρήσεις που συντόνιζαν τη συμπεριφορά τους και πριν από τη συγκέντρωση (επιπτώσεις συντονισμένης συμπεριφοράς)¹⁵⁶.

120. Κατά την εκτίμηση των εν λόγω επιπτώσεων, η Ε.Α. λαμβάνει υπόψη της σωρεία παραγόντων οι οποίοι σχηματικά εκτίθενται κατωτέρω. Οι εν λόγω παράγοντες δεν αποτελούν έναν «κατάλογο» που εφαρμόζεται μηχανικά σε κάθε περίπτωση. Η ανάλυση κάθε συγκεκριμένης υπόθεσης από πλευράς ανταγωνισμού βασίζεται σε μία γενική αξιολόγηση των προβλεπόμενων επιπτώσεων της συγκέντρωσης λαμβάνοντας υπόψη τους όποιους από τους κατωτέρω εκάστοτε σχετικούς παράγοντες και συνθήκες, καθώς τούτοι δεν είναι πάντοτε στο σύνολό τους κρίσιμοι για την εξέταση κάθε συγκέντρωσης. Ως εκ τούτου είναι πιθανό να μην χρειαστεί να αναλυθούν εξίσου λεπτομερώς όλα τα δεδομένα μίας υπόθεσης¹⁵⁷.

V.1.1 Επιπτώσεις μη Συντονισμένης Συμπεριφοράς

121. Κατά την εκτίμηση των εν λόγω επιπτώσεων, η Ε.Α. λαμβάνει υπόψη της τους ακόλουθους κυρίως παράγοντες:

ι) Υψηλά μερίδια αγοράς: Τα μερίδια αγοράς και τα επίπεδα συγκέντρωσης αποτελούν χρήσιμες πρώτες ενδείξεις για τη διάρθρωση της αγοράς και τη σπουδαιότητα τόσο των συμμετεχόντων μερών όσο και των ανταγωνιστών τους από πλευράς ανταγωνισμού¹⁵⁸. Αν και απλώς πρώτες ενδείξεις για την ισχύ στην αγορά και την αύξησή της, είναι κατά κανόνα σημαντικοί παράγοντες κατά την αξιολόγηση¹⁵⁹. Στο πλαίσιο αυτό, όσο μεγαλύτερο είναι το άθροισμα των μεριδίων αγοράς των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση επιχειρήσεων τόσο πιθανότερο είναι η συγκέντρωση να οδηγήσει σε σημαντική αύξηση της ισχύος στην αγορά. Έτσι, έχει γίνει δεκτό ότι πολύ μεγάλα μερίδια αγοράς (άνω του 50%) μπορούν από μόνα τους να μαρτυρούν την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης στη σχετική αγορά^{160,161} δίχως ωστόσο να αποκλείεται η έγκρισή

¹⁵⁶ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημείο 25.

¹⁵⁷ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημείο 13.

¹⁵⁸ Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, παρ.14.

¹⁵⁹ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημείο 27.

¹⁶⁰ Βλ. απόφαση ΓενΔικ Τ-210/01, General Electric κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, παρ. 570-574, όπου το ΓενΔικ δέχτηκε ότι στοιχειοθετούνταν δημιουργία δεσπόζουσας θέσης της GE στην αγορά των κινητήρων επιχειρηματικών αεροσκαφών κυρίως διότι αυτή διέθετε μερίδιο αγοράς άνω του 50% που θεωρήθηκε τεκμήριο δεσπόζουσας θέσης πλην εξαιρετικών περιστάσεων. Βλ. επίσης αποφάσεις ΕΕΠ Μ.3732 Procter & Gamble/Gillette, σκ.19-20, 22-24, όπου το μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας κυμαινόταν μεταξύ 65-80% στις περισσότερες των σχετικών αγορών, με αποτέλεσμα τούτο να αποτελεί παράγοντα καταρχήν θεμελίωσης δεσπόζουσας θέσης (σε συνδυασμό με το γεγονός ότι τα μερίδια των ανταγωνιστών ήταν πολύ χαμηλά), Μ.774 St Gobain/Wacker/NOM, σκ. 223, όπου μερίδιο αγοράς άνω του 60% θεωρήθηκε ενδεικτικό δεσπόζουσας θέσης της νέας οντότητας (σε συνδυασμό με το γεγονός ότι τα μερίδια των ανταγωνιστών κυμαίνονταν κάτω του 10%), Μ.3197 CANDOVER/CINVEN/BERTELSMANN-SPRINGER, σκ. 60-63 όπου μερίδιο της τάξεως του 50-60% σε συνδυασμό με την έλλειψη αντισταθμιστικής ισχύος των πελατών θεωρήθηκε αρκετό για την διαπίστωση δεσπόζουσας θέσης της νέας οντότητας, Μ.4494 EVRAZ/HIGHVELD, σκ. 91-93, όπου

τους, εφόσον συντρέχουν συγκεκριμένοι, ειδικά τεκμηριωμένοι λόγοι¹⁶². Μία συγκέντρωση, στην οποία συμμετέχει μία επιχείρηση με μερίδιο αγοράς που θα παραμείνει κάτω του 50% μετά την πραγματοποίησή της, δύναται να δημιουργεί προβλήματα ανταγωνισμού λαμβανομένων υπόψη και των λοιπών παραγόντων που αναλύονται κατωτέρω¹⁶³. Έτσι, συγκεντρώσεις που οδηγούν σε μερίδια αγοράς μεταξύ

έγινε δεκτό ότι μερίδιο αγοράς περίπου 70-80% (σε συνδυασμό με το γεγονός ότι το μερίδιο αγοράς των ανταγωνιστών ήταν χαμηλό, αλλά και δεν ήταν δυνατή η άμεση ανεύρεση επαρκών και αξιόπιστων εναλλακτικών πηγών προμήθειας) συνιστούσε τεκμήριο ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης της νέας οντότητας, M.2861 Siemens/Dragerwerk/JV, σκ.86 (όπου έγινε δεκτό ότι μερίδια άνω του 50% σε συνδυασμό με το ότι τα προϊόντα των δύο συμμετεχουσών ήταν στενά υποκατάστατα, καθώς και τα υψηλά εμπόδια εισόδου, δημιουργούσαν σοβαρές υπόνοιες για δημιουργία δεσπόζουσας θέσης εκ της συγκεντρώσεως. Βλ. και Ε.Α. 434/V/2009, σκ. 28.

¹⁶¹ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημείο 17.

¹⁶² Βλ. απόφαση ΕΕπ Μ.3090 VOLKSWAGEN/OFFSET/CRESCENT/LEASEPLAN/JV, σκ. 21-25 (όπου έγινε δεκτό ότι μερίδια 50-60% δεν δημιουργούσαν πρόβλημα διότι η αγορά είχε μεγάλο περιθώριο ανάπτυξης, δεν ήταν ώριμη, δεν υπήρχαν ιδιαίτερα εμπόδια εισόδου - είχε μάλιστα διαπιστωθεί και πρόσφατη είσοδος - ενώ υπήρχε και ισχυρή αντισταθμιστική ισχύς των μεγάλων πολυεθνικών επιχειρήσεων), Μ.3544 BAYER HEALTHCARE/ROCHE, σκ.41-45 (όπου έγινε δεκτό ότι μερίδια της τάξης του 50-60% δεν δημιουργούσαν πρόβλημα διότι: α) υπήρχαν περιθώρια δυνητικού ανταγωνισμού, β) υπήρχε δυνατότητα να στραφούν οι πελάτες σε άλλα υποκατάστατα προϊόντα σε περίπτωση αύξησης των τιμών), Μ.2568 Haniel/Ytong, σκ.100-106 (όπου παρά τη μικρή αύξηση του μεριδίου 2-5% που θα προέκυπτε από τη συγκέντρωση, η νέα οντότητα θα ενίσχυε τη δεσπόζουσα θέση που κατείχε λόγω δεσμών με τον αμέσως επόμενο ανταγωνιστή της, γεγονός το οποίο μείωνε την ανταγωνιστική πίεση που θα δεχόταν).

¹⁶³ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημείο 17. Βλ. και απόφαση ΕΕπ Μ.214 Du Pont κατά ICI, σκ. 32-47. Στην υπόθεση αυτή μερίδιο 43% έγινε δεκτό ότι, παρά τις ανταγωνιστικές πιέσεις από τους πελάτες, δημιουργούσε προβλήματα ανταγωνισμού διότι: α) η απόσταση από τον μεγαλύτερο ανταγωνιστή ήταν διπλάσια και πλέον, β) οι δύο συμμετέχουσες επιχειρήσεις υπερέιχαν από απόψεως τεχνολογικής αναπτύξεως και ποιότητας προϊόντων λόγω και των προωθητικών τους ενεργειών, γ) και οι δύο μετέχουσες επιχειρήσεις ήταν κάθετα ολοκληρωμένες γεγονός που συνιστούσε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, δ) η στρατηγική του κυριότερου ανταγωνιστή ήταν επικεντρωμένη σε διαφορετικά τμήματα της αγοράς, με αποτέλεσμα να απαιτείται επένδυση και ικανό χρονικό διάστημα, προκειμένου να μπορέσουν να ανταγωνιστούν στο πλήρες φάσμα προϊόντων, ε) οι μικρότεροι ανταγωνιστές δεν μπορούσαν να καλύψουν πλήρως τις ανάγκες των πελατών. Βλ. επίσης απόφαση ΕΕπ Μ.3149 PROCTER & GAMBLE/WELLA, σκ. 50-51 (όπου μερίδια αγοράς της τάξης του 40-50% κρίθηκαν προβληματικά διότι: α) τα μερίδια των επόμενων ανταγωνιστών απείχαν από το μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας κατά πάνω από 20 ποσοστιαίες μονάδες και β) οι συμμετέχουσες είχαν τα μεγαλύτερα ηγετικά σήματα στις εν λόγω αγορές), Μ.2033 Metso/Svedala, σκ. 189-224. Στην εν λόγω υπόθεση μερίδιο αγοράς της τάξης του 35-45% θεωρήθηκε ένδειξη δημιουργίας ατομικής δεσπόζουσας θέσης διότι: α) το μερίδιο αγοράς του επόμενου ανταγωνιστή απείχε από αυτό της νέας οντότητας κατά πάνω από είκοσι ποσοστιαίες μονάδες (σκ. 189), β) η νέα οντότητα έχαιρε ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων που είχαν σημασία για τους καταναλωτές (παρ.192), γ) η ανταγωνιστική πίεση από τους ανταγωνιστές μειωνόταν λόγω της απόστασης μεριδίων και της στρατηγικής των ανταγωνιστών να απευθύνονται σε άλλες κατηγορίες καταναλωτών, καθώς και των οικονομικών κλίμακος που απολάμβανε η νέα οντότητα λόγω της δυνατότητας προσφοράς πολλών προϊόντων (παρ. 197), δ) δεν υπήρχε ισχυρή αντισταθμιστική ισχύς (παρ.204), ενώ ε) υπήρχαν και αρκετά εμπόδια εισόδου (212 επ). Βλ. και απόφαση ΕΕπ Μ.2337 NESTLE/RALSTON PURINA, σκ. 41-47 (όπου έγινε δεκτό ότι μερίδιο της τάξης του 40-50% προκαλούσε προβλήματα ανταγωνισμού διότι: α) οι υπόλοιποι ανταγωνιστές ήταν πολύ μικροί με μερίδια σταθερά κάτω του 10%, β) οι όποιοι ανταγωνιστές είχαν τοπική μόνο παρουσία και γ) η όποια ανταγωνιστική πίεση από τα ιδιωτικά ετικέτας προϊόντα μειωνόταν λόγω του ότι οι συμμετέχουσες ήταν μεγάλοι προμηθευτές των παραγωγών προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας. Βλ. ακόμη αποφάσεις ΕΕπ Μ.2609 HP/COMPAQ, σκ. 36, 40-47 (όπου μερίδιο της τάξης του 40-50% θεωρήθηκε ότι δεν δημιουργούσε πρόβλημα ανταγωνισμού διότι δεν υπήρχαν ιδιαίτερα εμπόδια εισόδου και κόστη μεταστροφής ή επέκτασης/επενδύσεων ή σε άλλη αγορά επειδή αυτή βρισκόταν σε ανάπτυξη, τα μερίδια αγοράς δεν ήταν σταθερά, τα εμπόδια εισόδου ήταν χαμηλά και υπήρχαν πολύ χαμηλά κόστη μεταστροφής), Μ.2223 Getronics/Hagemeyer/JV, σκ.21-31 (όπου έγινε δεκτό ότι μερίδιο της τάξης του 40-50% δεν

25-40% δεν προκαλούν κατά κανόνα προβλήματα μη συντονισμένων αποτελεσμάτων ιδίως εφόσον υφίστανται στις σχετικές αγορές άλλοι ισχυροί ανταγωνιστές, καθώς και άλλοι μικρότεροι ανταγωνιστές¹⁶⁴. Ωστόσο, εφόσον η απόσταση των μεριδίων αγοράς μεταξύ της νέας οντότητας και των επόμενων ανταγωνιστών προσεγγίζει περίπου το 20% απαιτείται να εξετασθούν αναλυτικότερα και οι λοιπές συνθήκες της αγοράς¹⁶⁵. Τέλος, συγκεντρώσεις που οδηγούν σε μερίδια αγοράς κάτω του 25% δεν είναι πιθανόν να εμποδίσουν τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό¹⁶⁶.

Πέραν του ύψους του μεριδίου αγοράς της νέας οντότητας κατά τα ανωτέρω, συνεκτιμάται και η δυνατότητα των εναπομεινάντων ανταγωνιστών να ασκήσουν ανταγωνιστική πίεση στη νέα οντότητα. Στο πλαίσιο αυτό, η σχέση μεταξύ των μεριδίων αγοράς των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση επιχειρήσεων και των ανταγωνιστών τους (και ιδιαίτερα αυτών που κατέχουν την επόμενη θέση από απόψεως μεγέθους), αποτελεί κριτήριο αξιολόγησης της ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης¹⁶⁷. Όπως προαναφέρθηκε, στις περιπτώσεις που η απόσταση μεταξύ της πρώτης επιχείρησης και της δεύτερης ή/και της τρίτης υπερβαίνει το 20%, τότε είναι περισσότερο πιθανή η ανεύρεση προβλημάτων ανταγωνισμού μετά τη συγκέντρωση, ακόμη και αν το μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας δεν υπερβαίνει το 50%¹⁶⁸.

Παράγοντες που καταδεικνύουν δυνατότητες άσκησης ανταγωνιστικής πίεσης είναι η αύξηση των μεριδίων αγοράς των ανταγωνιστών κατά τα τελευταία έτη, οι δυνατότητες αύξησης της παραγωγικής ικανότητας εκ μέρους αντιπάλων επιχειρήσεων, η μη ύπαρξη σημαντικών εμποδίων εισόδου, ο βαθμός ανάπτυξης της αγοράς τα τελευταία χρόνια

ήταν ικανό για τη θεμελίωση δεσπόζουσας θέσης διότι: α) υπήρχε πρόσφατη επιτυχή είσοδος στην αγορά και β) δεν υπήρχαν ιδιαίτερα κόστη μεταστροφής σε ανταγωνιστές).

¹⁶⁴ Βλ. ενδεικτικά M.3267 CRH/CEMENTBOUW, παρ.21-22 (όπου μερίδια της τάξεως 30-40% θεωρήθηκε ότι δεν δημιουργούσαν προβλήματα ανταγωνισμού λόγω του ότι υπήρχαν ισχυροί ανταγωνιστές με παρόμοια μερίδια και αρκετοί μικρότεροι ανταγωνιστές), M.2621, SEB/Moulinex. Στην υπόθεση αυτή έγινε δεκτό ότι μερίδιο αγοράς περίπου 40% δεν προσέδιδε ατομική δεσπόζουσα λόγω του ότι: α) ο επόμενος ανταγωνιστής είχε μερίδιο 25% (παρ.130), β) οι δύο ανταγωνιστές είχαν αντίστοιχα ισχυρά σήματα και δυνατότητες παραγωγής και διάθεσης σε σήματα (παρ.132-133), γ) οι τιμές παρουσίαζαν πτωτική τάση, ενώ είχαν σημειωθεί εισοδοί ανταγωνιστών στην αγορά και βαθμός καινοτομία (παρ.134), δ) αντίστοιχο χαρτοφυλάκιο προϊόντων με δύο ή τρία σήματα μπορούσαν να προσφέρουν και οι ανταγωνιστές (παρ.148-149).

¹⁶⁵ Βλ. ενδεικτικά M.3191 Philip Morris/Papastratos, παρ. 17-19. Στην υπόθεση αυτή, η νέα οντότητα σε ορισμένες αγορές θα είχε μερίδιο μεταξύ 35-40%, ενώ οι ανταγωνιστές θα κυμαίνονταν σε μερίδια μεταξύ 10-20%. Στην υπόθεση αυτή, εξετάστηκαν και άλλοι παράγοντες, προκειμένου να κριθεί εάν περιοριζόταν ο ανταγωνισμός λόγω της συγκεντρώσεως (παρ.22επ). Βλ. επίσης M.2544, MASTERFOODS/ROYAL CHAIN, παρ.75 (όπου μερίδιο 35-45% έγινε δεκτό ότι δημιουργούσε προβλήματα ανταγωνισμού λόγω σώρευσης χαρτοφυλακίου, εμποδίων εισόδου και ισχυρής θέσης της νέας οντότητας σε παραπλήσια αγορά).

¹⁶⁶ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημείο 18. Βλ. επίσης ενδεικτικά M.1882 Pirelli/BICC, παρ.57-58 (όπου εξετάστηκαν συνοπτικά μερίδια ύψους κάτω του 25% και έγινε δεκτό ότι δεν περιόριζαν τον ανταγωνισμό λόγω του ότι η αγορά ήταν αρκετά κατακερματισμένη, ενώ υπήρχαν και αρκετές εναλλακτικές επιλογές για τους πελάτες).

¹⁶⁷ Βλ. απόφαση ΕΕπ M.2187 CVC/Lenzing, σκ.137 (και νομολογία στην οποία παραπέμπει).

¹⁶⁸ Στις περιπτώσεις, δηλαδή, αυτές διενεργείται πλήρης ανάλυση της συγκέντρωσης παρά το γεγονός ότι τα μερίδια αγοράς της νέας οντότητας μπορεί να κυμαίνονται μεταξύ 35-40%. Βλ. αναλυτικά N. Levy, European Merger Control Law, chapter 5, The Control of Concentrations between Undertakings, Rel. 18-11/2008, σελ. 5-264, υποσ.149-151 (σχετική νομολογία).

(εκτός αν η αύξηση της παραγωγικής ικανότητας έχει ιδιαίτερο κόστος)¹⁶⁹. Επιπροσθέτως, η ύπαρξη δεσμών μεταξύ της νέας οντότητας και των ανταγωνιστών δύναται να αποθαρρύνει τους τελευταίους από την άσκηση τέτοιας πίεσης. Τέτοιοι δεσμοί έχει θεωρηθεί ότι είναι οι ελέγχουσες συμμετοχές σε κοινές επιχειρήσεις¹⁷⁰, οι μειοψηφικές μετοχικές και μη ελέγχουσες συμμετοχές σε ανταγωνιστή¹⁷¹, καθώς και τυχόν συμφωνίες συνεργασίας μεταξύ ανταγωνιστών (π.χ. διανομής, παραγωγής)¹⁷².

ii) Επίπεδα συγκέντρωσης (δείκτης ΗΗΙ): Είναι ελάχιστα πιθανό να εντοπισθούν οριζόντια προβλήματα ανταγωνισμού σε αγορές, όπου ο δείκτης ΗΗΙ μετά τη συγκέντρωση δεν θα ξεπερνά το 1000 ή που κυμαίνεται μεταξύ 1000-2000 με μεταβολή (Δ) κάτω από 250 ή που ξεπερνά το 2000, αλλά η μεταβολή (Δ) κυμαίνεται κάτω από το 150 εκτός ειδικών περιπτώσεων^{173,174}.

iii) Διαφοροποίηση προϊόντων και βαθμός υποκατάστασης: Όταν υφίσταται υψηλός βαθμός υποκατάστασης μεταξύ των προϊόντων των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση επιχειρήσεων και των ανταγωνιστών τους, οι πιθανότητες παρακώλυσης του ανταγωνισμού αυξάνονται¹⁷⁵.

¹⁶⁹ Βλ. απόφαση Ε.Επ. Μ.3287, σκ. 34, Μ.3146 Smith & Nephew/Centerpulse, σκ.20-21, καθώς και Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημεία 33-34.

¹⁷⁰ Βλ. απόφαση Ε.Επ. Μ.1383 Exxon/Mobil, σκ.452 (όπου θεωρήθηκε ότι οι ελέγχουσες συμμετοχές σε μία κοινή επιχείρηση αποτελούσαν παράγοντα αποτροπής ανταγωνισμού μεταξύ των μερών και ανάπτυξης πιθανού συντονισμού μεταξύ τους, καθώς υφίσταται ισχυρό χρηματοοικονομικό ενδιαφέρον για την ευημερία του ανταγωνιστή).

¹⁷¹ Βλ. απόφαση Ε.Επ. Μ.1980 VOLVO/RENAULT, σκ.31,45 (όπου ακριβώς το υψηλό μερίδιο της νέας οντότητας σε συνδυασμό με τον διαρθρωτικό δεσμό (μειοψηφική συμμετοχή της τάξεως του 15% σε κοινή επιχείρηση σε συνδυασμό με εκπροσώπηση στο Δ.Σ. αυτής) με έναν εκ των ανταγωνιστών θεωρήθηκε ότι αρκούσε για την διαπίστωση προβλημάτων ανταγωνισμού), Μ.2876 Newcorp/Telepiu, σκ. 285-308. Στην υπόθεση αυτή ερευνήθηκε εάν μειοψηφική συμμετοχή με εκπροσώπηση στο Δ.Σ. μίας κοινής πλατφόρμας μπορούσε να μειώσει την ανταγωνιστική απειλή για την νέα οντότητα. Εντούτοις, διαπιστώθηκε ότι η συμμετέχουσα επιχείρηση με την συμμετοχή και την εκπροσώπηση αυτή δεν αποτελούσε δυνητικό ανταγωνιστή στη σχετική αγορά.

¹⁷² Βλ. απόφαση Ε.Επ. Μ.2972 DSM/Roche Vitamins, παρ. 51-68. Στην υπόθεση αυτή, υπήρχαν συμφωνίες συνεργασίας μεταξύ ανταγωνιστών (BASF/NOVOZYMES) και των μητρικών εταιριών της νέας οντότητας (DSM/RV-FC). Η αλληλεξάρτηση των μετεχουσών στις ως άνω συμφωνίες εταιριών λόγω ακριβώς των εν λόγω συμφωνιών, ο κεντρικός ρόλος της DSM σε αυτές που της έδινε τη δυνατότητα είτε αυτοτελώς είτε μέσω των εν λόγω κοινοπραξιών να αυξήσει τις τιμές πώλησης στους καταναλωτές των προϊόντων που καλύπτονταν από τη συμφωνία συνεργασίας ή να μειώσει τις προσπάθειες E&A για τα προϊόντα αυτά, η ισχυρή θέση της στην αγορά και οι απομακρυσμένες πιθανότητες εισόδου νέου ανταγωνιστή στην αγορά αξιολογήθηκαν ως παράγοντες που απεδείκνυαν την απόκτηση ή ενίσχυση της δεσπόζουσας θέσης της DSM στην αγορά. Βλ. επίσης αποφάσεις ΕΕπ Μ.2690 SOLVAY/MONTEDISON-AUSIMONT, παρ.86 (όπου ακριβώς συμφωνίες προμήθειας, συμμετοχές των ανταγωνιστών σε κοινή επιχείρηση και ανταλλαγή πληροφοριών για τιμές, κόστη και ποσότητες έγινε δεκτό ότι παρείχαν την πιθανότητα οι ανταγωνιστές να δρουν ως ενιαία οντότητα), Μ.1313 Danish Crown/Vestjyske Slagterier, παρ.110, 133-134.

¹⁷³ Βλ. απόφαση Ε.Επ. Μ.4314 Johnson & Johnson/Pfizer, παρ. 73, όπου η αύξηση μετά τη συγκέντρωση του ΗΗΙ από 2,904 σε 4,482 με μεταβολή (Δ) 1,578 αποτέλεσε παράγοντα που λήφθηκε υπόψη για τη θεμελίωση δεσπόζουσας θέσης της νέας οντότητας (σε συνδυασμό με το μερίδιο αγοράς άνω του 50% στη σχετική αγορά).

¹⁷⁴ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημεία 19-20.

¹⁷⁵ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημεία 28-29. Βλ. επίσης αποφάσεις ΕΕπ Μ.3191, όπ.π., σκ.20, 26 (όπου έγινε δεκτό ότι το γεγονός ότι τα προϊόντα των μερών δεν είναι σε μεγάλο βαθμό υποκατάστατα και τα μέρη στρατηγικά απευθύνονταν σε διαφορετικές κατηγορίες προϊόντων, συνέβαλλε στην έλλειψη προβλημάτων ανταγωνισμού εκ της συγκεντρώσεως), Μ.2817 BARILLA/BPL/KAMPS, σκ. 34-39 (όπου το γεγονός ότι τα προϊόντα των

iv) Εναλλακτικές επιλογές εφοδιασμού: Η δυσκολία των πελατών των συμμετεχουσών επιχειρήσεων να ανεύρουν εναλλακτικούς προμηθευτές, είτε διότι αυτοί είναι ελάχιστοι, είτε διότι αντιμετωπίζουν σημαντικά έξοδα προσαρμογής επιτείνει τις πιθανότητες παρακώλυσης του ανταγωνισμού¹⁷⁶.

v) Δυνατότητα αποκλεισμού ανταγωνιστών: Η προκύπτουσα από τη συγκέντρωση επιχείρηση δύναται να δυσχεράνει την επέκταση μικρότερων εταιριών στη σχετική αγορά ή να περιορίσει την ικανότητα των αντιπάλων επιχειρήσεων να την ανταγωνιστούν (εφόσον π.χ. μπορεί να ελέγχει ή να επηρεάζει σε τέτοιο βαθμό τις δυνατότητες διανομής¹⁷⁷), ώστε να είναι περισσότερο δαπανηρή η επέκταση

ανταγωνιστών ήταν στενά υποκατάστατα βάσει της έρευνας της Ε.Ε. ήταν ένας από τους βασικούς παράγοντες που λήφθηκε υπόψη για την διαπίστωση πιθανών προβλημάτων ανταγωνισμού από την δημιουργία της νέας οντότητας), M.3287 AGCO/VALTRA, σκ.31-34. Στην υπόθεση αυτή, έγινε δεκτό ότι τα προϊόντα της αποκτώμενης οντότητας δεν ήταν στενά υποκατάστατα με τα προϊόντα της αποκτώσας, αλλά και των ανταγωνιστών, με αποτέλεσμα να γίνει δεκτό ότι παρά την ισχυρή θέση της νέας οντότητας δεν δημιουργούνταν προβλήματα ανταγωνισμού. Προς τούτο λήφθηκε υπόψη ότι η αποκτώμενη οντότητα αξιοποιούσε ανεξάρτητους διανομείς σε αντίθεση με την αποκτώσα που είχε δικό της δίκτυο διανομής των προϊόντων.

¹⁷⁶ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημείο 31.

¹⁷⁷ Βλ. απόφαση ΕΕπ Μ.1630, Air Liquide/BOC. Στην υπόθεση αυτή έγινε δεκτή η πιθανότητα δημιουργίας ατομικής δεσπόζουσας θέσης της νέας οντότητας μεταξύ άλλων διότι: α) η νέα οντότητα θα κατείχε υψηλό μερίδιο αγοράς ενώ τα μερίδια των ανταγωνιστών της κυμαίνονταν κάτω του 20% με συνέπεια να είναι κατακερματισμένοι (σκ. 54-55), β) η νέα οντότητα είχε ήδη δίκτυο καθιερωμένων πελατών που δύσκολα αλλάζουν προμηθευτή λόγω ασύμμετρης πληροφόρησης (σκ. 60-62), γ) η νέα οντότητα θα αποκτούσε τον τρίτο μεγαλύτερο ανταγωνιστή με δίκτυα και δυνατότητες ανταγωνισμού σε αρκετές περιοχές (σκ. 64-66), δ) οι παραγωγικές δυνατότητες και δυνατότητες διανομής της νέας οντότητας ήταν περισσότερες από αυτές των ανταγωνιστών (σκ. 70-71) κυρίως λόγω της σημασίας του τοπικού δικτύου και παραγωγικών μονάδων (σκ. 72, 80), ε) η νέα οντότητα αποκτούσε πλεονεκτήματα ως προς τους διεθνείς πελάτες έναντι των άλλων ανταγωνιστών λόγω παγκόσμιας παρουσίας (σκ. 98-99), στ) λόγω των τοπικών πλεονεκτημάτων σε εγκαταστάσεις και δίκτυα διανομής, η νέα οντότητα θα είχε ισχυρότερη θέση σε ορισμένες περιοχές, με συνέπεια να δύναται να επικεντρωθεί σε αυτές και να περιορίσει ως εκ τούτου τον συνολικό ανταγωνισμό (σκ. 112), ζ) δεν υπάρχει αντισταθμιστική ισχύς λόγω συγκεντρωμένης προσφοράς και κατακερματισμένης ζήτησης (σκ. 118-119). Βλ. επίσης απόφαση Μ.1221, Rewe/Meinl. Στην υπόθεση αυτή έγινε δεκτή η ηγετική θέση της νέας οντότητας διότι: α) η νέα οντότητα θα κατείχε μερίδιο περίπου 50% σε σχέση με ανταγωνιστές που θα είχαν περίπου 15%, β) η δημιουργία καταστημάτων αξιολογήθηκε ως φραγμός εισόδου (σκ. 33, 56-59), γ) η τοπική ισχύς από άποψη δικτύου ενός ανταγωνιστή σε συγκεκριμένες μεμονωμένες περιοχές δεν δύναται να αντισταθμίσει την ισχύ σε περιοχές με μεγάλο πληθυσμό (σκ. 36), λαμβανομένου υπόψη του μέσου μεγαλύτερου κύκλου εργασιών και των ευνοϊκών θέσεων που κατείχαν τα καταστήματα στις τελευταίες αυτές περιοχές (σκ. 44-45), δ) η νέα οντότητα είχε τη δυνατότητα να προσφύγει στους οικονομικούς πόρους του ομίλου σε αντίθεση με τον κυριότερο ανταγωνιστή της που διέθετε περιορισμένο κύκλο εργασιών (σκ. 53). Βλ. επίσης Μ.2033 Metso/Svedala. Στην υπόθεση αυτή έγινε δεκτή η πιθανότητα δημιουργίας ατομικής δεσπόζουσας θέσης λόγω του ότι: α) η νέα οντότητα θα κατείχε μερίδια αγοράς 80-90%, ενώ οι υπόλοιποι ανταγωνιστές ήταν κατακερματισμένοι (σκ.120-121), β) τα προϊόντα της είχαν υψηλή φήμη που λειτουργούσε και ως εμπόδιο εισόδου (σκ.130, 157), γ) τα δίκτυα διανομής (σκ.147), το ευρύ χαρτοφυλάκιο προϊόντων που μπορούσε να προσφέρει (σκ.132) και οι δυνατότητες γεωγραφικής κάλυψης (σκ. 136) προσέδιδαν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα στη νέα οντότητα, δ) ήταν κατακερματισμένη η αγορά των αγοραστών, οπότε δεν υπήρχε αντισταθμιστική ισχύς (σκ. 149), ε) το επενδυτικό κόστος σε νέες τεχνολογίες (σκ. 158) και τα δίκτυα διανομής λειτουργούσαν ως εμπόδια εισόδου (σκ. 159, 161). Παρόμοια ανάλυση ακολουθείται στις σκ. 180-220. Βλ. και Μ.1712 Generali/INA, σκ. 53, Μ.2978 Lagardere/Natexis/VUP, σκ. 448-535 (όπου έγινε δεκτό ότι η υπεροχή σε επίπεδο διανομής προσέδιδε στη νέα οντότητα ισχυρό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών), Μ.2139 Bombardier/ADtranz, σκ. 79-82. Στην υπόθεση αυτή η συγκέντρωση οδηγούσε στην απόκτηση ατομικής δεσπόζουσας θέσης λαμβάνοντας υπόψη: α) το μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας ύψους 50-60%, β) τη δυνατότητα προσφοράς χαρτοφυλακίου προϊόντων τα οποία ήταν

δραστηριοτήτων ή η είσοδος αντιπάλων επιχειρήσεων. Επίσης, αν αυτή η επιχείρηση ελέγχει μορφές πνευματικής ή βιομηχανικής ιδιοκτησίας (π.χ. σήματα) μπορεί να δυσχεράνει την επέκταση ή την είσοδο των αντιπάλων της ιδίως εάν κατέχει χαρτοφυλάκιο ηγετικών στην αγορά προϊόντων¹⁷⁸. Περαιτέρω, έχει γίνει δεκτό ότι η σύναψη συμβάσεων αποκλειστικότητας ιδίως με σημαντικούς πελάτες συμβάλλει στη δημιουργία ατομικής δεσπόζουσας θέσης στην σχετική αγορά¹⁷⁹.

vi) Αντισταθμιστική ισχύς αγοραστών: Ως αντισταθμιστική αγοραστική ισχύς πρέπει να νοείται η διαπραγματευτική ισχύς που έχει ο πελάτης έναντι του πωλητή στις μεταξύ τους διαπραγματεύσεις, λόγω του μεγέθους του, της εμπορικής σημασίας για τον πωλητή και της ικανότητας του πελάτη να στραφεί σε εναλλακτικούς προμηθευτές¹⁸⁰. Μία πηγή αντισταθμιστικής ισχύος είναι η δυνατότητα του πελάτη να απειλήσει ότι σε εύλογο χρονικό διάστημα θα στραφεί σε εναλλακτικές πηγές εφοδιασμού, αν ο προμηθευτής αποφάσιζε να αυξήσει τις τιμές ή να εφαρμόσει δυσμενέστερους όρους παράδοσης. Συνήθως η αντισταθμιστική ισχύς χαρακτηρίζει μεγάλους και πολυσύνθετους πελάτες¹⁸¹

συμπληρωματικά (σκ. 79), γ) τη μη ύπαρξη αντισταθμιστικής ισχύος των πελατών λόγω διασποράς (σκ. 81) και δ) την ύπαρξη εμποδίων εισόδου λόγω προτιμήσεων των καταναλωτών σε προμηθευτές με τοπική παρουσία (σκ. 82).

¹⁷⁸ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημείο 36 (και νομολογία στην οποία παραπέμπει). Βλ. επίσης απόφαση ΓενΔικ T-114/02, *Babyliiss* κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, παρ. 343-363, 389-400, καθώς και αποφάσεις ΕΕπ M.2033, ό.π., σκ. 132-133 (όπου το ευρύ χαρτοφυλάκιο προϊόντων θεωρήθηκε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα), M.330 *McCormick* (όπου η κατοχή τριών εκ των τεσσάρων ηγετικών σημάτων στην αγορά αξιολογήθηκε ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών που καθιστούσε εξαιρετικά πιθανή την απόκτηση των πελατών στη νέα οντότητα), M.2291 *VNU/ACNielsen*, σκ. 34-39 (όπου έγινε δεκτό ότι δεν υπήρχε πρόβλημα από απόψεως συσπειρωτικών αποτελεσμάτων, διότι, αν και η νέα οντότητα αποκτούσε ηγετική θέση σε αρκετές υπηρεσίες, εντούτοις δεν είχε παρατηρηθεί στη πράξη ότι οι αγοραστές αγόραζαν αυτές τις υπηρεσίες από κοινού), M.2544, ό.π., σκ. 41, 43, 46-48, 53-55 (όπου έγινε δεκτό ότι η νέα οντότητα με μερίδιο αγοράς της τάξης του 35-45% θα κατείχε την πλειοψηφία των ηγετικών σημάτων στις σχετικές αγορές, με αποτέλεσμα να αποκτά πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών, διότι οι τελευταίοι δεν διέθεταν ηγετικό σήμα σε κάποια εκ των αγορών - τούτο σε συνδυασμό με την ύπαρξη εμποδίων εισόδου και την σημασία του σήματος στις σχετικές αγορές ήταν δυνατόν να προσδώσει δεσπόζουσα θέση στη νέα οντότητα).

¹⁷⁹ Βλ. απόφαση ΕΕπ M.877 *Boeing/McDonnell Douglas*, ιδίως σκ. 43-46. Στην υπόθεση αυτή, για την διαπίστωση ατομικής δεσπόζουσας θέσης της εξαγοράζουσας και την ενίσχυση της λόγω της συγκέντρωσης λήφθηκαν υπόψη: α) το υψηλό της μερίδιο (σκ. 31-34), β) το γεγονός ότι ήταν η μοναδική εταιρία που είχε τη δυνατότητα να προσφέρει ευρύ χαρτοφυλάκιο προϊόντων (σκ. 38-42), γ) οι συμβάσεις αποκλειστικότητας που είχε συνάψει με κάποιους σημαντικούς πελάτες (σκ. 43-46), δ) τα αρκετά εμπόδια εισόδου και η έλλειψη δυναμικού ανταγωνισμού (σκ. 48-50). Βλ. επίσης αποφάσεις ΕΕπ M.986, *Agfa-Gevaert/Du Pont*, ιδίως σκ.67-68 (όπου ακριβώς θεωρήθηκε ότι η σύναψη συμβάσεων αποκλειστικότητας με πελάτες που κάλυπταν σημαντικό μερίδιο της αγοράς - περίπου 60% - συνέβαλλε αφενός στην αποτροπή αλλαγής προμηθευτή και αφετέρου στην μη δυνατότητα πώλησης χαρτοφυλακίου προϊόντων (*package deals*), M.1313, *Danish Crown/Vestjyske Slagterier*, σκ.125 (όπου οι συμβάσεις αποκλειστικότητας θεωρήθηκε ότι συμβάλλουν και στην έλλειψη δυναμικού ανταγωνισμού).

¹⁸⁰ Βλ. απόφαση ΕΕπ M.2533, σκ. 128-132. Βλ. επίσης αποφάσεις ΕΕπ M.3732, σκ. 24, όπου λήφθηκε υπόψη η αγοραστική δύναμη των μεγάλων πελατών *Metro* και *Carrefour*, αλλά η Επιτροπή κατέληξε ότι τα μεγάλα μερίδια αγοράς και η μεγάλη δύναμη της νέας οντότητας δεν μπορούσαν να υπερκεραστούν από την ισχύ των μεγάλων αυτών πελατών και M.774, ό.π., σκ. 228-229, όπου έγινε δεκτό ότι το γεγονός ότι η αγορά προμήθειας (*buyer side*) ήταν λιγότερο συγκεντρωμένη από την αγορά παραγωγής (*supplier side*) και είχε μεγαλύτερο αριθμό αγοραστών οδηγούσε σε μη θεμελίωση αγοραστικής ισχύος των πελατών και ως εκ τούτου λήφθηκε υπόψη για τη στοιχειοθέτηση της δεσπόζουσας θέσης (βλ. σκ. 265).

¹⁸¹ Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΕΕπ M.1684 *Carrefour/Promodes*, σκ. 25-28. Στην υπόθεση αυτή, θεωρήθηκε ότι ένας αγοραστής που κάλυπτε άνω του 20% των προμηθειών περισσότερων

παρά μικρές επιχειρήσεις σε ένα κατακερματισμένο κλάδο¹⁸². Δεν αρκεί η ύπαρξη αγοραστικής ισχύος πριν τη συγκέντρωση, αλλά πρέπει να υπάρχει και μετά την πραγματοποίησή της, καθώς η συγκέντρωση δύο προμηθευτών μπορεί να καταργεί μία αξιόπιστη πηγή εφοδιασμού¹⁸³. Σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί να είναι σημαντικό να ερευνάται και το κίνητρο των αγοραστών να κάνουν χρήση της τυχόν αγοραστικής ισχύος¹⁸⁴. Επιπλέον, τυχόν πολιτική των πελατών να προμηθεύονται προϊόντα από πολλαπλές πηγές (multi-sourcing strategy) συμβάλλει στον περιορισμό της ισχύος του προμηθευτή¹⁸⁵.

vii) Δυνητικός ανταγωνισμός - Εμπόδια εισόδου: Όταν η είσοδος σε μία αγορά είναι πιθανή, έγκαιρη και επαρκής, τότε είναι δυνατόν να ματαιώσει ή να αποτρέψει τις αντιανταγωνιστικές επιπτώσεις μίας συγκέντρωσης¹⁸⁶. Η είσοδος είναι πιθανή, εάν είναι επικερδής. Για την αξιολόγηση αυτή λαμβάνονται υπόψη οι επιπτώσεις που θα έχει στις τιμές η αύξηση του όγκου παραγωγής ως αποτέλεσμα της εισόδου του νέου παίκτη και οι πιθανές αντιδράσεις των ήδη δραστηριοποιούμενων στην αγορά επιχειρήσεων. Η είσοδος ενδέχεται να είναι δυσκολότερη αν οι ήδη δραστηριοποιούμενες επιχειρήσεις προστατεύουν τα μερίδια αγοράς τους προσφέροντας μακροχρόνιες συμβάσεις ή επιλεκτικές μειώσεις τιμών στους πελάτες που προσπαθεί να προσελκύσει ο νεοεισερχόμενος. Οι πιθανότητες εισόδου μειώνονται, επίσης, εάν το κόστος αποτυχίας είναι μεγάλο. Παραδείγματα επιχειρήσεων που εισήλθαν και εξήλθαν από το κλάδο κατά το παρελθόν μπορούν να αποτελέσουν χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με το μέγεθος των εμποδίων εισόδου. Τα εμπόδια εισόδου μπορεί να λάβουν τις ακόλουθες μορφές: νομικά πλεονεκτήματα που περιορίζουν τον αριθμό επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην αγορά λόγω π.χ. περιορισμού αριθμού αδειών εκμετάλλευσης, τεχνικά πλεονεκτήματα ήδη δραστηριοποιούμενων επιχειρήσεων, όπως π.χ. πρόσβαση σε βασικές διευκολύνσεις με προνομιακούς όρους ή η πρόσβαση σε βασικές τεχνολογίες, η ύπαρξη πείρας ή φήμης που είναι δύσκολο να αποκτηθεί από μία νεοεισερχόμενη επιχείρηση, η προσήλωση στο σήμα, οι στενές σχέσεις προμηθευτών-πελατών, η σημασία της προώθησης των σχετικών προϊόντων μέσω διαφήμισης, το υψηλό κόστος μεταστροφής σε έναν άλλο προμηθευτή. Περαιτέρω, το εάν θα είναι επικερδής η είσοδος σε μία αγορά εξαρτάται και από το εάν

προμηθευτών και είχε τη δυνατότητα να αποθηκεύει προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας είχε σοβαρή αντισταθμιστική ισχύ έναντι των προμηθευτών του.

¹⁸² Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΕΕπ Μ.2139 Bombardier/ADtranz, σκ. 67 (όπου θεωρήθηκε ότι οι μικρότερες εταιρίες δεν μπορούσαν να ασκήσουν αντισταθμιστική ισχύ παρά την ύπαρξη ενός μεγάλου αγοραστή που θεωρητικά μπορούσε να ασκήσει τέτοια πίεση).

¹⁸³ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημεία 65, 67.

¹⁸⁴ Βλ. απόφαση ΕΕπ Μ.1412 Hutchison/RCPM/ECT, σκ.129-130 (όπου έγινε δεκτό ότι κοινής ιδιοκτησίας εγκατάσταση μεταξύ των συμμετεχουσών μερών αποτελούσε κίνητρο μη μεταστροφής σε ανταγωνιστικό προμηθευτή).

¹⁸⁵ Βλ. αποφάσεις ΕΕπ Μ.3227 Paperlinx/Buhrmann Paper Merchanting Division, σκ.18-19, Μ.477 Mercedes-Benz/Kassbohrer, σκ. 63, 86.

¹⁸⁶ Βλ. π.χ. απόφαση ΓενΔικ Τ-342/99, σκ. 262, 266-268, όπου έγινε δεκτή η πιθανότητα άμεσης και έγκαιρης εισόδου επιχειρήσεων οργανώσεων ταξιδιών σε περίπτωση περιορισμού της προσφοράς εκ μέρους του δυοπωλίου. Βλ. επίσης απόφαση ΕΕπ Μ.3732, παρ. 26-27, όπου λήφθηκε υπόψη το κόστος δημιουργίας ενός ανταγωνιστικού σήματος, τα έξοδα προώθησης και τα σημαντικά διπλώματα ευρεσιτεχνίας ως εμπόδια εισόδου ενός νέου ανταγωνιστή στη σχετική αγορά, γεγονός το οποίο συνέβαλε στη θεμελίωση δεσπόζουσας θέσης της νέας οντότητας.

η αγορά είναι υπό ανάπτυξη ή εάν είναι κορεσμένη ή αναμένεται να συρρικνωθεί^{187,188}. Η εισόδος είναι έγκαιρη εάν γίνει εντός δύο ετών πάντοτε, όμως, εξαρτάται από τα χαρακτηριστικά της αγοράς. Επίσης, πρέπει να είναι επαρκής, ώστε να θεωρηθεί υπολογίσιμη¹⁸⁹.

V.2 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ ΝΩΠΟΥ ΑΓΕΛΛΑΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

V.2.1 Η άποψη των παραγωγών και ανταγωνιστών για τα αποτελέσματα της συγκέντρωσης στην αγορά προμήθειας νωπού γάλακτος

122. Ως προς τα αναμενόμενα αποτελέσματα της υπό κρίση οριζόντιας συγκέντρωσης στην αγορά προμήθειας νωπού γάλακτος, στην πλειοψηφία των απαντήσεων εντοπίζονται προβληματισμοί για την αύξηση της διαπραγματευτικής ισχύος της νέας οντότητας έναντι των παραγωγών γάλακτος.

123. Ειδικότερα: η **ΕΝΩΣΗ ΦΥΛΗΣ ΧΟΛΣΤΑΪΝ ΕΛΛΑΔΑΣ** απάντησε «Δεν μπορούμε να γνωρίζουμε τις επιπτώσεις που θα υπάρξουν από την περάτωση της γνωστοποιηθείσας πράξης. Αυτό που θεωρούμε εμείς σημαντικό είναι η επιβίωση και η ευημερία και των δύο γαλακτοβιομηχανιών, έστω και με την συγχώνευσή τους. Αυτό θα είναι προς όφελος όλων των παραγωγών διότι εξασφαλίζει την συνέχεια και την έγκαιρη πληρωμή των παραγωγών που ανήκουν σε αυτές, χωρίς να ερχόμαστε αντιμέτωποι με καθυστερήσεις πληρωμών (όπως συμβαίνει για παράδειγμα τον τελευταίο καιρό με την **ΜΕΒΓΑΛ**), οι οποίες επιβαρύνουν την κατάσταση και δημιουργούν σωρεία προβλημάτων»¹⁹⁰.

124. Για το ίδιο θέμα, η **NESTLE** δεν αναμένει να επηρεαστεί σημαντικά η δραστηριότητά της, ωστόσο, αναφέρει ότι θα δημιουργηθεί μία μεγαλύτερη εταιρία με μεγαλύτερη διαπραγματευτική δύναμη¹⁹¹. Σύμφωνα με την εταιρία **ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ**, αν και η ολοκλήρωση της γνωστοποιηθείσας πράξης θα βελτιώσει τους χρόνους και όρους πληρωμής των παραγωγών, δεν θα πρέπει να παραβλεφθεί το γεγονός ότι θα αποδυναμωθεί η διαπραγματευτική τους δύναμη. Η **ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ** αναφέρει ότι «...οι επιπτώσεις στην αγορά θα εξαρτηθούν από τις στρατηγικές αποφάσεις του ομίλου σε θέματα διαχείρισης μαρκών και συνεργειών παραγωγής & διανομής», καθώς και ότι ενδέχεται «...να υπάρξει αύξηση της διαπραγματευτικής δύναμης της βιομηχανίας»¹⁹². Η [...] εκτιμά ότι δεν θα επηρεαστεί από την υπό κρίση πράξη¹⁹³. Η [...] εκφράζει προβληματισμό για την πρόσβαση στην αγορά του νωπού γάλακτος, καθώς εκτιμά ότι, η συνδυασμένη αγοραστική ισχύς των επιχειρήσεων της υπό εξέταση συγκέντρωσης απέναντι στους προμηθευτές

¹⁸⁷ Βλ. απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής Μ.774, σημείο 232, όπου το γεγονός ότι συνολικά η ζήτηση των σχετικών προϊόντων αναμενόταν να περιοριστεί αποτελούσε παράγοντα αποτροπής εισόδου στη σχετική αγορά.

¹⁸⁸ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημεία 69-71.

¹⁸⁹ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημεία 74-75.

¹⁹⁰ Βλ. την απαντητική επιστολή της [...].

¹⁹¹ Βλ. την απαντητική επιστολή της [...].

¹⁹² Βλ. την απαντητική επιστολή της [...].

¹⁹³ Βλ. την απαντητική επιστολή της [...].

(παραγωγούς) νωπού γάλακτος (πρώτης ύλης), η οποία εκτιμάται σε 50% περίπου, σε συνδυασμό με την περιορισμένη διαθεσιμότητα τον νωπού γάλακτος σε σύγκριση με τη ζήτηση, μπορεί δυνητικά να αποκλείσει την εταιρία από αυτή την πηγή προμήθειας, ενώ επισημαίνει ότι οι ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ «...θα μπορέσουν να αποκτήσουν μεγαλύτερη πρόσβαση στις εγχώριες πηγές προμήθειας νωπού γάλακτος και να αυξήσουν το ποσοστό τους στο σύνολο της Ελληνικής παραγωγής νωπού γάλακτος (πρώτης ύλης)»¹⁹⁴. Η ΕΒΟΛ αναφέρει ότι οποιαδήποτε συνένωση επιχειρήσεων περιορίζει τον υγιή ανταγωνισμό¹⁹⁵. Η ΤΡΙΚΚΗ εκτιμά ότι αυτοί που θα αντιμετωπίσουν το σοβαρότερο πρόβλημα ως συνέπεια της ολοκλήρωσης της υπό κρίσης πράξης θα είναι οι παραγωγοί νωπού γάλακτος, καθώς θα περιοριστεί ο αριθμός των πελατών τους, με αποτέλεσμα να πρέπει να αναζητήσουν τρόπο να συνεχίσουν να πωλούν το προϊόν τους για να διατηρήσουν βιώσιμες τις επιχειρήσεις τους, όπως και τις θέσεις εργασίας που προσφέρουν¹⁹⁶. Η ΔΩΔΩΝΗ αναφέρει ότι ο συνδυασμός ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ λόγω του μεγέθους, των μεριδίων αγοράς και των δυνατοτήτων θα έχει σπουδαία διαπραγματευτική ισχύ έναντι των παραγωγών γάλακτος¹⁹⁷. Ομοίως, η [...] εκτιμά ότι οι επιλογές διάθεσης νωπού γάλακτος θα μειωθούν¹⁹⁸. Ο ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΘΕΣΓΑΛΑ-ΠΙΕΣ εκτιμά ότι η γνωστοποιηθείσα πράξη θα προκαλέσει «Δυσχέρεια πώλησης νωπού γάλακτος από αγελαδοτρόφους γαλακτοπαραγωγής σε συγκεκριμένες περιοχές εφόσον η πράξη επιφέρει κλείσιμο μη κερδοφόρων εγκαταστάσεων, ενίσχυση άλλων αγελαδοτρόφων γαλακτοπαραγωγής σε περιοχές που η πράξη επικεντρώνει τις εργασίες της»¹⁹⁹. Η εταιρία ΓΙΩΤΗΣ θεωρεί ότι η γνωστοποιηθείσα πράξη θα οδηγήσει σε περαιτέρω συμπίεση των τιμών του νωπού γάλακτος. Σημειώνεται τέλος ότι από το σύνολο των ερωτηθέντων εταιριών μόνο οι εταιρίες DANONE και ΝΕΟΓΑΛ πιστεύουν ότι δε θα υπάρξει καμία επίπτωση στην αγορά προμήθειας νωπού γάλακτος.

V.2.2 Η άποψη των γνωστοποιούντων μερών

125. Τα γνωστοποιούντα μέρη υπέβαλαν στην ΕΑ το υπ' αριθ. πρωτ. 1152/23.2.2017 ΥΠΟΜΝΗΜΑ ΘΕΣΣΕΩΝ της «ΔΕΛΤΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΑΕ», στο οποίο υποστηρίζουν ότι, οι (αβάσιμες κατά την κρίση τους) διαπιστώσεις της ΕΑ στην υπ' αριθ. 598/2014 απόφασή της αναφορικά με τους κινδύνους περιορισμού του ανταγωνισμού στη βαθμίδα παραγωγής νωπού αγελαδινού γάλακτος «... έχουν εν πολλοίς ανατραπεί ή έστω μεταβληθεί ριζικά, ώστε με ασφάλεια να μπορεί πλέον να εκτιμηθεί ότι η νέα οντότητα δεν θα απολαμβάνει υπέρμετρα υψηλή αγοραστική δύναμη στην αγορά νωπού γάλακτος πολλώ μάλλον τέτοια που να της εξασφαλίζει «δεσπόζουσα» θέση». Επιπλέον, κατά την άποψη των μερών το σημερινό οικονομικό, νομικό και εν τέλει πραγματικό πλαίσιο έχει αλλάξει σε αισθητό βαθμό σε σχέση με την περίοδο που ελήφθη η Απόφαση ΕΑ 598/2014, με αποτέλεσμα να μην

¹⁹⁴ Βλ. την απαντητική επιστολή της [...].

¹⁹⁵ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΕΒΟΛ.

¹⁹⁶ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΤΡΙΚΚΗ.

¹⁹⁷ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΔΩΔΩΝΗ.

¹⁹⁸ Βλ. την απαντητική επιστολή της [...].

¹⁹⁹ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΘΕΣΓΑΛΑ-ΠΙΕΣ.

συντρέχουν πλέον οι όποιοι κίνδυνοι περιορισμού του ανταγωνισμού στην αγορά παραγωγής νωπού αγελαδινού γάλακτος είτε σε εθνικό είτε σε τοπικό επίπεδο²⁰⁰.

126. Αναλυτικότερα, η εταιρία ΔΕΛΤΑ αναφέρει ότι το αθροιστικό μερίδιο των εταιριών ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ, στην εγχώρια αγορά, παρουσιάζει πτώση από το [35-45]% (το 2013) στο [25-35]% (το 2016), επισημαίνοντας ότι το πραγματικό ποσοστό της ΜΕΒΓΑΛ για το 2016 ([5-10]%) είναι μικρότερο, καθώς η τελευταία αγοράζει μεγάλες ποσότητες νωπού γάλακτος από τρίτους ([...]) και όχι απευθείας από τους παραγωγούς «... με αποτέλεσμα το ποσοστό που αντιστοιχεί σε αγορές από τρίτους να μην μπορεί να προσμετρηθεί στο τμήμα της αγοράς που θα «καταλάβει» η νέα οντότητα ούτε και στο τμήμα της αγοράς στο οποίο η νέα οντότητα θα δύναται να ασκεί διαπραγματευτικής δύναμη στις σε σχέση με τις συμβατικές και συναλλακτικές σχέσεις της με τους παραγωγούς»²⁰¹.

127. Επιπλέον, η εταιρία ΔΕΛΤΑ υποστηρίζει ότι τα αθροιστικά μερίδια των εταιριών ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ είναι μικρότερα σε σχέση με τα αντίστοιχα μερίδια που αξιολογήθηκαν με την Απόφαση ΕΑ 598/2014, καθώς η σχετική αγορά περιλαμβάνει όλα τα είδη νωπού γάλακτος, ανεξαρτήτως ζωϊκής προέλευσης, (ήτοι, αγελαδινό, γίδινο και πρόβιο γάλα), λόγω των όμοιων νομοθετικών ρυθμίσεων ως προς αυτά²⁰².

128. Σύμφωνα με το υπ' αριθ. πρωτ. 1152/23.2.2017 ΥΠΟΜΝΗΜΑ ΘΕΣΣΕΩΝ της «ΔΕΛΤΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΑΕ» η αγορά είναι «... τουλάχιστον εθνική ενώ έχει και διεθνείς διαστάσεις». Ο εθνικός χαρακτήρας της αγοράς επιβεβαιώνεται, σύμφωνα με τα μέρη, από την ευκολία των επιχειρήσεων να προμηθευτούν νωπό γάλα από παραγωγούς σε νομούς διαφορετικούς από αυτούς που προμηθεύονται συνήθως, ενώ ο διεθνής (σίγουρα ευρωπαϊκός) χαρακτήρας αποδεικνύεται από την αύξηση των εισαγωγών νωπού αγελαδινού γάλακτος.

129. Σχετικά με την οριοθέτηση της σχετικής αγοράς η εταιρία ΔΕΛΤΑ, στο ανωτέρω υπόμνημα, αναφέρει ότι η αγορά είναι τουλάχιστον εθνική, ενώ ακόμη και εάν γίνει δεκτή αυστηρότερη (στενότερη) οριοθέτησή της, αυτή θα είναι βάσει των αποφάσεων της ΕΑ περιφερειακή, αποτελούμενη από περισσότερες περιφέρειες και σε καμία περίπτωση περιορισμένη ανά Νομό. Η οριοθέτηση της σχετικής αγοράς σε επίπεδο Νομών καθίσταται αδικαιολόγητη λόγω: (α) της τροποποίησης της νομοθεσίας για τη διάρκεια συντήρησης του γάλακτος²⁰³ (σύμφωνα με την οποία ουσιαστικά καθιερώνεται πλήρης απελευθέρωση στη διάρκεια ζωής του γάλακτος) (β) της διαρκούς βελτίωσης του εθνικού και περιφερειακού οδικού δικτύου που καθιστά ευχερείς τις μετακινήσεις και (γ) τις συχνές μετακινήσεις παραγωγών.

130. Επιπρόσθετα, η εταιρία ΔΕΛΤΑ υποστηρίζει ότι το αθροιστικό μερίδιο των δύο εταιριών (ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ) στους νομούς Ημαθίας και Πέλλας (για τους οποίους

²⁰⁰ Βλ. παρ. 76 του εντύπου γνωστοποίησης.

²⁰¹ Βλ. το υπ' αριθ. πρωτ. 1152/23.2.2017 ΥΠΟΜΝΗΜΑ ΘΕΣΣΕΩΝ της «ΔΕΛΤΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΑΕ».

²⁰² Βλ. το υπ' αριθ. πρωτ. 1152/23.2.2017 ΥΠΟΜΝΗΜΑ ΘΕΣΣΕΩΝ της «ΔΕΛΤΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΑΕ».

²⁰³ Τα γνωστοποιούντα μέρη αναφέρουν ότι «... η νέα νομοθεσία περί διάρκειας συντήρησης του γάλακτος διευκολύνει περαιτέρω την πραγματοποίηση εισαγωγών από ανταγωνιστές της νέας οντότητας ακόμα και για την παραγωγή και εμπορία φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος» (βλ. παρ. 86 του εντύπου γνωστοποίησης).

τα μέρη με την υπ' αριθ. 598/2014 απόφαση της ΕΑ, είχαν υποχρεωθεί στην ανάληψη δεσμεύσεων, έχει μειωθεί. Ειδικότερα, από το 2013 έως σήμερα, το μερίδιο της νέας οντότητας στο νομό Ημαθίας είναι μειωμένο κατά [...] ποσοστιαίες μονάδες (από [75-85]% σε [45-55]%), ενώ στον νομό Πέλλας μειώθηκε σε [65-75]% από [65-75]%.²⁰⁴

131. Περαιτέρω, τα γνωστοποιούντα μέρη υποστηρίζουν ότι οι υπόλοιπες γαλακτοβιομηχανίες θα εξακολουθήσουν να έχουν επαρκέστατη πρόσβαση στο εγχώριο νωπό γάλα κυρίως λόγω του χαμηλού ποσοστού της ετήσιας εγχώριας παραγωγής που εισκομίζουν οι εταιρίες ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ ([25-35]% στην αγορά του αγελαδινού γάλακτος) και επισημαίνει συναφώς ότι η μετακίνηση των Ελλήνων παραγωγών αγελαδινού γάλακτος από εταιρία σε εταιρία είναι εύκολη και συχνή, καθώς δεν υπάρχουν συμβόλαια ή όπου υπάρχουν αυτά είναι μικρής διάρκειας. Προς επίρρωση των ισχυρισμών της, η ΔΕΛΤΑ προσκόμισε σχετικά στοιχεία, όπου μόνο για την ίδια, ο μέσος όρος των αφίξεων των παραγωγών ανά έτος ήταν [...], ενώ ο μέσος όρος των αποχωρήσεων ήταν [...] παραγωγοί, κατά την περίοδο 2013-2017. Κατά συνέπεια, η ως άνω εταιρία εκτιμά ότι η νέα οντότητα δεν θα διαθέτει διαπραγματευτική δύναμη έναντι των εγχώριων παραγωγών και εάν θελήσει να καταχραστεί τη θέση της μειώνοντας τις τιμές αγοράς, αυτομάτως οι παραγωγοί θα μπορέσουν να αντιδράσουν μετακινούμενοι σε άλλες γαλακτοβιομηχανίες. Επιπλέον, τα γνωστοποιούντα μέρη αναφέρουν ότι υπάρχει η δυνατότητα η εγχώρια παραγωγή γάλακτος να αυξηθεί σχετικά άμεσα και σε σημαντικό βαθμό απλά και μόνο με αύξηση του ζωικού κεφαλαίου από τους παραγωγούς²⁰⁵.

132. Επίσης, κατά τη ΔΕΛΤΑ, οι ανταγωνιστές της νέας οντότητας σε κάθε περίπτωση μπορούν να βρουν α' ύλη, και ήδη το κάνουν, μέσω εισαγωγών σε πλεονεκτικές, μάλιστα, τιμές, ενώ αναφέρει ότι για το έτος 2016 εκτιμά ότι μόλις το [...] της ποσότητας εγχώριου αγελαδινού γάλακτος κατευθύνεται για φρέσκο παστεριωμένο γάλα. Συνεπώς, ένας ανταγωνιστής θα μπορούσε να χρησιμοποιήσει εισαγωγές, π.χ. για την παρασκευή γάλακτος εβαπορέ, υψηλής θερμικής επεξεργασίας ή γιαουρτιού (προϊόντα στα οποία κατεξοχήν χρησιμοποιείται εισαγόμενο γάλα από ανταγωνιστές, χωρίς αυτό να τους έχει περιορίσει την παρουσία τους στην αγορά) και μόνο εγχώριο γάλα για την παραγωγή παστεριωμένου (φρέσκου) γάλακτος²⁰⁶.

133. Τέλος, η ΔΕΛΤΑ υποστήριξε ότι η συγκέντρωση των παραγωγών αγελαδινού γάλακτος σε συνδυασμό με την ευχέρεια των μετακινήσεων τους και την δυνατότητα πώλησης γάλακτος σε απομακρυσμένες περιοχές, καθώς και την έλλειψη νομικών εμποδίων στον ανταγωνισμό (όπως οι συμφωνίες αποκλειστικότητας), έχει οδηγήσει στην ενίσχυση της διαπραγματευτικής δύναμης των παραγωγών γάλακτος ενισχύοντας έτσι τη διαπραγματευτική τους δύναμη έναντι της γαλακτοβιομηχανίας²⁰⁷.

134. Εν συνεχεία, με το από 17.7.2017 υπόμνημά τους, τα μέρη προέβαλαν ότι έχουν λάβει χώρα αισθητές μεταβολές στη δομή των επίμαχων αγορών αλλά και εν γένει στον

²⁰⁴ Βλ. το υπ' αριθ. πρωτ. 1152/23.2.2017 ΥΠΟΜΝΗΜΑ ΘΕΣΣΕΩΝ της «ΔΕΛΤΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΑΕ».

²⁰⁵ Βλ. παρ. 84 επ. του εντύπου γνωστοποίησης.

²⁰⁶ Βλ. παρ. 85 επ. του εντύπου γνωστοποίησης.

²⁰⁷ Βλ. το υπ' αριθ. πρωτ. 1152/23.2.2017 ΥΠΟΜΝΗΜΑ ΘΕΣΣΕΩΝ της «ΔΕΛΤΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΑΕ».

κλάδο γαλακτοκομικών (σε σχέση με τις προηγούμενες φορές που είχε γίνει γνωστοποίηση απόκτησης αποκλειστικού ελέγχου της ΜΕΒΓΑΛ από τη ΔΕΛΤΑ) και ότι υφίσταται ποιοτική διαφορά της φύσης του ελέγχου που αφορά η παρούσα γνωστοποίηση. Εξ αυτού, κατά τα μέρη, προκύπτει ότι η νέα οντότητα στην οποία αφορά η συγκέντρωση, ήτοι η ΜΕΒΓΑΛ υπό το καθεστώς μερικού κοινού ελέγχου των Οικ. Χατζάκου - ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ, θα διατηρήσει τη λειτουργική και επιχειρηματική αυτονομία της, με την Οικογένεια Χατζάκου να ασκεί τη διοίκηση και με τη ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ να διατηρεί δικαιώματα αρνησικυρίας σε ορισμένες στρατηγικής σημασίας αποφάσεις για την εταιρεία που δεν αφορούν όμως την καθημερινή (day-to-day) εμπορική και επιχειρηματική της λειτουργία.

135. Τα μέρη, επίσης, υπογραμμίζουν ότι το αθροιστικό μερίδιο αγοράς τους στην εθνική αγορά νωπού αγελαδινού γάλακτος έπεσε κατά 2 ποσοστιαίες μονάδες, ήτοι από [35-45]% στο [25-35]%, από το 2013 έως σήμερα, και ότι με βάση τα δεδομένα του 2016, η ΔΕΛΤΑ αντιπροσωπεύει το [15-25]% και η ΜΕΒΓΑΛ το [5-10]%. Κατά την άποψη των μερών, το αθροιστικό μερίδιο στην εθνική αγορά, και δη με τάση για συρρίκνωση, δεν πλησιάζει την έννοια της δεσπόζουσας επιχείρησης ενώ δεν είναι τόσο αξιόλογο ώστε να γεννώνται φόβοι αποκλεισμού ανταγωνιστών από την αγορά νωπού γάλακτος.

136. Σε σχέση με το αθροιστικό μερίδιο αγοράς των μερών στους επιμέρους νομούς, στην περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας και στη Μακεδονία, εφόσον εξετασθούν οι συνθήκες της αγοράς σε τοπικό επίπεδο, τα μέρη επικαλούνται ότι το αθροιστικό μερίδιό τους είναι πολύ μικρότερο στην πλειοψηφία των Νομών (όλων πλην Πέλλας και Φλώρινας) σε σχέση με το μερίδιο στο οποίο το έτος 2014 στήριξε η ΕΑ την επιβολή δεσμεύσεων στους Νομούς Πέλλας και Ημαθίας. Σε σχέση με το νομό Φλώρινας όπου το αθροιστικό μερίδιο για το 2016 ήταν [75-85]%, τα μέρη ισχυρίζονται ότι, όπως και στην περίπτωση της Ημαθίας, αυτό και μόνο το ποσοστό δεν μπορεί να σημάνει κίνδυνο περιορισμού του ανταγωνισμού από τη νέα οντότητα και ότι **η ΜΕΒΓΑΛ δεν έχει σταθερή αγοραστική παρουσία και σχέση με τους παραγωγούς του Νομού Φλώρινας, ώστε να δύναται να συμβάλει στην ενίσχυση του μεριδίου της ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ.** Το ίδιο ασταθής και πρόσκαιρη είναι ακόμη και η παρουσία της ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ, ενώ η Φλώρινα αντιπροσωπεύει μόλις το [...] % της συνολικής αγοράς. Σύμφωνα με τους ισχυρισμούς των μερών, επίσης, τα αθροιστικά μερίδια στην Κεντρική Μακεδονία και στη Μακεδονία, είναι μικρότερα των μεριδίων που στην απόφαση 598/2014 η ΕΑ θεώρησε ότι γεννούν την αναγκαιότητα επιβολής δεσμεύσεων.

137. Εξάλλου, κατά τα μέρη, η διαχρονική εξέλιξη των μεριδίων αγοράς δείχνει ότι δεν υφίσταται δεσπόζουσα αγοραστική θέση στην αγορά νωπού γάλακτος, λόγω των χαρακτηριστικών της. Επικαλούνται, δε, την έλλειψη συμβάσεων αποκλειστικότητας στην αγορά προμήθειας της πρώτης ύλης νωπού γάλακτος²⁰⁸. Σύμφωνα με τα μέρη, οι συνεργασίες με τους παραγωγούς είναι συχνά συγκυριακές. Εξάλλου, στο από 17.7.2017 υπόμνημά τους, τα μέρη αναφέρουν ότι υπάρχει τάση μείωσης του αριθμού, ήτοι συγκέντρωσης των παραγωγών αγελαδινού γάλακτος σε προοδευτική κλίμακα ενώ η

²⁰⁸ Η ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ διαθέτει συμβάσεις με τους συνεργαζόμενους κτηνοτρόφους [...].

μείωση του αριθμού των παραγωγών δεν συνοδεύτηκε από αντίστοιχη μείωση των εισκομίσεων γάλακτος. Το στοιχείο αυτό σε συνδυασμό με την ευχέρεια των μετακινήσεων και την δυνατότητα πώλησης γάλακτος σε απομακρυσμένες περιοχές καθώς και την έλλειψη νομικών εμποδίων στον ανταγωνισμό (όπως οι συμφωνίες αποκλειστικότητας), ισχυρίζονται ότι δείχνει τάση για ενίσχυση της διαπραγματευτικής δύναμης των παραγωγών. Τέλος, τα μέρη αναφέρονται στην «σχετικά εύκολη» πρόσβαση ανταγωνιστών στην πρώτη ύλη και στο γεγονός ότι ήδη οι ανταγωνιστές τους βρίσκουν πρώτη ύλη, μέσω εισαγωγών σε πλεονεκτικές, μάλιστα, τιμές.

V.2.3 Η κρίση της Επιτροπής

138. Με βάση τα στοιχεία που προεκτέθηκαν, το αθροιστικό μερίδιο που θα κατέχουν οι ΔΕΛΤΑ-ΜΕΒΓΑΛ σε συνέχεια της υπό εξέταση συγκέντρωσης ως αγοραστές νοπού αγελαδινού γάλακτος θα ανέρχεται στην ελληνική επικράτεια σε [25-35]% (το 2016), με τα ποσοστά απορρόφησης των εταιριών ΔΕΛΤΑ-ΜΕΒΓΑΛ να παρουσιάζουν σταθερότητα κατά τα έτη 2014 και 2015, ενώ σε επίπεδο Μακεδονίας και Κεντρικής Μακεδονίας, θα ανέρχεται σε [45-55]% και [35-45]% αντίστοιχα (στοιχεία έτους 2016), με τα ποσοστά απορρόφησης των εταιριών ΔΕΛΤΑ-ΜΕΒΓΑΛ να παρουσιάζουν σχετική σταθερότητα με μικρές αυξομειώσεις κατά τα έτη 2014 και εξής²⁰⁹. Σε επίπεδο νομών, τα υψηλότερα αθροιστικά μερίδια εντοπίζονται στους νομούς Φλώρινας ([75-85]%), Πέλλας ([65-75]%), Ξάνθης ([55-65]%) και Θεσσαλονίκης ([45-55]%), με βάση τα στοιχεία του 2016. Ιδίως δε στους νομούς Θεσσαλονίκης και Ξάνθης, που βρίσκονται στην 1^η και 4^η θέση αντίστοιχα σε πανελλήνιο επίπεδο ως προς την παραγωγή νοπού αγελαδινού γάλακτος, το ποσοστό απορρόφησης των εταιριών ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ παρουσιάζει αυξητική τάση κατά τα έτη 2014 και εξής.

139. Ο ανταγωνιστής της νέας οντότητας με το αμέσως επόμενο υψηλότερο μερίδιο απορρόφησης νοπού αγελαδινού γάλακτος είναι στην ελληνική επικράτεια, σε επίπεδο Μακεδονίας και Κεντρικής Μακεδονίας, αλλά και στο Νομό Θεσσαλονίκης, η εταιρία [...], με ποσοστά απορρόφησης, που ανέρχονται κατά το έτος 2016 σε [10-15]% στην ελληνική επικράτεια, σε [15-25]% στη Μακεδονία, σε [15-25]% στην Κεντρική Μακεδονία και σε [15-25]% στο Νομό Θεσσαλονίκης. Από το έτος 2014 και εξής, τα ποσοστά απορρόφησης της ως άνω εταιρίας παρουσιάζουν σχετική σταθερότητα με μικρές αυξομειώσεις, σε όλες τις ως άνω περιοχές. Στο Νομό Ξάνθης, ο επόμενος σημαντικότερος ανταγωνιστής των ΔΕΛΤΑ-ΜΕΒΓΑΛ είναι η εταιρία [...], με ποσοστά απορρόφησης φθίνοντα κατά το έτος 2016 ([10-15]% το 2016 έναντι [10-15]% και [10-15]% κατά τα έτη 2015 και 2014 αντίστοιχα).

140. Εκ των ανωτέρω, προκύπτει ότι η νέα οντότητα θα είναι ο σημαντικότερος πελάτης των παραγωγών νοπού αγελαδινού γάλακτος, τόσο στην ελληνική επικράτεια, όσο και στις σημαντικότερες γαλακτοπαραγωγούς περιοχές της χώρας, με διαφορά που κυμαίνεται μεταξύ περίπου [15-25]% (σε πανελλήνιο επίπεδο) και [25-35]% στη Μακεδονία, έως και [35-45]% τοπικά (στο νομό Ξάνθης) έναντι των ανταγωνιστών της, που έπονται αυτής σε απορρόφηση νοπού αγελαδινού γάλακτος.

²⁰⁹ Βλ. Παραρτήματα III και IV.

141. Περαιτέρω, η αύξηση του μεριδίου απορρόφησης νωπού αγελαδινού γάλακτος από τη νέα οντότητα, που προκύπτει από τη συγκέντρωση, κυμαίνεται μεταξύ [5-10]% σε πανελλήνιο επίπεδο και [15-25]% τοπικά (στο νομό Πέλλας), ενώ, παράλληλα, με την γνωστοποιηθείσα πράξη, ο προ της γνωστοποιηθείσας πράξης σημαντικότερος αγοραστής νωπού αγελαδινού γάλακτος, η ΔΕΛΤΑ, θα αποκτήσει πρόσβαση στο σημαντικό δίκτυο συλλογής γάλακτος της ΜΕΒΓΑΛ, η οποία διαθέτει εγκαταστάσεις σε στρατηγική θέση στη Μακεδονία, ήτοι τη σημαντικότερη περιοχή παραγωγής αγελαδινού γάλακτος της χώρας. Σχετικώς, στο προσκομισθέν επιχειρηματικό σχέδιο της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ εντοπίζονται ως παράγοντες που ενισχύουν τη δυναμική της εν λόγω εταιρίας, μεταξύ άλλων, η στρατηγική της τοποθέτηση με πρόσβαση σε διευρυμένη ζώνη γάλακτος «όπου συγκεντρώνεται το 67% της ελληνικής γαλακτοπαραγωγής», καθώς και η μακρόχρονη συνεργασία της με παραγωγούς της Βόρειας Ελλάδας²¹⁰.

142. Ενόψει όλων των ανωτέρω, η γνωστοποιηθείσα πράξη θα οδηγήσει σε αύξηση της αγοραστικής ισχύος της νέας οντότητας στην αγορά προμήθειας νωπού γάλακτος.

143. Από γενικότερη οικονομική άποψη, η αγοραστική δύναμη που οδηγεί στην επίτευξη περισσότερο ευνοϊκών όρων εφοδιασμού δεν θα πρέπει να θεωρείται αφ' εαυτής ανεπιθύμητη. Τούτο ισχύει κυρίως όταν υφίσταται μεγάλος βαθμός συγκέντρωσης στην αγορά προηγούμενου σταδίου και οι ισχυροί αγοραστές είναι εκτεθειμένοι σε αποτελεσματικό ανταγωνισμό στις αγορές στις οποίες πωλούν τα προϊόντα τους και, κατά συνέπεια, είναι υποχρεωμένοι να μεταβιβάζουν τα πλεονεκτήματα που επιτυγχάνουν κατά τον εφοδιασμό στους πελάτες τους. Στην περίπτωση αυτή, η αγοραστική ισχύς μπορεί να εμποδίσει την πλευρά της προσφοράς από το να επιτύχει μονοπωλιακά ή ολιγοπωλιακά κέρδη.

144. Ωστόσο, όταν μία επιχείρηση με μεγάλη αγοραστική ισχύ διαθέτει ισχυρή θέση και στην αγορά επόμενου σταδίου δεν είναι πλέον εύλογο να αναμένεται ότι θα μεταβιβάσει στον καταναλωτή τα πλεονεκτήματα που πέτυχε στο στάδιο του εφοδιασμού. Η επιχείρηση που προκύπτει από μια συγκέντρωση μπορεί να είναι σε θέση να επιτύχει χαμηλότερες τιμές με τη μείωση των εισροών που αγοράζει. Αυτό με τη σειρά του είναι πιθανό να την οδηγήσει σε περιορισμό του όγκου παραγωγής της στην αγορά του τελικού προϊόντος, εις βάρος της ευημερίας των καταναλωτών. Τα αποτελέσματα αυτά μπορεί να προκύψουν ιδίως όταν οι πωλητές των προηγούμενων σταδίων χαρακτηρίζονται από σχετικό κατακερματισμό. Ο ανταγωνισμός στις αγορές των επόμενων σταδίων μπορεί επίσης να επηρεαστεί δυσμενώς, ιδίως, εάν η οντότητα που θα προκύψει από τη συγκέντρωση είναι πιθανόν να χρησιμοποιήσει την αγοραστική της ισχύ έναντι των προμηθευτών της για να θέσει τους αντιπάλους της εκτός αγοράς²¹¹.

145. Η αξιολόγηση των μεριδίων αγοράς σε αγορές παραγωγής και διανομής επιτρέπει πράγματι την εξαγωγή ασφαλών ενδείξεων εν γένει αναφορικά με τη θέση, δύναμη ή/και

²¹⁰ Βλ. επιχειρηματικό σχέδιο της ΜΕΒΓΑΛ Business plan Project Dairy, Independent business review, σελ. 51 (Σχετικό 9 στο υπ' αριθ. πρωτ. 938/15-02-2017 Έντυπο γνωστοποίησης).

²¹¹ Βλ. ενδεικτικά Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων, ό.π., σημεία 61-63· "The Welfare Consequences of the Exercise of Buyer Power", μελέτη των Paul Dobson, Michael Waterson και Alex Chu για το Office of Fair Trading (Αρχή Ανταγωνισμού Μεγ. Βρετανίας), Σεπτέμβριος 1998· Υπόθεση COMP IV/M.1221 REWE/Meinl, παρ. 71 επ. Βλ. σχετικώς και παρ. 243-246 της υπ' αριθ. 515/VI/2011 απόφασης της Ε.Α.

σπουδαιότητα τόσο των συμμετεχόντων μερών, όσο και των ανταγωνιστών τους, από πλευράς ανταγωνισμού. Εντούτοις, στο επίπεδο της αγοράς προμήθειας/εφοδιασμού, η αγοραστική δύναμη εκφράζεται πιο έντονα στο επίπεδο της αλληλεπίδρασης του αγοραστή με συγκεκριμένους παραγωγούς/ προμηθευτές (ειδικότερα, όσον αφορά στην άσκηση της διαπραγματευτικής δύναμης του αγοραστή έναντι μεμονωμένων παραγωγών/προμηθευτών). Οι περισσότερες θεωρίες βλάβης στη λειτουργία του αποτελεσματικού ανταγωνισμού αναφορικά με την άσκηση αγοραστικής ισχύος προϋποθέτουν την ύπαρξη αγοραστικής δύναμης τόσο στην αγορά προηγούμενου σταδίου όσο και οικονομικής ισχύος στην αγορά επόμενου σταδίου. Αναφέρονται, δε, στις δυνατότητες εκμετάλλευσης της διαπραγματευτικής δύναμης του αγοραστή με βάση τη συγκεκριμένη διάρθρωση και τις συνθήκες λειτουργίας των εξεταζόμενων κάθε φορά αγορών. Οι αρχές ανταγωνισμού έχουν διατυπώσει τις ανησυχίες τους ως προς τη δυνατότητα περιορισμού του αποτελεσματικού ανταγωνισμού από την επιχείρηση με αγοραστική δύναμη, ακόμη και σε περιπτώσεις όπου ο αγοραστής κατέχει αισθητά χαμηλότερο μερίδιο στην αγορά προμήθειας/εφοδιασμού σε σχέση με το αντίστοιχο κατώφλι του 50% που παραδοσιακά χρησιμοποιείται ως ένδειξη δεσπόζουσας θέσης σε αγορές παραγωγής και διανομής²¹².

146. Στην κρινόμενη υπόθεση, προκύπτει ότι το αθροιστικό μερίδιο της νέας οντότητας στην αγορά προμήθειας ναυπού γάλακτος θα είναι υψηλό σε εθνικό επίπεδο, και θα υπερβαίνει, όπως προαναφέρθηκε, το [25-35]% της συνολικής απορρόφησης, θα είναι, δε, ιδιαιτέρως υψηλό σε τοπικό επίπεδο, άνω του [35-45]% στη Μακεδονία και του [35-45]% στη σημαντικότερη γαλακτοπαραγωγική ζώνη της χώρας, την Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, ενώ θα προσεγγίζει το [65-75%]-[75-85]% της απορρόφησης σε συγκεκριμένους νομούς του Γεωγραφικού Διαμερίσματος της Μακεδονίας (Φλώρινα και Πέλλα)²¹³. Επίσης, παρατηρείται σχετική σταθερότητα των εν λόγω μεριδίων των συμμετεχουσών, καθώς και των λοιπών εταιριών, κατά τη διάρκεια των τελευταίων τριών ετών²¹⁴. Περαιτέρω, όπως προαναφέρθηκε²¹⁵, σε όλες αυτές τις περιοχές, η αύξηση μεριδίου που προκύπτει από την συγκέντρωση είναι σημαντική, και οι ανταγωνιστές των μερών έχουν αδύναμη παρουσία με μερίδια σταθερά κάτω του [15-25], με αποτέλεσμα να μην μπορούν να αποτελέσουν επαρκή εναλλακτική λύση για τους παραγωγούς των εν λόγω περιοχών²¹⁶.

147. Επισημαίνεται ακόμα ότι, παρά το γεγονός ότι η σχετική γεωγραφική αγορά έχει κριθεί ότι εκτείνεται στην ηπειρωτική Ελλάδα στο σύνολό της, οι επιμέρους περιοχές,

²¹² Στις περιπτώσεις που η απόσταση μεταξύ της πρώτης επιχείρησης και της δεύτερης ή/και της τρίτης υπερβαίνει το 20%, τότε είναι περισσότερο πιθανή η ανεύρεση προβλημάτων ανταγωνισμού μετά τη συγκέντρωση, ακόμη και για τις περιπτώσεις στις οποίες το μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας δεν υπερβαίνει το 50%. Βλ. αναλυτικά N. Levy, *European Merger Control Law*, Κεφάλαιο 5, *The Control of Concentrations between Undertakings*, Rel. 18-11/2008, σελ. 5-227, υποσ. 143 και σελ. 5-264, υποσ. 149-151 και σχετική νομολογία στην οποία παραπέμπει.

²¹³ Βλ. αναλυτικότερα ανωτέρω Κεφ. IV.1, παρ. 85 και επομ.

²¹⁴ Βλ. Παράρτημα I και II.

²¹⁵ Βλ. ανωτέρω παρ. 141.

²¹⁶ Βλ. σχετικά και M.1221, *Rewe/Meinl*, σκ. 82-87, 109-110, όπου, παρά το γεγονός ότι ως σχετική γεωγραφική αγορά είχε οριστεί η εθνική επικράτεια, το γεγονός ότι η νέα οντότητα αποκτούσε σημαντική δύναμη σε ορισμένες περιοχές της χώρας που αθροιστικά κατείχαν σημαντικό ποσοστό του κύκλου εργασιών της εθνικής επικράτειας αξιολογήθηκε ως πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών.

στις οποίες παρατηρείται σημαντικός βαθμός συγκέντρωσης μετά την υπό κρίση πράξη, ήτοι, το Γεωγραφικό Διαμέρισμα Μακεδονίας και η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, αντιπροσωπεύουν το [55-65]% και το [45-55]% της συνολικής εισκομισθείσας ποσότητας αγελαδινού γάλακτος της χώρας και, σε επίπεδο νομών, οι νομοί Θεσσαλονίκης και Ξάνθης, αντιπροσωπεύουν το [...] % και [...] %, αντιστοίχως, της συνολικής εισκομισθείσας ποσότητας αγελαδινού γάλακτος της χώρας.

148. Επιπλέον, οι παραγωγοί νωπού αγελαδινού γάλακτος είναι ακόμη σε μεγάλο βαθμό κατακερματισμένοι²¹⁷. Είναι αληθές, όπως αναφέρθηκε ανωτέρω²¹⁸, ότι ο αριθμός τους βαίνει μειούμενος, γεγονός που ενδέχεται να σηματοδοτεί σε ένα βαθμό τη συγκέντρωσή τους. Ωστόσο, από την άλλη πλευρά, χαρακτηριστικό είναι ότι το 2015, περίπου το 68% της συνολικής εγχώριας παραγωγής προήλθε από 3.134 παραγωγούς, ενώ ποσοστό 32% από 112 παραγωγούς²¹⁹. Από τα στοιχεία αυτά προκύπτει ότι το 97% των παραγωγών νωπού αγελαδινού γάλακτος παράγουν ποσότητες μικρότερες των 1000 τόνων, το δε 32% αυτών παράγει ποσότητες που κυμαίνονται μεταξύ μόλις 10 και 50 τόνων, και επομένως η συντριπτική πλειοψηφία των παραγωγών είναι εξαιρετικά μικρές επιχειρήσεις. Περαιτέρω, εντός της τελευταίας τριετίας, η ΔΕΛΤΑ συνεργάστηκε κατά μέσο όρο με [...] παραγωγούς και η ΜΕΒΓΑΛ με [...] ²²⁰. Παράλληλα, όπως ήδη αναφέρθηκε²²¹, το [75-85]% της εγχώριας παραγωγής νωπού αγελαδινού γάλακτος προέρχεται από μεμονωμένους παραγωγούς και μόλις το [0-5]% από ενώσεις/συλλόγους παραγωγών, ιδίως δε για τις ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ, το [95-100]% και το [75-85]% αντίστοιχα προέρχονται από μεμονωμένους παραγωγούς.

149. Με βάση τα ως άνω στοιχεία, εκτιμάται ότι οι παραγωγοί θα είναι σε μειονεκτική διαπραγματευτική θέση έναντι της νέας οντότητας. Προβληματισμούς εξάλλου για τη διαπραγματευτική δύναμη της νέας οντότητας έναντι των παραγωγών νωπού αγελαδινού γάλακτος προβάλλει η συντριπτική πλειοψηφία των ανταγωνιστών της νέας οντότητας, όπως εκτέθηκε ανωτέρω²²².

150. Ενόψει όλων των ανωτέρω, ήτοι: α) του υψηλού αθροιστικά μεριδίου απορρόφησης νωπού αγελαδινού γάλακτος πανελλαδικά, και ιδίως στο Γεωγραφικό Διαμέρισμα Μακεδονίας και την Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, τις περιοχές της ελληνικής επικράτειας με το μεγαλύτερο όγκο παραγωγής, β) της απόστασης του μεριδίου της αυτού από τα αντίστοιχα μερίδια των σημαντικότερων ανταγωνιστών της, γ) της σταθερότητας των μεριδίων αυτών, και δ) της έλλειψης διαπραγματευτικής δύναμης των προμηθευτών / παραγωγών της, εκτιμάται ότι η νέα οντότητα θα

²¹⁷ Βλ. π.χ. Μ.1221, ό.π., σκ. 89-92, όπου το γεγονός ότι υφίστατο λιγότερη συγκέντρωση στην πλευρά των παραγωγών σε σχέση με την πλευρά των αγοραστών - ζήτηση - αξιολογήθηκε ως παράγοντας που ενίσχυε την πιθανότητα δημιουργίας δεσπόζουσας θέσης της νέας οντότητας - η οποία σημειωτέον δραστηριοποιούνταν ως αγοραστής στο κλάδο λιανικού εμπορίου - που θα προέκυπτε από την συγκέντρωση.

²¹⁸ Βλ. Κεφ. IV.1 Πίνακας 9: Εξέλιξη αριθμού παραγωγών και παραγωγής αγελαδινού γάλακτος, 2014 - 2016.

²¹⁹ Βλ. Κεφ. IV.1, παρ. 77.

²²⁰ Βλ. Κεφ. IV.1, Πίνακας 15: Μετακινήσεις Παραγωγών συνεργαζόμενων με ΔΕΛΤΑ, 2014-2016 και Πίνακας 16: Μετακινήσεις Παραγωγών συνεργαζόμενων με ΜΕΒΓΑΛ, 2014-2016.

²²¹ Βλ. Κεφ. IV.1, Πίνακας 7: Αγορές σε νωπό αγελαδινό γάλα των μεγάλων γαλακτοβιομηχανιών για το 2016

²²² Βλ. Κεφ. V.2.1.

αποκτήσει, σε συνέχεια της γνωστοποιηθείσας πράξης, δεσπόζουσα θέση στην αγορά προμήθειας νοπού αγελαδινού γάλακτος. Εκτιμάται, επομένως, ότι θα έχει τη δυνατότητα αφενός να μειώσει μονομερώς την τιμή παραγωγού ή/και αφετέρου να οδηγήσει στον αποκλεισμό των ανταγωνιστών της στις αγορές επόμενου σταδίου από την πρόσβαση στο ελληνικό νοπό γάλα ως α' ύλη.

151. Σε αυτό το πλαίσιο, πρέπει να σημειωθεί ότι, κατά τα έτη 2014-2016, αφενός σημειώνεται σταθερή μείωση της εγχώριας παραγωγής νοπού αγελαδινού γάλακτος²²³, αφετέρου δε, δεν εμφανίζεται αύξηση της τιμής αγοράς του νοπού αγελαδινού γάλακτος, αντιθέτως, η τιμή παραγωγού σημειώνει επίσης σταθερή μείωση²²⁴.

152. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται η εξέλιξη της μέσης μηνιαίας τιμής αγοράς νοπού αγελαδινού γάλακτος των βασικών γαλακτοβιομηχανιών κατά την τελευταία τριετία.

Πίνακας 20: Εξέλιξη Μέσης (σταθμισμένης) Μηνιαίας Τιμής Αγοράς Νοπού Γάλακτος (αγελαδινού) ανά Βιομηχανία, 2014-2017

	2014	2015	2016
[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]
[...] ²²⁵	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ

153. Από τα στοιχεία του παραπάνω πίνακα, προκύπτει ότι η μέση τιμή παρουσιάζει πτώση την περίοδο 2014-2016, ότι υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των τιμών ΔΕΛΤΑ – ΜΕΒΓΑΛ για το έτος 2016 και ότι ιδίως οι τιμές αγοράς νοπού γάλακτος της εταιρίας ΔΕΛΤΑ είναι σταθερά [...], κατά την τριετία 2014-2016, έναντι των σημαντικότερων ανταγωνιστών της.

154. Περαιτέρω, παρατηρείται ότι στο επιχειρηματικό σχέδιο της ΜΕΒΓΑΛ²²⁶, η Διοίκηση της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ έχει συμπεριλάβει στις εκτιμήσεις της [...], σύμφωνα με την Έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής «Prospects for EU agricultural markets and income 2015-2025»²²⁷, αναμένεται σταδιακή αύξηση της μέσης τιμής αγοράς γάλακτος στην Ευρώπη την επόμενη πενταετία και η τιμή αγοράς ελληνικού νοπού αγελαδινού γάλακτος αποτελεί συνάρτηση των συνθηκών και της ευρωπαϊκής αγοράς.

²²³ Σχετ. ο Πίνακας 9.

²²⁴ Σχετ. ο Πίνακας 20.

²²⁵ Δεν περιλαμβάνονται στοιχεία των εταιριών ΡΟΔΟΠΗ και ΤΥΡΑΣ για το 2016.

²²⁶ Βλ. επιχειρηματικό σχέδιο (Business Plan) με τίτλο *Project Dairy: Independent Business Review* (Οκτώβριος 2016), που προσκομίστηκε ως συνημμένο Σχετικό 9 στο υπ' αριθ. πρωτ. 938/15-02-2017 Έντυπο γνωστοποίησης, σελ. 30 σημ. 3 και 40.

²²⁷ https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/markets-and-prices/medium-term-outlook/2015/fullrep_en.pdf, σελ. 37 επ.

155. Εξάλλου, πρέπει να σημειωθεί ότι, κατά την έρευνα της Υπηρεσίας και την επεξεργασία των στοιχείων του ΕΛΓΟ-ΔΗΜΗΤΡΑ, δεν επιβεβαιώθηκαν οι αιτίαισες των γνωστοποιούντων μερών αναφορικά με τη συχνότητα και τον υψηλό βαθμό μετακίνησης γαλακτοπαραγωγών μεταξύ των γαλακτοβιομηχανιών²²⁸. Ειδικότερα, δεν αποδείχθηκε ότι οι εν λόγω μετακινήσεις (από άποψη συνολικού αριθμού) πραγματοποιούνται σε τέτοιο βαθμό, ώστε να θεωρηθούν επαρκές αντίβαρο στη διαφανόμενη αγοραστική δύναμη της νέας οντότητας. Όπως προαναφέρθηκε, στις απαντήσεις της στα ερωτηματολόγια της υπηρεσίας, και η ΕΝΩΣΗ ΑΓΕΛΑΔΟΤΡΟΦΩΝ ΦΥΛΗΣ ΧΟΛΣΤΑΙΝ επισημαίνει, σχετικώς, ότι η μετακίνηση παραγωγών σε άλλη γαλακτοβιομηχανία δεν είναι εύκολη²²⁹. Στη διαπίστωση αυτή κατατείνει και το γεγονός του υψηλού συχνά βαθμού οικονομικής εξάρτησης των γαλακτοπαραγωγών με συγκεκριμένες βιομηχανίες²³⁰.

156. Σε αυτό το πλαίσιο, χαρακτηριστικό της δυσχέρασης μετακίνησης γαλακτοπαραγωγών προς άλλες γαλακτοβιομηχανίες είναι ότι, βάσει της σύμβασης - πρότυπο που προσκόμισε η ΜΕΒΓΑΛ, οι παραγωγοί δεσμεύουν το σύνολο της παραγόμενης από αυτούς ποσότητας γάλακτος για λογαριασμό της ως άνω εταιρίας κατά τη διάρκεια της σύμβασης και υποχρεούνται να χορηγούν στην εν λόγω εταιρία λευκές συναλλαγματικές εν είδει εγγύησης για την από μέρους τους επιστροφή προκαταβολών και λοιπών οφειλών σε περίπτωση καταγγελίας της σύμβασης για οποιονδήποτε λόγο, καθώς και να συναινούν στην εγγραφή υπέρ αυτής προσημείωσης υποθήκης σε ακίνητα ιδιοκτησίας τους ή ιδιοκτησίας των εγγυητών τους²³¹. Οι ως άνω συμβατικοί όροι αφενός κατατείνουν στην κατ' αποκλειστικότητα συνεργασία των παραγωγών με τη ΜΕΒΓΑΛ και αφετέρου αξιολογούνται ως σημαντικό αντικίνητρο για τη διακοπή της συνεργασίας τους με την εν λόγω εταιρία²³², καθώς, σε περίπτωση που προβούν σε τέτοια διακοπή της συνεργασίας τους, οι παραγωγοί θα πρέπει αφενός να μεταφέρουν ολόκληρη την παραγωγή τους σε νέο/-ους αγοραστή/-ές και αφετέρου θα πρέπει να αντιμετωπίσουν άμεσα τις οικονομικές επιπτώσεις της επιλογής τους.

157. Επίσης, όπως προεκτέθηκε, οι εταιρίες που θα συνιστούν τους δύο μεγαλύτερους σε ποσοστά απορρόφησης νωπού αγελαδινού γάλακτος ανταγωνιστές της νέας οντότητας στις περιοχές όπου αυτή θα καταστεί ο σημαντικότερης αγοραστής, ήτοι οι [...] και [...], επισήμαναν την ύπαρξη οικονομικών επιπτώσεων σε βάρος των παραγωγών σε περίπτωση βούλησής τους να μετακινηθούν σε άλλο/-ους πελάτη/-ες²³³.

²²⁸ Βλ. παρ. 131 και 133.

²²⁹ Βλ. παρ. 99.

²³⁰ Βλ. παρ. 99 και 114.

²³¹ Βλ. παρ. 114.

²³² Το σημαντικό ποσοστό αποχώρησης παραγωγών από τη ΜΕΒΓΑΛ κατά τα έτη 2014-2016 (βλ. Πίνακας 16: Μετακινήσεις Παραγωγών συνεργαζόμενων με ΜΕΒΓΑΛ, 2014-2016) εκτιμάται ότι οφείλεται στα προβλήματα ρευστότητας που αντιμετωπίζει η εν λόγω εταιρία, και τα οποία αναμένεται να αναστραφούν με την ολοκλήρωση της γνωστοποιηθείσας πράξης, σε κάθε δε περίπτωση η παραμονή των παραγωγών στη ΜΕΒΓΑΛ θα ήταν λόγω των προβλημάτων αυτών περισσότερο κοστοβόρος από την αποχώρησή τους. Ως εκ τούτου, φαίνεται ότι πρόκειται για αποχωρήσεις που επιβάλλονται από έκτακτους λόγους και δεν συνέχονται με τη δομή της αγοράς.

²³³ Βλ. παρ. 99.

158. Ενόψει όλων των ανωτέρω, η νέα οντότητα θα έχει το κίνητρο και την ικανότητα να μειώσει την τιμή αγοράς νωπού αγελαδινού γάλακτος χωρίς οι παραγωγοί να δύνανται να αντιδράσουν αποτελεσματικά.

159. Εξάλλου, η ισχυρή θέση της νέας οντότητας στην αγορά προμήθειας νωπού αγελαδινού γάλακτος μπορεί να οδηγήσει σε ενίσχυση της θέσης της στις αγορές επόμενου σταδίου. Η πρόσβαση στο νωπό αγελαδινό γάλα των ανταγωνιστών της νέας οντότητας στις αγορές επόμενου σταδίου δεν θα είναι, ενόψει των στοιχείων που αναλύθηκαν ανωτέρω, δεδομένη. Ένα μεγάλο ποσοστό της παραγωγής θα είναι «κλειδωμένο» από τη νέα οντότητα, και θα είναι εξαιρετικά δυσχερές αφενός για τους υφιστάμενους ανταγωνιστές της στις αγορές επόμενου σταδίου να επεκτείνουν τη δραστηριότητά τους, αφετέρου δε για τυχόν δυνητικούς ανταγωνιστές της να εισέλθουν σε αυτές.

160. Σε αυτό το πλαίσιο σημειώνεται ότι, βάσει της έρευνας της Υπηρεσίας, είναι εξαιρετικά σημαντική για τους καταναλωτές η ελληνική προέλευση της α' ύλης για την παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων, την οποία αναγνωρίζουν, πέραν από τους συλλόγους παραγωγών, το σύνολο σχεδόν των γαλακτοβιομηχανιών και των σούπερ μάρκετ²³⁴. Δεδομένης της προτίμησης των καταναλωτών για γαλακτοκομικά προϊόντα με α' ύλη ελληνικής προέλευσης, η πρόσβαση σε αυτό με ανταγωνιστικούς όρους χρόνου και κόστους είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την δραστηριοποίηση στις αγορές επόμενου σταδίου, είναι δε σαφές ότι, αντίστροφα, η έλλειψη επαρκούς πρόσβασης συνιστά εμπόδιο στην είσοδο νέων ανταγωνιστών ή την επέκταση των δραστηριοτήτων των υπαρχόντων ανταγωνιστών. Οι ως άνω διαπιστώσεις ισχύουν ιδίως για την αγορά του φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος, η παρασκευή του οποίου απορροφά το μεγαλύτερο μέρος της εγχώριας παραγωγής νωπού αγελαδινού γάλακτος (ήτοι, ποσοστό ανερχόμενο σε [45-55]% κατά το 2016)²³⁵. Παράλληλα, πρέπει να σημειωθεί ότι στην Ελλάδα η προσφορά σε πρώτη ύλη γάλακτος υπολείπεται σταθερά της ζήτησης.

161. Τα γνωστοποιούντα μέρη αναφέρουν βέβαια ότι είναι δυνατή η αύξηση της εγχώριας παραγωγής νωπού αγελαδινού γάλακτος προς ικανοποίηση τυχόν αύξησης της ζήτησης, συνεπεία ενδεχόμενης ενεργοποίησης της υπερβάλλουσας παραγωγικής ικανότητας των γαλακτοβιομηχανιών, οπότε θα είναι θεωρητικά εύκολη η πρόσβαση των ανταγωνιστών της νέας οντότητας στο ελληνικό γάλα²³⁶. Πράγματι, με βάση την έρευνα της Υπηρεσίας, οι περισσότερες γαλακτοβιομηχανίες διαθέτουν υπερβάλλουσα παραγωγική ικανότητα. Ωστόσο, γεγονός παραμένει ότι η γαλακτοπαραγωγική βάση της χώρας συρρικνώνεται διαρκώς, υπό το βάρος διαφόρων παραγόντων που επηρεάζουν δυσμενώς την ανταγωνιστικότητα (και εν τέλει βιωσιμότητα) των εγχώριων κτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων. Χαρακτηριστικό είναι ότι, όπως ήδη προαναφέρθηκε²³⁷, η συνολική παραγωγή αγελαδινού γάλακτος κατέγραψε πτωτική

²³⁴ Βλ. παρ. 70.

²³⁵ Βλ. Μ.1221, ό.π., σκ. 94-95 όπου το γεγονός ότι το κανάλι διάθεσης του λιανικού εμπορίου ήταν σημαντικό για τους πελάτες-παραγωγούς αξιολογήθηκε ως παράγοντας που ενίσχυε την αγοραστική δύναμη της νέας οντότητας που δραστηριοποιούνταν κατά τα ανωτέρω λεχθέντα στην πλευρά της ζήτησης.

²³⁶ Βλ. Κεφ. V.2.2.

²³⁷ Βλ. Πίνακας 9: Εξέλιξη αριθμού παραγωγών και παραγωγής αγελαδινού γάλακτος, 2014 - 2016.

πορεία κατά τα έτη 2014-2016, ενώ διαρκώς φθίνουσα είναι η πορεία της ήδη από το έτος 2006²³⁸.

162. Περαιτέρω, για την αύξηση της παραγωγής νωπού γάλακτος απαιτούνται επενδύσεις τόσο σε ζωικό κεφάλαιο, όσο και σε σταβλικές εγκαταστάσεις, οι οποίες δεν θεωρείται εφικτό να πραγματοποιηθούν σε έγκαιρο χρόνο (λαμβανομένων υπόψη της γενικότερης χρηματοοικονομικής κατάστασης, της καθυστέρησης καταβολής των σχετικών επιδοτήσεων, καθώς και του αναγκαίου χρόνου προκειμένου το νέο ζωικό κεφάλαιο να ενταχθεί στην παραγωγή και να αποδώσει) και πάντως όχι εντός διετίας²³⁹. Σε κάθε περίπτωση, πρέπει να επισημανθεί αφενός ότι από κανένα στοιχείο δεν προέκυψε ότι επίκειται αύξηση της εγχώριας παραγωγής νωπού αγελαδινού γάλακτος στο άμεσο ή απώτερο μέλλον.

163. Εν όψει των ανωτέρω, η απρόσκοπτη πρόσβαση στο ελληνικό νωπό γάλα (ως πρώτη ύλη) των υφιστάμενων ή νέων ανταγωνιστών της νέας οντότητας δεν θα πρέπει να θεωρείται δεδομένη.

164. Εξάλλου, όπως προεκτέθηκε, η νέα οντότητα θα έχει το κίνητρο και την ικανότητα να προβεί σε μείωση της τιμής αγοράς νωπού αγελαδινού γάλακτος. Εκτιμάται επιπλέον ότι θα έχει και το κίνητρο και την ικανότητα να μετακυλήσει βραχυπρόθεσμα τη μείωση αυτή του κόστους της α' ύλης στις τιμές πώλησης του φρέσκου γάλακτος ή λοιπών γαλακτοκομικών προϊόντων, ώστε να οδηγήσει τους ανταγωνιστές της στις αγορές επόμενου σταδίου, οι οποίοι δεν θα απολαμβάνουν αντίστοιχα πλεονεκτήματα, σε περιορισμό τους ή ακόμα και έξοδο από αυτές.

165. Επομένως, με τα ως άνω δεδομένα, κατά την κρίση της ΕΑ, υφίστανται οι προϋποθέσεις ως προς τη δυνατότητα της νέας οντότητας να περιορίσει τη λειτουργία του ανταγωνισμού τόσο στην αγορά προμήθειας νωπού αγελαδινού γάλακτος, όσο και στις αγορές επόμενου σταδίου. Ειδικότερα, λαμβάνοντας υπόψη συνολικά τα ανωτέρω στοιχεία, κρίνεται ότι η σημαντική δύναμη της νέας οντότητας στην αγορά της προμήθειας νωπού γάλακτος ενέχει τον κίνδυνο μείωσης των τιμών αγοράς νωπού αγελαδινού γάλακτος, καθώς και τον κίνδυνο περιορισμού του ανταγωνισμού στις σχετικές αγορές επόμενου σταδίου, αφενός μέσω του αποκλεισμού των υφιστάμενων ή δυνητικών ανταγωνιστών της νέας οντότητας (ιδίως στην αγορά φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος) από την επαρκή πρόσβαση στο ελληνικό νωπό γάλα, αλλά και μέσω της εκμετάλλευσης της αγοραστικής της ισχύος στην αγορά προμήθειας για την ενίσχυση της θέσης της σε αγορές επόμενου σταδίου.

166. Τα μέρη πρόβαλαν σειρά ισχυρισμών προς υποστήριξη της θέσης τους ότι η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση δεν θα περιορίσει τον ανταγωνισμό στην αγορά προμήθειας νωπού αγελαδινού γάλακτος ή και στις αγορές επόμενου σταδίου²⁴⁰.

167. Τα επιχειρήματα των μερών σχετικά με την αύξηση της διαπραγματευτικής ισχύος των κτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων, τη δυνατότητα αύξησης της εγχώριας παραγωγής γάλακτος, καθώς και την ευχέρεια μετακίνησης των παραγωγών, δεν επαληθεύθηκαν,

²³⁸ Βλ. σχετικό 19 που προσκομίσθηκε ως συνημμένο στο υπ' αριθ. πρωτ. 938/15-02-2017 Έντυπο γνωστοποίησης.

²³⁹ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων, παρ. 74, και Μ.5046, Friesland/Campina, παρ.95.

²⁴⁰ Βλ. Κεφ. V.2.2.

όπως ήδη αναλύθηκε ανωτέρω²⁴¹. Παράλληλα, οι ισχυρισμοί των μερών ότι η αγορά προμήθειας γάλακτος είναι ενιαία και δεν πρέπει να οριοθετηθεί σε διακριτές αγορές αναλόγως του είδους νωπού γάλακτος, αλλά και ότι η γεωγραφική της διάσταση είναι διεθνής ή ευρωπαϊκή, απαντήθηκαν ανωτέρω.

168. Ως προς το επιχείρημα ότι η αγορά νωπού αγελαδινού γάλακτος δεν πρέπει να προσδιορισθεί γεωγραφικά ανά Νομό, αλλά τουλάχιστον ανά περιφέρεια, σημειώνεται ότι, με βάση διαθέσιμα στοιχεία, η νέα οντότητα θα αποκτήσει σημαντικότερη αγοραστική ισχύ όχι μόνο σε επίπεδο συγκεκριμένων νομών, αλλά και σε πανελλήνιο επίπεδο, όπου το μερίδιό της θα είναι κατά περίπου [15-25]% υψηλότερα από αυτό του επόμενου ανταγωνιστή της, ενώ εξαιρετικά αυξημένη αγοραστική ισχύ θα διαθέτει και σε επίπεδο Γεωγρ. Διαμερίσματος Μακεδονίας ή περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας. Είναι επομένως σαφές ότι, ακόμη και εάν το ως άνω επιχείρημα των μερών γίνει δεκτό, δεν μεταβάλλεται η ουσιαστική αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της γνωστοποιηθείσας πράξης.

169. Περαιτέρω, σε σχέση με τον ισχυρισμό των μερών ότι η γνωστοποιηθείσα πράξη δεν μπορεί να οδηγήσει σε αποκλεισμό των ανταγωνιστών της νέας οντότητας από την πρόσβαση στις εισροές, δεδομένου ότι, σε κάθε περίπτωση, αυτοί δύνανται να στραφούν σε εισαγόμενο νωπό γάλα για την παρασκευή άλλων γαλακτοκομικών προϊόντων, πλην του φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος, επί παραδείγματι για την παρασκευή γιαούρτης, σημειώνεται ότι, βάσει των στοιχείων που προέκυψαν και ήδη αναλύθηκαν²⁴², οι καταναλωτές γαλακτοκομικών προϊόντων εν γένει προτιμούν ελληνικής προέλευσης πρώτη ύλη, γεγονός που καθιστά το ελληνικό νωπό γάλα σημαντική εισροή για τις δραστηριοποιούμενες στον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων επιχειρήσεις. Σε κάθε περίπτωση δε, το ελληνικό νωπό γάλα είναι σημαντικότερη εισροή για τις δραστηριοποιούμενες στην αγορά του φρέσκου γάλακτος επιχειρήσεις, καθώς ένα σημαντικότερο ποσοστό της εγχώριας παραγωγής νωπού αγελαδινού γάλακτος, ανερχόμενο σε [45-55]% κατά το 2016, χρησιμοποιήθηκε για την παρασκευή φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος. Επομένως, θα πρέπει να διασφαλισθεί ότι η συγκέντρωση δεν θα οδηγήσει σε αποκλεισμό των ανταγωνιστών της νέας οντότητας σε αυτή την αγορά από μία τόσο σημαντική εισροή.

170. Ως προς το επιχείρημα δε, που αφορά τη μείωση του αθροιστικού μεριδίου απορρόφησης νωπού αγελαδινού γάλακτος των ΔΕΛΤΑ-ΜΕΒΓΑΛ κατά [...] ποσοστιαίες μονάδες κατά τα έτη 2014 και εξής εν συγκρίσει με το έτος 2013, πρέπει να σημειωθεί ότι, από την επεξεργασία των στοιχείων προκύπτει, ότι αυτή οφείλεται σε αντίστοιχη μείωση απορρόφησης νωπού γάλακτος από τη ΜΕΒΓΑΛ κατά το έτος 2014²⁴³, η οποία εκτιμάται ότι συνδέεται με την έλλειψη ρευστότητας της εν λόγω εταιρίας κατά το χρόνο αυτό και είναι επομένως συγκυριακή²⁴⁴ και όχι δομικό στοιχείο

²⁴¹ Βλ. παρ. 149, 161 επ. και 155.

²⁴² Βλ. ανωτέρω παρ. 70 επ.

²⁴³ Οι επιμέρους απορροφήσεις των ΔΕΛΤΑ-ΜΕΒΓΑΛ κατά τα έτη 2014-2016 παρουσιάζονται αναλυτικά ανά νομό και ανά έτος στους πίνακες του Παραρτήματος ΙΙΙ.

²⁴⁴ Με τη γνωστοποιηθείσα πράξη και την αναδιάρθρωση του δανεισμού της, η ΜΕΒΓΑΛ αναμένεται να αναστρέψει την αρνητική της πορεία, όπως κυρίως προκύπτει από το προσκομισθέν από τα μέρη επιχειρηματικό της σχέδιο (Business plan Project Dairy, Independent business review, Σχετικό 9 στο υπ' αριθ. πρωτ. 938/15-02-2017 Έντυπο γνωστοποίησης, σελ. 12 και 61).

της αγοράς προμήθειας νωπού γάλακτος. Τέλος, σχετικά με το επιχείρημα ότι αθροιστικά μερίδια σε κάποιες περιοχές είναι μικρότερα των μεριδίων που είχαν στηριξει την αναγκαιότητα επιβολής δεσμεύσεων σε προηγούμενη απόφαση της Επιτροπής, σημειώνεται ότι, και αν τούτο ήθελε θεωρηθεί ακριβές²⁴⁵, το γεγονός ότι τα μερίδια που αξιολογήθηκαν παλιότερα μπορεί να είναι μεγαλύτερα από τα επίμαχα δεν συνεπάγεται, προφανώς, ότι τα τελευταία είναι εντός ασφαλών ορίων και ότι δεν καταδεικνύουν οικονομική ισχύ, ενώ η ανάλυση γίνεται ξεχωριστά για κάθε συγκέντρωση, με βάση το νόμο και τη νομολογία όπως προεκτέθηκαν. Σε κάθε περίπτωση, ο προβληματισμός που εκφραζόταν στην προηγούμενη απόφαση της ΕΑ ως προς την αγορά νωπού αγελαδινού γάλακτος αφορούσε κυρίως τον κίνδυνο να μειώσει η νέα οντότητα **τις αγορές της** σε νωπό γάλα ή/και να αποκλειστούν οι παραγωγοί από πηγές διάθεσης νωπού γάλακτος, η ΕΑ αξιολόγησε δε σ' αυτό το πλαίσιο ότι επιβαλλόταν η προστασία των παραγωγών στους νομούς, όπου ο ανταγωνισμός σχεδόν αποκλειόταν εντελώς μετά τη συγκέντρωση. Ωστόσο, δεδομένων και των νέων στοιχείων που τέθηκαν υπόψη της (επιχειρηματικό σχέδιο ΜΕΒΓΑΛ, μεταβλητότητα των μεριδίων των συμμετεχουσών από νομό σε νομό), η ΕΑ αντιμετωπίζει ως προς τους παραγωγούς διαφορετική εικόνα της αγοράς νωπού αγελαδινού γάλακτος μετά τη συγκέντρωση, εκφράζοντας προβληματισμό κυρίως για **την δυνατότητα και το κίνητρο της νέας οντότητας να μειώσει την τιμή παραγωγού**. Όπως αναλύθηκε ανωτέρω²⁴⁶, η σημαντικότητα των περιοχών Μακεδονίας και Κ. Μακεδονίας (σημαντικότερες γαλακτοπαραγωγικές περιοχές της χώρας) σε συνδυασμό με τα πολύ υψηλά μερίδια των συμμετεχουσών στις περιοχές αυτές, ενισχύουν τη δυνατότητα και το κίνητρο της νέας οντότητας για μείωση της τιμής παραγωγού τόσο σ' αυτές τις περιοχές όσο και πανελλαδικά.

171. Ενόψει όλων των ανωτέρω, για την έγκριση της παρούσας συγκέντρωσης προσήκει η ανάληψη δεσμεύσεων από τα γνωστοποιούντα μέρη ως προς την αγορά προμήθειας νωπού αγελαδινού γάλακτος²⁴⁷, με στόχο αφενός την ενίσχυση της διαπραγματευτικής θέσης των γαλακτοπαραγωγών έναντι της νέας οντότητας και αφετέρου τη διασφάλιση της πρόσβασης των ανταγωνιστών της νέας οντότητας στις αγορές επόμενου σταδίου σε επαρκείς ποσότητες πρώτης ύλης με ανταγωνιστικούς

²⁴⁵ Στην προηγούμενη απόφαση η ΕΑ είχε αναφερθεί σε ελληνική επικράτεια και τέσσερις νομούς.

²⁴⁶ Βλ. παρ. 149 επ.

²⁴⁷ Η ΕΑ με τις αποφάσεις της 515/VI/2011 και 598/2014 ενέκρινε την τότε γνωστοποιηθείσα πράξη εξαγοράς της ΜΕΒΓΑΛ από τη ΔΕΛΤΑ υπό την προϋπόθεση, μεταξύ άλλων, η εξαγοράζουσα να συνεχίσει να αγοράζει στο πλαίσιο των υφιστάμενων συναλλακτικών όρων, τις υφιστάμενες προσφερόμενες ποσότητες νωπού γάλακτος των παραγωγών των νομών στους οποίους διαπιστώθηκε σημαντική οριζόντια επικάλυψη, που συνεργάζονταν με τις εταιρίες ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ κατά το τελευταίο περίπου δίμηνο προ της γνωστοποιηθείσας πράξης, βάσει στοιχείων ΕΛΟΓΑΚ, εφόσον και στο βαθμό που οι εν λόγω παραγωγοί επιθυμούσαν να συνεχίσουν να προσφέρουν την παραγωγή τους στην ενιαία εταιρία, κατ' απόλυτη επιλογή και ελευθερία τους. Επίσης, η εξαγοράζουσα εταιρία έπρεπε να διαθέτει σε ανταγωνιστές της έως και τριάντα χιλιάδες (30.000) τόνους εγχώριου νωπού αγελαδινού γάλακτος κατ' έτος σε τιμές κόστους, βάσει αντικειμενικών, διαφανών και επαληθεύσιμων κριτηρίων, κατά τους ειδικότερους όρους και συνθήκες που προσδιορίζονται στις αναληφθείσες δεσμεύσεις έναντι της ΕΑ. Τέλος, στην 598/2014 απόφαση της ΕΑ προβλέφθηκε η δυνατότητα σύναψης γραπτών μη αποκλειστικών συμβάσεων, με τον όρο αζήμιας λύσης των συμβάσεων (ή της συνεργασίας, εφόσον δεν συναφθούν συμβάσεις) από πλευράς παραγωγών. Η διάρκεια των διαρθρωτικών μέτρων ορίστηκε σε πέντε (5) έτη από την ημερομηνία πραγματοποίησης της συγκέντρωσης.

όρους, προκειμένου να διασφαλιστεί το συμβατό της συγκέντρωσης με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού.

V.3 ΔΟΜΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΣΤΙΣ ΟΡΙΖΟΝΤΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΟΜΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

V.3.1 Σχετικές αγορές τελικών προϊόντων²⁴⁸

172. Κατά τα γνωστοποιούντα μέρη²⁴⁹, οι σχετικές αγορές που αφορά η συγκέντρωση είναι οι εξής:

i) Η αγορά λευκού γάλακτος, η οποία σύμφωνα με τις υπ' αριθ. 515/VI/2011 και 598/2014 αποφάσεις της ΕΑ, διακρίθηκε περαιτέρω στις κάτωθι υπο-αγορές:

- του φρέσκου γάλακτος,
- του γάλακτος υψηλής παστερίωσης (Υ.Π. ή ΗΡ),
- του παιδικού γάλακτος,
- του λειτουργικού/εμπλουτισμένου γάλακτος,
- του προβιοτικού γάλακτος,
- του γάλακτος μακράς διάρκειας (Μ.Δ. ή U.H.T.) και
- του συμπυκνωμένου γάλακτος (εβαπορέ).

ii) Η αγορά σοκολατούχου γάλακτος

iii) Η αγορά γάλακτος με προσθήκη καφέ

iv) Η αγορά γιαουρτιού, η οποία σύμφωνα με τις υπ' αριθ. 515/VI/2011 και 598/2014 αποφάσεις της ΕΑ, διακρίθηκε περαιτέρω στις κάτωθι υπο-αγορές:

- του χύμα γιαουρτιού,
- του τυποποιημένου λευκού γιαουρτιού και
- του τυποποιημένου γιαουρτιού με γεύσεις

²⁴⁸ 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 στην οποία προσφέρουν ή ζητούν τα σχετικά προϊόντα ή παρέχουν τις σχετικές υπηρεσίες οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού και η οποία μπορεί να διακριθεί από άλλες γειτονικές γεωγραφικές περιοχές, ιδίως λόγω των αισθητά διαφορετικών συνθηκών ανταγωνισμού που επικρατούν σ' αυτές. Ως «**επηρεαζόμενη αγορά**» νοείται: α) Κάθε σχετική αγορά στην οποία ασκούν επιχειρηματικές δραστηριότητες δύο ή περισσότερες από τις συμμετέχουσες στη συγκέντρωση επιχειρήσεις, εφόσον εκτιμάται ότι η συγκέντρωση θα οδηγήσει σε συνολικό μερίδιο στην αγορά αυτή ύψους τουλάχιστον 15% (Η περίπτωση αφορά οριζόντιες σχέσεις), καθώς και β) Κάθε σχετική αγορά στην οποία ασκεί επιχειρηματικές δραστηριότητες οποιαδήποτε συμμετέχουσα επιχείρηση και βρίσκεται σε προηγούμενο ή επόμενο στάδιο της παραγωγικής ή εμπορικής διαδικασίας του προϊόντος σε σχέση με την αγορά στην οποία δραστηριοποιείται άλλη συμμετέχουσα επιχείρηση, και οποιοδήποτε από τα ατομικά ή συνδυασμένα μερίδια αγοράς των επιχειρήσεων αυτών, σε οποιοδήποτε στάδιο της παραγωγικής ή εμπορικής διαδικασίας, ανέρχεται σε 25% τουλάχιστον, ανεξάρτητα αν μεταξύ των μερών υφίσταται σχέση προμηθευτή/πελάτη. (Η περίπτωση αφορά τις κάθετες σχέσεις)

²⁴⁹ Τα γνωστοποιούντα μέρη επισημαίνουν ότι «...κατά την εκτίμηση των μερών, η παρούσα συγκέντρωση δεν δημιουργεί ζητήματα ανταγωνισμού είτε σε κάθετο είτε σε οριζόντιο επίπεδο, σε οποιαδήποτε από τις σχετικές αγορές, υπό οποιαδήποτε εκδοχή καθορισμού αυτών. Υπό αυτή την παραδοχή και προς διευκόλυνση της εξέτασης της συγκέντρωσης από τις υπηρεσίες της ΕΑ, η παρούσα γνωστοποίηση συμπληρώνεται από τη γνωστοποιούσα βάσει του καθορισμού σχετικών αγορών στον οποίο κατέληξε η Ε.Α. με τις αποφάσεις αριθ. 515/VI/2011 και 598/2014 (VIVARTIA- ΜΕΒΓΑΛ). Ωστόσο, στα οικεία χωρία και για συγκεκριμένες σχετικές θα παραθέσουμε στοιχεία και επιχειρήματα που συνηγορούν υπέρ ευρύτερων καθορισμών αγοράς» (βλ. παρ. 13 του εντύπου γνωστοποίησης).

v) Η (υπο) αγορά επιδορπίων με βάση το γάλα.
vi) Η αγορά τυροκομικών προϊόντων, η οποία σύμφωνα με τις υπ' αριθ. 515/VI/2011 και 598/2014 αποφάσεις της ΕΑ, διακρίθηκε περαιτέρω στις κάτωθι υπό-αγορές:

1. των χύμα τυριών
 - i. των χύμα μαλακών τυριών
 - ii. των χύμα ημίσκληρων τυριών
 - iii. των χύμα σκληρών τυριών
2. των τυποποιημένων τυριών
 - i. των τυποποιημένων μαλακών τυριών
 - ii. των τυποποιημένων ημίσκληρων τυριών
 - iii. των τυποποιημένων σκληρών τυριών

vii) Η αγορά τυποποιημένων χυμών

viii) Η αγορά κρέμας γάλακτος

ix) Η αγορά ταχείας/μαζικής εστίασης

x) Η αγορά καφέ-ζαχαροπλασטיών

xi) Η αγορά βιομηχανικού catering

173. Επίσης, τα γνωστοποιούντα μέρη αναφέρουν πως υφίστανται και αγορές, στις οποίες δραστηριοποιείται μόνο ο όμιλος VIVARTIA, χωρίς ταυτόχρονα η ΜΕΒΓΑΛ να έχει παρουσία ως πραγματικός ή δυνητικός ανταγωνιστής, πελάτης ή προμηθευτής. Ειδικότερα, ο όμιλος VIVARTIA δραστηριοποιείται στις αγορές: (1) κατεψυγμένων λαχανικών, (2) φρέσκων συσκευασμένων σαλατών, (3) κατεψυγμένων ζυμών, (4) κατεψυγμένων μυρωδικών, (5) κατεψυγμένων γευμάτων, (6) προϊόντων βιομηχανικά επεξεργασμένης ντομάτας και (7) τσαγιού έτοιμου προς κατανάλωση (RTD).

174. Λαμβάνοντας υπόψη τις δραστηριότητες των μερών και σύμφωνα με παλαιότερες αποφάσεις της ΕΑ²⁵⁰, και ειδικότερα με τις υπ' αριθ. 515/VI/2011 και 598/2014 αποφάσεις της, οι σχετικές αγορές στους κλάδους της υπό κρίση συγκέντρωσης επιχειρήσεων είναι οι εξής:

1. Γαλακτοκομικά
 - 1.1. Λευκό γάλα
 - 1.1.1. Παστεριωμένο γάλα (φρέσκο γάλα)
 - 1.1.2. Γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας (γάλα υψηλής παστερίωσης)
 - 1.1.3. Παιδικό γάλα
 - 1.1.4. Λειτουργικό/Εμπλουτισμένο γάλα
 - 1.1.5. Προβιοτικό γάλα (ξυνόγαλο, κεφίρ, αριάνι)
 - 1.1.6. Γάλα μακράς διάρκειας
 - 1.1.7. Συμπυκνωμένο γάλα
 - 1.2. Σοκολατούχο γάλα

²⁵⁰ Βλ. αποφάσεις Ε.Α. 310/V/2006 ΔΕΛΤΑ-ΒΛΑΧΑΣ, 314/V/2006 Συγκέντρωση ΔΕΛΤΑ - CHIPITA, 369/V/2007 & 373/V/2007 Αυτεπάγγελτη έρευνα σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή και εμπορία γαλακτοκομικών προϊόντων, 394/V/2008 Συγκέντρωση EVEREST, OLYMPIC CATERING - VIVARTIA, 515/VI/2011 και 598/2014 Συγκέντρωση VIVARTIA - ΜΕΒΓΑΛ.

- 1.3.Γάλα με προσθήκη καφέ
- 1.4.Γιαούρτι
 - 1.4.1. Χύμα γιαούρτι
 - 1.4.2. Τυποποιημένο γιαούρτι
 - 1.4.2.1. Τυποποιημένο λευκό γιαούρτι
 - 1.4.2.2. Τυποποιημένο γιαούρτι με γεύσεις
 - 1.4.2.3. Τυποποιημένο παιδικό γιαούρτι
 - 1.4.2.4. Τυποποιημένο λειτουργικό γιαούρτι
- 1.5.Κρέμα γάλακτος
- 1.6.Επιδόρπια με βάση το γάλα
2. Τυροκομικά προϊόντα
 - 2.1.Μαλακά τυριά
 - 2.1.1. Χύμα μαλακά τυριά
 - 2.1.2. Τυποποιημένα μαλακά τυριά
 - 2.2.Ημίσκληρα τυριά
 - 2.2.1. Χύμα ημίσκληρα τυριά
 - 2.2.2. Τυποποιημένα ημίσκληρα τυριά
 - 2.3.Σκληρά τυριά
 - 2.3.1. Χύμα σκληρά τυριά
 - 2.3.2. Τυποποιημένα σκληρά τυριά
3. Τυποποιημένοι χυμοί
4. Τσάι έτοιμο προς κατανάλωση (RTD)
5. Γαλακτοκέϊκ/Γαλακτοφέτες (προϊόντα ψυγείου)
6. Ζωοτροφές μη οικόσιτων ζώων
7. Κατεψυγμένα λαχανικά
8. Φρέσκες συσκευασμένες σαλάτες
9. Κατεψυγμένες ζύμες
10. Κατεψυγμένα μυρωδικά
11. Προϊόντα βιομηχανικά επεξεργασμένης ντομάτας
12. Ψωμί για τοστ
13. Αλλαντικά
14. Ταχεία / μαζική εστίαση και catering
 - 14.1. Ταχεία /μαζική εστίαση και εκμετάλλευση εστιατορίων casual dining
 - 14.2. Καφέ/ζαχαροπλαστεία
 - 14.3. Catering
 - 14.3.1. Βιομηχανικό/ βιομηχανοποιημένο catering
 - 14.3.2. Σίτιση επιβατών αεροπορικών πτήσεων
 - 14.3.3. Εκμετάλλευση κυλικείων εντός αεροδρομίων

V.3.2 Γενικά

175. Σύμφωνα με τα γνωστοποιούντα μέρη, οι αγορές του λευκού και σοκολατούχου γάλακτος βρίσκονται σε φάση ωριμότητας. Ειδικότερα, το συνολικό μέγεθος του λευκού γάλακτος τόσο σε όγκο όσο και σε αξία παρουσιάζει, κατά τους ισχυρισμούς των μερών,

μικρές μεταβολές από χρόνο σε χρόνο, ενώ η αγορά του σοκολατούχου παρουσιάζει σημαντικές πτωτικές μεταβολές, επηρεασμένη από την οικονομική κρίση, η οποία φαίνεται πως έχει επηρεάσει αρνητικά και άλλα τμήματα της αγοράς, όπως τα συμπυκνωμένα γάλατα, τα γάλατα χαμηλών λιπαρών, τα παιδικά εμπλουτισμένα γάλατα και τα εμπλουτισμένα γάλατα για ενήλικες. Αντίθετα, το γάλα υψηλής παστερίωσης έχει αναπτυχθεί δυναμικά. Επιπλέον, αρκετές νέες εταιρίες έχουν δραστηριοποιηθεί στην αγορά του λευκού γάλακτος και μικρότερες εταιρίες έχουν καταφέρει να αυξήσουν το μερίδιό τους²⁵¹.

176. Η έρευνα της Υπηρεσίας επιβεβαιώνει ότι τα τελευταία χρόνια οι σημαντικότερες εξελίξεις στην αγορά του λευκού γάλακτος, αφορούν κυρίως στη νέα νομοθεσία περί διάρκειας συντήρησης του γάλακτος (Ν. 4254/2014), στην αποχώρηση της ΦΑΓΕ από την αγορά του γάλακτος (αρχές του 2016) και στη διανομή των γαλακτοκομικών προϊόντων του Συνεταιρισμού ΘΕΣ ΓΑΛΑ μέσω αυτόματων πωλητών. Περαιτέρω, στην αγορά των τυροκομικών, σημειώνεται η απόκτηση ελέγχου από τον ιταλικό όμιλο GRANAROLO επί της QUALITY BRANDS INTERNATIONAL και επομένως η απόκτηση πρόσβασης του ομίλου στην ελληνική αγορά τυροκομικών προϊόντων.

177. Κατά τα γνωστοποιούντα μέρη²⁵², την τελευταία τριετία έχουν πραγματοποιηθεί λανσαρίσματα στην αγορά του φρέσκου γάλακτος από την εταιρία ΔΕΛΤΑ (με το φρέσκο γάλα Ημέρας), από την εταιρία ΣΕΡΓΑΛ, καθώς και από εταιρίες σούπερ μάρκετ με είσοδο των δικών τους προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας (private label). Στην αγορά του γάλακτος υψηλής παστερίωσης, σημειώνονται τα λανσαρίσματα των εταιριών ΤΥΡΑΣ, FRIESLAND CAMPINA, ΡΟΔΟΠΗ, ΜΕΒΓΑΛ, καθώς και private label εταιριών σούπερ μάρκετ. Στην αγορά του σοκολατούχου γάλακτος από το 2014 και εξής, πέραν των λανσαρισμάτων private labels σοκολατούχου γάλακτος των σούπερ μάρκετ, νέα προϊόντα ή/και νέες συσκευασίες λάνσαραν και οι εταιρίες MARS, ΟΛΥΜΠΙΟΣ, ARLA, LIBER και η ΔΕΛΤΑ²⁵³. Τέλος, στις αγορές τυποποιημένου λευκού, με γεύσεις και παιδικού γιαουρτιού σημειώνονται λανσαρίσματα από πολλές εταιρίες του κλάδου.

178. Σύμφωνα με σχετικές απαντήσεις που έδωσαν ανταγωνίστριες εταιρίες, οι βασικές αλλαγές, που σημειώθηκαν την τελευταία τριετία στον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων εν γένει, είναι η επέκταση της γεωγραφικής κάλυψης ορισμένων εταιριών, με αποτέλεσμα την αύξηση των μεριδίων τους, η ανάπτυξη των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας, η είσοδος της ΚΡΙ ΚΡΙ στο γιαούρτι, της ΣΕΡΓΑΛ στο παιδικό γιαούρτι, η είσοδος της ΛΕΒΕΤΙ και OPTIMA στην κατηγορία των τυριών και η είσοδος της ARLA (με το σήμα STARBUCKS) στην αγορά ροφημάτων καφέ με προσθήκη γάλακτος²⁵⁴. Τέλος, αναφέρονται²⁵⁵ και λανσαρίσματα προϊόντων λειτουργικού γάλακτος (ιδιωτικής ετικέτας και επώνυμου) και γάλακτος μακράς διάρκειας.

²⁵¹ Βλ. παρ. 230 του εντύπου γνωστοποίησης.

²⁵² Βλ. παρ. 231 του εντύπου γνωστοποίησης.

²⁵³ Βλ. και παρ. 340.

²⁵⁴ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ΦΑΓΕ, FRIESLAND και την υπ' αριθ. πρωτ.2783/15.5.2017 επιστολή της 3Ε

²⁵⁵ Βλ. σχετ. απαντητική επιστολή της ΦΑΓΕ με αριθ. πρωτ. 2327/20.4.2017.

V.3.3 Δίκτυα διανομής

179. Τα γαλακτοκομικά προϊόντα των εταιριών πωλούνται κυρίως σε αλυσίδες και τοπικά σούπερ μάρκετ, αλλά και σε μικρότερα σημεία πώλησης (ορισμένα εξ αυτών), δηλαδή μίνι μάρκετ, αρτοποιία, παντοπωλεία, περίπτερα, ενώ προϊόντα διατίθενται και για επαγγελματική χρήση και σε εξειδικευμένα καταστήματα (καφετέριες) και σε εταιρίες μαζικής εστίασης.

180. Για τη διανομή των εν λόγω προϊόντων οι συμμετέχουσες εταιρίες διαθέτουν ευρύτατο δίκτυο διανομής, το οποίο αναλυτικά έχει ως εξής:

181. Η ΔΕΛΤΑ διαθέτει κεντρικές εγκαταστάσεις (εργοστάσια) στην Αττική (Ταύρο και Άγιο Στέφανο), στη Λαμία, στο Πλατύ Ημαθίας και στη Σίνδο Θεσσαλονίκης. Το δίκτυο διανομής της αποτελείται από [...], και [...]που εξυπηρετούν [...] ²⁵⁶.

182. Υπάρχουν [...] ²⁵⁷.

183. Για την [...] η ΔΕΛΤΑ συνάπτει συμβάσεις [...].

184. Ειδικότερα, [...] ²⁵⁸. [...] ²⁵⁹ [...] ²⁶⁰. Όσον αφορά στους συνεργάτες της ΔΕΛΤΑ που δραστηριοποιούνται [...], σύμφωνα με το έντυπο γνωστοποίησης ²⁶¹, «...[...]». Κύριο αντικείμενο των εν λόγω συμβάσεων είναι [...] ²⁶², [...] ²⁶³, [...].

185. Η ΜΕΒΓΑΛ διαθέτει ένα οργανωμένο δίκτυο διανομής που καλύπτει [...] ²⁶⁴.

186. Το δίκτυο διανομής της ΜΕΒΓΑΛ αποτελείται από [...] φορτηγά αυτοκίνητα ψυγεία για την χειμερινή περίοδο, (κατά την καλοκαιρινή περίοδο ο αριθμός τους [...]), καθώς και από [...] αυτοκίνητα [...] που εξυπηρετούν της περιοχές των κέντρων διανομής της ΜΕΒΓΑΛ. Επίσης, η ΜΕΒΓΑΛ διακινεί τα προϊόντα της στις περιοχές που δεν έχει υποκαταστήματα με το δίκτυο διανομής [...], οι οποίοι διαθέτουν [...] φορτηγά αυτοκίνητα ψυγεία διανομών ²⁶⁵.

187. Για τη διανομή των προϊόντων της στις περιοχές που διατηρεί υποκατάστημα, η ΜΕΒΓΑΛ συνάπτει [...] ²⁶⁶ [...] ²⁶⁷. Ειδικότερα, για τη διανομή των προϊόντων της στις περιοχές που δεν διατηρεί υποκατάστημα, η [...] ²⁶⁸, [...] ²⁶⁹, [...] ²⁷⁰. [...].

188. Η εταιρία **ΘΕΣ ΓΑΛΑ** διευκρίνισε [...]. Η εταιρία **Nestle** δήλωσε [...]. Η εταιρία **ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ** δήλωσε [...]. Η εταιρία **ΝΕΟΓΑΛ** επισήμανε [...]. Η εταιρία **ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ** δήλωσε [...]. Η εταιρία **ΔΩΔΩΝΗ** απάντησε [...]. Η

²⁵⁶ Βλ. παρ. 193 του εντύπου γνωστοποίησης.

²⁵⁷ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1491/14.3.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών, στην οποία επισυνάπτονται πρότυπα σχετικών συμβάσεων μεταξύ της ΔΕΛΤΑ και συνεργατών της για τη διανομή γαλακτοκομικών προϊόντων.

²⁵⁸ Βλ. άρθρα 4 και 13 των σχετικών συμβάσεων.

²⁵⁹ [...].

²⁶⁰ [...].

²⁶¹ Βλ. παρ. 195 του εντύπου γνωστοποίησης.

²⁶² Για την εκτέλεση των εν λόγω συμβάσεων οι συνεργάτες [...]

²⁶³ Βλ. παρ. 197 του εντύπου γνωστοποίησης.

²⁶⁴ [...].

²⁶⁵ Βλ. σχετ. 73 της υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολής των γνωστοποιούντων μερών.

²⁶⁶ [...]

²⁶⁷ Άρθρο 1 Σύμβασης Εμπορικής Συνεργασίας. [...].

²⁶⁸ [...].

²⁶⁹ [...].

²⁷⁰ Άρθρο 2 και 2 VI Σύμβασης Εμπορικής Συνεργασίας.

εταιρία ΚΡΙ-ΚΡΙ δήλωσε [...]. Η εταιρία ΤΡΙΚΚΗ [...]. Η εταιρία [...]. Η εταιρία FRIESLAND [...]. Τέλος, η εταιρία ΣΤΑΜΟΥ απάντησε [...].

V.3.4 Πελάτες - Διαπραγματευτική δύναμη πελατών των συμμετεχουσών

189. Οι μεγαλύτεροι πελάτες των συμμετεχουσών επιχειρήσεων για τις κατηγορίες του λευκού γάλακτος, στο σύνολό του, του φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος, του τυποποιημένου παιδικού και βρεφικού γιαουρτιού και των επιδορπίων με βάση το γάλα είναι τα σούπερ-μάρκετ²⁷¹, καθώς απορροφούν ποσοστό από [55-65]% και άνω για κάθε μία από τις ανωτέρω κατηγορίες. Παρά τη σημαντική θέση των σούπερ μάρκετ, οι μικροί πελάτες λιανικής, όπως αρτοποιία και μίνι μάρκετ, διατηρούν σχετικά υψηλή τη συμμετοχή τους στις πωλήσεις, καθώς αυτή, σε ορισμένα προϊόντα, ανέρχεται έως [15-25]%. Σημαντικό είναι και το ποσοστό που καταλαμβάνουν τα περίπτερα στις πωλήσεις της ΔΕΛΤΑ (η ΜΕΒΓΑΛ δεν προσκόμισε στοιχεία για τα περίπτερα), το οποίο ανέρχεται έως [15-25]%²⁷².

190. Διαφοροποιημένη είναι η εικόνα που παρουσιάζει η κατανομή των πωλήσεων στο σοκολατούχο γάλα όπου για τη ΔΕΛΤΑ, αν και τα σούπερ μάρκετ εξακολουθούν να έχουν μεγάλη συμμετοχή στις πωλήσεις με [45-55]%, οι πελάτες λιανικής και τα περίπτερα συμμετέχουν με τα ιδιαίτερα σημαντικά ποσοστά της τάξης του [25-35]% και [15-25]% αντίστοιχα, ενώ το υπόλοιπο [0-5]% πραγματοποιείται από άλλους πελάτες (εταιρίες για κατανάλωση προσωπικού, στρατός, δημόσιες αρχές, συνεργάτες επαρχίας κ.λπ.). Αναφορικά με τις πωλήσεις της ΜΕΒΓΑΛ στο σοκολατούχο γάλα, το [55-65]% πραγματοποιείται από τους συνεργάτες της εταιρείας (πρόκειται για ανεξάρτητους διανομείς, οι οποίοι, με δικά τους μέσα, διαθέτουν τα προϊόντα της ΜΕΒΓΑΛ που αγοράζουν στα καταστήματα, κυρίως μικρής λιανικής, από τα οποία θα τα αγοράσει ο τελικός καταναλωτής), το [15-25]% από τους πελάτες λιανικής (αρτοποιία, μίνι μάρκετ, καταστήματα ψιλικών, κυλικεία, κ.λπ.), το [10-15]% γίνεται μέσω των σούπερ μάρκετ, ενώ μόλις το [0-5]% πραγματοποιείται στο κανάλι του FOODSERVICE (μαζική εστίαση)²⁷³.

191. Περαιτέρω, η ΔΕΛΤΑ διαθέτει ψυγείο στους πελάτες λιανικής πώλησης και πωλεί τα προϊόντα της στο καταναλωτικό κοινό. Επίσης, συντάσσεται Ιδιωτικό Συμφωνητικό (χρησιδάνειο) για την παραχώρηση του ψυγείου, το οποίο είναι [...]²⁷⁴.

192. Ως προς το ζήτημα της αποκλειστικότητας στη χρήση του παρεχόμενου από τη ΔΕΛΤΑ ψυγείου, στα σχετικά συμφωνητικά περιέχεται η εξής ρήτρα: «[...]»²⁷⁵.

193. Για το ίδιο θέμα, ως προς τη ΜΕΒΓΑΛ, τα γνωστοποιούντα μέρη αναφέρουν ότι η εταιρία χορηγεί στους πελάτες της ψυγεία [...]²⁷⁶. Ωστόσο, από τη σύμβαση χρησιδανείου-πρότυπο που προσκόμισαν τα γνωστοποιούντα μέρη προκύπτει ότι τα

²⁷¹ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών (σχετ. 81a και 81b).

²⁷² Ο.π.

²⁷³ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών (σχετ. 81a και 81b).

²⁷⁴ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών.

²⁷⁵ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών (σχετ. 82).

²⁷⁶ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1491/14.3.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών.

ψυγεία-συντηρητές που η ΜΕΒΓΑΛ χρησιδανείζει σε πελάτες λιανικής πώλησης πρέπει να χρησιμοποιούνται [...]»²⁷⁷.

194. Κατωτέρω παρατίθενται πίνακες με την κατανομή των πωλήσεων της ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ, ανά σχετική αγορά (για ορισμένες αγορές γαλακτοκομικών προϊόντων) και ανά κανάλι διανομής.

Πίνακας 21: Ποσοστιαία Κατανομή πωλήσεων της ΔΕΛΤΑ ανά κανάλι διανομής, 2016

	ΛΕΥΚΟ ΓΑΛΛΑ	ΦΡΕΣΚΟ ΠΑΣΤΕΡΙΩΜΕΝΟ ΓΑΛΛΑ	ΓΑΛΛΑ ΥΨΗΛΗΣ ΘΕΡΜΙΚΗΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΣΟΚ/ΧΟ	ΤΥΠ. ΠΑΙΔΙΚΟ & ΒΡΕΦΙΚΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ
Μεγάλοι Πελάτες (σούπερ μάρκετ)	[65-75]%	[75-85]%	[65-75]%	[45-55]%	[85-95]%
Πελάτες λιανικής (φούρνοι, μίνι μάρκετ)	[10-15]%	[15-25]%	[10-15]%	[25-35]%	[5-10]%
Ειδικοί Πελάτες Επιτόπιες Κατανάλωσης (περίπτερα, καφέ, αναψυκτήρια, ψιλικά κλπ)	[10-15]%	[5-10]%	[15-25]%	[15-25]%	[0-5]%
Λοιποί (Εταιρείες για κατανάλωση προσωπικού, Στρατός, Δημόσιες Αρχές, Συνεργάτες Επαρχίας κ.λ.π.)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%

Πηγή: ΔΕΛΤΑ²⁷⁸

Πίνακας 22: Ποσοστιαία Κατανομή πωλήσεων της ΜΕΒΓΑΛ ανά κανάλι διανομής, 2016

	ΛΕΥΚΟ ΓΑΛΛΑ	ΦΡΕΣΚΟ ΠΑΣΤΕΡΙΩΜΕΝΟ ΓΑΛΛΑ	ΓΑΛΛΑ ΥΨΗΛΗΣ ΘΕΡΜΙΚΗΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΣΟΚ/ΧΟ	ΤΥΠ. ΠΑΙΔΙΚΟ & ΒΡΕΦΙΚΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ
Μεγάλοι Πελάτες – S/M	[55-65]%	[55-65]%	[25-35]%	[10-15]%	[65-75]%
Πελάτες Food Service	[5-10]%	[0-5]%	[10-15]%	[0-5]%	[0-5]%
Πελάτες λιανικής	[5-10]%	[5-10]%	[10-15]%	[15-25]%	[10-15]%
Συνεργάτες	[25-35]%	[25-35]%	[45-55]%	[55-65]%	[15-25]%

Πηγή: ΜΕΒΓΑΛ²⁷⁹

195. Ειδικότερα, όσον αφορά τα σούπερ-μάρκετ, οι πέντε μεγαλύτεροι πελάτες των εταιριών ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ²⁸⁰ απορροφούν ποσοστό από [55-65]% - [55-65]% των πωλήσεων της ΔΕΛΤΑ για το έτος 2016, ανάλογα με το είδος του γαλακτοκομικού προϊόντος, ενώ για τη ΜΕΒΓΑΛ τα ποσοστά κυμαίνονται από [45-55]% - [85-95]%, όπως παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 23: Συμμετοχή (%) στις πωλήσεις ΔΕΛΤΑ - ΜΕΒΓΑΛ των πέντε μεγαλύτερων πελατών ανά κανάλι διανομής, 2016

	ΦΡ. ΠΑΣΤ. ΓΑΛΛΑ		ΥΨ. ΠΑΣΤ. ΓΑΛΛΑ		ΣΟΚ/ΧΟ		ΤΥΠ. ΛΕΥΚΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ		ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΜΕ ΓΕΥΣΕΙΣ		ΠΑΙΔΙΚΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ	
	Δ	Μ	Δ	Μ	Δ	Μ	Δ	Μ	Δ	Μ	Δ	Μ
LIDL HELLAS & ΣΙΑ Ο.Ε.		[25-35]%						[15-25]		[0-5]		
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ Ι. & Σ. ΑΒΕ	[10-15]	[0-5]	[5-10]		[10-15]		[10-15]	[5-10]	[10-15]	[10-15]	[10-15]	[10-15]

²⁷⁷ Βλ. σχετ. 96 στην υπ' αριθ. πρωτ. 1491/14.3.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών.

²⁷⁸ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών (σχετ. 81α).

²⁷⁹ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών (σχετ. 81β).

²⁸⁰ Βλ. σχετ. 121 της υπ' αριθ. πρωτ. 1872/28.3.2017 επιστολής της ΔΕΛΤΑ και σχετ. 76 της υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολής της ΜΕΒΓΑΛ.

**ΠΡΟΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ
ΣΤΗΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ
ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ**

	ΦΡ. ΠΑΣΤ. ΓΑΛΛΑ		ΥΨ. ΠΑΣΤ. ΓΑΛΛΑ		ΣΟΚ/ΧΟ		ΤΥΠ. ΛΕΥΚΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ		ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΜΕ ΓΕΥΣΕΙΣ		ΠΑΙΔΙΚΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ	
	Δ	Μ	Δ	Μ	Δ	Μ	Δ	Μ	Δ	Μ	Δ	Μ
ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	[15-25]%	[25-35]%	[25-35]%	[10-15]%	[15-25]%	[5-10]%	[25-35]%	[15-25]%	[25-35]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
ΠΕΝΤΕ Α.Ε	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%		[5-10]%	[10-15]%		[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ Α.Ε.		[15-25]%	[0-5]%	[10-15]%	[5-10]%	[45-55]%	[5-10]%	[15-25]%		[15-25]%	[5-10]%	[15-25]%
ΜΕΤΡΟ Α.Ε.Β.Ε.	[5-10]%		[10-15]%		[10-15]%		[5-10]%		[5-10]%		[5-10]%	
ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗ Σ ΑΕ				[10-15]%								
ΣΥΝ. ΚΑ ΚΡΗΤΗΣ Π.Ε.				[10-15]%								[0-5]%
ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.							[5-10]%		[0-5]%			
ΜΑΡΚΕΤ ΙΝ ΑΕΒΕ	[5-10]%			[0-5]%								
ΕΓΝΑΤΙΑ ΑΕ							[0-5]%					
ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΣ Α.Ε.												
ΣΥΝΟΛΟ Σ/Μ*	[55-65]%	[85-95]%	[55-65]%	[45-55]%	[55-65]%	[65-75]%	[55-65]%	[65-75]%	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%

*: Σύνολο των πέντε μεγαλύτερων πελατών

Πηγή: Στοιχεία προσκομισθέντα από τη ΔΕΛΤΑ και τη ΜΕΒΓΑΛ²⁸¹

V.3.5 Καθετοποίηση

196. Ως προς τη φύση και την έκταση της κάθετης ολοκλήρωσης των συμμετεχουσών επιχειρήσεων, τα γνωστοποιούντα μέρη αναφέρουν ότι καταρχήν οι ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ δεν έχουν δικές τους μονάδες παραγωγής πρώτης ύλης και η καθετοποίηση λαμβάνει χώρα στα επόμενα στάδια, χωρίς όμως να υφίσταται ολοκληρωμένο ιδιόκτητο δίκτυο διανομής, καθώς χρησιμοποιείται πλήθος συνεργατών²⁸².

197. Για το ίδιο ζήτημα, οι σημαντικότεροι ανταγωνιστές των ΔΕΛΤΑ-ΜΕΒΓΑΛ δήλωσαν τα εξής:

198. Η εταιρία ΝΕΟΓΑΛ επισήμανε ότι [...]. Οι εταιρίες ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ και ΣΕΡΓΑΛ [...]. Η εταιρία ΤΡΙΚΚΗ [...]²⁸³.

V.3.6 Εμπιστοσύνη στο σήμα

199. Κατά τα γνωστοποιούντα μέρη, εμπιστοσύνη στο σήμα (brand loyalty) υφίσταται τόσο στην αγορά του λευκού γάλακτος όσο και σε αυτή του σοκολατούχου γάλακτος, αλλά σε περιορισμένο βαθμό, δεδομένου ότι ο καταναλωτής εμπιστεύεται εξίσου πολλές γαλακτοβιομηχανίες είτε μεγάλου μεγέθους είτε και τοπικές. Η ισχύς ενός σήματος ακολουθεί την ποιότητα του προϊόντος, συνεπώς εάν το προϊόν παύσει να είναι ποιοτικό αντίστοιχα ο καταναλωτής θα στραφεί σε ένα από τα πολλά ανταγωνιστικά σήματα ή τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας που κυκλοφορούν. Επίσης, σύμφωνα με τα μέρη, το σήμα είναι σημαντικό για ορισμένους καταναλωτές που αγοράζουν προϊόντα υψηλής

²⁸¹ Βλ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 (σχετ.76) και 1872/28.3.2017 (σχετ.121) επιστολές των γνωστοποιούντων μερών.

²⁸² Βλ. παρ. 203 του εντύπου γνωστοποίησης.

²⁸³ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των ΝΕΟΓΑΛ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ και ΤΡΙΚΚΗ.

ποιότητας. Αναφορικά με τους καταναλωτές προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας το σήμα είναι μεν αδιάφορο, ωστόσο, την εγγυητική (ως προς την ποιότητα και την ευθύνη) λειτουργία του σήματος, για τα ιδιωτικής ετικέτας προϊόντα, αναλαμβάνουν οι μεγάλες αλυσίδες λιανικής, που αποτελούν οι ίδιες την απαραίτητη εγγύηση για τον καταναλωτή γάλακτος ιδιωτικής ετικέτας (βλ. π.χ. γάλα ΑΒ, ΜΑΡΑΤΑ του Σκλαβενίτη, κ.ά.), απουσία σήματος προμηθευτή. Επίσης, η ύπαρξη καθιερωμένων σημάτων δεν έχει εμποδίσει την είσοδο στην αγορά (με σημαντικά μερίδια αγοράς) νέων εταιριών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα, κατά τα γνωστοποιούντα μέρη, αποτελούν οι πολλές μικρές τοπικές γαλακτοβιομηχανίες (π.χ. ΕΒΡΟΦΑΡΜΑ, ΕΒΟΛ κ.ά.)²⁸⁴.

200. Οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις ανταγωνίζονται τόσο στην παραγωγή επώνυμων προϊόντων, καθώς και οι δύο παράγουν σχεδόν το σύνολο των βασικών ειδών γαλακτοκομικών προϊόντων, όσο και στην παραγωγή ορισμένων γαλακτοκομικών προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας.

201. Από την αξιολόγηση των απαντήσεων που έδωσαν οι γαλακτοβιομηχανίες επιβεβαιώνεται ότι τα εμπορικά σήματα είναι πολύ σημαντικά για μια εταιρία, καθώς η συντριπτική πλειοψηφία των ανταγωνιστριών εταιριών²⁸⁵ των μερών αναγνωρίζουν ότι αντιπροσωπεύουν την καλή της φήμη, την ποιότητα των προϊόντων, καθώς και την πιστότητα των καταναλωτών σε αυτά. Ενδεικτικά, η ΦΑΓΕ αναφέρει ότι «...τα εμπορικά σήματα (brand names) μιας εταιρίας είναι πολύ σημαντικά, αφού ουσιαστικά αντιπροσωπεύουν το μεγαλύτερο κεφάλαιό της, δηλαδή την καλή της φήμη. Η τοποθέτηση των εμπορικών σημάτων στην αγορά, η επένδυση σε προγράμματα marketing για την υποστήριξή τους και το χτίσιμο της σχέσης τους με τη βάση των καταναλωτών, αναδεικνύουν τη σπουδαιότητα των εμπορικών σημάτων για την ύπαρξη, τη βιωσιμότητα και την ανάπτυξη της εταιρίας». Επίσης, κατά την ΚΡΙ-ΚΡΙ, «Η εμπιστοσύνη στο σήμα (Brand Loyalty) ορίζεται ως θετικά συναισθήματα προς μια μάρκα». Τέλος, σύμφωνα με την ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, «Τα εμπορικά σήματα των εταιριών (brands) είναι ο κύριος λόγος προτίμησης προϊόντων από τους καταναλωτές. Κάθε καταναλωτής εμπιστεύεται διαφορετικό brand για δικούς του λόγους. Πχ κάποιος προτιμάει κάποιο brand που παραπέμπει σε μικρή τοπική εταιρία, κάποιος άλλος νιώθει πιο ασφαλής αγοράζοντας προϊόντα μεγάλης βιομηχανίας»²⁸⁶.

202. Σχετικά με την ύπαρξη «must have» σημάτων η πλειοψηφία των ανταγωνιστριών εταιριών απάντησαν ότι δεν υφίστανται τέτοια σήματα²⁸⁷. Ειδικότερα, σύμφωνα με τα

²⁸⁴ Βλ. παρ. 232 και 233 του εντύπου γνωστοποίησης.

²⁸⁵ Εντούτοις, η εταιρία ΣΕΡΓΑΛ αναφέρει ότι: «Τα εμπορικά σήματα σε οποιαδήποτε κατηγορία προϊόντων κάποτε είχαν μεγάλη δύναμη και αξία στην αγορά από την στιγμή όμως που η οικονομία της χώρας βρίσκεται σε κρίση το σημαντικότερο κριτήριο του καταναλωτή είναι η τιμή χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν υπάρχουν και σήμερα σημαντικά brand names», ενώ η εταιρία ΚΡΙ ΚΡΙ αν και αναγνωρίζει τη σημαντικότητα των εμπορικών σημάτων προσθέτει ότι «Η κατηγορία των γαλακτοκομικών, επηρεάζεται σημαντικά από τις προσφορές on-pack και τις μειώσεις τιμών. Οι καταναλωτές συνηθίζουν να εναλλάσσουν τις προτιμήσεις τους βάσει αυτών των προσφορών χωρίς να δείχνουν μεγάλη εμπιστοσύνη στο brand».

²⁸⁶ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών NESTLE, ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, ΓΙΩΤΗΣ, ΟΠΤΙΜΑ, ΝΕΟΓΑΛ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ΣΕΡΓΑΛ, ΚΡΙ-ΚΡΙ, ΦΑΓΕ, ΗΠΕΙΡΟΣ, ΤΡΙΚΚΗ, DANONE, ΕΒΟΛ, FRIESLAND, [...], ARLA και ΣΤΑΜΟΥ.

²⁸⁷ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών NESTLE, ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, ΓΙΩΤΗΣ, ΟΠΤΙΜΑ, ΝΕΟΓΑΛ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ΣΕΡΓΑΛ, [...], ΦΑΓΕ, ΗΠΕΙΡΟΣ, ΤΡΙΚΚΗ,

ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ: «Δεν πιστεύουμε ότι υπάρχουν απαραίτητα σήματα. Απαραίτητα εκτιμούμε ότι είναι τα προϊόντα τα οποία διακρίνονται στην προτίμηση των καταναλωτών με κριτήριο την ποιότητα τους». Επίσης, η ΦΑΓΕ απάντησε ότι: «Στις υπό εξέταση κατηγορίες γαλακτοκομικών προϊόντων, δεν μπορούν ευχερώς να προσδιοριστούν *must -have* σήματα, διότι οι συγκεκριμένες κατηγορίες είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικές, καθώς πολλές και γνωστές επιχειρήσεις -μάρκες (*brands*) διεκδικούν μερίδιο αγοράς. Επομένως, ο καταναλωτής έχει πολλές εναλλακτικές επιλογές. Παρόλα αυτά, η έλλειψη ενός ή περισσότερων από τα κορυφαία σήματα της αγοράς από τα ψυγεία οποιουδήποτε λιανέμπορου μπορεί να έχει συνέπειες στις πωλήσεις του». Σύμφωνα με τη ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ: «δεν υπάρχει *must have brand*, η αγορά έχει χώρο για όλους εφόσον καταφέρουν να πείσουν τους καταναλωτές πως το δικό τους *brand* σημαίνει κάτι διαφορετικό».

203. Αντίθετα, οι εταιρίες ΚΡΙ-ΚΡΙ, ΤΡΙΚΚΗ και DANONE θεωρούν ότι υπάρχει πιστότητα των καταναλωτών σε συγκεκριμένα σήματα και η τελευταία αναφέρει ως τέτοια το TOTAL και την ΑΓΕΛΑΔΙΤΣΑ της ΦΑΓΕ, το COMPLET, τη μάρκα ΟΛΥΜΠΙΟΣ και ΜΕΒΓΑΛ. Η ΚΡΙ-ΚΡΙ αναφέρει πως αν και υπάρχουν προϊόντα με πιστή πελατεία και υψηλή αναγνωρισιμότητα «ο καταναλωτής δεν τα θεωρεί ως *must have* ιδιαίτερα την τελευταία περίοδο της κρίσης που έχει στραφεί σε φθηνότερα προϊόντα και σε προσφορές»²⁸⁸. Τέλος, η ΣΕΡΓΑΛ αν και δεν θεωρεί κανένα εμπορικό σήμα *must have*, αναφέρει κάποια σήματα, τα οποία κατά τη γνώμη της είναι αρκετά ισχυρά όπως το Total της ΦΑΓΕ, η αγελαδίτσα της ΜΕΒΓΑΛ και το ΜΙΑΚΟ της ΔΕΛΤΑ²⁸⁹.

204. Η συντριπτική πλειοψηφία των σούπερ μάρκετ²⁹⁰ εκτιμά πως υπάρχουν απαραίτητα σήματα²⁹¹. Από τις απαντήσεις που έδωσαν τα σούπερ μάρκετ, προκύπτει ότι τέτοιου τύπου σήματα / *brands* είναι: το φρέσκο γάλα ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ, το γάλα υψηλής παστερίωσης ΝΟΥΝΟΥ και ΜΜΙΑΚ, το παιδικό γάλα ADVANCE, το λειτουργικό/εμπλουτισμένο γάλα BECEL, το προβιοτικό γάλα ΜΕΒΓΑΛ, το συμπυκνωμένο γάλα ΝΟΥΝΟΥ, το σοκολατούχο γάλα MILKO, το τυποποιημένο λευκό γιαούρτι TOTAL, ΑΓΕΛΑΔΙΤΣΑ και ΟΛΥΜΠΙΟΣ, το τυποποιημένο γιαούρτι με γεύσεις VITALINE, το τυποποιημένο παιδικό γιαούρτι ADVANCE και JUNIOR, το τυποποιημένο λειτουργικό γιαούρτι ACTIVIA, το έτοιμο τσάι προς κατανάλωση NESTEA, LIPTON, οι γαλακτοφέτες KINDER, τα μαλακά τυριά ΔΩΔΩΝΗ, ΗΠΕΙΡΟΣ, FLAIR COTTAGE, τα ημίσκληρα τυριά ΤΡΙΚΑΛΙΝΟ, ΝΟΥΝΟΥ,

DANONE, ΕΒΟΛ, FRIESLAND, [...], και ΣΤΑΜΟΥ. Οι ΘΕΣΓΑΛΑ-ΠΙΕΣ, NESTLE, ΗΠΕΙΡΟΣ και ΕΛΓΕΚΑ απάντησαν ότι δεν γνωρίζουν αν υπάρχουν σήματα με πιστή πελατεία.

²⁸⁸ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΚΡΙ ΚΡΙ, στην οποία αναφέρονται τα προϊόντα/*brands* TOTAL, FRUYO, ΑΓΕΛΑΔΙΤΣΑ, JUNIOR, FAMILY (ΦΑΓΕ), COMPLET, ADVANCE, SMART, VITALIVE, ΜΙΚΡΕΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΦΑΡΜΕΣ (ΔΕΛΤΑ), ΚΡΙ ΚΡΙ, ΣΠΙΤΙΚΟ (ΚΡΙ-ΚΡΙ), ΜΕΒΓΑΛ, HARMONY (ΜΕΒΓΑΛ), ΟΛΥΜΠΙΟΣ, ΠΝΟΗ (ΟΛΥΜΠΙΟΣ), ACTIVIA, DANONITO (DANONE) και CLASSIC (FRIESLAND) για την κατηγορία του γιαουρτιού και ΔΕΛΤΑ, ΚΡΙ-ΚΡΙ, ΜΕΒΓΑΛ και ΟΛΥΜΠΙΟΣ για την κατηγορία του γάλακτος.

²⁸⁹ Βλ. απαντητική επιστολή της ΣΕΡΓΑΛ.

²⁹⁰ Βλ. τις απαντητικές επιστολές της ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, της LIDL, της ΜΕΤΡΟ και της ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ. Η ΜΑΣΟΥΤΗΣ αναφέρει στην επιστολή της ότι αδυνατεί να απαντήσει στο εν λόγω ερώτημα, καθώς δεν διαθέτει τα αναγκαία στοιχεία και η ΠΕΝΤΕ ότι δεν γνωρίζει.

²⁹¹ Εκτός από την εταιρία ΜΑΣΟΥΤΗΣ.

MILNER, τα σκληρά τυριά KERRYGOLD και ARLA, οι χυμοί LIFE, ΟΛΥΜΠΟΣ και ΑΜΙΤΑ και τα κατεψυγμένα λαχανικά ΜΠΑΡΜΠΙΑ ΣΤΑΘΗΣ²⁹².

205. Από τα παραπάνω, συνάγεται το συμπέρασμα ότι οι εταιρίες ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ διαθέτουν σήματα, τα οποία κατά τις εκτιμήσεις μέρους των ανταγωνιστών τους, αλλά και πελατών τους (σούπερ μάρκετ) είναι απαραίτητα («must have»).

V.3.7 Διαφάνεια

206. Σχετικά με την ύπαρξη διαφάνειας μεταξύ των επιχειρήσεων, που δραστηριοποιούνται στις σχετικές αγορές της υπό κρίση συγκέντρωσης, ως προς τις τιμές και λοιπούς όρους συναλλαγών (όγκοι πωλήσεων κ.λπ.), που έκαστη επιχείρηση διαπραγματεύεται με τους πελάτες της, η συντριπτική πλειοψηφία των ανταγωνιστριών εταιριών που ερωτήθηκαν απάντησε ότι οι όροι συνεργασίας, οι τιμές, διαπραγματεύσεις, κ.λπ. δεν δημοσιεύονται²⁹³.

207. Αντίστοιχες ήταν και οι απαντήσεις της πλειοψηφίας των σούπερ μάρκετ²⁹⁴. Ειδικότερα, η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ «...[...]». Επιπλέον, η ΜΕΤΡΟ απάντησε ότι «Με κάθε προμηθευτή μας υπάρχει σχέση συνεργατικότητας, ειλικρίνειας και διαφάνειας στις μεταξύ μας συναλλαγές. Δεν είμαστε σε θέση να απαντήσουμε τι κάνει ο κάθε προμηθευτής με τους άλλους πελάτες του. Σε καμιά περίπτωση δεν κοινοποιούνται τιμές και λοιποί όροι συνεργασίας για έναν προμηθευτή στους ανταγωνιστές του». Τέλος, η LIDL αναφέρει ότι στοιχεία όπως τιμές, όροι συνεργασίας, κ.λπ. «[...]».

208. Σημειώνεται ότι μερίδα ανταγωνιστών των ΔΕΛΤΑ-ΜΕΒΓΑΛ²⁹⁵ επισήμανε ότι υφίσταται διαφάνεια στις εξεταζόμενες αγορές, καθώς είτε κατά τη διαπραγμάτευση κάθε επιχείρησης με τους πελάτες της, τα συμβαλλόμενα μέρη γνωρίζουν τις τιμές που διαμορφώνονται στην αγορά και τους τρόπους πληρωμής, είτε οι τελικές τιμές προϊόντων στα καταστήματα εκ των πραγμάτων είναι ορατές και μπορούν να παρατηρηθούν. Ωστόσο, όλες οι ερωτηθείσες εταιρίες διευκρίνισαν ότι τα πακέτα εκπτώσεων και λοιπών παροχών αποτελούν αντικείμενο εμπιστευτικής διαπραγμάτευσης

²⁹² Βλ. τις απαντητικές επιστολές της ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, της ΠΕΝΤΕ, της LIDL, της ΜΕΤΡΟ και της ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ.

²⁹³ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών NESTLE, ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, ΓΙΩΤΗΣ, ΟΙΠΤΙΜΑ, ΝΕΟΓΑΛ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ΔΩΔΩΝΗ ΣΕΡΓΑΛ, ΚΡΙ-ΚΡΙ, ΦΑΓΕ, ΗΠΕΙΡΟΣ, ΤΡΙΚΚΗ, ΕΛΓΕΚΑ, DANONE, ΕΒΟΛ, FRIESLAND, 3Ε, ARLA και ΣΤΑΜΟΥ. Ο ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΘΕΣΓΑΛΑ-ΠΙΕΣ απάντησε ότι δεν γνωρίζει.

Ενδεικτικά η εταιρία ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ ανέφερε ότι «Δεν κοινοποιούνται ή δημοσιεύονται στοιχεία (τιμές πωλήσεων) και λοιποί όροι συναλλαγών (όγκοι πωλήσεων κλπ). Ποτέ δεν έχουμε λάβει ενημέρωση από τους πελάτες μας για την πορεία των διαπραγματεύσεων από τους ανταγωνιστές μας». Σύμφωνα με τη ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ «οι συζητήσεις με πελάτες για εμπορικά ζητήματα (τιμές, όγκοι πωλήσεων, παροχές, εισαγωγή νέων προϊόντων, κ.λπ.) αποτελούν εμπιστευτικές πληροφορίες ανάμεσα στον εκάστοτε πελάτη και προμηθευτή. Αυτές οι πληροφορίες δεν συζητούνται με ανταγωνιστικές εταιρίες». Η ΗΠΕΙΡΟΣ αναφέρει: «... Οι πελάτες δεν μας ενημερώνουν για το περιεχόμενο των διαπραγματεύσεων τους».

²⁹⁴ Βλ. τις απαντητικές επιστολές της ΜΑΣΟΥΤΗΣ, ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, της LIDL, της ΜΕΤΡΟ και της ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ. Η ΠΕΝΤΕ πιστεύει «... ότι υφίσταται διαφάνεια μεταξύ των προμηθευτών μας ως προς τις τιμές και λοιπούς όρους συναλλαγών (όγκοι πωλήσεων κ.λπ.). ... Πιστεύουμε ότι η κάθε εταιρεία έχει μόνο 1 βασικό τιμοκατάλογο για τα προϊόντα της και αυτόν δημοσιοποιεί σε όλη την αγορά».

²⁹⁵ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των ΔΩΔΩΝΗ, ΤΡΙΚΚΗ και FRIESLAND.

μεταξύ των γαλακτοβιομηχανιών και των πελατών τους και, σε καμία περίπτωση, δεν καθίστανται γνωστά σε τρίτους.

V.3.8 Εμπόδια Εισόδου

209. Σχετικά με την ύπαρξη εμποδίων εισόδου τα γνωστοποιούντα μέρη εκτιμούν πως «δεν υπάρχουν σημαντικά νομικά εμπόδια», αλλά «πραγματικά εμπόδια» εισόδου. Συγκεκριμένα, τέτοια εμπόδια είναι η ανάγκη επενδύσεων για τη δημιουργία παραγωγικών μονάδων, καθώς και η καθιερωμένη φήμη²⁹⁶ και αξιοπιστία που έχουν κερδίσει τα υφιστάμενα σήματα. Τα μέρη υποστηρίζουν ότι η πρόσβαση στις πηγές εφοδιασμού είναι ελεύθερη, ενώ οι οικονομίες κλίμακας διαδραματίζουν ρόλο τόσο στο σκέλος της παραγωγής όσο και της διανομής (χωρίς να εμποδίζει την επιτυχημένη είσοδο και επέκταση των μικρών εταιριών του κλάδου). Επίσης, η διανομή των υπό κρίση προϊόντων διευκολύνεται από τη μείωση του κόστους μεταφοράς, ως αποτέλεσμα του ανοίγματος του επαγγέλματος των μεταφορέων.

210. Επιπλέον, κατά τα γνωστοποιούντα μέρη τα τελευταία έτη, πραγματοποιήθηκαν κάποιες, όχι ιδιαίτερα σημαντικές, καινοτομίες στην αγορά του λευκού γάλακτος και αναφέρεται ενδεικτικά το λανσάρισμα από τη ΔΕΛΤΑ του SMART, το οποίο αφορά σε ειδικά εμπλουτισμένο προϊόν γάλακτος για τις ανάγκες παιδιών ηλικίας από 3-10 ετών²⁹⁷.

211. Η εκτίμηση των γνωστοποιούντων μερών είναι ότι «... είναι πιθανόν να υπάρξουν νέες είσοδοι στην αγορά από μεγάλους οίκους με διεθνή παρουσία στα γαλακτοκομικά οι οποίοι διαβλέπουν επενδυτικές και αναπτυξιακές ευκαιρίες στην Ελλάδα. Αυτή η εκτίμηση πηγάζει από την σταδιακή σταθεροποίηση του μακροοικονομικού περιβάλλοντος σε συνδυασμό με το γεγονός ότι α) σημαντικό μέρος των εγχώριων εταιριών έχουν υποστεί σημαντική απομείωση της αξίας τους λόγω της κρίσης και β) υπάρχει ισχυρή τάση στην διεθνή αγορά τα τελευταία χρόνια για ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα (κυρίως γιαούρτι και φέτα). Η είσοδος νέων ανταγωνιστών (είτε με απευθείας δραστηριοποίηση είτε μέσω της συνεργασίας με μεγάλες αλυσίδες λιανικής) αναμένεται να διευκολυνθεί από την πρόσφατη τροποποίηση της νομοθεσίας που διέπει τη διάρκεια ζωής του παστεριωμένου γάλακτος»²⁹⁸.

212. Στο έντυπο γνωστοποίησης αναφέρεται ότι, το τελευταίο διάστημα παρατηρείται σημαντική είσοδος στην αγορά από τοπικές γαλακτοβιομηχανίες (ή συνεργαζόμενους παραγωγούς που αναπτύσσουν και δραστηριότητα στο επόμενο στάδιο της αγοράς), οι οποίες αποκτούν ισχυρή θέση στους νομούς που εδρεύουν και κάποιοι από αυτούς

²⁹⁶ Η εκτίμηση αυτή των μερών έρχεται σε αντίθεση με τον ισχυρισμό τους ότι «η ύπαρξη καθιερωμένων σημάτων δεν έχει εμποδίσει την είσοδο στην αγορά (με σημαντικά μερίδια αγοράς) νέων εταιριών», (βλ. παρ. 233 του εντύπου γνωστοποίησης).

²⁹⁷ Ενδεικτικές χαρακτηριστικές εξελίξεις της τελευταίας περιόδου στον κλάδο, κατά τα γνωστοποιούντα μέρη, είναι οι εξής: Λανσάρισμα ΣΕΡΓΑΛ Φρέσκο Γάλα (Μάιος 2014), είσοδος στην κατηγορία φρέσκο PL Γαλαξία (Ιούλιος 2015), Λανσάρισμα Βιολογικό Γάλα PL ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ ΜΑΡΑΤΑ (Νοέμβριος 2015), Λανσάρισμα ΟΛΥΜΠΟΣ CHOCO COOL Σοκολατούχο carton (Σεπτέμβριος 2014), Λανσάρισμα FRIESLAND ΕΚΛΕΚΤΟ (Νοέμβριος 2015), Λανσάρισμα ΔΕΛΤΑ VITALINE SUPERFRUITS (Απρίλιος 2015), Λανσάρισμα ΔΕΛΤΑ Smart Σοκολάτα Μπανάνα (Απρίλιος 2014), Λανσάρισμα ΚΡΙ ΚΡΙ kids Peppa Pig Μήλο Αχλάδι Μπανάνα (Απρίλιος 2016) (βλ. αναλυτικότερα παρ. 231 επ. του εντύπου γνωστοποίησης).

²⁹⁸ Βλ. παρ. 258 του εντύπου γνωστοποίησης.

επιτυγχάνουν να έχουν παρουσία ακόμα και στις αγορές της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης. Χαρακτηριστικά παραδείγματα τέτοιων περιπτώσεων αποτελούν η ΣΕΡΓΑΛ και η ΚΡΙ-ΚΡΙ από τις Σέρρες, η ΕΒΟΛ από το Βόλο, η ΝΕΟΓΑΛ από τη Δράμα, η ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ από το Κιλκίς, η ΔΩΔΩΝΗ από την Ήπειρο και ο ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΘΕΣΓΑΛΑ-ΠΠΕΣ με νέες μεθόδους διανομής (αυτόματοι πωλητές φρέσκου γάλακτος).

213. Τέλος, άξιο αναφοράς, σύμφωνα με το έντυπο γνωστοποίησης, είναι το γεγονός πως τα σούπερ μάρκετ επεκτείνονται συνέχεια σε νέες υποκατηγορίες με προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας τα οποία σε κάποιες κατηγορίες απολαμβάνουν ισχυρής παρουσίας.

214. Η πλειοψηφία των ανταγωνιστριών εταιριών αναφέρει ότι δεν υπάρχουν νομικά εμπόδια εισόδου στην αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων²⁹⁹, εκτός από την εναρμόνιση της κείμενης ελληνικής νομοθεσίας με την αντίστοιχη ευρωπαϊκή (π.χ. η πρόσφατη μεταρρύθμιση στις ημέρες διατηρησιμότητας του γάλακτος, σε αντίθεση με την ευρωπαϊκή αγορά που, σχεδόν παντού, προσδιορίζεται μόνο με ευθύνη του παραγωγού)³⁰⁰, η οποία πραγματοποιείται με αργούς ρυθμούς, την έκδοση άδειας παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων³⁰¹, καθώς και, εν γένει, τη γραφειοκρατία της δημόσιας διοίκησης³⁰².

215. Ως προς τα πραγματικά εμπόδια εισόδου ορισμένες ανταγωνίστριες εταιρίες³⁰³ θεωρούν ότι αυτά είναι η εξεύρεση πρώτης ύλης (νωπού γάλακτος) σε ανταγωνιστικές τιμές, η κερδοφορία σε συνδυασμό με την έλλειψη χρηματοδότησης / ρευστότητας, η αστάθεια του οικονομικού περιβάλλοντος, η υπερβολική φορολόγηση, η γραφειοκρατία κατά την αδειοδότηση νέων επιχειρήσεων, οι προμήθειες / αμοιβές για την τοποθέτηση νέων προϊόντων στα ράφια των σούπερ μάρκετ, τα σημαντικά κεφάλαια που απαιτούνται για δαπάνες πώλησης και marketing και ο έντονος ανταγωνισμός. Ενδεικτικά, η ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ανέφερε ότι «για να εισέλθει μία νέα εταιρία στο χώρο των γαλακτοκομικών χρειάζεται τεχνογνωσία, σημαντική επένδυση σε υποδομές (εργοστάσιο, δίκτυο διανομής, κλπ), πρόσβαση σε πρώτη ύλη, σημαντικά κεφάλαια για δαπάνες πωλήσεων και marketing»³⁰⁴. Επίσης, κατά την ΤΡΙΚΚΗ, «...τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι νέες επιχειρήσεις είναι περισσότερα σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια. Κύριο λόγο αποτελεί η οικονομική ύφεση αλλά και το υψηλό κόστος αρχικής επένδυσης λόγω της έλλειψης κινήτρων από το κράτος. Η φορολογία έχει φτάσει σε απαγορευτικά επίπεδα και τα πιστωτικά ιδρύματα δεν έχουν τη δυνατότητα να χρηματοδοτήσουν τις νέες επιχειρήσεις σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια»³⁰⁵.

216. Καθώς ο κλάδος των γαλακτοκομικών είναι έντασης κεφαλαίου, προκύπτει το συμπέρασμα, και από τις απαντήσεις των εταιριών ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ,

²⁹⁹ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών NESTLE, ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, ΓΙΩΤΗΣ, ΟΠΤΙΜΑ, ΝΕΟΓΑΛ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ΔΩΔΩΝΗ ΣΕΡΓΑΛ, ΚΡΙ-ΚΡΙ, ΦΑΓΕ, ΗΠΕΙΡΟΣ, ΤΡΙΚΚΗ, ΕΛΓΕΚΑ, DANONE, ΕΒΟΛ, FRIESLAND, 3E, ARLA και ΣΤΑΜΟΥ.

³⁰⁰ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ.

³⁰¹ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΓΙΩΤΗΣ.

³⁰² Βλ. την απαντητική επιστολή της ΕΒΟΛ.

³⁰³ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ΔΩΔΩΝΗ, ΣΕΡΓΑΛ, ΗΠΕΙΡΟΣ, ΤΡΙΚΚΗ, ΕΒΟΛ, ARLA και ΣΤΑΜΟΥ.

³⁰⁴ Βλ. την πρώτη απαντητική επιστολή της εταιρίας ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ.

³⁰⁵ Βλ. την πρώτη απαντητική επιστολή της ΤΡΙΚΚΗ.

ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ΣΕΡΓΑΛ, ΤΡΙΚΚΗ και ΦΑΓΕ, ότι για μια νεοεισερχόμενη εταιρία απαιτούνται ιδιαίτερα σημαντικά κεφάλαια για τη δημιουργία νέων, σύγχρονων και ανταγωνιστικών εγκαταστάσεων συλλογής και παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων. Απαιτείται, επίσης, ανάπτυξη δικτύου προμηθευτών ως προς την πρώτη ύλη για τα ελληνικά προϊόντα και ανάπτυξη καλά οργανωμένου δικτύου διανομής για την προώθηση των τελικών προϊόντων.

217. Το σούπερ μάρκετ ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ αναφέρει ως νομικό εμπόδιο εισόδου τη σύντομη, σε σύγκριση με άλλα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, διάρκεια ζωής του παστεριωμένου γάλακτος και ως πραγματικό εμπόδιο την ανάγκη ανάπτυξης μεγάλου δικτύου διανομής λόγω των γεωγραφικών ιδιοτεροτήτων της ελληνικής επικράτειας (ορεινοί όγκοι, εκτενές επαρχιακό δίκτυο, πολλά νησιά κ.λπ.)³⁰⁶. Η εταιρία ΜΕΤΡΟ, υποστηρίζει ότι δεν υπάρχουν πραγματικά εμπόδια και μαζί με τις LIDL και ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ δεν αποκλείει την είσοδο νέων επιχειρήσεων στον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων³⁰⁷.

218. Συνοπτικά, λαμβάνοντας υπόψη τους προαναφερόμενους παράγοντες, και ιδίως τον κορεσμένο χαρακτήρα ορισμένων σχετικών αγορών, την καθιερωμένη φήμη και αξιοπιστία που έχουν κερδίσει τα υφιστάμενα σήματα, το εκτεταμένο δίκτυο διανομής των προϊόντων των υφιστάμενων γαλακτοβιομηχανιών, την περιορισμένη πρόσβαση στην αγορά προμήθειας νωπού γάλακτος που θα ενταθεί συνεπεία της υπό κρίση συγκέντρωσης, αλλά και τις επενδύσεις που απαιτούνται για τη δημιουργία των παραγωγικών μονάδων, εκτιμάται ότι δεν είναι εύκολη η είσοδος νέων επιχειρήσεων στον κλάδο στο άμεσο μέλλον. Ωστόσο, η επέκταση των δραστηριοτήτων των υφιστάμενων γαλακτοβιομηχανιών σε ορισμένες γειτνιάζουσες ή/και συναφείς αγορές θα πρέπει να θεωρείται εφικτή και πιθανή, όπως άλλωστε καταδεικνύει (έστω και σε μερικό βαθμό) η εμπειρία των τελευταίων πέντε χρόνων. Αναφέρονται, σχετικώς, η επέκταση γεωγραφικής κάλυψης μικρότερων εταιριών ή εταιριών τοπικής εμβέλειας (ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ΕΒΟΛ, ΘΕΣΓΑΛΑ-ΠΙΕΣ κ.ά.), η είσοδος αλυσίδων σούπερ μάρκετ με την ανάπτυξη ιδιωτικής ετικέτας προϊόντων στο λευκό γάλα, στο λευκό γιαούρτι και στο γιαούρτι με προσθήκες, καθώς και η επέκταση εταιριών στο βιολογικό γάλα³⁰⁸.

V.3.9 Λοιποί παράγοντες που λαμβάνονται υπόψη για τις επιπτώσεις μη συντονισμένης συμπεριφοράς

✓ *Οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις είναι άμεσοι ανταγωνιστές σε ορισμένες σχετικές αγορές*

219. Μία συγκέντρωση έχει λιγότερες πιθανότητες να παρακωλύσει σημαντικά τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό, ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης,

³⁰⁶ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ

³⁰⁷ Η εταιρία ΜΑΣΟΥΤΗΣ απάντησε ότι δεν διαθέτει στοιχεία για να απαντήσει και η ΠΕΝΤΕ πως δεν γνωρίζει σχετικά.

³⁰⁸ Βλ. παρ. 231 του εντύπου γνωστοποίησης.

όταν υπάρχουν πολλές δυνατότητες υποκατάστασης μεταξύ των προϊόντων των συμμετεχουσών επιχειρήσεων και εκείνων που προσφέρουν οι αντίπαλοι παραγωγοί³⁰⁹.

220. Εν προκειμένω, βάσει των απαντήσεων των ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, [...], FRIESLAND, ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, η ΔΕΛΤΑ και η ΜΕΒΓΑΛ θεωρούνται άμεσοι ανταγωνιστές στις εξής σχετικές αγορές: στο (φρέσκο) παστεριωμένο γάλα³¹⁰, στο σοκολατούχο γάλα³¹¹ και στο τυποποιημένο γιαούρτι με γεύσεις^{312, 313}.

✓ *Υπάρχει υπερβάλλουσα παραγωγική ικανότητα στην αγορά*

221. Αν και δεν διαθέτουν σχετικά στοιχεία, τα γνωστοποιούντα μέρη εκτιμούν ότι οι σχετικοί κλάδοι δεν λειτουργούν στα όρια της παραγωγικής τους ικανότητας στην ελληνική αγορά. Ειδικότερα, για τη ΔΕΛΤΑ, ο κλάδος γαλακτοκομικών λειτουργεί περίπου από [...] έως [...] της παραγωγικής του δυναμικότητας³¹⁴.

222. Η έρευνα της Υπηρεσίας έδειξε ότι η πλειοψηφία³¹⁵ των ανταγωνιστριών εταιριών έχει υπερβάλλουσα παραγωγική ικανότητα. Ειδικότερα, το ποσοστό χρησιμοποίησης της παραγωγικής ικανότητας των εν λόγω ανταγωνιστριών εταιριών κυμαίνεται περίπου από [...] έως [...] (ανάλογα με το παραγόμενο προϊόν), συνεπώς εκτιμάται ότι μπορούν να καλύψουν ενδεχόμενη αύξηση της ζήτησης τελικών προϊόντων³¹⁶.

✓ *Διαπραγματευτική δύναμη αγοραστών - Εναλλακτικές πηγές προμήθειας*

223. Η θέση των γνωστοποιούντων μερών για τη «...θεωρητική απόπειρα περιορισμού του ανταγωνισμού», αν και αναφέρεται κυρίως στην αγορά του σοκολατούχου γάλακτος, είναι κατά βάση ότι θα συναντήσει την αντίδραση και των μεγάλων αλυσίδων λιανικής, οι οποίες «πολλάκις έχει διαπιστωθεί και από την Επιτροπή Σας ότι διαθέτουν σημαντική διαπραγματευτική δύναμη έναντι των προμηθευτών»³¹⁷.

224. Σχετικά με τη διαπραγματευτική δύναμη των σούπερ μάρκετ, όπως προκύπτει και από τα συλλεχθέντα στοιχεία κατά την έρευνα της ΓΔΑ, η συντριπτική πλειοψηφία των

³⁰⁹ Κατευθυντήριες γραμμές για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων σύμφωνα με τον κανονισμό του Συμβουλίου για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων, ΕΕ 2004, C 31, σελ. 3, παρ. 28.

³¹⁰ Βλ. την απαντητική επιστολή της εταιρίας ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ. Η [...] και η FRIESLAND (βλ. την απαντητική επιστολή της) θεωρεί άμεσο ανταγωνιστή για τη ΜΕΒΓΑΛ στην εν λόγω αγορά τη ΔΕΛΤΑ, ενώ αντίστοιχα για τη ΔΕΛΤΑ θεωρούν στενότερο ανταγωνιστή την ΟΛΥΜΠΟΣ. Βλ. επίσης και την απαντητική επιστολή της ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, που θεωρεί ότι οι ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ είναι άμεσοι ανταγωνιστές στο (φρέσκο) παστεριωμένο γάλα.

³¹¹ Βλ. την απαντητική επιστολή της εταιρίας ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ. Η FRIESLAND θεωρεί ως άμεσο ανταγωνιστή για τη ΜΕΒΓΑΛ στην εν λόγω αγορά τη ΔΕΛΤΑ και την ίδια (FRIESLAND), και αντίστοιχα, για τη ΔΕΛΤΑ, στενότερο ανταγωνιστή θεωρεί την ΟΛΥΜΠΟΣ.

³¹² Βλ. την απαντητική επιστολή της εταιρίας ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ. Η FRIESLAND, στην απαντητική επιστολή της, αναφέρει την ΔΕΛΤΑ ως ανταγωνιστή της ΜΕΒΓΑΛ στην αγορά του γιαουρτιού, χωρίς όμως να προσδιορίζει αν αφορά το σύνολο της αγοράς ή συγκεκριμένες υπο-αγορές αυτής.

³¹³ Οι υπόλοιπες γαλακτοβιομηχανίες και σούπερ μάρκετ έδωσαν γενικές απαντήσεις στο σχετικό ερώτημα.

³¹⁴ Βλ. παρ. 219 του εντύπου γνωστοποίησης.

³¹⁵ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών [...] και [...]. Οι εταιρίες ΟΠΤΙΜΑ, ΕΛΓΕΚΑ και DANONE δεν παράγουν προϊόντα, αλλά τα διανέμουν/εμπορεύονται.

³¹⁶ Βλ. αναλυτικότερα παρ. 107-108.

³¹⁷ Βλ. παρ. 106 του εντύπου γνωστοποίησης.

ανταγωνιστριών εταιριών³¹⁸ συμμερίζεται εν μέρει την άποψη των μερών, καθώς υποστηρίζουν ότι η δύναμη των πελατών τους αυξάνεται λόγω της υψηλής συγκέντρωσης σε αλυσίδες ή ομίλους αγορών (με τις εξαγορές μικρών αλυσίδων από μεγάλους ομίλους λιανεμπορίου του εσωτερικού ή του εξωτερικού, είτε με το συνασπισμό μικρών καταστημάτων λιανικής κάτω από ομίλους - ομπρέλες), της επέκτασης δικτύου καταστημάτων και της ισχυροποίησης των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας. Παράλληλα, διευκρινίζουν ότι, όσο μεγαλύτερη είναι η συμμετοχή ενός πελάτη ή μιας κατηγορίας πελατών στο σύνολο του τζίρου, τόσο ισχυρότερες μπορούν να είναι οι πιέσεις που μπορούν να ασκηθούν για την εξασφάλιση ιδίως καλύτερων παροχών στις αγορές τους. Επίσης, η πλειοψηφία των ανταγωνιστριών εταιριών θεωρεί ότι οι μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ έχουν τη δυνατότητα να μειώσουν το χώρο στο ράφι για ένα γνωστό εμπορικό σήμα, δύσκολα όμως να το εκτοπίσουν τελείως. Ορισμένες δε εξ αυτών σημειώνουν τις ενδεχόμενες αρνητικές συνέπειες μιας τέτοιας ενέργειας για τις προμηθεύτριες εταιρίες³¹⁹.

225. Από τα στοιχεία που παρουσιάζονται στην ενότητα V.3.4, προκύπτει ότι τα σούπερ μάρκετ απορροφούν σημαντικό ποσοστό των πωλήσεων των εταιριών ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ και, ανάλογα με την κατηγορία του προϊόντος, τα ποσοστά αυτά διαφοροποιούνται. Ωστόσο, δεν θα πρέπει να παραγνωρίζεται ότι - παρά τη σημαντική θέση των σούπερ μάρκετ - πολύ σημαντικές πωλήσεις αναλογούν στο κανάλι των μικρών σημείων πώλησης (περίπτερα, φούρνοι, ψιλικά, μίνι μάρκετ). Περαιτέρω, κάποιες κατηγορίες γαλακτοκομικών προϊόντων, όπως χαρακτηριστικά το σοκολατούχο γάλα, διακινούνται σε πολύ μεγαλύτερο συγκριτικά βαθμό μέσω τέτοιων μικρών σημείων πώλησης³²⁰.

226. Από τις απαντήσεις της πλειοψηφίας των σούπερ μάρκετ προκύπτει πως θεωρούν ότι έχουν μικρή διαπραγματευτική δύναμη σε σχέση με τους προμηθευτές τους στην αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων. Η [...] αναφέρει πως «Με δεδομένο ότι βάσει στοιχείων της Nielsen, περίπου το 45% του συνολικού κύκλου εργασιών του κλάδου φρέσκου γάλακτος φαίνεται να πραγματοποιείται στα μικρά σημεία λιανικής πώλησης (φούρνοι, γαλακτοπωλεία, ψιλικά κλπ.), [...] θεωρεί ότι οι προμηθευτές της στην αγορά γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων έχουν σημαντική διαπραγματευτική δύναμη έναντι της ιδίας»³²¹. Η ΠΕΝΤΕ πιστεύει ότι η διαπραγματευτική δύναμή της μειώθηκε

³¹⁸ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών [...], ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, [...], ΝΕΟΓΑΛ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ΔΩΔΩΝΗ ΣΕΡΓΑΛ, [...], ΦΑΓΕ, ΤΡΙΚΚΗ, [...], ΕΒΟΛ, FRIESLAND, ARLA και ΣΤΑΜΟΥ. Σημειώνεται ότι ο συνεταιρισμός ΘΕΣΓΑΛΑ-ΠΙΕΣ διαθέτει τα προϊόντα του μόνο από καταστήματα αυτόματων πωλητών, ενώ οι εταιρίες ΟΠΤΙΜΑ και ΗΠΕΙΡΟΣ απάντησαν ότι η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών τους (αλυσίδες σούπερ μάρκετ, μεμονωμένα σούπερ μάρκετ, κ.λπ.) έναντι της επιχείρησής και των ανταγωνιστών τους είναι ισορροπημένη, καθώς διαθέτουν «...ποικιλία και ισχυρές μπράντες».

³¹⁹ Βλ. σχετικά απάντηση της NESTLE στην οποία σημειώνει ότι «είναι αναμφισβήτητος ο κίνδυνος που διατρέχει ένα σημαντικό προϊόν («leading brand») εφόσον παραμείνει εκτός αγοράς μεγάλου λιανοπωλητή να απολέσει τη φήμη και αναγνωρισιμότητα του στους καταναλωτές» και απάντηση της ΠΙΩΤΗΣ «Τα super market έχουν τη δύναμη να μειώσουν το χώρο στο ράφι ή ακόμα και να εκτοπίσουν ένα αρκετά γνωστό εμπορικό σήμα με τεράστιες απώλειες τζίρου και κερδών για τον προμηθευτή του super market».

³²⁰ Βλ. σχετικώς και ανωτέρω Πίνακας 22 και Πίνακας 23.

³²¹ Βλ. την απαντητική επιστολή της [...].

αισθητά μετά τις τελευταίες εξαγορές γνωστών αλυσίδων του χώρου (ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ, ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ, κ.λπ.), από άλλες και την συγκέντρωση από αυτούς μεγάλου όγκου πωλήσεων³²². Η [...] αναφέρει πως «Όλες οι διαπραγματεύσεις, όλων των Τομέων που αφορούν τρόφιμα επηρεάζονται από την ζήτηση της αγοράς. Αποτελεί πλεονέκτημα η ύπαρξη πολλών προμηθευτών που παράγουν σε υψηλό επίπεδο και μπορούν να προμηθεύουν άριστη ποιότητα. Λιγότερες εναλλακτικές σημαίνει μικρότερη προσφορά και μπορεί να ελαχιστοποιήσει το αποτέλεσμα»³²³. Τέλος, το σούπερ μάρκετ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ απάντησε στη σχετική ερώτηση ότι «Πάντοτε η διαπραγμάτευση μας με τους προμηθευτές έχει ως τελικό στόχο την προσφορά δίκαιων τιμών στους καταναλωτές μας. Σαφώς, η συγκέντρωση μεριδίων στο πρόσωπο του προμηθευτή δημιουργεί αυξημένη διαπραγματευτική δύναμη»³²⁴.

227. Διαφοροποιημένη είναι η άποψη της ΜΕΤΡΟ, η οποία αναφέρει ότι «Η διαπραγματευτική μας δύναμη είναι ισορροπημένη. Σε σχέση με γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση πιθανόν να μειωθεί, διότι η εταιρεία ΔΕΛΤΑ διαθέτει μεγάλα μερίδια στο γάλα στην Νότια Ελλάδα και η ΜΕΒΓΑΛ διαθέτει υψηλά μερίδια στο γάλα και στα γιαούρτια στην αγορά της Βορείου Ελλάδος»³²⁵. Αντίστοιχα, σύμφωνα με το σούπερ μάρκετ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, η διαπραγματευτική δύναμη «...είναι ισότιμη και πιστεύουμε ότι δεν θα επηρεασθεί σε περίπτωση υλοποίησης της υπό εξέταση συγκέντρωσης»³²⁶.

228. Επίσης, από την πλευρά των σούπερ μάρκετ, κατά την έρευνα της Υπηρεσίας, προκύπτει ότι αυτά θεωρούν πως πρακτικά δεν μπορούν να μειώσουν το ποσοστό στο ράφι ή/και να διακόψουν τη διανομή αρκετά γνωστών γαλακτοκομικών προϊόντων, λόγω των προτιμήσεων των καταναλωτών προς τα ισχυρά σήματα. Η ζήτηση κάθε προϊόντος καθορίζει τον βαθμό αύξησης/μείωσης ή και τη διακοπή της εμπορίας αυτού³²⁷.

229. Σχετικά με το θέμα της τυχόν παροχής υπηρεσιών category management προς αλυσίδες σούπερ μάρκετ και λοιπά σημεία λιανικής, σε απάντηση σχετικής ερώτησης της ΓΔΑ, τα γνωστοποιούντα μέρη ανέφεραν ότι «Σε καμία κατηγορία προϊόντων και σε κανένα πελάτη δεν παρέχονται υπηρεσίες «product/category management» από τις εταιρίες του ομίλου VIVARTIA»³²⁸, καθώς επίσης και ότι «Η ΜΕΒΓΑΛ δεν παρέχει υπηρεσίες category management σε πελάτες της. Οι ίδιοι οι πελάτες καθορίζουν τους χώρους πώλησης στα ράφια τους για την γκάμα των προϊόντων της ΜΕΒΓΑΛ που διαθέτουν»³²⁹.

230. Από τις απαντήσεις των εταιριών σούπερ μάρκετ προκύπτει ότι οι τελευταίες καθορίζουν τους χώρους στα ράφια ανάλογα με τις στρατηγικές επιλογές τους και τους επιχειρηματικούς στόχους τους (π.χ. αύξηση κερδοφορίας, αύξηση τζίρου, ποικιλία

³²² Βλ. την απαντητική επιστολή της ΠΕΝΤΕ.

³²³ Βλ. την απαντητική επιστολή της [...].

³²⁴ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ 5652/28.7.2014 επιστολή της ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ.

³²⁵ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΜΕΤΡΟ.

³²⁶ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ.

³²⁷ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΠΕΝΤΕ, ΜΕΤΡΟ, [...] και ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ. Η εταιρία ΜΑΣΟΥΤΗΣ απάντησε ότι «Λεδομένων των μακροχρόνιων- σταθερών συνεργασιών μας, δεν διαθέτουμε τα αναγκαία στοιχεία για να απαντήσουμε στο εν λόγω ερώτημα».

³²⁸ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών.

³²⁹ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1491/14.3.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών.

συλλογής, προϊόντα ιδιωτική ετικέτας κ.λπ.)³³⁰, και δεν παρέχονται κατευθύνσεις από τις γαλακτοβιομηχανίες σχετικά με τον τρόπο τοποθέτησης των προϊόντων (τυποποιημένου γιουρτιού, φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος, γάλακτος υψηλής θερμικής επεξεργασίας και σοκολατούχου γάλακτος) στο ράφι (category management).

231. Παρά ταύτα, πρέπει εν προκειμένω να συνεκτιμηθεί το γεγονός ότι τα μέρη, και δη η ΔΕΛΤΑ, προμηθεύουν τα σούπερ μάρκετ με ιδιαίτερα μεγάλη γκάμα γαλακτοκομικών, και όχι μόνο, προϊόντων, γεγονός που ενισχύει τη διαπραγματευτική της ισχύ έναντι αυτών.

232. Όσον αφορά στα μικρά σημεία πώλησης, εκτιμάται ότι η διαπραγματευτική τους δύναμη έναντι των προμηθευτών τους είναι πάρα πολύ μικρή, καθώς παρά το γεγονός ότι συνολικά απορροφούν σημαντικό μέρος των πωλήσεων των εταιριών για ορισμένα προϊόντα (βλ. ενότητα V.3.4), εντούτοις αποτελούνται από πολλές, μικρές (ατομικές ή οικογενειακές) επιχειρήσεις, που δεν ανήκουν σε ομίλους αγορών.

✓ Διαρθρωτικοί δεσμοί

233. Από την επεξεργασία των απαντήσεων των γαλακτοβιομηχανιών³³¹ προκύπτει ότι δεν υπάρχουν (άμεσες ή έμμεσες) συμμετοχές της VIVARTIA και της ΜΕΒΓΑΛ στο μετοχικό κεφάλαιο αυτών ή θυγατρικών τους, αλλά ούτε και (άμεση ή έμμεση) συμμετοχή των λοιπών γαλακτοβιομηχανιών στο μετοχικό κεφάλαιο της VIVARTIA και της ΜΕΒΓΑΛ ή θυγατρικών αυτών. Επίσης, κανένα από τα μέλη των Δ.Σ. των λοιπών γαλακτοβιομηχανιών δεν συμμετέχει στο Δ.Σ. της ΔΕΛΤΑ ή/και της ΜΕΒΓΑΛ και αντίστροφα.

234. Αναφορικά με την ύπαρξη συμφωνιών συνεργασίας μεταξύ των γαλακτοβιομηχανιών και της ΔΕΛΤΑ ή/και της ΜΕΒΓΑΛ, η πλειοψηφία των γαλακτοβιομηχανιών δήλωσε ότι δεν υφίστανται³³². Συγκεκριμένα, η FRIESLAND αναφέρει [...] ³³³. Η ΕΒΟΛ δήλωσε ότι «[...]»³³⁴. Η ΚΡΙ-ΚΡΙ [...] ³³⁵.

235. Τέλος, η NESTLE αναφέρει ότι [...] ³³⁶.

³³⁰ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών ΜΑΣΟΥΤΗΣ, ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΠΕΝΤΕ, ΜΕΤΡΟ, [...] και ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ.

³³¹ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών ΘΕΣΓΑΛΑ-ΠΙΕΣ, NESTLE, ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, ΓΙΩΤΗΣ, ΟΠΤΙΜΑ, ΝΕΟΓΑΛ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ΔΩΔΩΝΗ ΣΕΡΓΑΛ, ΚΡΙ-ΚΡΙ, ΦΑΓΕ, ΗΠΕΙΡΟΣ, ΤΡΙΚΚΗ, ΕΛΓΕΚΑ, DANONE, ΕΒΟΛ, FRIESLAND, [...] ARLA και ΣΤΑΜΟΥ.

³³² Βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών ΘΕΣΓΑΛΑ-ΠΙΕΣ, ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, ΓΙΩΤΗΣ, ΟΠΤΙΜΑ, ΝΕΟΓΑΛ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ΔΩΔΩΝΗ ΣΕΡΓΑΛ, ΦΑΓΕ, ΗΠΕΙΡΟΣ, ΤΡΙΚΚΗ, ΕΛΓΕΚΑ, DANONE, ΕΒΟΛ, FRIESLAND, ARLA και ΣΤΑΜΟΥ.

³³³ Βλ. την απαντητική επιστολή της FRIESLAND.

³³⁴ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΕΒΟΛ.

³³⁵ Βλ. την πρώτη απαντητική επιστολή της ΚΡΙ-ΚΡΙ.

³³⁶ Βλ. την πρώτη απαντητική επιστολή της NESTLE.

V.4 ΘΕΣΕΙΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ ΚΑΙ ΠΕΛΑΤΩΝ ΕΠΙ ΤΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΗΣ ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΘΕΙΣΑΣ ΠΡΑΞΗΣ ΣΤΙΣ ΟΡΙΖΟΝΤΙΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

V.4.1 Αναμενόμενα αποτελέσματα της υπό κρίση συγκέντρωσης στις ανταγωνίστριες επιχειρήσεις στον κλάδο της γαλακτοκομίας

236. Η Υπηρεσία απηύθυνε ερώτημα προς τις ανταγωνίστριες επιχειρήσεις των συμμετεχουσών στον κλάδο των γαλακτοκομικών σχετικά με τα αποτελέσματα που θεωρούν αυτές ότι θα έχει η γνωστοποιηθείσα πράξη: α) στην επιχείρησή τους, β) στα δίκτυα διανομής των σχετικών αγορών, γ) στους πελάτες και, τέλος, δ) στους τελικούς καταναλωτές.

237. Αρκετές επιχειρήσεις εκτιμούν ότι η υπό κρίση πράξη δεν θα επηρεάσει τη λειτουργία τους³³⁷.

238. Εντούτοις, η [...] σχολιάζοντας ευρύτερα ως προς τις επιπτώσεις της εν λόγω συγκέντρωσης, κάνει τις ακόλουθες εκτιμήσεις: «Είναι γνωστό ότι τέτοιου είδους επιχειρηματικές πράξεις επιφέρουν κατά κανόνα σημαντικές οικονομίες κλίμακας σε όλες τις λειτουργίες των οργανισμών που συμπράττουν. Από την ισχυροποίηση της θέσης τους έναντι των προμηθευτών τους συνεπάγεται μείωση του κόστους παραγωγής, μέχρι την αυξημένη διαπραγματευτική τους δύναμη έναντι των πελατών τους που συνεπάγεται μείωση του κόστους εκπτώσεων και παροχών. Επίσης, οικονομίες κλίμακας προκύπτουν τόσο στο σύστημα διανομής των προϊόντων όσο και στη διοικητική οργάνωση των επιχειρήσεων. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, το γεγονός αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα την αυξημένη κερδοφορία των κύριων ανταγωνιστών μας και την εντατικότερη εκμετάλλευση των πόρων τους. Τελικά, θεωρούμε ότι θα υπάρξει μια μεταβολή της ανταγωνιστικότητας προς το χειρότερο με επακόλουθο την επιδείνωση της θέσης των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων και συνεπώς και της [...] και ότι οι επιλογές διάθεσης του γάλακτος μειώνονται»³³⁸.

239. Αντίστοιχα, σύμφωνα με την ΣΕΡΓΑΛ «...η εξαγορά αυτή θα οδηγήσει σε μείωση του αριθμού των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σ αυτόν τον κλάδο πράγμα που θα οδηγήσει στην δημιουργία ολιγοπωλίου πράγμα που είναι εξ ορισμού ζημιογόνο για έναν κλάδο. Η δύναμη της εν λόγω εταιρίας θα αυξηθεί μιας και θα αυξηθεί το μερίδιο που θα κατέχει στην αγορά. Τα σενάρια που μπορεί να προκύψουν είναι πολλά και έχουν αρνητικές συνέπειες είτε στους καταναλωτές του κλάδου είτε στους ανταγωνιστές είτε ακόμα και στους πελάτες»³³⁹.

240. Η ΕΒΟΛ αναφέρει σχετικά «οποιαδήποτε συνένωση μεγάλων εταιρειών περιορίζει τον υγιή ανταγωνισμό. Το χρονικό διάστημα από την συνένωση είναι πολύ μικρό για την εξαγωγή ουσιαστικών και ασφαλών συμπερασμάτων»³⁴⁰.

241. Η ΘΕΣ ΓΑΛΑ αναφέρει ότι αποτέλεσμα της συγκέντρωσης για την ίδια την εταιρία θα είναι η αύξηση του ανταγωνισμού, ενώ κατά την κρίση της θα μειωθούν λόγω της συγχώνευσης τα διαθέσιμα σήματα ανά κατηγορία.

³³⁷ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των NESTLE, ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, ΟΠΤΙΜΑ, ΝΕΟΓΑΛ, [...], ΤΡΙΚΚΗ, DANONE, [...] και ΣΤΑΜΟΥ.

³³⁸ Βλ. την απαντητική επιστολή της [...].

³³⁹ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΣΕΡΓΑΛ.

³⁴⁰ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΕΒΟΛ.

242. Η **ΓΙΩΤΗΣ** αναμένει «Πιθανή μείωση μεριδίων στη σχετική αγορά «επιδόρπια με βάση το γάλα»³⁴¹. Αντίστοιχα, σύμφωνα με τη **ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ**: «...ενδέχεται να επηρεαστεί σε διάφορους τομείς ανάλογα με τις κινήσεις στις οποίες θα προβεί ο όμιλος *Vivartia*. Θεωρητικά, η επίτευξη συνεργειών και οικονομίας κλίμακος δίνουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ούτως ώστε να βελτιώσουν τη θέση τους σε σχέση με τον ανταγωνισμό (συμπεριλαμβανομένης της *Φάρμα Κουκάκη*)»³⁴². Η **ΔΩΔΩΝΗ** αναφέρει ότι: «*Η συνδυασμένη Δέλτα και Μεβγάλ οντότητα θα έχει αυξημένο μερίδιο αγοράς σε όλες τις σχετικές αγορές και ιδίως στα επιμέρους τμήματα του νωπού γάλακτος, σοκολατούχου γάλακτος και του γιαουρτιού, όπου θα πρέπει λογικά να αναμένεται να γίνει ο κυρίαρχος παίκτης με υπέρμετρη ισχύ και διαπραγματευτική δύναμη έναντι αμφοτέρων των προμηθευτών (στην αγορά προηγούμενου σταδίου), καθώς και των πελατών (τους λιανοπωλητές και χονδρεμπόρους, στην αγορά επόμενου σταδίου)*»³⁴³.

243. Τέλος, η [...] θεωρεί ότι η γενικότερη ενίσχυση της δύναμης της **VIVARTIA** θα την έπληττε σε μέτριο βαθμό, κυρίως όμως όσον αφορά στα προϊόντα της **ΜΕΒΓΑΛ** (φέτα συσκευασμένη και ημίσκληρο τυρί)³⁴⁴.

V.4.2 Αναμενόμενα αποτελέσματα της υπό κρίση συγκέντρωσης στα δίκτυα διανομής

244. Σύμφωνα με την εταιρία **ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ**: «...στα δίκτυα διανομής των σχετικών αγορών ως λογικό επακόλουθο της γνωστοποιηθείσας πράξης θα μπορούσε να είναι ο περιορισμός αυτών δεδομένου του γεγονότος ότι σε αρκετές περιπτώσεις είναι πιθανό να υπάρξει αλληλοεπικάλυψη του ενός δικτύου της μίας εταιρίας από το δίκτυο της άλλης οπότε ως λογικό επακόλουθο θα ήταν να περιοριστούν κάποια από αυτά ώστε αντίστοιχα να περιοριστούν και τα ανάλογα κόστη διανομής»³⁴⁵. Με αυτή την άποψη συμφωνεί και η **ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ**³⁴⁶.

245. Οι εταιρίες **ΟΠΤΙΜΑ** και **ΗΠΕΙΡΟΣ** αναφέρουν ότι θα δημιουργηθούν οικονομίες κλίμακας στα δίκτυα διανομής των **ΔΕΛΤΑ** και **ΜΕΒΓΑΛ**³⁴⁷.

246. Τέλος, κατά την **ΤΡΙΚΚΗ**: «*Τα δίκτυα διανομής των αγορών του Παραρτήματος Α θα επηρεαστούν για το αμέσως χρονικό διάστημα από τη γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση των εν λόγω εταιριών λόγω των μεγεθών των δυο εταιριών άλλα σε σύντομο χρονικό διάστημα θεωρούμε ότι το ενδεχόμενο κενό κάλυψης γεωγραφικών περιοχών θα καλυφθεί με όσα δίκτυα διανομής θα απαιτηθούν*»³⁴⁸.

³⁴¹ Βλ. την απαντητική επιστολή της **ΓΙΩΤΗΣ**.

³⁴² Βλ. την απαντητική επιστολή της **ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ**.

³⁴³ Βλ. την απαντητική επιστολή της **ΔΩΔΩΝΗ**.

³⁴⁴ Βλ. την απαντητική επιστολή της [...].

³⁴⁵ Βλ. την απαντητική επιστολή της **ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ**.

³⁴⁶ Βλ. την πρώτη απαντητική επιστολή της **ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ**.

³⁴⁷ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των **ΟΠΤΙΜΑ** και **ΗΠΕΙΡΟΣ**.

³⁴⁸ Βλ. την απαντητική επιστολή της **ΤΡΙΚΚΗ**.

V.4.3 Αναμενόμενα αποτελέσματα της υπό κρίση συγκέντρωσης στους πελάτες

247. Η πλειοψηφία των ερωτηθεισών επιχειρήσεων εκτιμά ότι η υπό κρίση συγκέντρωση δεν θα έχει επιπτώσεις (ή αυτές θα είναι ελάχιστες) στους πελάτες των γαλακτοβιομηχανιών^{349, 350}.

248. Εκφράζεται όμως και η αντίθετη άποψη³⁵¹, ότι δηλαδή μετά την ολοκλήρωση της υπό κρίση πράξης, θα αυξηθεί σημαντικά η διαπραγματευτική δύναμη της νέας οντότητας, καθώς, όπως σημειώνει η εταιρία **ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ**, οι δύο εταιρίες θα έχουν στη «*φαρέτρα τους περισσότερα brand names*». Η **ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ** ανέφερε ότι «*Ενδεχομένως να υπάρξει αύξηση της διαπραγματευτικής δύναμης της βιομηχανίας*». Ομοίως, η **NESTLE** εκτιμά ότι θα δημιουργηθεί μία μεγαλύτερη εταιρία με μεγαλύτερη διαπραγματευτική δύναμη. Τέλος, κατά την εταιρία **ΗΠΕΙΡΟΣ** «*από τη στιγμή που θα αυξηθούν οι πωλήσεις, και άρα η σχετική ισχύς του νέου σχήματος, θα ισχυροποιηθεί απέναντι στους πελάτες*».

249. Τέλος, η **ΤΡΙΚΚΗ** εκτιμά ότι η συγκέντρωση θα οδηγήσει σε περιορισμό στη προμήθεια προϊόντων που μέχρι σήμερα αγόραζαν οι πελάτες των μερών και η στρατηγική τους θα είναι η αναπλήρωση της γκάμας αυτών των προϊόντων με άλλα³⁵².

V.4.4 Αναμενόμενα αποτελέσματα της υπό κρίση συγκέντρωσης στους καταναλωτές

250. Η πλειοψηφία των ανταγωνιστριών εταιριών εκτιμά πως δεν θα υπάρξουν επιπτώσεις για τους καταναλωτές από την ολοκλήρωση της υπό κρίση συγκέντρωσης, χωρίς όμως να αναλύουν περαιτέρω τις απόψεις τους³⁵³.

251. Αντίθετα, η **ΘΕΣ ΓΑΛΑ** εκτιμά ότι η αγορά θα συρρικνωθεί περαιτέρω με πιθανότητα δημιουργίας συνθηκών олиγοπωλίου (καρτέλ), χωρίς ωστόσο να αιτιολογεί περαιτέρω τον ισχυρισμό αυτό³⁵⁴. Η **ΔΩΔΩΝΗ** αναφέρει ότι, «*Λαμβάνοντας υπόψη ότι η οντότητα που θα προκύψει από τον συνδυασμό ΔΕΛΤΑ – ΜΕΒΓΑΛ θα έχει δεσπόζουσα θέση σε μια σειρά από σχετικές αγορές προϊόντων, θα μπορούσε κανείς εύλογα να περιμένει ότι θα έχει την απαραίτητη ισχύ στην αγορά να αυξήσει τις τιμές των προϊόντων χωρίς να υποστεί σημαντικές απώλειες μεριδίου αγοράς. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα όσον αφορά την αγορά του σοκολατούχου γάλακτος*»³⁵⁵. Η **ΣΕΡΓΑΛ** εκτιμά ότι από την αύξηση της δύναμης των εταιριών ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ «*Τα σενάρια που μπορεί να προκύψουν είναι πολλά και έχουν αρνητικές συνέπειες είτε στους καταναλωτές του κλάδου είτε στους*

³⁴⁹ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών ΓΙΩΤΗΣ, ΟΠΤΙΜΑ, ΝΕΟΓΑΛ («ελάχιστη»), ΔΩΔΩΝΗ («Πάρα πολύ περιορισμένη έως μηδαμινή αλλαγή εάν διατηρηθούν τα εμπορικά σήματα ξεχωριστά»), DANONE, FRIESLAND («ελάχιστα») και της ΣΤΑΜΟΥ.

³⁵⁰ Ενδεικτικά, η ΟΠΤΙΜΑ αναφέρει ότι αν και είναι πολύ δύσκολο να εκτιμηθούν οι επιπτώσεις, «...Δεν θεωρούμε ότι θα υπάρξει σημαντική μεταβολή». Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 5662/28.7.2014 απαντητική επιστολή της ΤΡΙΚΚΗ.

³⁵¹ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΘΕΣΓΑΛΑ-ΠΙΕΣ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ΣΕΡΓΑΛ, [...], ΝΕΣΤΛΕ και ΗΠΕΙΡΟΣ.

³⁵² Βλ. την απαντητική επιστολή της ΤΡΙΚΚΗ.

³⁵³ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, ΓΙΩΤΗΣ, ΟΠΤΙΜΑ, ΝΕΟΓΑΛ («ελάχιστη»), ΗΠΕΙΡΟΣ, DANONE, [...] («ελάχιστα»),

³⁵⁴ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΘΕΣΓΑΛΑ.

³⁵⁵ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΔΩΔΩΝΗ.

ανταγωνιστές είτε ακόμα και στους πελάτες»³⁵⁶. Σύμφωνα με την ΤΡΙΚΚΗ «Η γνωστοποιηθείσα πράξη θα έχει ως αποτέλεσμα οι τελικοί καταναλωτές να έχουν να επιλέξουν από μια γκάμα προϊόντων που θα μειωθεί λόγω της συγκέντρωσης, αλλά οι επιλογές σε γαλακτοκομικά/ τυροκομικά προϊόντα συνεχίζουν να διατηρούνται σε υψηλά επίπεδα ποσότητας και ποιότητας»³⁵⁷. Τέλος, η ΓΙΩΤΗΣ αναμένει καλύτερες προσφερόμενες τιμές στους καταναλωτές³⁵⁸.

252. Αναφορικά με τις επιπτώσεις της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης στους τελικούς καταναλωτές κατά την άποψη της [...] «... δεν θα είναι διακριτές»³⁵⁹. Αντίθετη άποψη διατύπωσαν οι ΜΕΤΡΟ και [...], οι οποίες εκτιμούν ότι δεν θα υπάρξουν επιπτώσεις³⁶⁰.

V.5 ΟΡΙΖΟΝΤΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΟΜΕΝΕΣ ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

V.5.1 Αγορά λευκού γάλακτος

253. Η θέση των γνωστοποιούντων μερών είναι ότι η αγορά λευκού γάλακτος είναι ενιαία και ότι οι τέσσερις υποκατηγορίες γάλακτος (φρέσκο παστεριωμένο, υψηλής θερμικής επεξεργασίας, μακράς διαρκείας και συμπυκνωμένο) παρουσιάζουν σημαντική εναλλαξιμότητα, η οποία προκύπτει και από το γεγονός ότι σταδιακά οι πωλήσεις φρέσκου γάλακτος και συμπυκνωμένου μειώνονται προς όφελος του γάλακτος υψηλής θερμικής επεξεργασίας.

Πίνακας 24: Ποσοστιαία συμμετοχή κατηγοριών γάλακτος στη συν. αγορά λευκού γάλακτος, 2012-2016 (σε αξία)

Κατηγορίες Γάλακτος	2012	2013	2014	2015	2016
ΦΡΕΣΚΟ ΠΑΣΤΕΡΙΩΜΕΝΟ	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%
ΥΨΗΛΗΣ ΘΕΡΜΙΚΗΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
ΜΑΚΡΑΣ ΔΙΑΡΚΕΙΑΣ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΣΥΜΠΥΚΝΩΜΕΝΟ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%

Πηγή: Έντυπο Γνωστοποίησης (AC Nielsen)

254. Η θέση των γνωστοποιούντων μερών ως προς τα μερίδια αγοράς, βάσει των στοιχείων που προσκόμισαν και του, κατά την εκτίμησή τους, προσδιορισμού των σχετικών αγορών, είναι ότι η νέα οντότητα στην ενιαία αγορά λευκού γάλακτος θα έχει μερίδιο αγοράς [25-35]% σε αξία.

255. Τα γνωστοποιούντα μέρη υποστηρίζουν την ύπαρξη ενιαίας αγοράς, χρησιμοποιώντας εντούτοις επιχειρήματα μόνο για την ενιαία αγορά του φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος και του γάλακτος υψηλής παστερίωσης³⁶¹. Οι λόγοι που επικαλούνται είναι ότι:

α) σε αυτή την κατηγοριοποίηση κατέληξε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στην υπόθεση με αριθ. COMP/M.5046 –Friesland Foods/Campina,

³⁵⁶ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΣΕΡΓΑΛ.

³⁵⁷ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΤΡΙΚΚΗ.

³⁵⁸ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΓΙΩΤΗΣ.

³⁵⁹ Βλ. την απαντητική επιστολή της [...].

³⁶⁰ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των [...] και ΜΕΤΡΟ.

³⁶¹ Βλ. παρ. 91 και 92 του εντύπου γνωστοποίησης.

β) το φρέσκο παστεριωμένο γάλα και το γάλα υψηλής παστερίωσης παράγονται στις ίδιες μονάδες και διανέμονται με τα ίδια συστήματα και μέσα, τοποθετούνται στο ψυγείο των καταστημάτων λιανικής, έχουν όμοια γεύση, όμοιες συσκευασίες και αντίστοιχες περίπου τιμές χονδρικής και λιανικής. Πρόκειται δηλ. για το ίδιο προϊόν (γάλα ψυγείου σε αντιπαραβολή με γάλα στο ράφι),

γ) η εξέλιξη της τιμής του γάλακτος υψηλής παστερίωσης παρακολουθεί στενά αυτή της τιμής του φρέσκου γάλακτος, και πλέον η διαφορά στην τιμή ανάμεσα στις δύο κατηγορίες είναι πολύ μικρή.

Πίνακας 25: Εξέλιξη μέσης τιμής φρέσκου γάλακτος και γάλακτος Υ.Π., 2012-2016

	2012	2013	2014	2015	2016
ΦΡΕΣΚΟ ΓΑΛΛΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΓΑΛΛΑ ΗΡ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: ΔΕΛΤΑ (AC Nielsen)

δ) τα δύο προϊόντα απευθύνονται στους ίδιους καταναλωτές, οι οποίοι στο μεγαλύτερο ποσοστό τους επιλέγουν είτε υψηλής παστερίωσης είτε φρέσκο παστεριωμένο αδιαφορώντας για το ποια υπό-κατηγορία θα καταναλώσουν³⁶².

ε) η τροποποίηση του ν. 4254/2014 σχετικά με τη διάρκεια συντήρησης του γάλακτος³⁶³ συνηγορεί πλέον αποφασιστικά υπέρ του καθορισμού ενιαίας αγοράς παστεριωμένου και Υ.Π. γάλακτος³⁶⁴.

256. Σε κάθε περίπτωση, σύμφωνα με τα γνωστοποιούντα μέρη, υπό οποιαδήποτε εκδοχή καθορισμού της αγοράς λευκού γάλακτος, η υπό εξέταση συγκέντρωση δεν θα περιορίσει τον ανταγωνισμό, τόσο διότι σε αυτή δραστηριοποιούνται πολλοί και σημαντικοί ανταγωνιστές όσο και διότι ακόμα και στην κατηγορία φρέσκο γάλα, το αθροιστικό μερίδιο των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ « ... δεν υπερβαίνει πλέον το [35-45] βάσει όγκου»^{365 366}.

257. Σχετικά με την οριοθέτηση των σχετικών αγορών για το λευκό γάλα, αναφέρονται τα ακόλουθα.

258. Σύμφωνα με προηγούμενες αποφάσεις της ΕΑ³⁶⁷, η επιλογή του τύπου γάλακτος από τους καταναλωτές βασίζεται κυρίως στη διάρκεια ζωής των διαφόρων τύπων γάλακτος, στην προτίμηση γεύσης και στην τιμή. Οι διαφοροποιήσεις των τύπων γάλακτος προσδιορίζονται από τη μέθοδο θερμικής επεξεργασίας, που ακολουθείται

³⁶² Βλ. παρ. 95 του εντύπου γνωστοποίησης.

³⁶³ Με την εν λόγω ρύθμιση καταργείται η πρόβλεψη για φρέσκο γάλα με διάρκεια συντήρησης έως 5 ημερών. Το γάλα διακρίνεται πλέον σε παστεριωμένο (διάρκεια συντήρησης έως 7 ημέρες) και υψηλής θερμικής επεξεργασίας (η διάρκεια συντήρησής του καθορίζεται με ευθύνη του παρασκευαστή). Επίσης εισάγεται και ο όρος «γάλα ημέρας» (διάρκεια συντήρησης δεν υπερβαίνει τις 2 ημέρες). Για τις τροποποιήσεις που επέφερε ο ν. 4254/2014 σχετικά με τη διάρκεια συντήρησης του γάλακτος βλ. αναλυτικότερα αμέσως κατωτέρω.

³⁶⁴ Βλ. παρ. 96 του εντύπου γνωστοποίησης.

³⁶⁵ Βλ. παρ. 96 του εντύπου γνωστοποίησης.

³⁶⁶ Ειδικότερα, υποστηρίζουν ότι ακόμη και εάν θεωρηθεί ότι η κατηγορία (φρέσκου) παστεριωμένου γάλακτος συνιστά χωριστή αγορά, τα μερίδια της νέας οντότητας αγγίζουν τα επίπεδα του 41,5% σε αξία (βλ. σχετ. 23b του εντύπου γνωστοποίησης).

³⁶⁷ Βλ. τις υπ' αριθ. 369/V/2007, 373/V/2007, 509/VI/2010, 515/VI/2011 και 598/2014 αποφάσεις της ΕΑ.

ανάλογα με την επιδιωκόμενη διάρκεια ζωής. Όσο μεγαλύτερη είναι η θερμική επεξεργασία, τόσο μεγαλύτερη είναι η διάρκεια ζωής, αλλά και η διαφοροποίηση στη γεύση. Κατά συνέπεια η αγορά λευκού γάλακτος δεν είναι ενιαία, αλλά περιλαμβάνει τις εξής υπό-αγορές: α) φρέσκο παστεριωμένο γάλα, β) γάλα υψηλής παστερίωσης ή υψηλής θερμικής επεξεργασίας (Υ.Π. ή ΗΡ)³⁶⁸, γ) γάλα μακράς διάρκειας (Μ.Δ. ή U.H.T.), δ) συμπυκνωμένο γάλα (εβαπορέ), ε) παιδικό γάλα, στ), λειτουργικό/εμπλουτισμένο γάλα.

259. Ο προαναφερόμενος ισχυρισμός των μερών ότι η εξέλιξη της τιμής γάλακτος υψηλής θερμικής επεξεργασίας παρακολουθεί στενά αυτή της τιμής του φρέσκου γάλακτος και ότι η διαφορά στην τιμή είναι πολύ μικρή³⁶⁹ δεν είναι ακριβής, διότι την περίοδο 2014-2016 η τιμή του φρέσκου γάλακτος παρέμεινε σταθερή, ενώ η αντίστοιχη τιμή του γάλακτος υψηλής παστερίωσης παρουσίασε πτώση κατά [...] % και όπως προκύπτει από τον παρακάτω πίνακα, η ποσοστιαία διαφορά τιμής μεταξύ των δύο υποκατηγοριών γάλακτος εξακολουθεί να είναι σημαντική (2011: [10-15]%, 2012: [10-15]%, 2013: [10-15]%, 2014: [10-15]%, 2015: [10-15]%, 2016: [5-10]%).

Πίνακας 26: Ποσοστιαία διαφορά τιμής μεταξύ φρέσκου γάλακτος και γάλακτος Υ.Π., 2011-2016

2011	2012	2013	2014	2015	2016
[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[5-10]%

Πηγή: Προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη

260. Επιπλέον, ο ισχυρισμός των γνωστοποιούντων μερών ότι οι πωλήσεις φρέσκου και συμπυκνωμένου γάλακτος μειώνονται σταδιακά, προς όφελος της κατηγορίας γάλακτος υψηλής παστερίωσης, δεν αποτυπώνει την ακριβή εικόνα της αγοράς. Όπως φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί, όλες οι υπό-αγορές του λευκού γάλακτος παρουσιάζουν μειωμένες πωλήσεις.

Πίνακας 27: Πωλήσεις κατηγοριών γάλακτος στη συν. αγορά λευκού γάλακτος, 2014-2016

Κατηγορίες Γάλακτος	2014	2015	2016
ΦΡΕΣΚΟ ΠΑΣΤΕΡΙΩΜΕΝΟ	[...]	[...]	[...]
ΥΨΗΛΗΣ ΘΕΡΜΙΚΗΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ	[...]	[...]	[...]
ΜΑΚΡΑΣ ΔΙΑΡΚΕΙΑΣ	[...]	[...]	[...]
ΣΥΜΠΥΚΝΩΜΕΝΟ	[...]	[...]	[...]
ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΥΚΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ	[...]	[...]	[...]

Πηγή: Έντυπο Γνωστοποίησης (AC Nielsen, σε όρους αξίας, '000ς)

261. Όπως προαναφέρθηκε, ο ν. 4254/2014³⁷⁰ εισήγαγε τροποποιήσεις για την αγορά γάλακτος. Βάσει αυτών δίνονται πλέον οι εξής ορισμοί:

³⁶⁸ Οι υπό-αγορές λευκού γάλακτος υπό γ., δ., ε., και στ., ορίζονται στη συνέχεια, καθώς τα μέρη επικεντρώνουν την επιχειρηματολογία τους περί ενιαίας αγοράς φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος και γάλακτος υψηλής παστερίωσης.

³⁶⁹ Βλ. έντυπο γνωστοποίησης.

³⁷⁰ Βλ. συγκεκριμένα υποπερ. 2α της υποπαρ. ΣΤ8 της παρ. ΣΤ του πρώτου άρθρου του ν. 4254/2014 «Μέτρα στήριξης και ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας στο πλαίσιο εφαρμογής του ν. 4046/2012 και άλλες διατάξεις» (ΦΕΚ Α' 85/7.4.2014), όπου και αναφέρεται ότι οι συσκευασίες γάλακτος της προηγούμενης υποπερίπτωσης που διατίθενται στην αγορά συμμορφώνονται με τις απαιτούμενες ενδείξεις εντός δύο (2) μηνών από την έναρξη ισχύος του παρόντος νόμου.

(α) Παστεριωμένο γάλα: «Ως «παστεριωμένο γάλα» νοείται το γάλα το οποίο έχει υποβληθεί σε επεξεργασία που περιλαμβάνει την έκθεση σε υψηλή θερμοκρασία για μικρό χρονικό διάστημα (+71,7 βαθμούς C τουλάχιστον για 15 δευτερόλεπτα) ή σε χαμηλή θερμοκρασία για μεγάλο χρονικό διάστημα (+63 βαθμούς C τουλάχιστον για 30 λεπτά) ή σε διαδικασία παστερίωσης που χρησιμοποιεί διαφορετικούς συνδυασμούς χρόνου και θερμοκρασίας μεταξύ των δύο παραπάνω συνθηκών για την επίτευξη ισοδύναμου αποτελέσματος, παρουσιάζει αρνητική αντίδραση στη δοκιμασία φωσφατάσης και θετική στη δοκιμασία υπεροξειδάσης, αμέσως δε μετά την παστερίωση ψύχεται το συντομότερο δυνατόν σε θερμοκρασία που δεν υπερβαίνει τους +6 βαθμούς C, στην οποία θερμοκρασία και συντηρείται, η συντήρησή του διαρκεί μέχρι 7 ημέρες, καθορίζεται με ευθύνη του παρασκευαστή και υπόκειται σε έλεγχο των αρμόδιων αρχών του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων.

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

(β) Γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας: «Ως «γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας» νοείται το γάλα το οποίο έχει υποβληθεί σε επεξεργασία που περιλαμβάνει την έκθεση σε υψηλή θερμοκρασία στους +85 βαθμούς έως +127 βαθμούς C σε τέτοιες συνθήκες θερμοκρασίας και χρόνου ώστε η δοκιμασία υπεροξειδάσης να είναι αρνητική, αμέσως δε μετά τη θερμική του επεξεργασία ψύχεται, το συντομότερο δυνατόν σε θερμοκρασία που δεν υπερβαίνει τους +6 βαθμούς C. Η συντήρηση του γάλακτος υψηλής θερμικής επεξεργασίας γίνεται σε θερμοκρασία που δεν υπερβαίνει τους +6 βαθμούς C η δε διάρκεια συντήρησής του καθορίζεται με ευθύνη του παρασκευαστή και υπόκειται σε ελέγχους των αρμόδιων αρχών κατά τις προβλέψεις του ενωσιακού δικαίου. Στη συσκευασία του γάλακτος υψηλής θερμικής επεξεργασίας πρέπει να αναγράφονται σε εμφανές σημείο και με ευδιάκριτους χαρακτήρες οι ενδείξεις «γάλα» και «υψηλής θερμικής επεξεργασίας», η ημερομηνία επεξεργασίας, η ημερομηνία λήξης, το σήμα καταλληλότητας του προϊόντος και η θερμοκρασία συντήρησής του. Στη συσκευασία πρέπει να αναγράφεται σε σαφή μορφή και εμφανές σημείο στο ίδιο οπτικό πεδίο με το σήμα του προϊόντος η διάρκεια ζωής του γάλακτος σε ημέρες. Απαγορεύεται η με οποιονδήποτε τρόπο και σε οποιοδήποτε σημείο της συσκευασίας του προϊόντος αναγραφή της ένδειξης «παστεριωμένο». Το γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας τοποθετείται σε ευδιάκριτα ξεχωριστό σημείο από το παστεριωμένο γάλα σε όλα τα σημεία διάθεσης».

262. Το γεγονός και μόνο ότι διευρύνεται η διάρκεια ζωής του «φρέσκου παστεριωμένου» γάλακτος κατά δύο ημέρες³⁷¹ δεν το καθιστά αυτόματα πλήρως εναλλάξιμο με το γάλα υψηλής παστερίωσης. Επίσης πρέπει να σημειωθεί ότι κατά το νόμο γίνεται σαφής διάκριση ανάμεσα στο παστεριωμένο γάλα και το γάλα υψηλής θερμικής επεξεργασίας, το οποίο θα πρέπει να τοποθετείται σε ευδιάκριτα ξεχωριστό σημείο από το παστεριωμένο γάλα, γεγονός που συγκλίνει στην άποψη ότι οι δύο κατηγορίες γάλακτος θα πρέπει να είναι διακριτές.

263. Η ΓΔΑ απέστειλε ερωτηματολόγια σε είκοσι (20) ανταγωνίστριες εταιρίες και σε έξι (6) σούπερ μάρκετ – πελάτες των συμμετεχουσών επιχειρήσεων με ερωτήσεις σχετικές, μεταξύ άλλων, με την οριοθέτηση των σχετικών αγορών.

264. Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθεισών ανταγωνιστριών επιχειρήσεων³⁷² συμφωνεί με την οριοθέτηση των σχετικών αγορών, όπως έχει προκύψει και από τις υπ' αριθ. 515/VI/2011 και 598/2014 αποφάσεις της ΕΑ, με ουσιαστική διαφοροποίηση μόνο της εταιρίας FRIESLAND, ενώ η εταιρία ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ προέβη σε μία επιμέρους παρατήρηση.

265. Ειδικότερα, σύμφωνα με την FRIESLAND, « ... η εταιρεία μας διακρίνει και παρακολουθεί τη δραστηριότητα της στις παρακάτω κατηγορίες: Σημειώνουμε ότι σχολιάζουμε μόνο γαλακτοκομικά προϊόντα, στα οποία δραστηριοποιούμαστε.

1. *Λευκό γάλα:* Περιλαμβάνει όλα τα λευκά γάλατα. Ειδικά στην κατηγορία αυτή, θα μπορούσε κανείς να διακρίνει τρεις υποκατηγορίες i) έτοιμα προς πόση γάλατα (παστεριωμένο ή υψηλής παστερίωσης), ii) συμπυκνωμένο γάλα και iii) γάλα μακράς διάρκειας με βάση προϊόντικά χαρακτηριστικά. Εντούτοις, εμείς τη θεωρούμε ενιαία αγορά, καθώς όλα τα ως άνω προϊόντα είναι κυρίως γάλατα προς πόση και πλήρως υποκατάστατα μεταξύ τους από την πλευρά της ζήτησης.
2. Σοκολατούχο γάλα ή με άλλες γεύσεις
3. Γιαούρτι: Περιλαμβάνει λευκό γιαούρτι, γιαούρτι με γεύσεις, οξυγάλατα (πχ. ξινόγαλα, κεφίρ).
4. Επιδόρπια με βάση το γάλα (πχ. ρυζόγαλα, κρέμα καραμελέ κλπ)
5. Τυριά: Περιλαμβάνει φέτα, λευκά, και κίτρινα τυριά.
6. Κρέμα Γάλακτος
7. Βούτυρα».

266. Περαιτέρω, η εταιρία ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ αν και συμφωνεί με τον ορισμό των επιμέρους σχετικών αγορών, όπως αυτός ορίζεται στην ανωτέρω απόφαση,

³⁷¹ Βλ. σχετικά άρθρο 6 του ΠΔ 113/1999, όπως ίσχυε: «6. α. Ως "παστεριωμένο γάλα" νοείται το γάλα το οποίο έχει υποβληθεί σε επεξεργασία που περιλαμβάνει την έκθεση σε υψηλή θερμοκρασία για μικρό χρονικό διάστημα (τουλάχιστον 71,70 βαθμούς C για 15 δευτερόλεπτα ή ισοδύναμος συνδυασμός) ή σε διαδικασία παστερίωσης που χρησιμοποιεί διαφορετικούς συνδυασμούς χρόνου και θερμοκρασίας για την επίτευξη ισοδύναμου αποτελέσματος, παρουσιάζει αρνητική αντίδραση στη δοκιμασία φωσφατάσης και Θετική στη δοκιμασία υπεροξειδάσης, αμέσως δε μετά την παστερίωση ψύχεται, το συντομότερο δυνατό, σε θερμοκρασία που δεν υπερβαίνει τους +60 βαθμούς C, στην οποία θερμοκρασία και συντηρείται, η δε διάρκεια συντήρησής του καθορίζεται με ευθύνη του παρασκευαστή και δεν μπορεί να υπερβαίνει τις πέντε (5) ημέρες, συμπεριλαμβανομένης και της ημερομηνίας παστερίωσης».

³⁷² Βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών NESTLE, ΓΙΩΤΗΣ, ΟΠΤΙΜΑ, ΝΕΟΓΑΛ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ΔΩΔΩΝΗ ΣΕΡΓΑΛ, ΚΡΙ-ΚΡΙ, ΦΑΓΕ, ΗΠΕΙΡΟΣ, ΤΡΙΚΚΗ, DANONE, ΕΒΟΛ και ARLA.

σημειώνει πως στην αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων θα έπρεπε να αναφέρεται και η υπό-αγορά του προϊόντος «βούτυρο».

267. Στο ίδιο ερώτημα³⁷³ η συντριπτική πλειοψηφία των σούπερ μάρκετς συμφωνεί με τον προσδιορισμό των επιμέρους σχετικών αγορών, όπως αυτές ορίζονται και στις υπ' αριθ. 515/VI/2011 και 598/2014 αποφάσεις της ΕΑ.

268. Συγκεκριμένα, η συντριπτική πλειοψηφία των σούπερ μάρκετ³⁷⁴ συμφωνούν ότι οι κατηγορίες φρέσκων γαλακτοκομικών προϊόντων διαφοροποιούνται από τις κατηγορίες γαλακτοκομικών προϊόντων μακράς διάρκειας, βάσει της μεθόδου επεξεργασίας, των φυσικών και οργανοληπτικών συστατικών, της διάρκειας ζωής, της τιμής και της χρήσης. Διαφορετική ήταν μόνο η άποψη της εταιρίας ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, σύμφωνα με την οποία, οι ανωτέρω κατηγορίες γαλακτοκομικών δεν διαφοροποιούνται³⁷⁵.

269. Μετά τις τροποποιήσεις που εισήγαγε ο ν. 4254/2014 και ειδικότερα ως προς το «γάλα ημέρας», του οποίου η διάρκεια συντήρησης δεν θα υπερβαίνει τις δύο ημέρες, εξετάστηκε από την Υπηρεσία η περίπτωση ορισμού νέας υπό-αγοράς.

270. Σε σχετικό ερώτημα της ΓΔΑ³⁷⁶ η πλειοψηφία (8 από τους 12 που απάντησαν)³⁷⁷ των ανταγωνιστριών εταιριών³⁷⁸ συμφωνεί με την άποψη ότι το «γάλα ημέρας» δεν θα αποτελέσει νέα διακριτή σχετική αγορά στην ευρύτερη αγορά του λευκού γάλακτος, καθώς τα υψηλά κόστη που θα προέρχονται από την καθημερινή διανομή του σε συνδυασμό με τις αυξημένες επιστροφές, εξαιτίας της μικρής διάρκειας ζωής του στο ράφι, καθιστά ιδιαίτερα δαπανηρή την παραγωγή ενός τέτοιου προϊόντος.

271. Από την ανωτέρω άποψη διαφοροποιούνται οι εταιρίες FRIESLAND, NESTLE, ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ «ΘΕΣΓΑΛΑ-ΠΙΕΣ» και ΗΠΕΙΡΟΣ.

272. Ειδικότερα, κατά την FRIESLAND, το «γάλα ημέρας» «...ενδέχεται να αποτελέσει μία διακριτή αγορά σε τοπικό μόνο επίπεδο αλλά σε πολύ περιορισμένη κλίμακα λόγω περιορισμένου αριθμού διαθέσιμων μεταποιητικών μονάδων με δυνατότητες τυποποίησης και της μικρής εμπορικής διάρκειας (2 ημέρες)».

273. Σύμφωνα με τον ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ «ΘΕΣΓΑΛΑ-ΠΙΕΣ», «...το «γάλα ημέρας» θα αποτελέσει νέα διακριτή σχετική αγορά στην ευρύτερη αγορά του λευκού γάλακτος με επιπτώσεις όσον αφορά την επιβάρυνση κόστους».

274. Αντίστοιχα η NESTLE υποστηρίζει πως «...θα μπορούσε να αποτελέσει μια νέα διακριτή αγορά για τους καταναλωτές δεδομένου ότι θα υπάρχει σαφής και ευδιάκριτος διαχωρισμός τόσο σε επίπεδο σήμανσης στη συσκευασία, στην τιμή, στη θέση στο ράφι και ενδεχομένως και σε άλλα χαρακτηριστικά που θα κάνουν σαφή το διαχωρισμό στη συνείδηση του καταναλωτή».

275. Τέλος, η ΗΠΕΙΡΟΣ εκτιμά πως «...οι μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου πολύ δύσκολα θα μπορέσουν να εκμεταλλευτούν αυτή την υποκατηγορία που δημιουργείται στο

³⁷³ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΜΕΤΡΟ, [...] και ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ. Το σούπερ μαρκετ ΠΕΝΤΕ συμφωνεί «... κατά μεγάλο ποσοστό με τον προσδιορισμό, όχι όμως με την ίδια λεπτομέρεια».

³⁷⁴ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των ΜΑΣΟΥΤΗΣ, [...], ΜΕΤΡΟ και [...].

³⁷⁵ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ.

³⁷⁶ Ερ. 8 του σχετικού ερωτηματολογίου.

³⁷⁷ Σημειώνεται ότι από τις 17 εταιρίες οι 5 δεν απάντησαν.

³⁷⁸ [...], ΚΡΙ ΚΡΙ, ΟΛΥΜΠΟΣ, ΡΟΔΟΠΗ, ΝΕΟΓΑΛ, ΣΕΡΓΑΛ, ΦΑΓΕ και ΣΤΑΜΟΥ.

φρέσκο γάλα, κι έτσι δεν έχει ενδιαφέρον ως διακριτή σχετική αγορά για την προκειμένη συγχώνευση».

276. Υπέρ της άποψης πως το «γάλα ημέρας» δεν θα αποτελέσει νέα διακριτή σχετική αγορά στην ευρύτερη αγορά του λευκού γάλακτος τάσσονται και ο ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΑΓΕΛΑΔΟΤΡΟΦΩΝ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ, η ΕΝΩΣΗ ΦΥΛΗΣ ΧΟΛΣΤΑΙΝ ΕΛΛΑΔΑΣ (ΕΦΧΕ) και ο ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑΣ³⁷⁹.

277. Σχετικά με το «γάλα ημέρας» δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία προκειμένου να κριθεί εάν αποτελεί διακριτή σχετική αγορά, καθώς το σχετικό προϊόν δεν έχει τεθεί σε ευρεία κυκλοφορία από τις μεγάλες γαλακτοβιομηχανίες. Σε κάθε περίπτωση παρέλκει περαιτέρω εξέταση της εν λόγω κατηγορίας, καθώς ούτε η ΔΕΛΤΑ, ούτε η ΜΕΒΓΑΛ δραστηριοποιούνται σε αυτήν.

278. Όσον αφορά στο διαχωρισμό μεταξύ λιανικής και επαγγελματικής αγοράς, τα γνωστοποιούντα μέρη αναφέρουν ότι η αγορά είναι ενιαία³⁸⁰, στο μέτρο που: (α) οι συνθήκες ανταγωνισμού των γαλακτοβιομηχανιών δεν τροποποιούνται με βάση την ανωτέρω διάκριση, (β) οι περισσότερες εταιρίες του κλάδου δραστηριοποιούνται και στις δύο υποκατηγορίες πελατών και γ) το μέγεθος της επαγγελματικής αγοράς είναι υποπολλαπλάσιο της λιανικής³⁸¹, με συνέπεια να καθίσταται άσκοπη η χωριστή μελέτη των επιπτώσεων της παρούσας συγκέντρωσης στις δύο υποκατηγορίες προϊόντος.

279. Σύμφωνα με την έρευνα της Υπηρεσίας, υπάρχουν διαφορετικά χαρακτηριστικά μεταξύ των προϊόντων που διατίθενται στις δύο αγορές. Τα προϊόντα που διατίθενται στη δεύτερη αγορά είναι κατά κανόνα χύμα, αλλά, ακόμα και στην περίπτωση που είναι επώνυμα, διατίθενται σε μεγάλες και απλούστερες συσκευασίες και πωλούνται σε χαμηλότερες τιμές ανά κιλό προϊόντος.

280. Αν και, ενόψει των ανωτέρω, θα μπορούσαν οι δύο αγορές, λιανική και επαγγελματική, να θεωρηθούν διακριτές, καθώς το μέγεθος της επαγγελματικής αγοράς εκτιμάται ότι είναι κατά πολύ μικρότερο της λιανικής³⁸², στην παρούσα υπόθεση, και λαμβάνοντας υπόψη την έλλειψη στοιχείων για την πληρέστερη ανάλυση της επαγγελματικής αγοράς, η ακριβής οριοθέτηση των σχετικών αγορών ανά κανάλι διανομής μπορεί να παραμείνει ανοικτή, καθώς δεν επηρεάζει την ουσιαστική αξιολόγηση της Υπηρεσίας επί των αποτελεσμάτων της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης στον ανταγωνισμό.

281. Εξάλλου, ως προς τη διάκριση μεταξύ επώνυμων προϊόντων και προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας, τα είδη λευκού γάλακτος διατίθενται στην αγορά τόσο ως επώνυμα προϊόντα από τις εταιρίες παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων, όσο και ως ιδιωτικής ετικέτας από τα σούπερ μάρκετ, [...] ³⁸³.

282. Από τις απαντήσεις των σούπερ μάρκετ³⁸⁴, κατά την έρευνα της Υπηρεσίας προέκυψε ότι ο τρόπος διαπραγμάτευσης των τιμών μεταξύ επώνυμων και ιδιωτικής

³⁷⁹ Ερ. 8 του σχετικού ερωτηματολογίου.

³⁸⁰ Βλ. παρ. 152 εντύπου γνωστοποίησης.

³⁸¹ Βλ. και αποφάσεις ΕΑ 314/2006, 515/VI/2011 και 598/2014.

³⁸² Δεν υπάρχουν επίσημα στοιχεία για το ακριβές μέγεθος της επαγγελματικής αγοράς.

³⁸³ Ειδικότερα, το 2016 η ΔΕΛΤΑ [...], ενώ η ΜΕΒΓΑΛ, το ίδιο έτος, παρήγαγε [...].

³⁸⁴ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των σούπερ μάρκετ ΜΑΣΟΥΤΗΣ, ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΠΕΝΤΕ, ΜΕΤΡΟ, LIDL και ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ.

ετικέτας προϊόντων διαφέρει. Στη μεν πρώτη περίπτωση, λαμβάνουν χώρα διαπραγματεύσεις για τους όρους προμήθειας σχετικά με τη χονδρική τιμή, τις εκπτώσεις όγκου, τις παροχές, τις επιστροφές, τους νέους κωδικούς κ.λπ., ενώ στη δεύτερη περίπτωση οι διαπραγματεύσεις αφορούν κατά κύριο λόγο στην τιμή προμήθειας και την ποιότητα των προϊόντων.

283. Από τα στοιχεία που προσκόμισαν τα σούπερ μάρκετ φαίνεται ότι τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας καταλαμβάνουν σχετικά σημαντικό ποσοστό στις πωλήσεις τους, καθώς διατίθενται σχεδόν από το σύνολο αυτών, με ποσοστά που κυμαίνονται σε υψηλότερα επίπεδα για το γάλα υψηλής παστερίωσης, το μακράς διαρκείας και το συμπυκνωμένο και σε χαμηλότερα επίπεδα για το φρέσκο γάλα.

284. Στον κατωτέρω πίνακα παρουσιάζεται, ενδεικτικά, η συμμετοχή των εν λόγω προϊόντων για το λευκό γάλα (ανά αγορά) σε ορισμένα μεγάλα σούπερ μάρκετ για το έτος 2016, στοιχεία τα οποία υποδεικνύουν ότι οι εταιρίες παραγωγής γάλακτος θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τους τις ανταγωνιστικές πιέσεις στα επώνυμα προϊόντα τους από την πώληση των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας.

Πίνακας 28: Συμμετοχή πωλήσεων ιδιωτικής ετικέτας προϊόντων λευκού γάλακτος σε Σ/Μ, 2016 (αξία)

	ΜΑΣΟΥΤΗΣ	ΑΒ	ΠΕΝΤΕ	LIDL	ΜΕΤΡΟ	ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ
ΦΡΕΣΚΟ ΠΑΣΤΕΡΙΩΜΕΝΟ	[0-5]%	[15-25]%	[10-15]%	[15-25]%	[5-10]%	[15-25]%
ΥΨΗΛΗΣ ΘΕΡΜΙΚΗΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ	[15-25]%	[10-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[10-15]%	[15-25]%
ΜΑΚΡΑΣ ΔΙΑΡΚΕΙΑΣ	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΣΥΜΠΥΚΝΩΜΕΝΟ	[65-75]%	[15-25]%	[0-5]%	[0-5]%	[15-25]%	[15-25]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων σούπερ μάρκετ

285. Η συντριπτική πλειοψηφία των σούπερ μάρκετ εκτιμά ότι σημαντικός αριθμός καταναλωτών θα στραφεί προς τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας σε περίπτωση μόνιμης αύξησης της τιμής των αντίστοιχων επώνυμων, καθώς και ότι οι εν λόγω δύο κατηγορίες προϊόντων ανταγωνίζονται στο ράφι, κυρίως λόγω της σημαντικά χαμηλότερης τιμής των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας³⁸⁵.

286. Η ΕΑ διαπιστώνει στοιχεία που ενισχύουν την εκτίμηση ότι τα γάλατα ιδιωτικής ετικέτας ανήκουν στην ίδια αγορά με τα επώνυμα γάλατα³⁸⁶. Παρά ταύτα, η ακριβής οριοθέτηση των σχετικών αγορών ως προς το σημείο αυτό μπορεί να παραμείνει

³⁸⁵ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των σούπερ μάρκετ ΜΑΣΟΥΤΗΣ, ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΠΕΝΤΕ, ΜΕΤΡΟ, LIDL και ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ. Η εταιρία ΜΑΣΟΥΤΗΣ δήλωσε ότι αδυνατεί να απαντήσει στο ερώτημα σχετικά με τη συμπεριφορά των καταναλωτών μετά από μια μόνιμη αύξηση στην τιμή των επώνυμων γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων κατά 5% - 10%, λόγω έλλειψης των αναγκαίων στοιχείων. Τα σούπερ μάρκετ ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ και ΜΕΤΡΟ αναφέρθηκαν και στην ιδιαίτερη σημασία που έχει η σχέση ποιότητας-τιμής των προϊόντων.

³⁸⁶ Βλ. απόφαση ΕΑ 515/VI/2011.

ανοικτή, καθώς δεν επηρεάζει την ουσιαστική αξιολόγηση των επιπτώσεων της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης στην κρινόμενη υπόθεση³⁸⁷.

287. Λαμβανομένων υπόψη όλων των ανωτέρω, η ΕΑ εκτιμά ότι η αγορά του λευκού γάλακτος περιλαμβάνει τις διακριτές υπό-αγορές:

- (1) του φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος,
- (2) του γάλακτος υψηλής θερμικής επεξεργασίας,
- (3) του γάλακτος μακράς διάρκειας³⁸⁸ και
- (4) του συμπυκνωμένου γάλακτος (απλού ή ζαχαρούχου)³⁸⁹.

288. Επιπλέον, οριοθετούνται με διακριτό τρόπο και οι κάτωθι σχετικές αγορές³⁹⁰, βάσει της σκοπούμενης χρήσης των προϊόντων, καθώς και λόγω του ότι καταναλίσκονται ως ειδικά και συμπληρωματικά προϊόντα από ορισμένες κατηγορίες καταναλωτών (παιδιά, άτομα δυσανεκτικά στη λακτόζη κ.λπ.)³⁹¹:

- (5) των προβιοτικών γαλάτων (ξυνόγαλο, κεφίρ, αριάνι),
- (6) του παιδικού γάλακτος και
- (7) του λειτουργικού/εμπλουτισμένου γάλακτος, π.χ. με περισσότερο ασβέστιο ή λιγότερη λακτόζη.

289. Οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στις υπό-αγορές του λευκού γάλακτος, που παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα, με τα αντίστοιχα εμπορικά σήματα:

Πίνακας 29: Υπό-αγορές Λευκού Γάλακτος όπου δραστηριοποιούνται οι συμμετέχουσες

Υπό-αγορές	Εμπορικά Σήματα	
	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΒΓΑΛ
ΦΡΕΣΚΟ ΠΑΣΤΕΡΙΩΜΕΝΟ ΓΑΛΛΑ	ΦΡΕΣΚΟ ΓΑΛΛΑ ΔΕΛΤΑ, ΜΙΚΡΕΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΦΑΡΜΕΣ	ΦΡΕΣΚΟ ΓΑΛΛΑ ΜΕΒΓΑΛ
ΓΑΛΛΑ ΥΨΗΛΗΣ ΘΕΡΜΙΚΗΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΜΥ MILK, ΜΜΜΜILK, ΚΑΤΣΙΚΙΣΙΟ ΓΑΛΛΑ ³⁹²	ΟΛΗ ΜΕΡΑ ΓΑΛΛΑ
ΓΑΛΛΑ ΜΑΚΡΑΣ ΔΙΑΡΚΕΙΑΣ	-	-
ΠΑΙΔΙΚΟ ΓΑΛΛΑ	ADVANCE (παστεριωμένο, Υ.Θ.Ε.,	-

³⁸⁷ Ο.π.

³⁸⁸ Μακράς διάρκειας θεωρείται το γάλα, που έχει υποστεί βραχυχρόνια εφαρμογή υψηλής θερμοκρασίας (τουλάχιστον στους 135°C επί ένα τουλάχιστον δευτερόλεπτο), διατηρείται και εκτός ψυγείου και η διάρκεια συντήρησης του είναι τουλάχιστον ενός μηνός.

³⁸⁹ Η κατηγορία περιλαμβάνει το γάλα εβαπορέ (κοινό και τροποποιημένο), το οποίο έχει υποστεί συμπύκνωση με ή χωρίς μείωση των λιπαρών του και το συμπυκνωμένο ζαχαρούχο, το οποίο έχει υποστεί συμπύκνωση και κορεσμό με ζάχαρη.

³⁹⁰ Βλ. και υπ' αριθ. 515/VI/2011 απόφαση της ΕΑ, παρ. 67.

³⁹¹ Βλ. και υπ' αριθ. 515/VI/2011 απόφαση της ΕΑ, στη οποία αναφέρεται ότι εντός όλων των ανωτέρω αγορών θα μπορούσε ενδεχομένως να υπάρξουν περαιτέρω διακρίσεις ανάλογα με την περιεκτικότητα σε λιπαρά (πλήρες, ημιάπαχο, άπαχο κλπ).

³⁹² Σχετικά με τη συμπερίληψη του κατσικίσιου γάλακτος στην αγορά του γάλακτος υψηλής θερμικής επεξεργασίας σημειώνεται ότι αυτό δύναται να αποτελεί μία διακριτή αγορά (λόγω της διαφορετικής προέλευσής του, και της τιμής), αλλά εν προκειμένω παρέλκει η εν λόγω ανάλυση, καθώς (λόγω των μικρών πωλήσεων, μεριδίων του και του ότι δραστηριοποιείται – εκ των συμμετεχουσών – μόνο η ΔΕΛΤΑ), δεν επηρεάζει την αξιολόγηση της παρούσας.

Υπό-αγορές	Εμπορικά Σήματα	
	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΒΓΑΛ
	συμπυκνωμένο.), SMART (Υ.Θ.Ε.)	
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΓΑΛΑ	DAILY (Υ.Θ.Ε.), ΒΛΑΧΑΣ (συμπυκνωμένο)	-
ΠΡΟΒΙΟΤΙΚΟ ΓΑΛΑ	-	ΞΥΝΟΓΑΛΑ, ΑΡΙΑΝΙ, ΚΕΦΙΡ
ΣΥΜΠΥΚΝΩΜΕΝΟ ΑΠΛΟ ΓΑΛΑ	ΒΛΑΧΑΣ	-
ΣΥΜΠΥΚΝΩΜΕΝΟ ΖΑΧΑΡΟΥΧΟ ΓΑΛΑ	ΒΛΑΧΑΣ	-
ΓΑΛΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	EASY (Υ.Θ.Ε. και συμπυκνωμένο)	ΜΕΒΓΑΛ (φρέσκο παστεριωμένο αγελαδινό)

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΔΕΛΤΑ-ΜΕΒΓΑΛ

290. Τέλος, όσον αφορά στη **σχετική γεωγραφική αγορά** η θέση των γνωστοποιούντων μερών για την αγορά του λευκού γάλακτος, την οποία θεωρούν ενιαία, είναι ότι αυτή αφορά το σύνολο της ελληνικής επικράτειας³⁹³.

291. Η ΕΑ έχει αποφανθεί ότι η σχετική γεωγραφική αγορά τόσο για την αγορά του λευκού γάλακτος όσο και για τις υπό-αγορές αυτής είναι το σύνολο της ελληνικής επικράτειας, όπου εκτείνεται το δίκτυο και αναπτύσσεται η δραστηριότητα των μερών και όπου αυτά αντιμετωπίζουν, υπό ομοιόμορφες συνθήκες, ανταγωνισμό από άλλες εταιρίες που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή / εισαγωγή / τυποποίηση γάλακτος³⁹⁴.

292. Ως εκ τούτου, η σχετική γεωγραφική αγορά για τους σκοπούς της παρούσας υπόθεσης θεωρείται η ελληνική επικράτεια.

5.1.1 Δομή και μερίδια υπο-αγοράς (φρέσκου) παστεριωμένου γάλακτος

293. Οι συνολικές πωλήσεις (φρέσκου) παστεριωμένου γάλακτος, τόσο σε όγκο όσο και σε αξία, στην Ελλάδα κατέγραψαν πτωτική πορεία κατά τη διάρκεια της περιόδου 2014-2016, παρουσιάζοντας ίδιο μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής [...].

294. Η μείωση της αξίας των συνολικών πωλήσεων το 2016 [...] οφείλεται κατά κύριο λόγο στην έντονη μείωση της αξίας των πωλήσεων (σε όγκο) των ΔΕΛΤΑ, ΜΕΒΓΑΛ [...], ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ [...] και ΔΩΔΩΝΗ [...]. Αντίστοιχη είναι η εικόνα της αγοράς και σε όρους αξίας.

Πίνακας 30: Συνολικές πωλήσεις (Φρέσκου) Παστεριωμένου Γάλακτος, 2014-2016 ΥΤΔ

Όγκος (σε 000 lt)	2014	2015	ΔΕΚ-ΝΟΕ 2016 ³⁹⁵	ΜΕΡΜ*
Σύνολο Αγοράς	[...]	[...]	[...]	[...]
<i>Ετήσια μεταβολή</i>	-	[...]	[...]	
ΔΕΛΤΑ	[...]	[...]	[...]	[...]
<i>Ετήσια μεταβολή</i>	-	[...]	[...]	
ΜΕΒΓΑΛ	[...]	[...]	[...]	[...]

³⁹³ Βλ. παρ. 59 του εντύπου γνωστοποίησης.

³⁹⁴ Βλ. τις υπ' αριθ. 314/Υ/2006, 369/Υ/2007, 373/Υ/2007, 515/Υ/2011 και 598/2014 αποφάσεις της ΕΑ.

³⁹⁵ Τα στοιχεία με την σήμανση 2016 ΥΤΔ αφορούν την περίοδο Δεκέμβριος 2015-Νοέμβριος 2016 και εκτιμάται ότι, για τους σκοπούς της συγκεκριμένης υπόθεσης, θεωρούνται αντιπροσωπευτικά για το σύνολο του έτους 2016.

Όγκος (σε 000 lt)	2014	2015	ΔΕΚ-ΝΟΕ 2016³⁹⁵	ΜΕΡΜ*
Ετήσια μεταβολή	-	[...]	[...]	
Αξία (σε 000 ευρώ):				
Σύνολο Αγοράς	[...]	[...]	[...]	[...]
Ετήσια μεταβολή	-	[...]	[...]	
ΔΕΛΤΑ	[...]	[...]	[...]	[...]
Ετήσια μεταβολή		[...]	[...]	
ΜΕΒΓΑΛ	[...]	[...]	[...]	[...]
Ετήσια μεταβολή		[...]	[...]	

***Μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής**

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων των γνωστοποιούντων μερών (A.C. Nielsen)

295. Στη διάρκεια της περιόδου 2014-2016, η ΔΕΛΤΑ και η ΜΕΒΓΑΛ κατέχουν, σταθερά, την πρώτη και τέταρτη θέση, αντίστοιχα, τόσο σε αξία όσο και σε όγκο. Ο βαθμός συγκέντρωσης της αγοράς με το αθροιστικό μερίδιο αγοράς των τριών μεγαλύτερων επιχειρήσεων (CR₃) κατά την τριετία, παρέμεινε σταθερά άνω του [45-55]% σε όγκο και [35-45]% σε αξία, φτάνοντας το 2015 στο [55-65]% και [55-65]% σε όγκο και αξία αντίστοιχα.

296. Ο παρακάτω Πίνακας παρουσιάζει τα μερίδια των κυριότερων γαλακτοβιομηχανιών στην αγορά (φρέσκου) παστεριωμένου γάλακτος σε όγκο για την τριετία 2014-2016³⁹⁶.

Πίνακας 31: Μερίδια αγοράς (Φρέσκου) Παστεριωμένου Γάλακτος – Βαθμός Συγκέντρωσης, 2014-2016 YTD (σε όγκο)

	2014	2015	ΔΕΚ-ΝΟΕ 2016
ΔΕΛΤΑ	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
ΜΕΒΓΑΛ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
ΔΩΔΩΝΗ	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%
ΙΔ. ΕΤΙΚΕΤΑΣ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΛΟΙΠΟΙ	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
CR3	[45-55]%	[55-65]%	[45-55]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[35-45]%	[35-45]%	[35-45]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων των γνωστοποιούντων μερών (A.C. Nielsen)

297. Όπως προκύπτει από τον ανωτέρω Πίνακα, η ΜΕΒΓΑΛ, τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας και οι λοιπές μικρότερες εταιρίες³⁹⁷ ενισχύουν διαχρονικά τη θέση τους. Στον αντίποδα βρίσκονται η ΔΕΛΤΑ και η ΔΩΔΩΝΗ, των οποίων το μερίδιο μειώνεται κατά [...] και [...] ποσοστιαίες μονάδες αντίστοιχα.

298. Αντίστοιχη εικόνα παρουσίασε η αγορά την ίδια περίοδο και σε όρους αξίας.

³⁹⁶ Παρόμοια στοιχεία μεριδίων αγοράς, προσκόμισαν και οι εταιρίες ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ και ΦΑΓΕ.

³⁹⁷ Ενδεικτικά αναφέρονται οι εταιρίες ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ΝΕΟΓΑΛ, ΣΕΡΓΑΛ και ΕΒΟΛ.

Πίνακας 32: Μεριδία αγοράς (Φρέσκου) Παστεριωμένου Γάλακτος – Βαθμός Συγκέντρωσης, 2014-2016 YTD (σε αξία)

	2014	2015	ΔΕΚ-ΝΟΕ 2016
ΔΕΛΤΑ	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
ΜΕΒΓΑΛ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΕΛΛ. ΓΑΛΑΚΤ.	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
ΔΩΔΩΝΗ	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%
ΙΔ. ΕΤΙΚΕΤΑΣ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΛΟΙΠΟΙ	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
CR3	[45-55]%	[55-65]%	[45-55]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[35-45]%	[35-45]%	[35-45]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων των γνωστοποιούντων μερών (A.C. Nielsen)³⁹⁸

299. Ο δείκτης ΗΗΙ³⁹⁹ στην εν λόγω αγορά⁴⁰⁰ για το έτος 2016, ανέρχεται στις [...] μονάδες, ενώ μετά την ολοκλήρωση της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης θα ανέλθει στις [...] μονάδες, με διαφορά (Δ) [...] μονάδες.

300. Δεδομένων των μεριδίων αγοράς των συμμετεχουσών επιχειρήσεων, αλλά και του υψηλού αθροιστικού μεριδίου αγοράς τους, η συγκεκριμένη αγορά θεωρείται επηρεαζόμενη.

Υ.5.1.1.1 Αξιολόγηση της επηρεαζόμενης υπο-αγοράς φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος

301. Στην αγορά του (φρέσκου) παστεριωμένου γάλακτος, λαμβανομένων υπόψη των στοιχείων των γνωστοποιούντων μερών, οι συμμετέχουσες πρόκειται να αποκτήσουν αθροιστικό μερίδιο αγοράς της τάξης του [35-45]% (σε αξία). Περαιτέρω, ο βαθμός συγκέντρωσης της αγοράς είναι σχετικά υψηλός (ο δείκτης ΗΗΙ, μετά την πραγματοποίηση της συγκέντρωσης, θα ανέλθει στις [...] μονάδες, με διαφορά Δ [...]) μονάδες).

302. Δεδομένου του υψηλού μεριδίου αγοράς που θα προκύψει από την εν λόγω συγκέντρωση στην υπο αγορά του φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος, μέρος των επιχειρήσεων που ερωτήθηκαν στο πλαίσιο της σχετικής έρευνας της Υπηρεσίας, εξέφρασε προβληματισμούς για τις επιπτώσεις της συγκέντρωσης στην αγορά του

³⁹⁸ Παρόμοια στοιχεία μεριδίων αγοράς, με τα ανωτέρω, προσκόμισαν και οι εταιρίες ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ και ΦΑΓΕ.

³⁹⁹ Ο δείκτης ΗΗΙ (Herfindahl-Hirschman Index) χρησιμοποιείται για τη μέτρηση των επιπέδων συγκέντρωσης και προκύπτει από την άθροιση των τετραγώνων των ατομικών μεριδίων αγοράς όλων των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε μία σχετική αγορά. Κυμαίνεται από μια τιμή που προσεγγίζει το μηδέν (τέλεια ανταγωνιστική αγορά) μέχρι το 10.000 (καθαρό μονοπώλιο). Εάν η τιμή του είναι μικρότερη του 1.000 η αγορά έχει χαμηλό βαθμό συγκέντρωσης, εάν λαμβάνει τιμές μεταξύ του 1.000 και του 1.800 η αγορά έχει μέτριο βαθμό συγκέντρωσης, ενώ εάν οι τιμές του ξεπερνούν το 1.800 η αγορά έχει υψηλό βαθμό συγκέντρωσης. Ο δείκτης μετά την ολοκλήρωση της συγκέντρωσης υπολογίζεται με την υπόθεση εργασίας ότι τα ατομικά μερίδια αγοράς των επιχειρήσεων δεν μεταβάλλονται.

⁴⁰⁰ Ο δείκτης ΗΗΙ υπολογίστηκε κατόπιν επεξεργασίας των στοιχείων που προσκόμισαν οι γνωστοποιούσες, σε αξία, και αφορά το 87% της αγοράς, δηλαδή δεν έχουν συνυπολογιστεί τα μερίδια αγοράς των ιδιωτικής ετικέτας προϊόντων και των λοιπών εταιριών. Σε κάθε περίπτωση η διαφορά (Δ) δεν επηρεάζεται.

φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος. Ειδικότερα, η [...] εκτιμά ότι η εν λόγω συγκέντρωση θα οδηγήσει σε περιορισμό των εναλλακτικών πηγών προμήθειας στην παραγωγή και εμπορία φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος και στην ισχυροποίηση της διαπραγματευτικής δύναμης της νέας οντότητας⁴⁰¹. Αντίστοιχα, η ΜΕΤΡΟ αναφέρει το ενδεχόμενο επιβολής μη επιθυμητών όρων συνεργασίας, όπως η μη πίστωση ληγμένων προϊόντων⁴⁰². Τέλος, η [...], εκτιμά ότι θα μειωθεί η διαπραγματευτική της δύναμη και θα ισχυροποιηθεί η νέα εταιρία⁴⁰³. Αντίθετη άποψη έχει η εταιρία ΠΕΝΤΕ, καθώς εκτιμά ότι η εν λόγω συγκέντρωση δεν θα έχει συνέπειες στην παραγωγή και εμπορία του φρέσκου γάλακτος⁴⁰⁴. Εκ των ανταγωνιστών της νέας οντότητας, η εταιρία ΔΩΔΩΝΗ αναφέρει ότι η εξεταζόμενη συγκέντρωση θα οδηγήσει σε μια συγχώνευση μεταξύ δύο από τους πιο σημαντικούς παίκτες της αγοράς. Εντούτοις, δεν εξειδικεύει περαιτέρω τα αναμενόμενα αποτελέσματα στη συγκεκριμένη αγορά.

303. Παρά το υψηλό αθροιστικό μερίδιο αγοράς των συμμετεχουσών επιχειρήσεων και το σχετικά υψηλό βαθμό συγκέντρωσης στην εν λόγω αγορά, κατά την εκτίμηση της ΕΑ, οι προβληματισμοί που εκφράστηκαν από τις ως άνω επιχειρήσεις μετριάζονται για τους ακόλουθους λόγους:

- i. Στην αγορά (φρέσκου) παστεριωμένου γάλακτος, δραστηριοποιούνται ήδη δύο τουλάχιστον σημαντικοί ανταγωνιστές, ήτοι η εταιρία ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ και η ΔΩΔΩΝΗ, με μερίδια [10-15]% και [0-5]% αντίστοιχα (σε αξία) για το 2016. Αν και διαπιστώνεται απόσταση των μεριδίων τους από τη νέα οντότητα, έχουν ικανή παρουσία στην αγορά και εκτιμάται ότι ιδίως η εταιρία ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, η οποία διαθέτει σήματα με σημαντική αναγνωρισιμότητα και αξιοπιστία⁴⁰⁵, θα εξακολουθήσει να ασκεί ανταγωνιστικές πιέσεις έναντι της νέας οντότητας μετά την πραγματοποίηση της συγκέντρωσης. Επιπροσθέτως, στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιούνται, πλην των ανωτέρω ανταγωνιστών, και μικρότερες γαλακτοκομικές επιχειρήσεις κυρίως με τοπική ή/ και περιφερειακή εμβέλεια⁴⁰⁶, παρέχοντας δυνατότητες εξεύρεσης εναλλακτικών προμηθευτών στους πελάτες των συμμετεχουσών, στην περίπτωση αύξησης των τιμών από τις τελευταίες.
- ii. Με βάση τα στοιχεία του φακέλου, οι ανταγωνίστριες γαλακτοβιομηχανίες διαθέτουν υπερβάλλουσα παραγωγική ικανότητα⁴⁰⁷. Ιδίως η εταιρία [...] φαίνεται ότι διαθέτει και πραγματική ευχέρεια διάθεσης τυχόν επιπλέον παραγωγής στην αγορά, [...]. Τα ανωτέρω δύνανται να λειτουργήσουν αντισταθμιστικά ως προς τυχόν προσπάθεια της νέας οντότητας να αυξήσει τις τιμές των προϊόντων της.

⁴⁰¹ Βλ. την απαντητική επιστολή της [...].

⁴⁰² Βλ. την απαντητική επιστολή της ΜΕΤΡΟ.

⁴⁰³ Βλ. την απαντητική επιστολή της [...].

⁴⁰⁴ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΠΕΝΤΕ.

⁴⁰⁵ Βλ. και Κεφ. V.3.6 ανωτέρω

⁴⁰⁶ Όπως, η ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, η ΝΕΟΓΑΛ, η ΣΕΡΓΑΛ και η ΕΒΟΛ.

⁴⁰⁷ Βλ. και παρ. 107-108 ανωτέρω.

- iii. Επιπλέον, εκτιμάται ότι οι πελάτες της νέας οντότητας, ήτοι οι εταιρίες σούπερ μάρκετ, στον οποίων τα καταστήματα διατίθενται κατά κύριο λόγο τα προϊόντα φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος⁴⁰⁸, θα διαθέτουν επαρκή αντισταθμιστική ισχύ έναντι της νέας οντότητας. Χαρακτηριστικό είναι ότι, βάσει των στοιχείων που παρατέθηκαν ανωτέρω⁴⁰⁹, οι πέντε μεγαλύτεροι πελάτες των εταιριών ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ απορροφούν (με στοιχεία του 2016) το [55-65]% και το [85-95]% αντίστοιχα των πωλήσεων φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος των εν λόγω εταιριών. Επομένως, εκτιμάται ότι οι μεγάλοι αυτοί πελάτες θα είναι σε θέση να αντιδράσουν άμεσα σε ενδεχόμενη αύξηση της τιμής των προϊόντων των μερών, μέσω της εναλλαγής προμηθευτή και της διάθεσης στο ράφι περισσότερων προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας. Η διαπίστωση αυτή ενισχύεται από το γεγονός ότι η πλειοψηφία των μεγαλύτερων πελατών των ΔΕΛΤΑ-ΜΕΒΓΑΛ κατανέμει τις αγορές της σε περισσότερους προμηθευτές ή/και διαθέτει προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας⁴¹⁰.
- iv. Σε κάθε περίπτωση, εξαιρετικά σημαντική για την ανταγωνιστική λειτουργία της αγοράς φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος εκτιμάται ότι είναι η απρόσκοπτη πρόσβαση των ανταγωνιστών της νέας οντότητας σε πρώτη ύλη (νωπό γάλα) ελληνικής προέλευσης, όπως ήδη σημειώθηκε σε προηγούμενη ενότητα⁴¹¹. Εφόσον η πρόσβαση στην αναγκαία πρώτη ύλη για την παρασκευή (φρέσκου) παστεριωμένου γάλακτος διασφαλισθεί, επί παραδείγματι με την ανάληψη δέσμευσης (διορθωτικού μέτρου) από τα γνωστοποιούντα μέρη ως προς την αγορά προμήθειας νωπού γάλακτος, εκτιμάται ότι θα μειωθούν παράλληλα η δυνατότητα και τα κίνητρα των συμμετεχουσών επιχειρήσεων να ακολουθήσουν στρατηγική αποκλεισμού των ανταγωνιστών τους στην εν λόγω αγορά⁴¹².

304. Λαμβάνοντας υπόψη συνολικά τα ως άνω στοιχεία, η υπό κρίση συγκέντρωση δεν αναμένεται να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στην εξεταζόμενη σχετική αγορά, ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση μιας δεσπύουσας θέσης.

V.5.1.2 Δομή και μερίδια υπο-αγοράς γάλακτος υψηλής θερμικής επεξεργασίας

305. Ο παρακάτω Πίνακας παρουσιάζει τις συνολικές πωλήσεις σε όγκο και αξία «απλού» γάλακτος υψηλής παστερίωσης, για την τριετία 2014-2016.

306. Όπως προκύπτει, οι πωλήσεις γάλακτος υψηλής παστερίωσης παρουσίασαν πτώση κατά τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής της τάξης του 11% σε όγκο και 12% σε αξία.

Πίνακας 33: Συνολικές πωλήσεις Γάλακτος Υψηλής Θερμικής Επεξεργασίας, 2014-2016

YTD

Όγκος (σε 000 lt)	2014	2015	ΔΕΚ-NOE 2016	ΜΕΡΜ*
Σύνολο Αγοράς	[...]	[...]	[...]	[...]

⁴⁰⁸ Σχετ. ο Πίνακας 21 και Πίνακας 22.

⁴⁰⁹ Σχετ. ο Πίνακας 23.

⁴¹⁰ Βλ. Παράρτημα IV.

⁴¹¹ Βλ. ενότητα V.2.3.

⁴¹² Βλ. ενότητα V.5.5.

Όγκος (σε 000 lt)	2014	2015	ΔΕΚ-NOE 2016	MEPM*
Ετήσια μεταβολή	-	[...]	[...]	
ΔΕΛΤΑ	[...]	[...]	[...]	[...]
Ετήσια μεταβολή	-	[...]	[...]	
ΜΕΒΓΑΛ	[...]	[...]	[...]	[...]
Ετήσια μεταβολή	-	[...]	[...]	
Αξία (σε 000 ευρώ):	2014	2015	ΔΕΚ-NOE 2016	MEPM*
Σύνολο Αγοράς	[...]	[...]	[...]	[...]
Ετήσια μεταβολή	-	[...]	[...]	
ΔΕΛΤΑ	[...]	[...]	[...]	[...]
Ετήσια μεταβολή		[...]	[...]	
ΜΕΒΓΑΛ	[...]	[...]	[...]	[...]
Ετήσια μεταβολή		[...]	[...]	

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων των γνωστοποιούντων μερών (στοιχεία A.C. Nielsen)

307. Ο παρακάτω Πίνακας παρουσιάζει τα μερίδια αγοράς των κυριότερων γαλακτοβιομηχανιών σε όρους όγκου. Στην εν λόγω αγορά, η ΔΕΛΤΑ κατέχει τη πρώτη θέση, ενώ στη δεύτερη θέση (με μικρή απόσταση) βρίσκεται η FRIESLAND. Το μερίδιο αγοράς της ΜΕΒΓΑΛ παραμένει χαμηλό. Στη συγκεκριμένη αγορά, το μερίδιο της ΜΕΒΓΑΛ είναι διαχρονικά σταθερό, ενώ το αντίστοιχο της ΔΕΛΤΑ κινείται ανοδικά.

Πίνακας 34: Μερίδια αγοράς Γάλακτος Υψηλής Θερμικής Επεξεργασίας – Βαθμός Συγκέντρωσης, 2014-2016 YTD (σε όγκο)

	2014	2015	ΔΕΚ-NOE 2016
ΔΕΛΤΑ	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
ΜΕΒΓΑΛ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
FRIESLAND	[15-25]%	[25-35]%	[25-35]%
ΦΑΓΕ	[10-15]%	[5-10]%	[0-5]%
ΕΛΛ. ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	[10-15]%	[10-15]%	[15-25]%
ΙΔ. ΕΤΙΚΕΤΑΣ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
ΛΟΙΠΟΙ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
CR3	[65-75]%	[65-75]%	[75-85]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων των γνωστοποιούντων μερών (στοιχεία A.C. Nielsen)

308. Η εικόνα που παρουσιάζει η αγορά, σε όρους αξίας, για την ίδια περίοδο, είναι παρόμοια, καθώς, η ΔΕΛΤΑ κατέχει σταθερά την πρώτη θέση, ακολουθούμενη από τη FRIESLAND, ενώ το μερίδιο αγοράς της ΜΕΒΓΑΛ είναι αρκετά χαμηλό ([0-5]%-[0-5]%).

Πίνακας 35: Μερίδια αγοράς Γάλακτος Υψηλής Θερμικής Επεξεργασίας – Βαθμός Συγκέντρωσης, 2014-2016 YTD (σε αξία)

	2014	2015	ΔΕΚ-NOE 2016
ΔΕΛΤΑ	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
ΜΕΒΓΑΛ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
FRIESLAND	[15-25]%	[15-25]%	[25-35]%
ΦΑΓΕ	[10-15]%	[10-15]%	[5-10]%
ΕΛΛ. ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%

	2014	2015	ΔΕΚ-ΝΟΕ 2016
ΙΑ. ΕΤΙΚΕΤΑΣ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
ΛΟΙΠΟΙ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
CR3	[65-75]%	[65-75]%	[75-85]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων των γνωστοποιούντων μερών (στοιχεία A.C. Nielsen)

309. Ο δείκτης ΗΗΙ⁴¹³ στην εν λόγω αγορά ανέρχεται στις [...]μονάδες, ενώ μετά την ολοκλήρωση της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης θα ανέλθει στις [...]μονάδες, με διαφορά (Δ) [...] μονάδες⁴¹⁴.

310. Δεδομένων του δείκτη ΗΗΙ και του αθροιστικού μεριδίου αγοράς των συμμετεχουσών επιχειρήσεων, η συγκεκριμένη αγορά θεωρείται επηρεαζόμενη.

V.5.1.2.1 Αξιολόγηση της επηρεαζόμενης υπο-αγοράς γάλακτος υψηλής θερμικής επεξεργασίας

311. Στην αγορά γάλακτος υψηλής θερμικής επεξεργασίας (ή υψηλής παστερίωσης-ΥΠ), η ΔΕΛΤΑ παραμένει στην προ της συγκέντρωσης πρώτη θέση, ενώ το αθροιστικό μερίδιο της νέας οντότητας θα ανέρχεται μετά τη συγκέντρωση σε ποσοστό [25-35]% (σε αξία), αυξανόμενο με την προσθήκη της ΜΕΒΓΑΛ μόλις κατά [0-5]%. Η FRIESLAND, τα ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ και η ΦΑΓΕ διατηρούν τις θέσεις τους ως είχαν σε συνέχεια της υπό κρίση συγκέντρωσης, με μερίδια [25-35]%, [15-25]% και [5-10]% αντίστοιχα.

312. Ως εκ τούτου, η δομή της αγοράς δεν μεταβάλλεται συνεπεία της υπό κρίση συγκέντρωσης⁴¹⁵.

313. Επιπλέον, ο δείκτης ΗΗΙ μετά τη συγκέντρωση ανέρχεται στις [...]μονάδες και η μεταβολή (Δ) είναι μικρή ([...] μονάδες) και κατώτερη των εκτιθεμένων με τη σχετική Ανακοίνωση της Ε.Ε ασφαλών ορίων⁴¹⁶.

314. Περαιτέρω, στην εξεταζόμενη αγορά δραστηριοποιούνται, πλην των συμμετεχουσών εταιριών, ισχυροί ανταγωνιστές με αναγνωρισμένα σήματα, όπως η

⁴¹³ Ο δείκτης ΗΗΙ υπολογίστηκε κατόπιν επεξεργασίας των στοιχείων που προσκόμισαν τα γνωστοποιούντα μέρη, σε αξία, και αφορά το 87% της αγοράς, δηλαδή δεν έχουν συνυπολογιστεί τα μερίδια αγοράς των ιδιωτικής ετικέτας προϊόντων. Σε κάθε περίπτωση η διαφορά (Δ) δεν επηρεάζεται.

⁴¹⁴ Σύμφωνα με στοιχεία που προσκόμισε η εταιρία ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, τα μερίδια αγοράς των εταιριών ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ στην αγορά γάλακτος υψηλής θερμικής επεξεργασίας (σε αξία), διαμορφώθηκαν κατά τη διάρκεια της περιόδου 2014-2016 ως εξής: 2014: [15-25]% και [0-5]%, 2015: [15-25]% και [0-5]% και 2016: [25-35]% και [0-5]%. Παρά τη μικρή διαφοροποίηση σε σχέση με τα προσκομισθέντα στοιχεία από τα γνωστοποιούντα μέρη, δεν μεταβάλλεται ουσιωδώς η εικόνα της αγοράς υπό οποιαδήποτε θεώρηση.

⁴¹⁵ Βλ. και Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, ό.π., παρ. 9 «Κατά την αξιολόγηση των επιπτώσεων μιας συγκέντρωσης στον ανταγωνισμό, η Επιτροπή συγκρίνει τα συνθήκες ανταγωνισμού που θα προκύψουν από την κοινοποιηθείσα συγκέντρωση με εκείνες που θα επικρατούσαν χωρίς αυτήν. Στις περισσότερες περιπτώσεις οι συνθήκες ανταγωνισμού που υπάρχουν κατά τον χρόνο της συγκέντρωσης αποτελούν το στοιχείο σύγκρισης για την αξιολόγηση των επιπτώσεων της συγκέντρωσης» και παρ. 22-23 «Η Επιτροπή αξιολογεί κατά πόσον οι μεταβολές που επέρχονται λόγω της συγκέντρωσης θα οδηγήσουν σε οποιοδήποτε από τα ανωτέρω αποτελέσματα» [εννοείται επιπτώσεις συντονισμένης και μη συντονισμένης συμπεριφοράς].

⁴¹⁶ Βλ. και Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, ό.π., παρ. 19 επ.

FRIESLAND (με μερίδιο αγοράς [25-35]%) και τα ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ (με μερίδιο αγοράς [15-25]%), τα μερίδια των οποίων παρουσιάζουν εμφανώς ανοδική πορεία κατά τα έτη 2014-2016, καθώς και η ΦΑΓΕ (με μερίδιο αγοράς [5-10]%), ισχυρή δε παρουσία στην εν λόγω αγορά κατέχουν και τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας.

315. Εξάλλου, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει επανειλημμένως κρίνει ότι αύξηση των μεριδίων αγοράς λόγω της συγκέντρωσης της τάξης του 0-5% θεωρείται καταρχήν μικρή⁴¹⁷. Εν προκειμένω, η επαύξηση του μεριδίου της ΔΕΛΤΑ, συνεπεία της γνωστοποιηθείσας πράξης, κατά [0-5]% είναι εξαιρετικά περιορισμένη. Χαρακτηριστικό είναι ότι και οι εταιρίες σούπερ μάρκετ που ερωτήθηκαν σχετικά εκτιμούν ότι οι επιπτώσεις της γνωστοποιηθείσας πράξης στην παραγωγή και εμπορία γάλακτος υψηλής παστερίωσης δεν θα είναι σημαντικές δεδομένου του μικρού μεριδίου αγοράς της ΜΕΒΓΑΛ⁴¹⁸.

316. Με τα ανωτέρω δεδομένα, εκτιμάται ότι η υπό κρίση συγκέντρωση δεν μπορεί να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στην εξεταζόμενη σχετική αγορά, ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση μιας δεσπόζουσας θέσης.

V.5.2 Η αγορά του σοκολατούχου γάλακτος

317. Το σοκολατούχο γάλα είναι κατά βάση προϊόν με βάση το γάλα και κακάο. Στην αγορά σοκολατούχου γάλακτος έχουν ισχυρή παρουσία τόσο η ΔΕΛΤΑ με το σήμα «MILKO», όσο και η ΜΕΒΓΑΛ με το σήμα «Torino». Κατά την άποψη δύο εταιριών σούπερ μάρκετ⁴¹⁹, το σήμα «MILKO» εντάσσεται μεταξύ των σημάτων που πρέπει να διαθέτει ένα σούπερ μάρκετ. Κατά την άποψη των γνωστοποιούντων μερών, το σοκολατούχο γάλα δεν συνιστά διακριτή αγορά, αλλά υφίσταται σημαντική εναλλαξιμότητα μεταξύ του σοκολατούχου γάλακτος, όχι μόνο με το λευκό γάλα (στο οποίο π.χ. απλώς μπορεί να προστεθεί κακάο σε σκόνη), αλλά και με τα διάφορα προϊόντα γάλακτος, γιαουρτιού, επιδορπίων ή φρουτοποτών τύπου freddoccino (μείγμα καφέ, γάλακτος και ζάχαρης), smoothies κ.λπ. Πρόκειται για ροφήματα ή επιδόρπια με βάση κυρίως το γάλα που ικανοποιούν ιδίως την ανάγκη για αυθόρμητη κατανάλωση (impulse), ανάγκη που ικανοποιείται, κατά τους ισχυρισμούς των μερών, εξίσου και με ίδιο σχετικά κόστος με οποιοδήποτε από τα ανωτέρω προϊόντα. Σε κάθε περίπτωση, σύμφωνα με τα μέρη, το σοκολατούχο γάλα ανήκει στην ευρύτερη κατηγορία flavoured dairy drinks, στην οποία περιλαμβάνονται διαφόρων κατηγοριών προϊόντα/ ροφήματα με βάση το γάλα και (μερικώς) τα φρούτα ή τον καφέ⁴²⁰. Τα μέρη προς επίρρωση των ισχυρισμών τους παραπέμπουν στην απόφαση της Ε.Επ. Μ.5046 –Friesland / Campina, στην οποία εξετάζεται κατά πόσο τα γαλακτοκομικά ροφήματα με γεύση φρούτων και τα γαλακτοκομικά ροφήματα με γεύση σοκολάτα ανήκουν στην ίδια αγορά. Η Ε.Επ. στην εν λόγω απόφαση κατέληξε ότι η αγορά ροφημάτων με γεύση φρούτων πρέπει να θεωρηθεί διακριτή από αυτή του σοκολατούχου γάλακτος⁴²¹.

⁴¹⁷ Μ. 5384 BNPPARIBAS/FORTIS, σκ. 95-96, Μ. 4844 FORTIS/ABN AMRO ASSETS, σκ. 137-138, 139-140, 155-156, Μ. 4155 BNP PARIBAS/BNL, σκ. 30-31.

⁴¹⁸ Βλ. ενδεικτικά τις απαντητικές επιστολές των [...], ΠΕΝΤΕ και ΜΕΤΡΟ.

⁴¹⁹ [...] και [...].

⁴²⁰ Βλ. παρ. 101 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁴²¹ Βλ. Απόφαση Ε.Επ. Μ.5046 -Friesland/ Campina, σκ. 1085.

318. Η ΕΑ σε παλαιότερες αποφάσεις⁴²² της έχει κρίνει ότι το σοκολατούχο γάλα συνιστά διακριτή αγορά προϊόντος σε σχέση με τις κατηγορίες προϊόντων λευκού γάλακτος, λαμβάνοντας υπόψη, μεταξύ άλλων, το γεγονός ότι το σοκολατούχο γάλα διακρίνεται από το λευκό γάλα ως προς τα χαρακτηριστικά του και κατά κύριο λόγο, ως προς την αντίληψη που έχουν οι καταναλωτές για τη διατροφική του αξία. Σύμφωνα και με τις πρόσφατες υπ' αριθ. 515/VI/2011 και 598/2014 αποφάσεις της, η ΕΑ ανέφερε πως η τιμή του σοκολατούχου γάλακτος είναι σημαντικά υψηλότερη από αυτήν του λευκού γάλακτος, ενώ η διαμόρφωσή της δεν υπόκειται στους περιορισμούς των υπό-αγορών του λευκού γάλακτος, καθώς και ότι το σοκολατούχο γάλα διακινείται σε μεγαλύτερο βαθμό μέσα από μικρά σημεία πώλησης προς αυθόρμητη κατανάλωση («*impulse purchase*») εκτός οικίας («*out-of-home*»), παρά μέσω μεγάλων αλυσίδων σούπερ μάρκετ. Επιπλέον, στη συνείδηση του καταναλωτή, το σοκολατούχο γάλα διακρίνεται από το γάλα με προσθήκη καφέ, λόγω των χαρακτηριστικών του και κυρίως της γεύσης του, αλλά και λόγω του ότι απευθύνεται γενικά σε καταναλωτές διαφορετικών ηλικιακών ομάδων (το τελευταίο απευθύνεται σε νεαρούς ενήλικες καταναλωτές, ενώ το σοκολατούχο απευθύνεται σε μεγάλο βαθμό και σε παιδιά)⁴²³.

319. Τη διαπίστωση για τη μη εναλλαξιμότητα του σοκολατούχου γάλακτος με λοιπά προϊόντα γάλακτος, γιαουρτιού και φρουτοποτών επιβεβαίωσαν οι απαντήσεις των ανταγωνιστών των συμμετεχουσών εταιριών. Ειδικότερα, όλοι οι δραστηριοποιούμενοι στην αγορά αυτή ανταγωνιστές της νέας οντότητας δήλωσαν ότι δεν υφίσταται εναλλαξιμότητα μεταξύ του σοκολατούχου γάλακτος και των διάφορων προϊόντων γάλακτος για διάφορους λόγους, μεταξύ των οποίων το διαφορετικό καταναλωτικό κοινό, στο οποίο απευθύνεται το σοκολατούχο γάλα. Μόλις δε δύο ανταγωνιστές ανέφεραν την ύπαρξη σε μικρό βαθμό εναλλαξιμότητας μεταξύ του σοκολατούχου γάλακτος και των φρουτοποτών⁴²⁴, ενώ οι λοιποί απάντησαν ότι επίσης δεν υφίσταται εναλλαξιμότητα. Εξάλλου, όπως έχει αναφερθεί ανωτέρω⁴²⁵, οι ανταγωνίστριες επιχειρήσεις (γαλακτοβιομηχανίες) συμφωνούν με την οριοθέτηση των σχετικών αγορών όπως έχει προκύψει και από τις υπ' αριθ. 515/VI/2011 και 598/2014 αποφάσεις της ΕΑ.

320. Για το ίδιο ζήτημα, οι εταιρίες σούπερ μάρκετ ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ και LIDL δήλωσαν ότι, κατά την εκτίμησή τους, δεν υφίσταται εναλλαξιμότητα μεταξύ του σοκολατούχου γάλακτος και των λοιπών προϊόντων γάλακτος και φρουτοποτών, η εταιρία σούπερ μάρκετ ΠΕΝΤΕ⁴²⁶ ανέφερε ότι υφίσταται εναλλαξιμότητα μεταξύ των ως άνω προϊόντων, οι δε ΜΕΤΡΟ (MY MARKET) και ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ⁴²⁷ επισήμαναν, η μεν πρώτη ότι υφίσταται κάποια εναλλαξιμότητα μεταξύ του σοκολατούχου γάλακτος

⁴²² Βλ. τις υπ' αριθ. 314/V/2006, 369/V/2007, 373/V/2007, 515/VI/2011 και 598/2014 αποφάσεις της ΕΑ.

⁴²³ Στην υπ' αριθ. 515/VI/2011 απόφαση της ΕΑ επισημάνθηκε το γεγονός, ότι ενώ τα σοκολατούχα γάλατα διατίθενται σε μορφή φρέσκου παστεριωμένου, υψηλής παστερίωσης και μακράς διάρκειας, δεν κρίνεται σκόπιμος τυχόν περαιτέρω διαχωρισμός της αγοράς με βάση τη θερμική επεξεργασία, διότι όλες οι μορφές σοκολατούχου γάλακτος ικανοποιούν την ίδια ανάγκη στη συνείδηση του καταναλωτή και καταναλώνονται κατ' αυθόρμητο τρόπο σε μικρά κυρίως σημεία πώλησης, υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες.

⁴²⁴ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ και ΔΩΔΩΝΗ.

⁴²⁵ Βλ. παρ. 264 και επ.

⁴²⁶ Βλ. την απαντητική επιστολή του ΠΕΝΤΕ.

⁴²⁷ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των ΜΕΤΡΟ (/MY MARKET) και ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ.

και των χυμών/αναψυκτικών, αλλά όχι μεταξύ αυτού και του λευκού γάλακτος, η δε δεύτερη ότι το σοκολατούχο γάλα είναι εναλλάξιμο με το λευκό, αλλά όχι με τα λοιπά προϊόντα. Σε κάθε περίπτωση, οι εταιρίες σούπερ μάρκετ συμφωνούν με τον προσδιορισμό της σχετικής αγοράς σοκολατούχου γάλακτος, ως διακριτής αγοράς.

321. Αναφορικά με τη δυνατότητα υποκατάστασης από την πλευρά της προσφοράς, αν και το σοκολατούχο γάλα μπορεί να παραχθεί στις ίδιες μεταποιητικές εγκαταστάσεις που παράγουν φρέσκο ή/και παστεριωμένο γάλα, χωρίς να υφίστανται σημαντικές τεχνικές δυσκολίες ή να απαιτούνται σημαντικές επενδύσεις για την μετατόπιση της γραμμής παραγωγής⁴²⁸, ωστόσο απαιτούνται σημαντικές επενδύσεις για την καθιέρωση ενός νέου σήματος, λαμβανομένου επίσης υπόψη ότι το σοκολατούχο γάλα είναι έντονα σηματοποιημένο προϊόν⁴²⁹. Επιπλέον, απαιτούνται σημαντικές επενδύσεις για την εξασφάλιση επαρκών σημείων διανομής και ψυγείων στα μικρά σημεία πώλησης (όπου κυρίως καταναλίσκεται κατ' αυθόρμητο τρόπο).

322. Όπως προέκυψε από την επεξεργασία των σχετικών στοιχείων, το σοκολατούχο γάλα διακινείται από τις συμμετέχουσες σε μεγαλύτερο βαθμό μέσα από μικρά σημεία πώλησης, παρά μέσω μεγάλων αλυσίδων σούπερ μάρκετ⁴³⁰. Ειδικότερα, σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκόμισαν τα γνωστοποιούντα μέρη, το [45-55]⁴³¹ των πωλήσεων του MILKO πραγματοποιείται σε πελάτες λιανικής και περίπτερα και το [75-85]⁴³² του Torino πραγματοποιούνται από μικρά σημεία πώλησης (περίπτερα, φούρνοι, μίνι μάρκετ κ.λπ.). Εντούτοις, όπως αναφέρεται ανωτέρω, η διαπραγματευτική δύναμη των μικρών σημείων πώλησης δεν είναι αντίστοιχη αυτής των σούπερ μάρκετ⁴³³.

323. Εκτιμώντας τα ως άνω στοιχεία, κρίνεται ότι το σοκολατούχο γάλα συνιστά διακριτή αγορά προϊόντος σε σχέση με τις κατηγορίες προϊόντων λευκού γάλακτος ή/και γαλακτοκομικών προϊόντων με γεύση φρούτων.

324. Ως προς τη σχετική γεωγραφική αγορά του σοκολατούχου γάλακτος τόσο η κρίση της ΕΑ με βάση τις παλαιότερες αποφάσεις⁴³⁴ της, όσο και η θέση των γνωστοποιούντων μερών, των ανταγωνιστών αυτών και των εταιριών σούπερ μάρκετ, είναι ότι αυτή αφορά το σύνολο της ελληνικής επικράτειας. Ως εκ τούτου, η σχετική γεωγραφική αγορά για

⁴²⁸ Η διαπίστωση αυτή επιβεβαιώνεται από την έρευνα της ΓΔΑ. Η πλειοψηφία των ερωτηθεισών επιχειρήσεων απάντησε ότι η είναι εύκολη η μεταστροφή της γραμμής παραγωγής λευκού γάλακτος για την παραγωγή σοκολατούχου γάλακτος με επιπλέον επενδύσεις που κυμαίνονται, κατά τις απαντήσεις των επιχειρήσεων, μεταξύ 50.000 – 300.000 ευρώ (βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, ΔΩΔΩΝΗ, FRIESLAND, ΦΑΓΕ, ΕΒΟΛ). Μ.5046 - Friesland/ Campina. Η ΔΩΔΩΝΗ επισημαίνει πάντως ότι η εναλλαγή διαστημάτων μεταξύ παραγωγής και καθαρισμού του εξοπλισμού θα επιφέρει πρόσθετες δαπάνες από πλευράς χρονοδιαγράμματος. Την ανάγκη επένδυσης σε τεχνολογικό εξοπλισμό (δεξαμενές, βραστήρες, μίξερ, κ.λπ.) για επεξεργασία του μείγματος του σοκολατούχου γάλακτος σημειώνουν και οι εταιρίες ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ΚΡΙ-ΚΡΙ και ΤΡΙΚΚΗ, η δε ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ προσθέτει ότι για την κατασκευή, εγκατάσταση, προμήθεια εξοπλισμού, απαιτούνται τουλάχιστον 3 με 4 μήνες. Η δε εταιρία ΝΕΟΓΑΛ θεωρεί ότι η γραμμή παραγωγής λευκού γάλακτος δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως γραμμή παραγωγής σοκολατούχου γάλακτος.

⁴²⁹ Βλ. σχετικώς και 515/VI/2011 και 598/2014 αποφάσεις της Ε.Α.

⁴³⁰ Βλ. και Ενότητα V.3.4.

⁴³¹ Σχετ. ο Πίνακας 21.

⁴³² Σχετ. ο Πίνακας 22.

⁴³³ Βλ. και Ενότητα V.3.4.

⁴³⁴ Βλ. τις υπ' αριθ. 314/V/2006, 369/V/2007, 373/V/2007, 515/VI/2011 και 598/2014 αποφάσεις της ΕΑ.

την αγορά του σοκολατούχου γάλακτος θεωρείται η ελληνική επικράτεια, όπου αναπτύσσεται η δραστηριότητα των μερών υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες.

V.5.2.1 Δομή και μερίδια αγοράς σοκολατούχου γάλακτος

325. Η αγορά σοκολατούχου γάλακτος παρουσιάζει σημάδια κάμψης την τελευταία τριετία, με το μέγεθός της να έχει μειωθεί από [...] τόνους το 2014 σε [...] τόνους το 2016. Ενδεικτικά αναφέρεται πως το μέγεθος της αγοράς το 2011⁴³⁵ ήταν [...] τόνοι και [...] χιλ. €.

Πίνακας 36: Συνολικές πωλήσεις σοκολατούχου γάλακτος, 2014-2016

	2014	2015	2016	ΜΕΡΜ*	ΔΕΚ-ΜΑΡ 2017
Όγκος (σε τόνους)	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ετήσια μεταβολή		[...]	[...]		
Αξία (σε €000)	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ετήσια μεταβολή		[...]	[...]		

*Μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων των γνωστοποιούντων μερών (A.C. Nielsen)

326. Σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκόμισαν τα γνωστοποιούντα μέρη, το αθροιστικό μερίδιο των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ το 2016 ξεπερνά το [55-65]% στην αγορά του σοκολατούχου γάλακτος σε όρους όγκου και το [55-65]% σε όρους αξίας. Με την ολοκλήρωση της συγκέντρωσης το ήδη σημαντικό μερίδιο της ΔΕΛΤΑ θα ενισχυθεί κατά δέκα περίπου ποσοστιαίες μονάδες. Ο Πίνακας 37 παρουσιάζει, σύμφωνα με τα προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη στοιχεία, την εξέλιξη των μεριδίων, σε όγκο, των σημαντικότερων εταιριών που δραστηριοποιούνται στην αγορά σοκολατούχου γάλακτος την περίοδο 2014 – 2016.

Πίνακας 37: Μερίδια αγοράς σοκολατούχου γάλακτος – Βαθμός Συγκέντρωσης, 2014-2016 (σε όγκο)

	2014	2015	2016	ΔΕΚ-ΜΑΡ 2017
ΔΕΛΤΑ	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%
ΜΕΒΓΑΛ	[5-10]%	[10-15]%	[10-15]%	[5-10]%
FRIESLAND	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΦΑΓΕ	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΟΛΥΜΠΙΟΣ (ΕΛ. ΓΑΛ.)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΔΩΔΩΝΗ	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	5,4%
NESTLE	[0-5]%			
ΚΡΙ-ΚΡΙ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ		[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%
ΡΟΔΟΠΗ (ΕΛ. ΓΑΛ)		[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΝΕΟΓΑΛ		[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΕΒΟΛ		[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΛΟΙΠΟΙ	[15-25]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%

⁴³⁵ Βλ. την υπ' αριθ. 598/2014 απόφαση της ΕΑ.

	2014	2015	2016	ΔΕΚ-ΜΑΡ 2017
CR3	[65-75]%	[65-75]%	[65-75]%	[55-65]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%	[45-55]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων των γνωστοποιούντων μερών (A.C. Nielsen)

327. Όπως προκύπτει από τον ανωτέρω Πίνακα, κυρίαρχη θέση στην αγορά κατέχει διαχρονικά η ΔΕΛΤΑ⁴³⁶ με μερίδιο που κυμαίνεται από [45-55]% (το 2014) έως [45-55]% (το 2016) σε όγκο, ακολουθούμενη από τη ΜΕΒΓΑΛ, η οποία κατέχει μερίδιο της τάξης του [10-15]% περίπου. Ακολουθούν οι ΝΕΟΓΑΛ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ (ΟΛΥΜΠΙΟΣ και ΡΟΔΟΠΗ) και η ΔΩΔΩΝΗ με χαμηλότερα μερίδια. Τα στοιχεία που αφορούν την περίοδο Δεκεμβρίου 2016-Μαρτίου 2017 και παρουσιάζουν πτώση του μεριδίου της ΜΕΒΓΑΛ δεν μπορούν να αξιολογηθούν, καθώς αφορούν περιορισμένο και όχι κατ' ανάγκην αντιπροσωπευτικό χρονικό διάστημα (μόλις 4 μήνες).

328. Τα ίδια περίπου αποτελέσματα προκύπτουν και στην περίπτωση της εξέτασης των μεριδίων σε αξία (Πίνακας 38), με το μερίδια της ΔΕΛΤΑ και της ΜΕΒΓΑΛ να εμφανίζονται ενισχυμένα περίπου κατά [0-5]% και [0-5]%, αντίστοιχα, σε σχέση με τα αντίστοιχα με βάση τον όγκο.

Πίνακας 38: Μερίδια αγοράς σοκολατούχου γάλακτος – Βαθμός Συγκέντρωσης, 2014-2016 (σε αξία)

	2014	2015	2016	ΔΕΚ-ΜΑΡ 2017
ΔΕΛΤΑ	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%
ΜΕΒΓΑΛ	[5-10]%	[10-15]%	[10-15]%	[5-10]%
FRIESLAND	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΦΑΓΕ	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΟΛΥΜΠΙΟΣ (ΕΛ. ΓΑΛ.)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΔΩΔΩΝΗ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
NESTLE	[0-5]%			
ΚΡΙ-ΚΡΙ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ		[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΡΟΔΟΠΗ (ΕΛ. ΓΑΛ)		[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΝΕΟΓΑΛ		[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%
ΕΒΟΛ		[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΛΟΙΠΟΙ	17,5%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
CR3	[65-75]%	[65-75]%	[65-75]%	[65-75]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων των γνωστοποιούντων μερών (A.C. Nielsen)

⁴³⁶ Όπως προαναφέρθηκε, η ΔΕΛΤΑ παράγει σοκολατούχο γάλα για λογαριασμό [...].

329. Κατά συνέπεια, το αθροιστικό μερίδιο των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση επιχειρήσεων ανέρχεται για όλη την εξεταζόμενη περίοδο (2014-2016) κατά μέσο όρο σε [55-65]% περίπου σε όγκο και [55-65]% περίπου σε αξία.

330. Τα γνωστοποιούντα μέρη προσκόμισαν και στοιχεία μεριδίων αγοράς από την εταιρία IRI⁴³⁷, η οποία κατά δήλωσή τους, «...καταγράφει μέρος της συνολικής αγοράς σοκολατούχου». Σύμφωνα με τα εν λόγω στοιχεία τα μερίδια των εταιριών ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ είναι χαμηλότερα⁴³⁸. Ειδικότερα:

Πίνακας 39: Μεριδία αγοράς σοκολατούχου γάλακτος – Βαθμός Συγκέντρωσης, 2014-2016 (σε όγκο και αξία)

	2014	2015	2016	2014	2015	2016
	ΣΕ ΟΓΚΟ (ΚΙΛΑ)			ΣΕ ΑΞΙΑ (€)		
ΣΥΝΟΛΟ ΑΓΟΡΑΣ	5.844.206	5.795.323	4.996.854	15.076.908	15.259.076	13.323.318
ΔΕΛΤΑ	[35-45]%	[35-45]%	[35-45]%	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%
ΜΕΒΓΑΛ	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%
ΔΩΔΩΝΗ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΟΛΥΜΠΙΟΣ (ΕΛ. ΓΑΛ.)	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΡΟΔΟΠΗ (ΕΛ. ΓΑΛ.)	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%
ΕΒΟΛ	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%
FRIESLAND	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%
ARLA	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΝΕΟΓΑΛ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΣΕΡΓΑΛ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
MARS	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΛΟΙΠΟΙ	[10-15]%	[5-10]%	[5-10]%	[10-15]%	[5-10]%	[5-10]%
CR3	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων των γνωστοποιούντων μερών (I.R.I.)

331. Από τον ανωτέρω πίνακα προκύπτει ότι το αθροιστικό μερίδιο των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ στις πωλήσεις σοκολατούχου γάλακτος ανέρχεται για τα έτη 2014-2016 κατά μέσο όρο περίπου σε [45-55]% (σε όγκο) και περίπου [45-55]% (σε αξία).

332. Με την υπ' αριθ. πρωτ. 3167/2.6.2017 επιστολή τους τα γνωστοποιούντα μέρη προσκόμισαν εκ νέου τα μερίδια αγοράς της A.C. NIELSEN για την κατηγορία του σοκολατούχου γάλακτος (τα οποία δεν διαφοροποιούνται από τα ανωτέρω αναφερόμενα)⁴³⁹, καθώς επίσης και νέα μερίδια αγοράς από την I.R.I. Σύμφωνα με τις μετρήσεις της τελευταίας, η οποία λαμβάνει δείγμα από μικρότερο τμήμα της αγοράς,

⁴³⁷ Βλ. σχετ. 24, 25 και 26 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁴³⁸ Βλ. παρ. 103 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁴³⁹ Βλ. σχετ. έντυπο γνωστοποίησης και επιστολή των γνωστοποιούντων μερών με αριθ. πρωτ. 2965/23.5.2017, από τα οποία προέκυψαν τα στοιχεία ανωτέρω (Πίνακας 37 και Πίνακας 38).

καθώς καταγράφει πωλήσεις μόνο από εταιρίες σούπερ μάρκετ⁴⁴⁰, η εικόνα της αγοράς του σοκολατούχου γάλακτος έχει ως εξής:

Πίνακας 40: Μεριδία αγοράς σοκολατούχου γάλακτος – Βαθμός Συγκέντρωσης, 2014-2016 (σε όγκο και αξία)

	2015	2016	IAN-ΦΕΒ 2017	2015	2016	IAN-ΦΕΒ 2017
	ΣΕ ΟΓΚΟ			ΣΕ ΑΞΙΑ		
ΣΥΝΟΛΟ ΑΓΟΡΑΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΔΕΛΤΑ	[45-55]%	[45-55]%	[35-45]%	[35-45]%	[35-45]%	[35-45]%
ΜΕΒΓΑΛ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΔΩΔΩΝΗ	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΟΛΥΜΠΙΟΣ (ΕΛ. ΓΑΛ.)	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΡΟΔΟΠΗ (ΕΛ. ΓΑΛ.)	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΕΒΟΛ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%
FRIESLAND	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%
ΦΑΓΕ	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΝΕΟΓΑΛ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ				[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΛΟΙΠΟΙ	[5-10]%	[10-15]%	[10-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
CR3	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%	[45-55]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%	[35-45]%	[35-45]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων των γνωστοποιούντων μερών (I.R.I.)

333. Σημειώνεται ότι η A.C. NIELSEN εκτιμά τη συνολική αγορά του σοκολατούχου γάλακτος στους [...]τόνους (σε όρους όγκου) και [...]εκατ. € (σε όρους αξίας) για το 2016, ενώ η I.R.I.⁴⁴¹, για το ίδιο έτος, την εκτιμά στους [...] τόνους (σε όρους όγκου) και [...]εκατ. € (σε όρους αξίας). Επίσης, στα στοιχεία της I.R.I. που προσκόμισαν τα μέρη με το έντυπο γνωστοποίησης έναντι της υπ' αριθ. πρωτ. 3167/2.6.2017 επιστολής τους παρατηρούνται διαφοροποιήσεις τόσο στο σύνολο της αγοράς σε όγκο και αξία, όσο και στα επιμέρους μερίδια αγοράς ανά εταιρία. Ενδεικτικά αναφέρεται, ότι για το 2016 στα στοιχεία που προσκομίστηκαν με το έντυπο γνωστοποίησης η αγορά σε αξία είναι στα [...]€ και τα μερίδια της ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ είναι [35-45]% και [0-5]%, αντίστοιχα, ενώ για το ίδιο έτος στα στοιχεία που προσκομίστηκαν με την υπ' αριθ. πρωτ. 3167/2.6.2017 επιστολή, η αγορά σε αξία είναι στα [...]€ και τα μερίδια της ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ είναι [35-45]% και [0-5]%, αντίστοιχα.

334. Εξάλλου, σύμφωνα με στοιχεία που προσκόμισαν ανταγωνίστριες εταιρίες⁴⁴², και τα οποία βασίζονται επίσης σε μετρήσεις της I.R.I., τα μερίδια αγοράς των εταιριών στην

⁴⁴⁰ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 3167/2.6.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών.

⁴⁴¹ Βλ. σχετ. 24, 25 και 26 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁴⁴² Η [...] και η [...], οι οποίες προσκόμισαν στοιχεία της [...].

αγορά του σοκολατούχου γάλακτος, σε όρους όγκου και αξίας, που διαμορφώθηκαν κατά τη διάρκεια της περιόδου 2014-2016 παρουσιάζουν μικρές διαφοροποιήσεις από τα αρχικώς προσκομισθέντα, με το έντυπο γνωστοποίησης, στοιχεία της I.R.I.

335. Πιο συγκεκριμένα, κατά τη [...] ⁴⁴³, η οποία προσκόμισε στοιχεία της I.R.I. που αφορούν μετρήσεις μόνο σε εταιρίες σούπερ μάρκετ, το αθροιστικό μερίδιο των συμμετεχουσών κινείται πτωτικά την περίοδο 2014-2016, με μερίδια σε όγκο της τάξης του [45-55] (το 2014) έως [35-45] (το 2016) και σε αξία της τάξης του [45-55]% (το 2014) έως [45-55]% (το 2016) ⁴⁴⁴. Αντίστοιχα είναι και τα αποτελέσματα που προκύπτουν από τα στοιχεία που απέστειλε η [...] ⁴⁴⁵, με το από κοινού μερίδιο των συμμετεχουσών να κινείται επίσης πτωτικά και να κυμαίνεται από [45-55]% έως [35-45]% (σε όγκο από το 2014 έως το 2016) και από [45-55]% έως [45-55]% (σε αξία από το 2014 έως το 2016) ⁴⁴⁶.

336. Λαμβάνοντας υπόψη τις σημαντικές αποκλίσεις ⁴⁴⁷ στα μερίδια αγοράς των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ, που προκύπτουν από τα στατιστικά στοιχεία/μεθοδολογίες των εταιριών AC NIELSEN και I.R.I., καθώς και τις διαφορές ανάμεσα στις μετρήσεις της I.R.I., εκτιμάται ότι τα στοιχεία που προσκόμισαν τα γνωστοποιούντα μέρη δεν είναι αξιοποιήσιμα για τους σκοπούς της παρούσας εισήγησης. Για το λόγο αυτό εκτιμήθηκαν τα συνολικά μερίδια των εταιριών που δραστηριοποιούνται στην αγορά του σοκολατούχου γάλακτος, από τα προσκομισθέντα από αυτές στοιχεία (ελήφθη υπόψη το άθροισμα των πωλήσεων σοκολατούχου γάλακτος ⁴⁴⁸ των εν λόγω εταιριών). Ειδικότερα, από την επεξεργασία των προσκομισθέντων στοιχείων, το σύνολο της αγοράς του σοκολατούχου γάλακτος, προσεγγίζει στα στοιχεία της A.C. NIELSEN:

Πίνακας 41: Μερίδια αγοράς σοκολατούχου γάλακτος – Βαθμός Συγκέντρωσης, 2011-2016 (σε αξία)

ΑΞΙΑ	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ΣΥΝΟΛΟ ΑΓΟΡΑΣ (‘000 €)	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΔΕΛΤΑ	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%
ΜΕΒΓΑΛ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%

⁴⁴³ Βλ. την πρώτη απαντητική επιστολή της [...].

⁴⁴⁴ Βλ. παράρτημα V

⁴⁴⁵ Βλ. την πρώτη απαντητική επιστολή της [...].

⁴⁴⁶ Βλ. παράρτημα V.

⁴⁴⁷ Η απόκλιση των μεριδίων αγοράς μεταξύ της εταιρίας Nielsen και της I.R.I. (αρχική προσκόμιση) κυμαίνεται το 2014 σε [5-10]% σε όγκο και [10-15]% σε αξία, για το 2015 σε [5-10]% σε όγκο και [10-15]% σε αξία και το 2016 σε [5-10]% σε όγκο και [10-15]% σε αξία. Η απόκλιση των μεριδίων αγοράς μεταξύ της εταιρίας Nielsen και της τελευταίας προσκόμισης στοιχείων της I.R.I. (υπ’ αριθ. πρωτ. 3167/2.6.2017) κυμαίνεται το 2015 σε [5-10]% σε όγκο και [15-25]% σε αξία και το 2016 σε [5-10]% σε όγκο και [15-25]% σε αξία. Η απόκλιση των μεριδίων αγοράς μεταξύ των αρχικών και τελευταίων προσκομισθέντων στοιχείων της I.R.I. κυμαίνεται το 2015 σε [0-5]% σε όγκο και [0-5]% σε αξία και το 2016 σε [0-5]% σε όγκο και [0-5]% σε αξία.

⁴⁴⁸ Τα στοιχεία που επεξεργάστηκε η ΓΔΑ αφορούν πωλήσεις σε αξία και όχι σε όγκο, καθώς τα στοιχεία όγκου που προσκομίστηκαν δεν ήταν συγκρίσιμα (π.χ. ορισμένες εταιρίες προσκόμισαν στοιχεία σε κιλά/τόνους, άλλες σε λίτρα και άλλες σε τεμάχια ή κιβώτια). Η ΓΔΑ δεν διαθέτει στοιχεία για το σοκολατούχο γάλα των εταιριών ΚΡΙ-ΚΡΙ και ΤΡΙΚΚΗ για την περίοδο 2011-2013. Τέλος, το δείγμα που επεξεργάστηκε η Υπηρεσία δεν περιλαμβάνει στοιχεία για προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, για τα έτη 2011-2015 (αμελητέο ποσοστό), καθώς και για λοιπές εταιρίες (περίπου [0-5]%-[5-10]% σε όρους αξίας).

ΑΞΙΑ	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ΦΡΗΣΛΑΝΤ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΦΑΓΕ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	[5-10]%	[10-15]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΔΩΔΩΝΗ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
NESTLE	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΚΡΙ ΚΡΙ	[...]	[...]	[...]	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΤΡΙΚΚΗ	[...]	[...]	[...]	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΕΒΟΛ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΘΕΣΓΑΛΑ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΝΕΟΓΑΛ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΣΕΡΓΑΛ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ ⁴⁴⁹	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
CR3	[75-85]%	[75-85]%	[75-85]%	[65-75]%	[65-75]%	[65-75]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[65-75]%	[65-75]%	[65-75]%	[65-75]%	[55-65]%	[55-65]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων των ερωτηθέντων ανταγωνιστριών εταιριών

337. Όπως προκύπτει από τον παραπάνω Πίνακα, το αθροιστικό μερίδιο των εταιριών ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ στην αγορά σοκολατούχου γάλακτος, παρά το γεγονός ότι διαχρονικά βαίνει μειούμενο, εντούτοις καθ' όλη την εξεταζόμενη περίοδο κυμαίνεται σε υψηλά επίπεδα άνω του [55-65]%. Ειδικότερα την τελευταία τριετία (2014 – 2016) το συνδυασμένο μερίδιο αγοράς των εν λόγω εταιριών ανέρχεται σε αξία σε [65-75]%, [55-65]% και [55-65]% αντίστοιχα, ενώ η επαύξηση του μεριδίου αγοράς της ΔΕΛΤΑ λόγω της κρινόμενης συγκέντρωσης ανέρχεται όπως προκύπτει από τα στοιχεία του 2016 σε [5-10]%. Περαιτέρω, λαμβάνοντας υπόψη τα στοιχεία του ανωτέρω πίνακα, ο δείκτης ΗΗΙ πριν και μετά τη συγκέντρωση είναι [...] και [...] αντίστοιχα. Επίσης, η διαφορά του δείκτη (ΔΗΗΙ) πριν και μετά τη συγκέντρωση είναι [...] ⁴⁵⁰.

338. Από το δείκτη ΗΗΙ για την αγορά σοκολατούχου γάλακτος προκύπτει ότι: α) το επίπεδο συγκέντρωσης στην αγορά είναι υψηλό και β) η αλλαγή στον δείκτη συγκέντρωσης που θα προκύψει από την συγκέντρωση των δύο μερών στην αγορά σοκολατούχου γάλακτος είναι κατά πολύ μεγαλύτερη από το επίπεδο που θεωρείται ότι δεν είναι πιθανό να δημιουργήσει πρόβλημα στον ανταγωνισμό.

⁴⁴⁹ Από τα διαθέσιμα στην ΓΔΑ στοιχεία προϊόντα σοκολατούχου γάλακτος ιδιωτικής ετικέτας διατίθενται στα σούπερ μάρκετ ΜΑΣΟΥΤΗΣ, ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ και ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ.

⁴⁵⁰ Εάν ληφθούν υπόψη τα στοιχεία της Α.Σ. NIELSEN (βλ. Πίνακας 38), που προσκόμισαν τα γνωστοποιούντα μέρη ο δείκτης ΗΗΙ πριν και μετά τη συγκέντρωση είναι [...] και [...], αντίστοιχα και η διαφορά του δείκτη (ΔΗΗΙ) πριν και μετά τη συγκέντρωση είναι [...]. Ενώ, αν ληφθούν υπόψη τα στοιχεία της IRI (βλ. Πίνακας 39), που προσκόμισαν τα γνωστοποιούντα μέρη, με το έντυπο γνωστοποίησης, ο δείκτης ΗΗΙ πριν και μετά τη συγκέντρωση είναι [...] και [...] αντίστοιχα και η διαφορά του δείκτη (ΔΗΗΙ) πριν και μετά τη συγκέντρωση είναι [...]. Τέλος, αν ληφθούν υπόψη τα στοιχεία της IRI (βλ. Πίνακας 40), που προσκόμισαν τα γνωστοποιούντα μέρη, με την υπ' αριθ. πρωτ. 3167/2.6.2017 επιστολή τους, ο δείκτης ΗΗΙ πριν και μετά τη συγκέντρωση είναι [...] και [...] αντίστοιχα και η διαφορά του δείκτη (ΔΗΗΙ) πριν και μετά τη συγκέντρωση είναι [...].

339. Λαμβανομένων υπόψη των ανωτέρω, η αγορά σοκολατούχου γάλακτος θεωρείται επηρεαζόμενη κατά την εξέταση της υπό κρίση πράξης.

V.5.2.2 Η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της συγκέντρωσης στην αγορά σοκολατούχου γάλακτος

V.5.2.2.1 Η άποψη των γνωστοποιούντων μερών

340. Τα γνωστοποιούντα μέρη⁴⁵¹ εξέφρασαν την άποψη ότι, ακόμα και αν ήθελε κριθεί ότι το σοκολατούχο γάλα συνιστά χωριστή αγορά και παρόλο που οι συμμετέχουσες στη συγκέντρωση εταιρίες εξακολουθούν να έχουν αθροιστικά μερίδια που υπερβαίνουν το [55-65]% στην αγορά σοκολατούχου γάλακτος, ωστόσο, δεν συντρέχουν πλέον οι απαραίτητες προϋποθέσεις προκειμένου να μπορεί να θεμελιωθεί ότι η παρούσα συγκέντρωση θα περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στην κατηγορία σοκολατούχου γάλακτος για τους εξής λόγους:

(α) Στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιούνται σχεδόν όλοι οι σημαντικοί ανταγωνιστές στην ευρύτερη και απολύτως γειτονική αγορά λευκού γάλακτος. Ενδεικτικά αναφέρουν τις εταιρίες FRIESLAND, ΦΑΓΕ, ΟΛΥΜΠΟΣ, ΔΩΔΩΝΗ, NESTLE, ΚΡΙ-ΚΡΙ, οι οποίες, κατά την άποψή τους, έχουν αντικειμενική δυνατότητα επέκτασης της παραγωγής τους στο εν λόγω προϊόν, καθώς και πρόσβασης σε όλα τα σημεία πώλησης ακόμα και τα μικρά. Επίσης, αναφέρουν ότι η παραγωγή σοκολατούχου γάλακτος είναι ευχερέστατη για οποιαδήποτε επιχείρηση γάλακτος και ουσιαστικά δεν απαιτεί τίποτα περισσότερο από την προσθήκη κακάο και ζάχαρης στο γάλα. Η προσαρμογή της παραγωγικής διαδικασίας για μια επιχείρηση γάλακτος δεν προϋποθέτει ιδιαίτερες επενδύσεις και επομένως οποιαδήποτε στιγμή, οποιαδήποτε επιχείρηση γάλακτος μπορεί να εισέλθει στην αγορά του σοκολατούχου, αν αυξηθεί η τιμή του, προκειμένου να επωφεληθεί από την προοπτική κερδοφορίας. Το γεγονός αυτό διασφαλίζει τα συμφέροντα του καταναλωτή, αφού μια ενδεχόμενη αύξηση στην τιμή του σοκολατούχου γάλακτος θα προκαλέσει άμεσα την αύξηση της προσφοράς του και συνακόλουθα την πτώση της τιμής του.

(β) Η όποια θεωρητική απόπειρα περιορισμού του ανταγωνισμού θα συναντήσει την αντίδραση και των μεγάλων αλυσίδων λιανικής, οι οποίες, όπως αναφέρουν τα μέρη, πολλάκις έχει διαπιστωθεί και από την ΕΑ ότι διαθέτουν σημαντική διαπραγματευτική δύναμη έναντι των προμηθευτών.

(γ) Οι εξελίξεις στην αγορά που έχουν λάβει χώρα μετά την απόφαση 598/2014 της ΕΑ υποδεικνύουν ότι στην κατηγορία σοκολατούχο γάλα έχει αναπτυχθεί έντονη κινητικότητα με την είσοδο πολλών και δη αποτελεσματικών παικτών στην αγορά. Σοκολατούχο γάλα διαθέτουν πολλοί σημαντικοί ανταγωνιστές με αναγνωρίσιμα και καθιερωμένα στην αγορά σήματα. Τούτο αποδεικνύει ότι παρά την παρουσία της ΔΕΛΤΑ με υψηλό μερίδιο, και της, κατά την ΕΑ, δυσκολίας εισόδου, στην πράξη ο ανταγωνισμός λειτουργεί αποτελεσματικά, οι δε ανταγωνιστές της νέας οντότητας θα είναι σε θέση άμεσα να αντιδράσουν στη θεωρητική περίπτωση που οι εταιρίες

⁴⁵¹ Βλ. παρ. 102 με 107 του εντύπου γνωστοποίησης.

ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ επιχειρήσουν να αυξήσουν την τιμή στο σοκολατούχο γάλα. Ενδεικτικά τα γνωστοποιούνται μέρη αναφέρουν τις κάτωθι εξελίξεις:

- Λανσάρισμα της 3Ε Γάλα με καφέ macchiato cappuccino (Ιούνιος 2012)
- Λανσάρισμα MARS Milky Way σε μπουκάλι (Ιούνιος 2012)
- Λανσάρισμα σειράς Milko shake (Νοέμβριος 2012)
- Λανσάρισμα τοπικού παίχτη Σοκολατούχο Γάλα Χάρμα στην Κέρκυρα (2012)
- Λανσάρισμα ΔΕΛΤΑ Nesquik (Οκτώβριος 2013)
- Λανσάρισμα PL AB Σοκολατούχο HP (Δεκέμβριος 2013)
- Λανσάρισμα MARS Σοκολατούχο (Ιούλιος 2014)
- Λανσάρισμα ΟΛΥΜΠΙΟΣ CHOCO COOL Σοκολατούχο carton (Σεπτέμβριος 2014)
- Λανσάρισμα PL CRF Σοκολατούχο (Ιανουάριος 2015)
- Λανσάρισμα ARLA Protein Σοκολατούχο ρόφημα με 50% λιγότερη ζάχαρη 500ml (Μάρτιος 2016)
- Λανσάρισμα PL MARATA Σοκολατούχο Γάλα 485ml (Ιούνιος 2016)
- Λανσάρισμα PL Μασούτης My Choco Σοκολατούχο γάλα ΥΘΕ 500ml (Οκτώβριος 2016)
- Λανσάρισμα LIBER ΑΠΛΩΣ φρέσκο γάλα με κακάο 500ml (Νοέμβριος 2016)
- Λανσάρισμα ΔΕΛΤΑ Milko Φράουλα 450ml (Ιούνιος 2016)

(δ) Επικουρικά, τα γνωστοποιούνται μέρη αναφέρουν ότι, υπό την παρούσα συγκυρία και « ... με δεδομένη τη δεινή οικονομική θέση της ΜΕΒΓΑΛ, το οποιοδήποτε διαρθρωτικό χαρακτήρα μέτρο/ δέσμευση θα ήταν τουλάχιστον ανεπιεικές και δυσανάλογο», καθώς πρέπει να ληφθεί υπόψη το γεγονός ότι η ΔΕΛΤΑ και η οικογένεια Χατζάκου αποκτούν, μέσω της αύξησης μετοχικού κεφαλαίου στην οποία συμμετείχαν, αναλαμβάνοντας τους σχετικούς κινδύνους και βάρη, τον κοινό έλεγχο ουσιαστικά μίας «υπερχρεωμένης επιχείρησης». Συνεπώς, τουλάχιστον υπό τις συνθήκες οικονομικής κρίσης που αντιμετωπίζει η χώρα γενικότερα και ο κλάδος της γαλακτοβιομηχανίας ειδικότερα, η τυχόν υποχρέωση της νέας οντότητας να εκποιήσει ένα από τα περιουσιακά στοιχεία της ΜΕΒΓΑΛ (σήμα και συνταγές Torino) που, όπως η ίδια η ΕΑ έχει αναγνωρίσει με τις αποφάσεις 515/VI/2011 και 598/2014, έχουν σημαντική υπεραξία (αναγνωρισιμότητα σήματος Torino κ.λπ.) εκτιμάται από τα γνωστοποιούνται μέρη ότι θα ήταν δυσανάλογο μέτρο για την άρση ενός θεωρητικού και μόνο κινδύνου αύξησης της τιμής του σοκολατούχου γάλακτος.

341. Επιπλέον, η ΔΕΛΤΑ επισημαίνει⁴⁵² ότι:

- (α) το αθροιστικό μερίδιο σε όγκο και αξία των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ στην αγορά του σοκολατούχου γάλακτος είναι μικρότερο από το αντίστοιχο αναφερόμενο στην υπ' αριθ. 598/2014 απόφαση της ΕΑ (από [65-75]% σε [55-65]% σε αξία το 2016),
- (β) το μεγαλύτερο ποσοστό των πωλήσεων του σήματος «Torino» πραγματοποιείται στη Βόρεια Ελλάδα,
- (γ) δεδομένου ότι η παραγωγική διαδικασία σοκολατούχου γάλακτος είναι ίδια με

⁴⁵² Βλ. το υπ' αριθ. πρωτ. 1152/24.2.2017 «ΥΠΟΜΝΗΜΑ ΘΕΣΕΩΝ της ΔΕΛΤΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΑΕ».

αυτή του λευκού γάλακτος και δεν απαιτούνται σημαντικές επενδύσεις προκειμένου να μετατραπεί η παραγωγική διαδικασία ή μέρος της από λευκό σε σοκολατούχο γάλα, δεν παρατηρούνται εμπόδια εισόδου και επέκτασης στην αγορά

(δ) το σοκολατούχο γάλα «Torino» αποτελεί στρατηγικό προϊόν για τη ΜΕΒΓΑΛ και ένα εκ των βασικότερων περιουσιακών της στοιχείων, δεδομένου ότι συμβάλλει σε μεγάλο ποσοστό στην κερδοφορία της.

342. Περαιτέρω, σύμφωνα με τη ΔΕΛΤΑ η υποχρέωση πώλησης του σήματος «Torino» «...θα ήταν υπέρμετρα επιβαρυντική για τα μέρη και μη αναλογική καθώς θα είχε συνολικές οικονομικές επιπτώσεις και στις λοιπές (πλην του σοκολατούχου γάλακτος) αγορές που δραστηριοποιούνται τα μέρη και συνεπώς μια τέτοια δέσμευση θα έβαινε πέραν της σχετικής αγοράς που επιδιώκει να ρυθμίσει, δεδομένης της κρισιμότητας της επιχειρηματικής δραστηριότητας που συνδέεται με το προϊόν "TOPINO" για τη βιωσιμότητα της ΜΕΒΓΑΛ ...»⁴⁵³.

343. Πέραν των ανωτέρω, τα γνωστοποιούντα μέρη στην υπ' αριθ. πρωτ. 3167/2.6.2017 επιστολή τους αναφέρουν ότι:

(α) Το συνδυασμένο μερίδιο αγοράς των μερών έχει σταθερή πτώση, όπως παρουσιάζεται και στα μερίδια αγοράς των εταιριών A.C. NIELSEN και I.R.I.⁴⁵⁴

(β) Ο συνολικός όγκος της κατηγορίας σοκολατούχο γάλα σημειώνει ραγδαία πτώση, όπως παρουσιάζεται και στα μερίδια αγοράς των εταιριών A.C. NIELSEN και I.R.I.⁴⁵⁵

(γ) Την τελευταία περίοδο (2014 έως σήμερα) ανταγωνιστικές γαλακτοβιομηχανίες έχουν αποκτήσει ισχυρή παρουσία στην κατηγορία σοκολατούχο γάλα, με χαρακτηριστικά παραδείγματα τις εταιρίες ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ και ΝΕΟΓΑΛ, των οποίων τα μερίδια έχουν αυξηθεί κατά τα τελευταία έτη.

(δ) Το προϊόν Torino είναι από τα βασικότερα περιουσιακά στοιχεία της ΜΕΒΓΑΛ, με μεγάλη συνεισφορά στις πωλήσεις, την κερδοφορία, τη ρευστότητα, την απορρόφηση σταθερών ΓΒΕ (γενικών βιομηχανικών εξόδων) καθώς και λοιπών σταθερών εξόδων που αφορούν στη Διοίκηση και Διάθεση και εν τέλει στην βιωσιμότητα της ΜΕΒΓΑΛ⁴⁵⁶.

⁴⁵³ Βλ. το υπ' αριθ. πρωτ. 1152/23.2.2017 «ΥΠΟΜΝΗΜΑ ΘΕΣΕΩΝ της ΔΕΛΤΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΑΕ».

⁴⁵⁴ Σχετ. ο Πίνακας 37, Πίνακας 38 και ο Πίνακας 40.

⁴⁵⁵ Βλ. Πίνακας 36, Πίνακας 38 και Πίνακας 40.

⁴⁵⁶ Ειδικότερα, μεταξύ άλλων, αναφέρονται τα εξής:

«... Για τη χρήση 2016 ο κύκλος εργασιών του Torino ανήλθε σε [...]. ευρώ, η συνεισφορά του στα καθαρά κέρδη ήταν [...]. ευρώ ενώ η συμμετοχή του στο EBITDA (καθαρά κέρδη προ φόρων, τόκων και αποσβέσεων) ανήλθε σε [...] ευρώ. Να σημειωθεί ότι η συμμετοχή του Torino στο συνολικό EBITDA της εταιρείας για το 2016 ανήλθε στο [...]».

Η συνεισφορά του Torino στην ρευστότητα της εταιρείας το 2016 [...]. Σε περίπτωση μη συμμετοχής του Torino η ρευστότητα της εταιρείας [...].

...στο Επιχειρηματικό Σχέδιο 2016-2020, που κατέθεσε η ΜΕΒΓΑΛ στις δανειστριες Τράπεζες προκειμένου να προχωρήσει η αναδιάρθρωση του δανεισμού, το Torino [...] η αναμενόμενη συνεισφορά του στα καθαρά κέρδη ανά χρήση η οποία ανέρχεται σε [...].

Ακόμη πιο σημαντική είναι η [...]. Για το 2017 το EBITDA που συνεισφέρει το Torino, προβλέπεται να [...]. Η συμμετοχή του στο συνολικό EBITDA της Εταιρείας, κατά τη πενταετία 2016-2020, κυμαίνεται [...].

344. Τέλος, τα γνωστοποιούνται μέρη προσκόμισαν την υπ' αριθ. πρωτ. 3289/9.6.2017 επιστολή της ανεξάρτητης ελεγκτικής εταιρίας Ernst&Young Business Advisory Solutions SA, με θέμα «*Η συνεισφορά του προϊόντος σοκολατούχου γάλακτος “Topino” στα οικονομικά αποτελέσματα και στις προοπτικές της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ*». Μεταξύ άλλων, στην εν λόγω επιστολή, αναφέρεται ότι το TOPINO «...[...]»⁴⁵⁷[...]»⁴⁵⁸[...] της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ, [...]». Επιπλέον, κατά τις εκτιμήσεις της εταιρίας Ernst&Young το TOPINO «...[...]». Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται τα ποσοστά συμμετοχής του TOPINO στον κύκλο εργασιών, στα κέρδη προ φόρων και στο EBITDA⁴⁵⁹.

Πίνακας 42: Ποσοστό συμμετοχής του TOPINO σε βασικά χρηματοοικονομικά μεγέθη

	ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΟΝ ΚΥΚΛΟ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΑ ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ	ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΟ EBITDA
2017	[...]	[...]	[...]
2018	[...]	[...]	[...]
2019	[...]	[...]	[...]
2020	[...]	[...]	[...]

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων επιστολής ERNST&YOUNG

345. Τα ποσοτικά στοιχεία (χρηματοοικονομικά μεγέθη/δείκτες) της ΜΕΒΓΑΛ και του TOPINO που προσκομίστηκαν με τις υπ' αριθ. πρωτ. 3167/2.6.2017 και 3284/8.6.2017 ανωτέρω επιστολές είναι παρόμοια⁴⁶⁰.

346. Επίσης, με το υπόμνημα της 17.07.2017, τα μέρη προέβαλαν ότι είναι διαφορετική η φύση του ελέγχου σε σχέση με τις δύο προηγούμενες συγκεντρώσεις ΔΕΛΤΑ/ΜΕΒΓΑΛ. Ειδικότερα, ως προς το σοκολατούχο γάλα, τα μέρη ισχυρίστηκαν ότι δεν τίθεται ζήτημα περιορισμού του ανταγωνισμού στην αγορά σοκολατούχου γάλακτος από την υπό εξέταση συγκέντρωση επικαλούμενα τα εξής:

- i. Την πτώση του αθροιστικού μεριδίου αγοράς των ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ/ΜΕΒΓΑΛ που οφείλεται κατά βάση στον εξοβελισμό και συρρίκνωση του μεριδίου της ΜΕΒΓΑΛ αλλά και στον περιορισμό του μεριδίου της ΔΕΛΤΑ
- ii. Τη σταθερή πτωτική πορεία της πενταετίας ως προς το αθροιστικό μερίδιο που συνεχίζεται αμείωτη και κατά το 2017
- iii. Την ανάπτυξη του ανταγωνισμού σε τέτοια επίπεδα που όχι μόνο εισήλθαν την τελευταία πενταετία νέοι ανταγωνιστές και δη χωρίς σημαντική οικονομική

Τέλος, ..., στους όρους του [...]».

⁴⁵⁷ Ειδικότερα, «... Για το έτος 2016 ο κύκλος εργασιών του Topino ανήλθε σε [...], η συνεισφορά του στα καθαρά κέρδη ήταν [...]. και το EBITDA του προϊόντος ανήλθε σε [...]. Για το 2016 οι προβλέψεις του Επιχειρηματικού Σχεδίου, για το σύνολο της Εταιρείας, προέβλεπαν [...]».

⁴⁵⁸ Ειδικότερα, «... Οι Ταμειακές ροές της εταιρίας ανήλθαν, με βάση το Επιχειρηματικό Σχέδιο, κατά την τελευταία τριετία σε € [...]. Τα Ταμειακά διαθέσιμα (λήξης περιόδου) της εταιρίας ανήλθαν κατά την τελευταία τριετία [...]. Από αυτά τα αποτελέσματα προκύπτει ότι [...]».

⁴⁵⁹ Το EBITDA (ήτοι Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization) είναι τα κέρδη μίας επιχείρησης πριν αφαιρεθούν τόκοι, φόροι, και αποσβέσεις.

⁴⁶⁰ Σημειώνεται ότι παρατηρήθηκε διαφορά στο EBITDA του TOPINO για το 2017, το οποίο στην υπ' αριθ. πρωτ. 3167/2.6.2017 επιστολή εκτιμάται [...] € έναντι [...] € της υπ' αριθ. πρωτ. 3289/8.6.2017 επιστολής. Η εν λόγω διαφορά μεταβάλλει ελαφρά τη συμμετοχή του TOPINO στο EBITDA της ΜΕΒΓΑΛ. Η διαφορά εκτιμάται ότι οφείλεται σε τυπογραφικό λάθος και δεν επηρεάζει την αξιολόγηση της υπό κρίση γνωστοποίησης.

δύναμη και χωρίς να προβούν σε επενδύσεις/ διαφήμιση αλλά και κατέλαβαν την 2^η και 3^η θέση πανελλαδικά και την 1η και 2^η θέση σε επίπεδο Θεσσαλονίκης και Βόρειας Ελλάδας.

- iv. Το γεγονός ότι οι επιχειρήσεις αυτές που εισήλθαν στην αγορά έχουν τέτοια δυναμική επέκτασης και παρουσίας (μερίδια [5-10]%-[5-10]%) που τις καθιστά πλέον εδραιωμένες επιχειρήσεις και σημαντικά brands
- v. Την ευχερή είσοδο και εδραίωση του ανταγωνισμού που έγινε εφικτή χωρίς ιδιαίτερες επενδύσεις για την καθιέρωση σημάτων ή για την ανάπτυξη δικτύου
- vi. Την ανάπτυξη των ανταγωνιστών (ιδίως ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ) είναι πανελλαδικής εμβέλειας σε αντίθεση με το Torino που παρουσιάζει διαρκή συρρίκνωση του δικτύου διανομής του
- vii. Την είσοδο των νέων ανταγωνιστικών προϊόντων στα μικρά σημεία πώλησης ταυτόχρονα με τον εξοβελισμό του Torino από αυτά, λαμβάνοντας ως παραδοχή ότι η εδραίωση των ανταγωνιστών (με αναπτυσσόμενη δυναμική και μερίδια προϊόντων που εισήλθαν πλέον και στα μικρά σημεία πώλησης) σε αυτά τα επίπεδα είναι δομικό πλέον στοιχείο της αγοράς και δεν επιτρέπει να βασιστεί η κρίση της ΕΑ στην πιθανολόγηση ότι το Torino θα ανακτήσει τα μερίδιά του και δεν δικαιολογείται η πεποίθηση ότι ο μερικώς κοινός έλεγχος ΔΕΛΤΑ/οικογένεια Χατζάκου επί της ΜΕΒΓΑΛ δημιουργεί ή θα μπορεί να δημιουργεί (αιτιωδώς ο ίδιος) εμπόδια στην είσοδο και επέκταση του ανταγωνισμού.
- viii. Με τη νέα κατάσταση του μερικώς κοινού ελέγχου δεν αφαιρείται ένας σημαντικός παράγων ανταγωνισμού δεδομένου ότι λόγω της φύσης της συγκέντρωσης (κοινός έλεγχος με διοίκηση στην πλευρά οικογένειας Χατζάκου) τα προϊόντα αυτά θα εξακολουθήσουν να εμφανίζονται στην αγορά και στον καταναλωτή ως χωριστά και να ανταγωνίζονται μεταξύ τους τιμολογιακά και σε όλα τα επίπεδα.

347. Επίσης, τα μέρη αναφέρονται στην οικονομική σημασία του Torino, το γεγονός ότι αποτελεί στρατηγικό προϊόν για τη ΜΕΒΓΑΛ δεδομένου ότι συμβάλλει [...]⁴⁶¹.

Επιπλέον, σύμφωνα με τους ισχυρισμούς των μερών, το Torino ουσιαστικά διασφαλίζει τη θετική πορεία της Εταιρείας και την δυνατότητα [...].

[...].

V.5.2.2.2 Η αξιολόγηση της Επιτροπής

⁴⁶¹ Σύμφωνα με τα μέρη, για τη χρήση 2016 ο κύκλος εργασιών του Torino ανήλθε σε [...], η συνεισφορά του στα καθαρά κέρδη ήταν [...], ενώ η συμμετοχή του στο EBITDA (καθαρά κέρδη προ φόρων, τόκων και αποσβέσεων) ανήλθε σε [...]. Η συμμετοχή του Torino στο συνολικό EBITDA της εταιρείας για το 2016 ανήλθε στο [...]. Η συνεισφορά του Torino στη ρευστότητα της εταιρείας το 2016 ήταν [...]. Σε περίπτωση μη συμμετοχής του Torino [...] και στη χρήση 2016, και θα διαμορφώνονταν [...].

348. Κατ' αρχάς, δεδομένων των σημαντικότητας αποκλίσεων μεταξύ των διαφόρων προσκομισθεισών ερευνών, μεταξύ άλλων, και ως προς το ύψος των μεριδίων των δραστηριοποιούμενων στην ως άνω αγορά επιχειρήσεων, λαμβάνονται υπόψη, για την αξιολόγηση των επιπτώσεων της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης στην αγορά σοκολατούχου γάλακτος, τα στοιχεία μεριδίων αγοράς, όπως αυτά εκτέθηκαν στον Πίνακα 41 ανωτέρω⁴⁶².

349. Σύμφωνα με τα προαναφερθέντα, το αθροιστικό μερίδιο των συμμετεχουσών εταιριών στην αγορά του σοκολατούχου γάλακτος ανέρχεται κατά το έτος 2016 σε [55-65]%, με τα μερίδια των δύο επόμενων ανταγωνιστών, ήτοι των εταιριών ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ και ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, να ανέρχονται σε υποπολλαπλάσια ποσοστά, [5-10]% και [5-10]% αντίστοιχα, και των υπολοίπων ανταγωνιστών να υπολείπονται του [0-5]%. Ήδη πριν από τη συγκέντρωση, το μερίδιο αγοράς της ΔΕΛΤΑ ήταν ιδιαίτερα υψηλό, ανερχόμενο σε [55-65]%. Η εξαγορά της ΜΕΒΓΑΛ, η οποία κατατάσσεται στην τέταρτη θέση (με στοιχεία 2016), θα ενισχύσει περαιτέρω τη θέση της ΔΕΛΤΑ κατά [...] περίπου ποσοστιαίες μονάδες. Βάσει των ως άνω στοιχείων, η θέση της ΔΕΛΤΑ παρουσιάζει σχετική σταθερότητα κατά τη διάρκεια της τελευταίας τριετίας και μικρές αυξομειώσεις κατά τα έτη 2011 και εξής, το δε μερίδιο της ΜΕΒΓΑΛ παρουσιάζει πτώση, ανερχόμενη συνολικά σε [...] περίπου ποσοστιαίες μονάδες μεταξύ των ετών 2011-2016, η οποία επήλθε σταδιακά, με τις μεγαλύτερες μειώσεις να σημειώνονται κυρίως μεταξύ των ετών 2013-2014 και 2015-2016⁴⁶³.

350. Τα μερίδια των εταιριών ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ και ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, που θα έπονται της νέας οντότητας στην αγορά του σοκολατούχου γάλακτος σε συνέχεια της γνωστοποιηθείσας πράξης, παρουσιάζουν αύξηση της τάξεως των [...] και [...] περίπου ποσοστιαίων μονάδων αντίστοιχα κατά την διάρκεια της τελευταίας τριετίας, ιδίως δε η αύξηση του μεριδίου της ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ [...] ποσοστιαίες μονάδες σε σύγκριση με το μερίδιό της κατά το έτος 2011. Αντίθετα, ραγδαία πτώση σημειώνει το μερίδιο της εταιρίας ΦΑΓΕ. Η εν λόγω εταιρία κατείχε κατά τα έτη 2013 και 2014 το τέταρτο υψηλότερο μερίδιο ([5-10]% και [5-10]% αντίστοιχα), μετά τις ΔΕΛΤΑ, ΜΕΒΓΑΛ και ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, ωστόσο, κατά το έτος 2016 το μερίδιό της ανήλθε μόλις σε [0-5]% και την κατατάσσει στην όγδοη θέση, σημειώνοντας πτώση της τάξεως των [...] περίπου ποσοστιαίων μονάδων σε βάθος τριετίας και των [...] περίπου ποσοστιαίων μονάδων σε βάθος πενταετίας. Επισημαίνεται ότι η ΦΑΓΕ αποχώρησε το 2016 από την αγορά⁴⁶⁴.

351. Από τα στοιχεία που συνοψίσθηκαν ανωτέρω προκύπτει ότι οι σημαντικότερες αλλαγές κατά τη διάρκεια της τελευταίας πενταετίας ήταν αφενός η ραγδαία μείωση του μεριδίου της ΦΑΓΕ κατά [...] ποσοστιαίες μονάδες και η πτωτική πορεία του μεριδίου ΜΕΒΓΑΛ κατά [...] περίπου ποσοστιαίες μονάδες, και αφετέρου η σταθερά ανοδική πορεία του μεριδίου της εταιρίας ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, το οποίο αυξήθηκε κατά [...] περίπου ποσοστιαίες μονάδες. Περαιτέρω, σε επίπεδο τριετίας, οι σημαντικότερες

⁴⁶² Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 336.

⁴⁶³ Σχετ. ο Πίνακας 41: Μερίδια αγοράς σοκολατούχου γάλακτος – Βαθμός Συγκέντρωσης, 2011-2016 (σε αξία).

⁴⁶⁴ Βλ. <http://www.naftemporiki.gr/finance/story/1085369/i-fage-anatrepei-tis-isorropies-sta-galaktokomika>

αλλαγές που σημειώθηκαν ήταν αφενός η απώλεια μεριδίου [...] ποσοστιαίων μονάδων από την εταιρία ΦΑΓΕ και [...] περίπου ποσοστιαίων μονάδων από τη ΜΕΒΓΑΛ και αφετέρου η αύξηση των μεριδίων της εταιρίας ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ κατά [...] ποσοστιαίες μονάδες, και των εταιριών ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ και ΘΕΣ ΓΑΛΑ κατά [...] ποσοστιαίες μονάδες. Τα ως άνω στοιχεία καταδεικνύουν συσχετισμό μεταξύ της εξόδου της ΦΑΓΕ από την αγορά και της ανόδου των μεριδίων των ανταγωνιστών των ΔΕΛΤΑ-ΜΕΒΓΑΛ.

352. Εξάλλου, η σχετική αγορά σοκολατούχου γάλακτος εμφανίζει πολύ υψηλό βαθμό συγκέντρωσης, καθώς ο δείκτης ΗΗΙ (post) κυμαίνεται, όπως προαναφέρθηκε σε επίπεδα υψηλότερα των 4.000 μονάδων ([...]) και η μεταβολή του δείκτη (ΔΗΗΙ) ισούται με [...] μονάδες. Συναφώς, η συγκέντρωση των τριών μεγαλύτερων επιχειρήσεων (CR3) στην αγορά προσεγγίζει το [65-75]% (σε αξία).

353. Το ιδιαίτερα υψηλό άθροισμα των μεριδίων αγοράς των ΔΕΛΤΑ-ΜΕΒΓΑΛ, σε συνδυασμό με τα χαμηλά μερίδια των ανταγωνιστών, είναι μία πρώτη σημαντική ένδειξη ότι η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση δύναται να περιορίσει σημαντικά τη λειτουργία του ανταγωνισμού στην εξεταζόμενη αγορά. Ειδικότερα, σύμφωνα με πάγια νομολογία, αθροιστικά μερίδια αγοράς που υπερβαίνουν το 50-60% μπορούν καθαυτά να μαρτυρούν την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης στην αγορά⁴⁶⁵.

354. Πράγματι, όπως επισημαίνουν και τα γνωστοποιούντα μέρη⁴⁶⁶, το αθροιστικό μερίδιο των συμμετεχουσών σημειώνει πτώση της τάξεως των [...] ποσοστιαίων μονάδων κατά τη διάρκεια των τριών τελευταίων ετών και [...] περίπου ποσοστιαίων μονάδων κατά τη διάρκεια της τελευταίας πενταετίας, μία πτώση προερχόμενη κυρίως⁴⁶⁷, από τη μείωση του μεριδίου της ΜΕΒΓΑΛ. Ωστόσο, εκτιμάται ότι, η πτώση του μεριδίου της ΜΕΒΓΑΛ συνδέεται με τα οικονομικά προβλήματα που αντιμετωπίζει η εν λόγω εταιρία τα τελευταία έτη, και τα οποία αναμένεται να επιλυθούν μέσω της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης.

355. Ειδικότερα, στο επιχειρηματικό σχέδιο της ΜΕΒΓΑΛ που προσκομίσθηκε από τα γνωστοποιούντα μέρη⁴⁶⁸, αναφέρεται μεταξύ άλλων χαρακτηριστικά ότι κατά την περίοδο 2014-2015 σημειώθηκε [...]. Ωστόσο, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις που περιλαμβάνονται στο ως άνω επιχειρηματικό σχέδιο, [...].

356. Από τα ανωτέρω, προκύπτει ότι είναι εξαιρετικά πιθανό η πτωτική πορεία του μεριδίου της ΜΕΒΓΑΛ να αναστραφεί, και μάλιστα άμεσα, η δε αναστροφή αυτή θα έχει αναμφίβολα αιτιώδη σχέση με την γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση, καθώς η αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου της ΜΕΒΓΑΛ, η απόκτηση (κοινού) ελέγχου επ' αυτής της εταιρίας από τους κυρίως μετέχοντες στην ως άνω αύξηση και η εκπόνηση του

⁴⁶⁵ Για νομολογία βλ. και N. Levy, Control of Concentrations European Community, παρ. 5.08 [4][d] και [e].

⁴⁶⁶ Βλ. παρ. 341 και 343.

⁴⁶⁷ Βλ. Πίνακας 41: Μερίδια αγοράς σοκολατούχου γάλακτος – Βαθμός Συγκέντρωσης, 2011-2016 (σε αξία).

⁴⁶⁸ Βλ. επιχειρηματικό σχέδιο της ΜΕΒΓΑΛ (Business plan Project Dairy, Independent business review (Σχετικό 9 στο υπ' αριθ. πρωτ. 938/15-02-2017 Έντυπο γνωστοποίησης), σελ. 11 και 12.

επιχειρηματικού σχεδίου της ΜΕΒΓΑΛ συνιστούν, κατά δήλωση των γνωστοποιούντων μερών, [...]»⁴⁶⁹.

357. Μόνο, εξάλλου, το γεγονός ότι η ΜΕΒΓΑΛ διατηρεί σημαντικότερη παρουσία στην αγορά σοκολατούχου γάλακτος, [...]»⁴⁷⁰, [...]

358. Εν όψει όλων των ανωτέρω, εκτιμάται ότι η πτώση του μεριδίου αγοράς της ΜΕΒΓΑΛ είναι πρόσκαιρη και δεν συνιστά δομικό στοιχείο της αγοράς⁴⁷¹.

359. Τα γνωστοποιούντα μέρη επισημαίνουν⁴⁷² ότι, από το 2014 και εξής, εταιρίες, όπως η ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ και η ΝΕΟΓΑΛ, διαθέτουν υψηλότερο μερίδιο από τη ΜΕΒΓΑΛ στην κατηγορία του σοκολατούχου γάλακτος, και ότι ιδίως η ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ καταγράφει ραγδαία άνοδο στο νομό Θεσσαλονίκης και προσεγγίζει πλέον, με βάση έρευνα της IRI, το τοπικό μερίδιο της ΜΕΒΓΑΛ στο νομό αυτό, όπου η ΜΕΒΓΑΛ σημειώνει το [45-55]% των πωλήσεων της. Επικαλούνται μάλιστα διαφημιστική καταχώρηση της εταιρίας ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, προς υποστήριξη του ισχυρισμού τους ότι η εν λόγω εταιρία έχει καταστεί, λόγω της πολύ ισχυρής παρουσίας της στα μικρά σημεία πώλησης, market leader στη Θεσσαλονίκη.

360. Ωστόσο, η μελέτη της εταιρίας IRI⁴⁷³, που τα μέρη προσκόμισαν προς υποστήριξη των ως άνω ισχυρισμών τους, καλύπτει μόνο το τμήμα της αγοράς σοκολατούχου γάλακτος που αφορά το κανάλι των σούπερ μάρκετ. Δεδομένου ότι το σοκολατούχο γάλα, ως προϊόν αυθόρμητης κατανάλωσης, διακινείται κυρίως μέσω μικρών σημείων πώλησης, μέσω δε αυτών επιτυγχάνεται και το μεγαλύτερο ποσοστό των πωλήσεων της ΔΕΛΤΑ, καθώς και το συντριπτικά μεγαλύτερο ποσοστό των πωλήσεων της ΜΕΒΓΑΛ⁴⁷⁴, είναι σαφές ότι η ως άνω έρευνα δεν αντανάκλα την ισχύ των εν λόγω εταιριών, ιδίως δε της ΜΕΒΓΑΛ, στην αγορά του σοκολατούχου γάλακτος. Χαρακτηριστικό είναι ότι και στη διαφημιστική καταχώρηση, την οποία επικαλούνται τα μέρη για να στοιχειοθετήσουν τον ισχυρισμό τους ότι η εταιρία ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ προηγείται πλέον της ΜΕΒΓΑΛ στη Θεσσαλονίκη, ρητώς αναφέρεται ότι ως βάση της χρησιμοποιήθηκε έρευνα της IRI στο κανάλι των σούπερ μάρκετ. Από κανένα εκ των προσκομισθέντων στοιχείων, δεν επιβεβαιώνεται ο ισχυρισμός των μερών για επικράτηση της εταιρίας ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ στα μικρά σημεία πώλησης. Σε κάθε περίπτωση, εν προκειμένω, βάση για την αξιολόγηση των επιπτώσεων της συγκέντρωσης αποτελεί η θέση των συμμετεχουσών και των ανταγωνιστών τους στο

⁴⁶⁹ Βλ. ενδεικτικά, το από 19.1.2017 Σύμφωνο Μετόχων (σχετ. 1, υπ' αριθ. πρωτ. 938/15-02-2017 Έντυπο γνωστοποίησης) και σχετική δήλωση των μερών στο υπ' αριθ. πρωτ. 1152/23-02-2017 Υπόμνημα Θέσεων, στο οποίο μεταξύ άλλων αναφέρεται ότι το επιχειρηματικό σχέδιο της ΜΕΒΓΑΛ «... [...]».

⁴⁷⁰ Βλ. ενδεικτικά το υπ' αριθ. πρωτ. 1152/23.02.2017 Υπόμνημα Θέσεων.

⁴⁷¹ Βλ. ενδεικτικά εξ αντιδιαστολής υπόθεση Μ.2621 SEB/MOULINEX, παρ. 90 επ. και 137 επ. Στην εν λόγω υπόθεση θεωρήθηκε ότι η κατάρρευση των μεριδίων αγοράς της Moulinex, λόγω της κήρυξης της σε πτώχευση, ήταν μη αναστρέψιμη, ειδικότερα δε αφενός ότι η ανάκαμψή της δεν ήταν πιθανή εντός τριετίας, και αφετέρου ότι, ακόμη και εάν επερχόταν, πάντως δε θα συνδεόταν αιτιωδώς με την εκεί εξεταζόμενη συγκέντρωση. Με αυτά τα δεδομένα, η απώλεια του μεριδίου της Moulinex θεωρήθηκε διαρθρωτική αλλαγή της αγοράς.

⁴⁷² Βλ. το από 01.06.2017 Υπόμνημα (υπ' αριθ. πρωτ. 3167/02.06.2017), σελ. 5 και 6.

⁴⁷³ Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 3167/02-06-2017 Υπόμνημα των μερών και συνημμένο αυτού.

⁴⁷⁴ Βλ. ανωτέρω παρ. 322.

σύνολο της ελληνικής επικράτειας, η οποία έχει ορισθεί ως σχετική γεωγραφική αγορά, με τον ορισμό δε αυτό συμφωνούν και τα γνωστοποιούντα μέρη⁴⁷⁵.

361. Πέραν όλων των προαναφερθέντων, ως προς τη μείωση του αθροιστικού μεριδίου των συμμετεχουσών, η πτώση ενός μεριδίου αγοράς που εξακολουθεί παρά ταύτα να είναι εξαιρετικά υψηλό δεν είναι στοιχείο αποφασιστικής σημασίας που μπορεί να αντικρούσει αφεαυτό την ύπαρξη, ή εν προκειμένω τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης⁴⁷⁶. Στην εξεταζόμενη υπόθεση, το αθροιστικό μερίδιο των συμμετεχουσών παραμένει **υψηλότατο**, είναι δε [...] **φορές μεγαλύτερο** από αυτό του σημαντικότερου ανταγωνιστή τους. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με σειρά παραγόντων που αναλύονται αμέσως κατωτέρω, καταδεικνύουν ότι είναι εξαιρετικά πιθανό η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση να οδηγήσει στη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης της νέας οντότητας στην αγορά του σοκολατούχου γάλακτος.

362. Σε αυτό το πλαίσιο, πρέπει να επισημανθεί ότι το σοκολατούχο γάλα είναι έντονα σηματοποιημένο προϊόν. Με τη γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση, η νέα οντότητα θα διαθέτει δύο σήματα με εδραιωμένη φήμη και αξιοπιστία, και συγκεκριμένα, το MILKO και το Torino (με μεγάλη αναγνωρισιμότητα κυρίως στη Β. Ελλάδα), καθώς και πιστό καταναλωτικό κοινό, όπως προκύπτει, μεταξύ άλλων, από τις απαντήσεις των πελατών αναφορικά με την ισχύ του σήματος MILKO⁴⁷⁷ και τα στοιχεία για την αναγνωρισιμότητα του σήματος της ΜΕΒΓΑΛ⁴⁷⁸. Παράλληλα, η νέα οντότητα θα διαθέτει το πλέον εκτεταμένο δίκτυο διανομής, ευρύτατη γκάμα προϊόντων, καθώς και εξαιρετικά ισχυρή διαπραγματευτική θέση έναντι των μικρών σημείων πώλησης, στα οποία κυρίως διοχετεύονται προς κατανάλωση τα προϊόντα σοκολατούχου γάλακτος⁴⁷⁹. Οι ως άνω παράγοντες εκτιμάται ότι θα καταστήσουν δυσχερή την είσοδο και εδραίωση μιας νέας επιχείρησης στη συγκεκριμένη αγορά, με δεδομένο ότι για την καθιέρωση ενός νέου σήματος, αλλά και για την εξασφάλιση επαρκών σημείων διανομής (και ψυγείων προκειμένου να εξυπηρετηθεί η αυθόρμητη κατανάλωση) απαιτούνται σημαντικές επενδύσεις. Επισημαίνεται μάλιστα ότι, με βάση τη σύμβαση χρησιδανείου-πρότυπο της ΜΕΒΓΑΛ που προσκόμισαν τα γνωστοποιούντα μέρη, η ως άνω εταιρία διαθέτει στα μικρά σημεία λιανικής ψυγείο προς χρήση αποκλειστικά και μόνο για τα δικά της

⁴⁷⁵ Βλ. το υπ' αριθ. πρωτ. 938/15-02-2017 Έντυπο γνωστοποίησης, σελ. 39.

⁴⁷⁶ Βλ. ενδεικτικά απόφαση T-340/03 France Télécom SA v Commission of the European Communities, παρ. 99 επ. Η απόφαση αφορά υπόθεση καταχρηστικής εκμετάλλευσης δεσπόζουσας θέσης υπό την έννοια του άρθρου 82 Συνθ ΕΚ (νυν 102 ΣΛΕΕ), ωστόσο, η έννοια της «δεσπόζουσας θέσης» είναι η ίδια τόσο υπό το πρίσμα του άρθρου 102 ΣΛΕΕ όσο και υπό το πρίσμα του Κανονισμού 139/2004 για τον έλεγχο συγκεντρώσεων (βλ. και N. Levy, Control of Concentrations European Community, παρ. 5.09 [6]). Βλ. ad hoc και υπόθεση M.986 Agfa-Gevaert/Du Pont, παρ. 47, όπου σημειώνεται ότι παρά την πτώση κατά 5% περίπου του μεριδίου της μίας εκ των δύο συμμετεχουσών, η νέα οντότητα θα κατέχει μερίδιο 2,5 φορές μεγαλύτερο από αυτό των ανταγωνιστών της, των οποίων τα μερίδια υπολείπονται του 10%.

⁴⁷⁷ Βλ. ανωτέρω παρ. 204.

⁴⁷⁸ Βλ. επιχειρηματικό σχέδιο της ΜΕΒΓΑΛ (Business plan Project Dairy, Independent business review (Σχετικό 9 στο υπ' αριθ. πρωτ. 938/15-02-2017 Έντυπο γνωστοποίησης), σελ. 50, όπου μεταξύ των παραγόντων που αναδεικνύουν τη δυναμική της ΜΕΒΓΑΛ περιλαμβάνεται και η αναγνωρισιμότητα των σημάτων της, αλλά και η ισχυρή της θέση στην αγορά της Βορείου Ελλάδας λόγω αυξημένης καταναλωτικής αφοσίωσης.

⁴⁷⁹ Βλ. ανωτέρω παρ. 322.

προϊόντα⁴⁸⁰, η δε σχέση αποκλειστικότητας που δημιουργείται κατ' αυτόν τον τρόπο, ειδικά σε εκείνα τα τελικά σημεία πώλησης στα οποία δεν υπάρχει δυνατότητα τοποθέτησης πρόσθετου ανταγωνιστικού ψυγείου, θα συνιστά επιπλέον σημαντικό εμπόδιο εισόδου ή επέκτασης των δραστηριοτήτων των ανταγωνιστών της νέας οντότητας στην αγορά του σοκολατούχου γάλακτος, και ο σχετικός όρος θα δυσχεράνει την είσοδο και ανάπτυξη των ανταγωνιστών έτι περαιτέρω αν επρόκειτο να διευρυνθεί στο μέλλον ώστε να περιλαμβάνει και τα προϊόντα σοκολατούχου γάλακτος της ΔΕΛΤΑ⁴⁸¹.

363. Περαιτέρω, ο υψηλός βαθμός συγκέντρωσης στην εξεταζόμενη αγορά, ο ρόλος που διαδραματίζουν οι οικονομίες κλίμακας, καθώς και η επίδραση των δικτύων εκτιμάται ότι μπορεί να καταστήσουν ασύμφορη την είσοδο στην αγορά του σοκολατούχου γάλακτος. Χαρακτηριστικό είναι ότι οι νέες εισοδοί που επικαλούνται τα μέρη στην παρ. 340 ανωτέρω αφορούν δραστηριότητα σε μικρές τοπικές αγορές ή προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, καθώς επίσης και λανσαρίσματα των ίδιων των μερών, τα δε μερίδια αγοράς των λοιπών επιχειρήσεων που πραγματοποίησαν κάποια νέα είσοδο ή «λάνσαραν» ένα καινούριο προϊόν κατά τη διάρκεια των ετών 2012-2016 είναι τόσο μικρά που δεν είναι υπολογίσιμα. Τέλος, αναφέρονται και ένα λανσάρισμα σε διαφορετικές σχετικές αγορές από αυτήν του σοκολατούχου γάλακτος.

364. Σε κάθε περίπτωση, όπως τα γνωστοποιούνται μέρη αναφέρουν⁴⁸², η αγορά σοκολατούχου γάλακτος βρίσκεται σε κάμψη, καθώς ο συνολικός όγκος πωλήσεων σοκολατούχου γάλακτος έχει υποστεί σημαντική πτώση κατά τα έτη 2014 και εξής, γεγονός που καθιστά λιγότερο ελκυστική και συνεπώς λιγότερο πιθανή την είσοδο νέων ανταγωνιστών ή την επέκταση των δραστηριοτήτων των υφιστάμενων ανταγωνιστών στην εν λόγω αγορά⁴⁸³.

365. Πέραν των ανωτέρω, από τα διαθέσιμα στοιχεία⁴⁸⁴ προκύπτουν ενδείξεις ότι οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις είναι άμεσοι ανταγωνιστές στην αγορά του σοκολατούχου γάλακτος, και ότι, επομένως, με τη γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση αφαιρείται από την αγορά μία σημαντική πηγή ανταγωνιστικής πίεσης⁴⁸⁵.

366. Επιπλέον, είναι σαφές ότι, σε αντίθεση με τους ισχυρισμούς των γνωστοποιούντων μερών, οι πελάτες στην εξεταζόμενη σχετική αγορά δεν είναι σε θέση να εξουδετερώσουν την αύξηση της ισχύος της νέας οντότητας από την γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση. Επισημαίνεται, σχετικώς, ότι η αντισταθμιστική ισχύς των αγοραστών δεν μπορεί να εξουδετερώσει σε ικανοποιητικό βαθμό τις δυνητικά δυσμενείς επιπτώσεις μιας συγκέντρωσης, αν εξασφαλίζει μόνο την προστασία ενός συγκεκριμένου τμήματος πελατών με ιδιαίτερη διαπραγματευτική ισχύ από τις σημαντικά υψηλότερες τιμές ή δυσμενέστερους όρους που τυχόν επικρατήσουν μετά τη συγκέντρωση. Στην κρινόμενη

⁴⁸⁰ Βλ. και παρ 193.

⁴⁸¹ Βλ. σχετικά και απόφαση της ΕΑ 207/III/2002, σελ. 23-25, σημ.7.

⁴⁸² Βλ. το από 01-06-2017 Υπόμνημα των μερών (υπ' αριθ. πρωτ. 3167/02-06-2017), σελ. 4.

⁴⁸³ Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων σύμφωνα με τον κανονισμό του Συμβουλίου για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων (2004/C 31/03), παρ. 72.

⁴⁸⁴ Βλ. σχετικές απαντήσεις των ανταγωνιστριών εταιριών FRIESLAND CAMPINA και ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ.

⁴⁸⁵ Βλ. ανωτέρω Κεφ. V.5.2

περίπτωση, με βάση τα στοιχεία που προσκόμισαν οι συμμετέχουσες, το μεγαλύτερο ποσοστό των πωλήσεων του σοκολατούχου γάλακτος των συμμετεχουσών πραγματοποιείται προς μικρά σημεία πώλησης⁴⁸⁶, τα οποία δεν διαθέτουν ανάλογη διαπραγματευτική δύναμη με τις μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ. Οι εν λόγω πελάτες δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι θα είναι σε θέση να αντιδράσουν αποτελεσματικά σε μία πιθανή αύξηση τιμών από τη νέα οντότητα, λαμβανομένου, επίσης, υπόψη του γεγονότος ότι καταργείται μια αξιόπιστη εναλλακτική πηγή εφοδιασμού (κυρίως για τους πελάτες της Βόρειας Ελλάδας) και ότι η σχετική αγορά εμφανίζει ιδιαίτερα υψηλό βαθμό συγκέντρωσης.

367. Επιπλέον των ανωτέρω, μέρος των επιχειρήσεων που ερωτήθηκαν από την Υπηρεσία επεσήμανε ότι μετά την ολοκλήρωση της υπό κρίση συγκέντρωσης η θέση της νέας οντότητας θα είναι ιδιαίτερα ισχυρή στην αγορά του σοκολατούχου γάλακτος⁴⁸⁷:

368. Ειδικότερα, εκ των ανταγωνιστών των μερών, η ΔΩΔΩΝΗ εκτιμά ότι όσον αφορά το σοκολατούχο γάλα, η σχεδιαζόμενη συγκέντρωση αναμένεται να επηρεάσει ουσιωδώς τη συνολική δομή της αγοράς, δεδομένης της σημαντικής θέσης της ΔΕΛΤΑ στην εν λόγω αγορά και των ισχυρών εμπορικών σημάτων (Milko και Torino) που διαθέτουν οι εταιρίες ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ αντίστοιχα, ενώ προβληματισμοί εκφράστηκαν και από σούπερ μάρκετ. Σύμφωνα με την [...]: *«Οι επιπτώσεις της γνωστοποιηθείσας πράξης στην παραγωγή και εμπορία σοκολατούχου γάλακτος θα είναι σημαντικές, επειδή η γνωστοποιηθείσα πράξη θα οδηγήσει σε περιορισμό των εναλλακτικών πηγών προμήθειας και σε περαιτέρω ισχυροποίηση της διαπραγματευτικής ισχύος της νέας οντότητας που θα προκύψει από την πράξη αυτή δεδομένου ότι το μερίδιο αγοράς των δύο εταιριών ΜΕΒΓΑΛ και ΔΕΛΤΑ εκτιμάται ότι είναι αθροιστικά πολύ υψηλό»*. Επίσης η ΠΕΝΤΕ αναφέρει ότι: *«Θεωρούμε ότι θα έχει επίπτωση, λόγω του ότι η ΜΕΒΓΑΛ στην Β. Ελλάδα έχει υψηλά μερίδια στην κατηγορία του σοκολατούχου γάλακτος»*. Τέλος, η [...] «... διαβλέπει μείωση της διαπραγματευτικής της δύναμης και ισχυροποίηση της νέας εταιρίας που θα προκύψει από την συγκέντρωση, η οποία θα κατέχει πλέον το συντριπτικό μερίδιο αγοράς».

369. Λαμβάνοντας υπόψη συνολικά τα ως άνω στοιχεία, εκτιμάται ότι η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση αναμένεται να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στη σχετική αγορά του σοκολατούχου γάλακτος. Κατά συνέπεια, η Επιτροπή κρίνει αναγκαία την επιβολή κατάλληλων διορθωτικών μέτρων⁴⁸⁸ στη βάση σχετικών

⁴⁸⁶ Συγκεκριμένα, όπως προαναφέρθηκε (βλ. ανωτέρω παρ. 322), το [45-55]% των πωλήσεων του σοκολατούχου γάλακτος της ΔΕΛΤΑ πραγματοποιείται από μικρά σημεία πώλησης (περίπτερα, φούρνοι, μίνι μάρκετ κ.λπ.) και το [75-85]% των πωλήσεων του σοκολατούχου γάλακτος της ΜΕΒΓΑΛ πραγματοποιείται από περίπτερα.

⁴⁸⁷ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των [...], ΠΕΝΤΕ και [...]. Αντίθετα, η ΜΕΤΡΟ εκτιμά, χωρίς να αναλύει, ότι η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση δεν θα επηρεάσει την αγορά του σοκολατούχου γάλακτος (βλ. την απαντητική επιστολή της ΜΕΤΡΟ).

⁴⁸⁸ Η ΕΑ με τις αποφάσεις της 515/VI/2011 και 598/2014, προκειμένου να άρει τις ανησυχίες που δημιουργούνταν στην αγορά του σοκολατούχου γάλακτος από την κρινόμενη συγκέντρωση, ενέκρινε την τότε γνωστοποιηθείσα πράξη εξαγοράς της ΜΕΒΓΑΛ από τη ΔΕΛΤΑ υπό την προϋπόθεση, μεταξύ άλλων, η εξαγοράζουσα να εκποιήσει την επιχειρηματική δραστηριότητα που συνίσταται στο σοκολατούχο γάλα με το σήμα «Torino», όπως αυτό χρησιμοποιείται και διατίθεται από την εξαγοραζόμενη («εκποιούμενη δραστηριότητα»), κατά τους ειδικότερους όρους, προθεσμίες και προϋποθέσεις που προσδιορίζονταν στις αναληφθείσες από την εξαγοράζουσα δεσμεύσεις, έναντι της

δεσμεύσεων που θα πρέπει να προταθούν από τα γνωστοποιούντα μέρη, προκειμένου να καταστεί η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση συμβατή με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού.

370. Ως προς τον ισχυρισμό των γνωστοποιούντων μερών σχετικά με τις συνθήκες οικονομικής κρίσης που αντιμετωπίζει η χώρα γενικότερα και ο κλάδος της γαλακτοβιομηχανίας ειδικότερα και τη δεινή οικονομική θέση της ΜΕΒΓΑΛ, επισημαίνεται ότι τα γνωστοποιούντα μέρη δεν επικαλούνται καν, ούτε βεβαίως στοιχειοθετούν, ότι η ΜΕΒΓΑΛ αποτελεί «προβληματική επιχείρηση»⁴⁸⁹ και αφετέρου ότι κάθε γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση εκτιμάται με κριτήριο τις πιθανολογούμενες επιπτώσεις της στη λειτουργία του ανταγωνισμού εντός διακριτών σχετικών αγορών, εν προκειμένω της αγοράς σοκολατούχου γάλακτος - η οποία αντιστοιχεί άλλωστε σε σημαντικές εμπορικές δραστηριότητες και εκτείνεται στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας.

V.5.3 Η αγορά γάλακτος με προσθήκη καφέ

371. Κατά την εκτίμηση της γνωστοποιούντων μερών, η αγορά γάλακτος με προσθήκη καφέ⁴⁹⁰ «...ανήκει στην ευρύτερη αγορά ροφημάτων με βάση το γάλα, ενώ τα σχετικά προϊόντα είναι δυνάμει εναλλάξιμα με τον καφέ»⁴⁹¹.

372. Η ΕΑ έκρινε και με τις υπ' αριθ. 515/VI/2011 και 598/2014 αποφάσεις της ότι η αγορά γάλακτος με προσθήκη καφέ συνιστά διακριτή αγορά προϊόντος για τον καταναλωτή, καθώς διακρίνεται από το λευκό γάλα ως προς τη γεύση και τα εν γένει χαρακτηριστικά του, τη διατροφική του αξία, αλλά και ως προς την τιμή του.

373. Όπως και στην περίπτωση του σοκολατούχου γάλακτος, η περαιτέρω διάκριση της αγοράς, με βάση τη θερμική επεξεργασία σε (φρέσκο) παστεριωμένο, υψηλής παστερίωσης και μακράς διάρκειας γάλα με προσθήκη καφέ, δεν θεωρείται σκόπιμη, διότι όλες οι κατηγορίες καταναλώνονται για τον ίδιο σκοπό, την «απόλαυση».

374. Λαμβανομένων υπόψη των ανωτέρω, η αγορά γάλακτος με προσθήκη καφέ αποτελεί μια ξεχωριστή αγορά προϊόντος.

ΕΑ, συμπεριλαμβανομένων: (α) της παραχώρησης, κατ' επιλογή και για λογαριασμό του υποψήφιου αγοραστή, της δυνατότητας παραγωγής/φασόν του εν λόγω σοκολατούχου γάλακτος σε τιμές αγοράς, για μεταβατικό στάδιο δύο (2) ετών από την ολοκλήρωση της εκποίησης, (β) της παραχώρησης, κατ' επιλογή και για λογαριασμό του υποψήφιου αγοραστή, της δυνατότητας διανομής του εν λόγω σοκολατούχου γάλακτος μέσω των υφιστάμενων δικτύων διανομής της ΜΕΒΓΑΛ (και μεταγενέστερα της ενιαίας εταιρίας) σε τιμές κόστους και υπό τις συνθήκες διανομής πριν τη συγκέντρωση, για μεταβατικό στάδιο δύο (2) ετών από την ολοκλήρωση της εκποίησης, και τέλος, (γ) του ορισμού Εντολοδόχων, υπό την έγκριση της ΕΑ, για την ορθή εκπλήρωση των ως άνω. Περαιτέρω στην απόφαση 515/VI/2011 της ΕΑ, υιοθετήθηκε δέσμευση σύμφωνα με την οποία η εξαγοράζουσα έπρεπε να άρει και να απέχει από κάθε ενέργεια που συνεπάγεται ή κατατείνει, άμεσα ή έμμεσα (συμπεριλαμβανομένων της σύναψης συμβάσεων ή/και της παροχής οικονομικών κινήτρων), σε αποκλειστικότητα ως προς τη χρήση παγίων εντός των σημείων λιανικής πώλησης).

⁴⁸⁹ Βλ. και ανωτέρω Κεφ. V.2.2.

⁴⁹⁰ Η κατηγορία αναφέρεται και ως «ρόφημα καφέ με προσθήκη γάλακτος».

⁴⁹¹ Βλ. παρ. 114 του εντύπου γνωστοποίησης. Τα μέρη σημειώνουν ότι: «Σε κάθε περίπτωση, ακόμα και αν γίνει δεκτή η θέση της ΕΑ στην απόφαση 598/2014 (όπως και στην ΕΑ 515/2011) ότι η αγορά γάλακτος με προσθήκη καφέ συνιστά διακριτική αγορά προϊόντος, η παρούσα συγκέντρωση δεν πρόκειται να οδηγήσει σε περιορισμό του ανταγωνισμού».

375. Ως προς τη σχετική γεωγραφική αγορά, η θέση των γνωστοποιούντων μερών για την αγορά του γάλακτος με προσθήκη καφέ, είναι ότι αυτή αφορά το σύνολο της ελληνικής επικράτειας.

376. Η ΕΑ στις υπ' αριθ. 515/VI/2011 και 598/2014 αποφάσεις της έχει αποφανθεί ότι η σχετική γεωγραφική αγορά για την αγορά του γάλακτος με προσθήκη καφέ είναι το σύνολο της ελληνικής επικράτειας, όπου αναπτύσσεται η δραστηριότητα των μερών υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες.

377. Ως εκ τούτου, ως σχετική γεωγραφική αγορά για την αγορά του γάλακτος με προσθήκη καφέ θεωρείται η ελληνική επικράτεια.

Υ.5.3.1 Δομή και μερίδια αγοράς γάλακτος με προσθήκη καφέ

378. Στην αγορά γάλακτος με προσθήκη καφέ έχουν σημαντική παρουσία τόσο η ΔΕΛΤΑ με το Milcafe και το Flocafe, όσο και η ΜΕΒΓΑΛ, η οποία δεν παράγει, αλλά εμπορεύεται τη σειρά Emmi CAFFÈ LATTE.

379. Αν και ζητήθηκαν από τα γνωστοποιούντα μέρη τα μερίδια αγοράς των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ στην αγορά του γάλακτος με προσθήκη καφέ, προσκομίστηκαν μόνο οι πωλήσεις των δύο εταιριών (σε όγκο και αξία)⁴⁹², καθώς τα μέρη δεν είχαν στη διάθεσή τους «...στοιχεία για τα μερίδια αγοράς στην αγορά γάλακτος με προσθήκη καφέ ... ενώ δεν είναι δυνατές ούτε οι εκτιμήσεις για την αγορά αυτή από πλευράς των μερών»⁴⁹³. Ειδικότερα, οι πωλήσεις των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ είχαν ως εξής:

Πίνακας 43: Πωλήσεις ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ στην αγορά Γάλακτος με Προσθήκη Καφέ, 2014-2016 (σε όγκο και αξία)

	Σε όγκο (κιλά)			Σε αξία		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
ΔΕΛΤΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
<i>MILCAFE</i>	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
<i>FLOCAFE</i>		[...]	[...]		[...]	[...]
ΜΕΒΓΑΛ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
<i>EMMI</i>	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: Στοιχεία προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη

380. Από τα στοιχεία μεριδίων αγοράς που προσκόμισαν οι εταιρίες ARLA⁴⁹⁴ και 3E⁴⁹⁵⁴⁹⁶, προκύπτουν τα κατωτέρω:

Πίνακας 44: Μερίδια αγοράς Γάλακτος με Προσθήκη Καφέ - Βαθμός Συγκέντρωσης, 2014-2016

	Σε όγκο		Σε αξία	
	2015	2016	2015	2016
ΔΕΛΤΑ	[25-35]%	[35-45]%	[25-35]%	[25-35]%
ΜΕΒΓΑΛ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%

⁴⁹² Βλ. παρ. 174 και σχετ. 16 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁴⁹³ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών.

⁴⁹⁴ Βλ. την απαντητική επιστολή της ARLA.

⁴⁹⁵ Βλ. την απαντητική επιστολή της 3E.

⁴⁹⁶ Η 3E διευκρίνισε στην απαντητική της επιστολή προς την Υπηρεσία ότι δεν διαθέτει προϊόντα γάλακτος με προσθήκη καφέ, όπως προσδιορίζονται στο Παράρτημα Α του σχετικού ερωτηματολογίου της Υπηρεσίας, αλλά εισάγει και διανέμει στην ελληνική αγορά καφέ έτοιμο προς κατανάλωση (RTD Coffee) υπό το σήμα Illy.

	Σε όγκο		Σε αξία	
	2015	2016	2015	2016
NESTLE	[25-35]%	[15-25]%	[25-35]%	[15-25]%
ARLA	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
3E	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
KRAFT	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΛΟΙΠΟΙ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
CR3	[75-85]%	[75-85]%	[75-85]%	[75-85]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[35-45]%	[45-55]%	[25-35]%	[35-45]%

Πηγή: Στοιχεία προσκομισθέντα από την ARLA

Πίνακας 45: Μεριδία αγοράς Γάλακτος με Προσθήκη Καφέ - Βαθμός Συγκέντρωσης, 2014-2016

	Σε όγκο			Σε αξία		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
ΔΕΛΤΑ	[0-5]%	[0-5]%	[10-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[10-15]%
ΜΕΒΓΑΛ	[15-25]%	[5-10]%	[10-15]%	[15-25]%	[5-10]%	[10-15]%
NESTLE	[35-45]%	[35-45]%	[25-35]%	[35-45]%	[25-35]%	[25-35]%
ARLA	[5-10]%	[15-25]%	[25-35]%	[5-10]%	[25-35]%	[25-35]%
3E	[10-15]%	[15-25]%	[10-15]%	[15-25]%	[15-25]%	[10-15]%
KRAFT	[10-15]%	[5-10]%	[0-5]%	[10-15]%	[5-10]%	[0-5]%
CR3	[75-85]%	[75-85]%	[65-75]%	[65-75]%	[75-85]%	[65-75]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[15-25]%	[10-15]%	[15-25]%	[15-25]%	[10-15]%	[25-35]%

Πηγή: Στοιχεία προσκομισθέντα από την 3E

381. Συνεκτιμώντας τα στοιχεία που προσκόμισαν τα γνωστοποιούντα μέρη⁴⁹⁷, καθώς και τα στοιχεία που προσκόμισαν οι ARLA και 3E, ως πιο αντιπροσωπευτικά εκτιμώνται τα μερίδια αγοράς της ARLA, στα οποία αποτυπώνεται και η διαφορά στα μεγέθη των πωλήσεων μεταξύ της ΔΕΛΤΑ και της ΜΕΒΓΑΛ⁴⁹⁸.

382. Ως εκ τούτου και σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκόμισε η ARLA, το 2016 αυξήθηκε το αθροιστικό μερίδιο των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ από [35-45]% σε [45-55]% (σε όρους όγκου) και από [25-35]% σε [35-45]% (σε όρους αξίας). Ο δείκτης ΗΗΙ πριν και μετά τη συγκέντρωση είναι [...]και [...]αντίστοιχα. Επίσης η διαφορά του δείκτη (ΔΗΗΙ) πριν και μετά τη συγκέντρωση είναι [...]⁴⁹⁹.

383. Οι σημαντικότεροι ανταγωνιστές των συμμετεχουσών στην αγορά γάλακτος με προσθήκη καφέ είναι, με βάση τα στοιχεία που προπαρατέθηκαν, η ARLA, με μερίδιο αγοράς περίπου [15-25]% (σε όρους αξίας), η NESTLE με μερίδιο περίπου [15-25]%

⁴⁹⁷ Σχετ. ο Πίνακας 43.

⁴⁹⁸ Οι πωλήσεις της ΔΕΛΤΑ είναι περίπου 2,5 φορές μεγαλύτερες από τις αντίστοιχες της ΜΕΒΓΑΛ.

⁴⁹⁹ Ο δείκτης ΗΗΙ υπολογίστηκε με βάση τα μερίδια που προσκόμισε η εταιρία ARLA για το 2016 σε αξία και περιλαμβάνει το 99,2% της αγοράς, ήτοι τα μερίδια των εταιριών ΔΕΛΤΑ, ΜΕΒΓΑΛ, NESTLE, ARLA, 3E και KRAFT. Τα γνωστοποιούντα μέρη δεν προσκόμισαν δείκτη ΗΗΙ για τη συγκεκριμένη αγορά.

(σε όρους αξίας) και η 3E, με μερίδιο αγοράς για το 2016 περίπου [10-15]% (σε όρους αξίας)⁵⁰⁰. Εξ αυτών, η ARLA εισήλθε στην αγορά το 2014, λανσάροντας το προϊόν Starbucks, το οποίο απέσπασε εντός τριών μόλις ετών μερίδιο αγοράς ύψους περίπου [15-25]% (με βάση τα στοιχεία της ARLA).

384. Σε ερώτηση που τέθηκε σε ανταγωνιστές των ΔΕΛΤΑ-MEBΓΑΛ, ως προς τη σημαντικότερη αλλαγή που επήλθε στην υπό εξέταση αγορά μέσα στα τελευταία τρία έτη η 3E επισήμανε την αύξηση του μεριδίου αγοράς που πέτυχε το προϊόν με το σήμα Starbucks, αναφέροντας ότι: «Οι πιθανότεροι λόγοι για αυτό είναι η δημοφιλία του συγκεκριμένου brand στους καταναλωτές κρύου καφέ και η διαφοροποίηση του συγκεκριμένου προϊόντος στη συσκευασία (συσκευασία που παραπέμπει σε χάρτινη και όχι σε can αναμυκτικού), σε συνδυασμό με τη σταδιακά όλο και πιο διευρυμένη διανομή του»⁵⁰¹.

385. Εξάλλου, σε σχετική ερώτηση για τα αναμενόμενα αποτελέσματα της υπό κρίση συγκέντρωσης στην αγορά του γάλακτος με προσθήκη καφέ η ARLA σημείωσε⁵⁰² ότι η συγκέντρωση θα ενισχύσει τον όμιλο MIG στην ελληνική αγορά, καθώς θα αποκτήσει το δικαίωμα εμπορίας των προϊόντων καφέ που φέρουν το σήμα EMMI, το οποίο κατά την ίδια είναι σήμα σημαντικής αναγνωρισιμότητας και ισχύος στο εξωτερικό.

386. Ενόψει των ανωτέρω, η συγκεκριμένη αγορά είναι επηρεαζόμενη.

V.5.3.2 Η αξιολόγηση της Επιτροπής

387. Στην αγορά γάλακτος με προσθήκη καφέ, την πρώτη θέση, προ της υπό κρίση συγκέντρωσης, κατέχει, με βάση τα στοιχεία που προσκομίσθηκαν από την ARLA, τα οποία αξιολογούνται ως πιο αντιπροσωπευτικά της εικόνας της αγοράς, η ΔΕΛΤΑ, ενώ η MEBΓΑΛ κατατάσσεται στην τέταρτη θέση. Την πρώτη θέση μετά την υπό κρίση συγκέντρωση θα κατέχει η νέα οντότητα με μερίδιο αγοράς [35-45]% (σε αξία). Στην δεύτερη θέση θα κατατάσσεται, με βάση τα ίδια ως άνω στοιχεία, η εταιρία ARLA, με μερίδιο αγοράς [15-25]%, στην τρίτη η NESTLE με μερίδιο [15-25]% και στην τέταρτη η 3E με μερίδιο [10-15]%.

388. Παρόλο που το αθροιστικό μερίδιο της νέας οντότητας στην υπό εξέταση αγορά θα είναι υψηλό, η ύπαρξη μεγάλων ανταγωνιστών με επίσης υψηλά μερίδια αγοράς, το γεγονός ότι αυτοί ανήκουν σε ισχυρούς πολυεθνικούς ομίλους, αλλά και η πρόσφατη εντυπωσιακή είσοδος στην αγορά ενός νέου σήματος (Starbucks της Arla), το οποίο κατατάχθηκε εντός τριών μόλις ετών στην δεύτερη θέση, αποσπώντας ένα σημαντικότατο μερίδιο αγοράς, καταδεικνύουν ότι η εν λόγω αγορά είναι, και θα εξακολουθήσει, σε συνέχεια της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης, να είναι ανταγωνιστική.

389. Ενόψει των ανωτέρω, κατά την κρίση της Επιτροπής, η υπό κρίση συγκέντρωση δεν μπορεί να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στην εξεταζόμενη σχετική αγορά, ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση μιας δεσπόζουσας θέσης.

⁵⁰⁰ Από τα διαθέσιμα στην ΓΔΑ στοιχεία δεν εντοπίστηκαν προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας στην αγορά.

⁵⁰¹ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2783/15.5.2017 απαντητική επιστολή της 3E.

⁵⁰² Βλ. την απαντητική επιστολή της ARLA.

V.5.4 Αγορά γιαουρτιού

390. Σύμφωνα με παλαιότερες αποφάσεις της ΕΑ⁵⁰³, μεταξύ αυτών και οι πλέον πρόσφατες υπ' αριθ. 515/VI/2011 και 598/2014, η αγορά γιαουρτιού κατ' αρχήν διακρίνεται στις επιμέρους αγορές του χύμα και του τυποποιημένου γιαουρτιού (ευρωπαϊκού τύπου). Τα στοιχεία του φακέλου στην υπό κρίση υπόθεση συνηγορούν υπέρ της διατήρησης της εν λόγω διάκρισης ως προς τον ορισμό των σχετικών αγορών. Ειδικότερα, υφίσταται, επιπλέον, σημαντική διαφοροποίηση ως προς το σύστημα παραγωγής και διανομής μεταξύ των δύο κατηγοριών προϊόντων. Από την πλευρά της προσφοράς, προκύπτει ότι η μεταστροφή μίας μεταποιητικής μονάδας παραγωγής χύμα γιαουρτιού στην παραγωγή τυποποιημένου γιαουρτιού προϋποθέτει περαιτέρω επένδυση σε μηχανολογικό εξοπλισμό και συστήματα ποιοτικής διασφάλισης, λαμβανομένων, επίσης, υπόψη των αυστηρών προδιαγραφών υγιεινής. Οι διαπιστώσεις αυτές επιβεβαιώνονται και από τις απαντήσεις των ανταγωνιστριών εταιριών όπως αναπτύσσονται κατωτέρω.

391. Ως προς τον ορισμό των σχετικών αγορών δυνάμει των υπ' αριθ. 515/VI/2011 και 598/2014 αποφάσεων της ΕΑ, βάσει των οποίων η αγορά γιαουρτιού διαχωρίζεται στις επιμέρους αγορές του χύμα και τυποποιημένου γιαουρτιού, η πλειοψηφία των γαλακτοβιομηχανιών⁵⁰⁴, απάντησε ότι συμφωνεί με τη διάκριση αυτή⁵⁰⁵.

392. Ομοίως, η συντριπτική πλειοψηφία των εταιριών σούπερ μάρκετ⁵⁰⁶ συμφωνεί με τον προσδιορισμό των εν λόγω σχετικών αγορών, όπως αυτές ορίζονται στις υπ' αριθ. 515/VI/2011 και 598/2014 αποφάσεις της ΕΑ. Υπέρ της εν λόγω διάκρισης ως προς τον ορισμό των σχετικών αγορών συνηγορούν και οι απαντήσεις των γαλακτοβιομηχανιών σχετικά με τη δυνατότητα παραγωγής τυποποιημένου γιαουρτιού κάνοντας χρήση της παραγωγικής διαδικασίας του χύμα γιαουρτιού. Από τα ανωτέρω στοιχεία⁵⁰⁷ προκύπτει

⁵⁰³ Βλ. υπ' αριθ. 71/1997, 314/V/2006, 369/V/2007 και 394/V/2008 αποφάσεις της ΕΑ.

⁵⁰⁴ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, ΓΙΩΤΗΣ, ΟΠΤΙΜΑ, ΝΕΟΓΑΛ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ΔΩΔΩΝΗ, ΣΕΡΓΑΛ, ΚΡΙ-ΚΡΙ, ΦΑΓΕ, ΗΠΕΙΡΟΣ, ΤΡΙΚΚΗ, DANONE, ΕΒΟΛ και ARLA.

⁵⁰⁵ Με εξαίρεση τις εταιρίες ΘΕΣΓΑΛΑ-ΠΙΕΣ, ΕΛΓΕΚΑ και 3Ε (δραστηριοποιείται σε άλλες σχετικές αγορές), οι οποίες δεν απάντησαν τη σχετική ερώτηση. Η απάντηση της ΣΤΑΜΟΥ ήταν ότι «Δεν αναφέρεται πουθενά το παραδοσιακό γιαούρτι με πέτσα», ενώ η FRIESLAND στην απάντησή της δεν αναφέρθηκε στη διάκριση τυποποιημένου και χύμα γιαουρτιού (βλ. παρ. 265).

⁵⁰⁶ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των [...], ΜΕΤΡΟ, [...] και ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ. Το σούπερ μάρκετ ΠΕΝΤΕ συμφωνεί «... κατά μεγάλο ποσοστό με τον προσδιορισμό, όχι όμως με την ίδια λεπτομέρεια» και το σούπερ μάρκετ ΜΑΣΟΥΤΗΣ δεν απάντησε λόγω έλλειψης των αναγκαίων στοιχείων.

⁵⁰⁷ Ειδικότερα, η **ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ** αναφέρει ότι: «Απαιτείται άλλου είδους εξοπλισμός παραγωγής γιαουρτιού (κλειστοί επωαστήρες, αντλίες, αυτοματισμοί κ.λ.π.) καθώς και συσκευαστικές μηχανές γιαούρτης. Απαιτούνται τουλάχιστον 6 μήνες για την κατασκευή, εγκατάσταση, προμήθεια εξοπλισμού». Η **ΚΡΙ - ΚΡΙ** επισημαίνει ότι: «Από χύμα γιαούρτι για να πάμε στο τυποποιημένο, θα χρειαστεί μηχανή συσκευασίας τυποποιημένου σε κύπελλα, καθώς επίσης και μηχανή δεύτερης συσκευασίας σε 2άδες ή 3άδες και στην συνέχεια σε χαρτόδισκο. Το ύψος της επένδυσης ποικίλει». Σύμφωνα με τη **ΦΑΓΕ** «Υπό την προϋπόθεση ότι το τυποποιημένο γιαούρτι είναι ίδιου τύπου προϊόν με το χύμα γιαούρτι (π.χ. και οι δύο τύποι είναι στραγγισμένο) και επιπλέον ότι το βασικό σημείο διαφοροποίησής τους είναι ο περιέκτης συσκευασίας (συνήθως τα τυποποιημένα γιαούρτια κυκλοφορούν σε κύπελλα 150-200gr και το χύμα σε κάδους 3-5-10kg), η παραγωγή τυποποιημένου γιαουρτιού απαιτεί την εγκατάσταση δικτύου τροφοδοσίας, καθώς και μιας μηχανής συσκευασίας (π.χ. κύπελλο διαμέτρου 95mm) υψηλής καθαρότητας, για αυξημένο χρόνο ζωής του προϊόντος στο ράφι. Αν περαιτέρω υπάρχει ανάγκη συσκευασίας του προϊόντος σε πολυσυσκευασία, τότε απαιτείται και γραμμή πολυσυσκευασίας. Ενδεικτικό κόστος ανάλογα με τις απαιτήσεις: 3,0 – 4,0 εκατ. €». Η εταιρία **ΕΛΛΗΝΙΚΑ**

ότι η μεταστροφή μίας γαλακτοβιομηχανίας παραγωγής χύμα γιαουρτιού στην παραγωγή τυποποιημένου γιαουρτιού προϋποθέτει σημαντική επένδυση σε μηχανολογικό εξοπλισμό (εγκατάσταση δικτύου τροφοδοσίας και γραμμή για τη συσκευασία και τυποποίηση του προϊόντος), το δε κόστος μιας τέτοιας επένδυσης εξαρτάται από το μέγεθος της παραγωγής και τον τύπο της μηχανής⁵⁰⁸. Η υπ' αριθ. 515/VI/2011 και 598/2014 αποφάσεις της ΕΑ όριζαν ως γεωγραφική αγορά το σύνολο της Ελληνικής Επικράτειας. Με τον εν λόγω ορισμό συμφωνούν και τα γνωστοποιούντα μέρη⁵⁰⁹.

393. Βάσει των προεκτεθέντων, ως σχετική γεωγραφική αγορά για τις ανάγκες της παρούσας γνωστοποίησης θεωρείται το σύνολο της Ελληνικής επικράτειας, όπου αναπτύσσεται η δραστηριότητα των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού.

394. Οι συνολικές πωλήσεις γιαουρτιού ξεπέρασαν το 2016 τους [...] (περίπου [...] σε αξία), ενώ την τελευταία τριετία οι συνολικές πωλήσεις του προϊόντος είναι πτωτικές.

Πίνακας 46: Συνολικές πωλήσεις γιαουρτιού⁵¹⁰, 2014-2016

	2014	2015	2016 ⁵¹¹
Σύνολο Όγκου (σε τόνους)	[...]	[...]	[...]
<i>Ετήσια μεταβολή</i>		[...]	[...]
Τυποποιημένο γιαούρτι	[...]	[...]	[...]
<i>Ετήσια μεταβολή</i>		[...]	[...]
Χύμα γιαούρτι	[...]	[...]	[...]
<i>ετήσια μεταβολή</i>		[...]	[...]
Σύνολο Αξίας (σε €000)	[...]	[...]	[...]
<i>Ετήσια μεταβολή</i>		[...]	[...]
Τυποποιημένο γιαούρτι	[...]	[...]	[...]

ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ αναφέρει ότι: «Για την παραγωγή τυποποιημένης και χύμα γιαούρτης χρησιμοποιούνται οι ίδιες γραμμές παραγωγής. Η μοναδική διαφορά έγκειται στις μηχανές συσκευασίας. Στη πρώτη περίπτωση χρησιμοποιούνται συσκευαστικές για κουβάδες ενώ στη δεύτερη συσκευαστικές για κύπελλα». Κατά τη **ΝΕΟΓΑΛ**: «Η γραμμή παραγωγής τυποποιημένου γιαουρτιού δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την παραγωγή παραδοσιακού γιαουρτιού (εάν αυτό εννοείται ως χύμα) μπορεί όμως να αξιοποιηθεί και με πολύ λίγες επενδύσεις, να παράγεται χύμα γιαούρτι (μεγάλες συσκευασίες) του ίδιου τύπου». Η **FRIESLAND** απάντησε ότι: «Το τυποποιημένο γιαούρτι παρασκευάζεται όπως ακριβώς και το χύμα γιαούρτι, αλλά απαιτεί επιπλέον εξοπλισμό αυτόματης συσκευασίας. Το κόστος μιας γραμμής συσκευασίας τυποποιημένου γιαουρτιού εκτιμάται από 800.000€ ως 2.000.000€ ανάλογα με την ταχύτητα συσκευασίας και το επίπεδο αυτοματισμού. Ο χρόνος για την προμήθεια και εγκατάσταση μιας τέτοιας μονάδας μπορεί να ανέλθει σε 12 μήνες». Η **ΔΩΔΩΝΗ** σημειώνει ότι: «Τα προϊόντα αυτά, μπορούν να μοιραστούν τις ίδιες υποδομές συσκευασίας, αν οργανωθούν σωστά οι απαραίτητες διαδικασίες, έτσι ώστε το κόστος του εξοπλισμού (εάν υπάρχει δωρεάν διαθέσιμη χωρητικότητα) θα αποβεί χαμηλότερο από το να επενδύαμε από το μηδέν. Μια ακριβής εκτίμηση θα ποικίλει ευρέως λόγω της μοναδικής διάταξης της κάθε μονάδας παραγωγής». Η **ΤΡΙΚΚΗ** αναφέρει ότι: «Δεν απαιτούνται επιπλέον επενδύσεις καθώς και κόστος παραγωγικής διαδικασίας για τη παραγωγή τυποποιημένου γιαουρτιού σε σχέση με τη παραγωγή του χύμα γιαουρτιού».

⁵⁰⁸ Σύμφωνα με τις απαντήσεις των εταιριών, το σχετικό κόστος μπορεί να κυμαίνεται μεταξύ 800.000 ευρώ μέχρι 4 εκατ. ευρώ.

⁵⁰⁹ Βλ. παρ. 111 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁵¹⁰ Καθώς τα γνωστοποιούντα μέρη δεν προσκόμισαν χωριστά (συγκεντρωτικά) στοιχεία για την αγορά του τυποποιημένου γιαουρτιού, η ΓΔΑ εκτιμά το μέγεθος της εν λόγω αγοράς αφαιρώντας από την συνολική αγορά γιαουρτιού αυτή του χύμα.

⁵¹¹ Τα στοιχεία της κατηγορίας του χύμα γιαουρτιού αφορούν την περίοδο Δεκέμβριος 2015-Νοέμβριος 2016.

	2014	2015	2016 ⁵¹¹
<i>Ετήσια μεταβολή</i>		[...]	[...]
Χύμα γιαούρτι	[...]	[...]	[...]
<i>Ετήσια μεταβολή</i>		[...]	[...]

Πηγή: A.C. Nielsen (προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη) και επεξεργασία ΓΔΑ

395. Περίπου το [...] των συνολικών πωλήσεων γιαουρτιού (σε όρους αξίας) αφορούν το τυποποιημένο γιαούρτι, ενώ το χύμα γιαούρτι πλησιάζει το [...].

396. Οριακή αύξηση στις πωλήσεις παρουσιάζει το χύμα γιαούρτι, του οποίου ο μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής είναι [...] σε όγκο και [...] σε αξία. Αντίθετα, ο μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής του τυποποιημένου γιαουρτιού είναι [...]σε όγκο και [...]σε αξία.

397. Κατά τα γνωστοποιούντα μέρη: «Σύμφωνα και με τις σχετικές διαπιστώσεις της ΕΑ (βλ. αποφάσεις 515/VI/2011 και 598/2014), η αγορά γιαούρτης είναι εξαιρετικά ανταγωνιστική, με παρουσία ενός πολύ ισχυρού παίκτη (ΦΑΓΕ) και πολλών άλλων εγχώριων (πχ ΟΛΥΜΠΙΟΣ, ΚΡΙ- ΚΡΙ) και αλλοδαπών (πχ Danone, Friesland) σημαντικών ανταγωνιστών (βλ. κατωτέρω Τμήμα 7 ως προς τα μερίδια αγοράς). Αξιόλογο μέρος της εγχώριας παραγωγής εξάγεται, ενώ πραγματοποιούνται παράλληλα και σημαντικές εισαγωγές ετοιμού προϊόντος γιαούρτης. Τα δε εισαγόμενα προϊόντα γιαουρτιού στοχεύουν σε διάφορα πληθυσμιακά target groups, παρουσιάζοντας διάφορες ιδιότητες (π.χ. γιαούρτια με γεύσεις ή γιαούρτια με πρότυπα υγιεινής διατροφής). Την ίδια στιγμή, οι ανταγωνιστές διαθέτουν σύνθετα γιαούρτια στην αγορά και διευρύνουν συνεχώς τη γκάμα των προσφερόμενων προϊόντων τους (βλ. απόφαση ΕΑ υπ' αριθμ. 515/VI/2011, παρ. 152, 598/2014). Λόγω των ως άνω χαρακτηριστικών της, η αγορά γιαούρτης καθίσταται άκρως ανταγωνιστική, με αποτέλεσμα η παρούσα συγκέντρωση να μην δύναται να περιορίσει τον ανταγωνισμό σε αυτήν⁵¹²»⁵¹³.

V.5.4.1 Αγορά τυποποιημένου γιαουρτιού

398. Το τυποποιημένο γιαούρτι μπορεί να διακριθεί στις υπό-αγορές του λευκού γιαουρτιού (χωρίς πρόσθετα συστατικά) και του γιαουρτιού με πρόσθετα συστατικά (φρούτα, δημητριακά κ.ά).

399. Αναλόγως δε του τρόπου παρασκευής τους τα γιαούρτια θα μπορούσαν να διακριθούν σε: (α) Στραγγισμένα, τα οποία προκύπτουν από την αφαίρεση του ορού γάλακτος, (β) Set, των οποίων η πήξη πραγματοποιείται μέσα στο κύπελλο και (γ) Stirred, τα οποία αναδεύονται μετά την πήξη τους και στα οποία είναι δυνατόν να προστεθούν χυμοί ή κομμάτια φρούτων. Τέλος, η αγορά μπορεί να διακριθεί περαιτέρω

⁵¹² Στο έντυπο γνωστοποίησης (υποσημείωση 34) αναφέρεται ότι: «Όπως θα αναλυθεί η νέα οντότητα θα έχει σχετικά αξιόλογα αθροιστικά μερίδια στην υποαγορά παιδικού γιαουρτιού (βλ. τα στοιχεία στο τμήμα 7.2) Ωστόσο, τούτο δεν αναμένεται να περιορίσει τον ανταγωνισμό, για τους λόγους που επικαλείται και η ΕΑ στις παρ. 273 επ. της απόφασης 515/2011 (εν συνάψει, λόγω της παρουσίας πολλών και σημαντικών ανταγωνιστών, λόγω της παρουσίας σημαντικών ανταγωνιστών σε γειτονικές αγορές με δυνατότητα επέκτασης και στην αγορά παιδικού γιαουρτιού και λόγω του ότι τα παιδικά γιαούρτια των ΔΕΛΤΑ/ΜΕΒΓΑΛ δεν αποτελούν «στενά υποκατάστατα»).

⁵¹³ Βλ. παρ. 109 του εντύπου γνωστοποίησης.

αναλόγως της χρησιμοποιούμενης πρώτης ύλης (γάλα αγελάδος ή πρόβειο) και της περιεκτικότητας του προϊόντος σε λιπαρά (πλήρες, άπαχο κ.α).

400. Τα τυποποιημένα γιαούρτια με πρόσθετα συστατικά διαχωρίζονται περαιτέρω με βάση τη σκοπούμενη χρήση τους σε τρεις διακριτές αγορές: i) γιαούρτια με γεύσεις, ii) παιδικά γιαούρτια και iii) λειτουργικά γιαούρτια⁵¹⁴.

401. Από τις απαντήσεις των ανταγωνιστών των μερών επιβεβαιώνεται ο διαχωρισμός της αγοράς τυποποιημένου γιαουρτιού σε διακριτές υπο-αγορές με βάση τη σκοπούμενη χρήση του προϊόντος. Επομένως, οι υπο-αγορές αυτές εξετάζονται κατωτέρω χωριστά για τους σκοπούς της κρινόμενης συγκέντρωσης.

402. Επισημαίνεται ότι τα επώνυμα και τα ιδιωτικής ετικέτας προϊόντα γιαουρτιού εντάσσονται σε μία ενιαία αγορά προϊόντος, λαμβανομένου υπόψη ότι προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας πωλούνται σχεδόν από το σύνολο των εταιριών σούπερ μάρκετ⁵¹⁵, ορισμένες εκ των κατηγοριών γιαουρτιού (όπως για παράδειγμα το τυποποιημένο λευκό γιαούρτι) καταλαμβάνουν σχετικά σημαντικό ποσοστό στις πωλήσεις αυτών, καθώς και ότι σε μια μελλοντική αύξηση της τιμής των επώνυμων προϊόντων εκτιμάται ότι σημαντικός αριθμός καταναλωτών θα στραφούν στα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας⁵¹⁶.

Πίνακας 47: Συμμετοχή πωλήσεων ιδιωτικής ετικέτας προϊόντων τυποποιημένου γιαουρτιού σε Σ/Μ, 2016 (αξία)

	ΜΑΣΟΥΤΗΣ	ΑΒ	LIDL	ΜΕΤΡΟ	ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ
ΤΥΠΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΛΕΥΚΟ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[10-15]%	[5-10]%
ΤΥΠΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΜΕ ΓΕΥΣΕΙΣ	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%
ΤΥΠΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΠΑΙΔΙΚΟ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων σούπερ μάρκετ

Υ.5.4.1.1 Η υπο-αγορά τυποποιημένου λευκού γιαουρτιού – Δομή και μερίδια αγοράς

403. Η αγορά του λευκού τυποποιημένου γιαουρτιού είναι η μεγαλύτερη αγορά τυποποιημένου γιαουρτιού, η οποία καλύπτει περίπου το [...] σε όρους αξίας των συνολικών πωλήσεων του προϊόντος. Οι συνολικές πωλήσεις στην αγορά κυμαίνονται στα [...] και είναι πτωτικές την τελευταία τριετία.

Πίνακας 48: Συνολικές πωλήσεις τυποποιημένου λευκού γιαουρτιού, 2014-2016

	2014	2015	2016

⁵¹⁴ Τα γνωστοποιούντα μέρη προσκόμισαν στοιχεία για τις επιμέρους κατηγορίες industrial γιαουρτιού δηλαδή για τις αγορές: τυποποιημένα λευκά γιαούρτια, τυποποιημένα γιαούρτια με γεύσεις, τυποποιημένα παιδικά γιαούρτια και τυποποιημένα λειτουργικά γιαούρτια. Το άθροισμα των στοιχείων για τις επιμέρους αγορές είναι ελαφρώς μεγαλύτερο από το σύνολο της αγοράς τυποποιημένου γιαουρτιού, όπως αυτό αναφέρεται στον Πίνακα 46.

⁵¹⁵ Ειδικότερα διατίθενται προϊόντα γιαουρτιού ιδιωτικής ετικέτας από τις εξής εταιρίες σούπερ μάρκετ: ΜΑΣΟΥΤΗΣ – τυποποιημένο λευκό, ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ – χύμα, τυποποιημένο λευκό, παιδικό, λειτουργικό, ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ – τυποποιημένο λευκό, γιαούρτι με γεύσεις, ΜΕΤΡΟ- χύμα και τυποποιημένο λευκό, LIDL – γιαούρτι ΓΑΛΠΟ. Βλ. σχετ. απαντητικές επιστολές των εταιριών σούπερ μάρκετ.

⁵¹⁶ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των σούπερ μάρκετ ΜΑΣΟΥΤΗΣ, ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΠΕΝΤΕ, ΜΕΤΡΟ, LIDL και ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ.

	2014	2015	2016
Όγκος (σε τόνους)	[...]	[...]	[...]
Ετήσια μεταβολή		[...]	[...]
Αξία (σε €000)	[...]	[...]	[...]
Ετήσια μεταβολή		[...]	[...]

Πηγή: A.C. Nielsen (προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη) και επεξεργασία ΓΔΑ

404. Στην αγορά τυποποιημένου λευκού γιαουρτιού, δραστηριοποιείται τόσο η ΔΕΛΤΑ με τα εμπορικά σήματα COMPLET, ΜΙΚΡΕΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΦΑΡΜΕΣ και NATURAL, όσο και η ΜΕΒΓΑΛ με τα εμπορικά σήματα ONLY, ΑΓΕΛΑΔΑΣ, ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟ και ΣΤΡΑΓΓΙΣΤΟ.

405. Το αθροιστικό μερίδιο των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ στην εν λόγω αγορά ανήλθε το 2016 στο [10-15]% εκφρασμένο σε όγκο και [15-25]% σε αξία. Το αθροιστικό μερίδιο των δύο επιχειρήσεων παρουσιάζεται ελαφρά πτωτικό κατά την τελευταία τριετία.

Πίνακας 49: Μερίδια αγοράς τυπ/νου λευκού γιαουρτιού (σε όγκο), 2014-2016

	2014	2015	2016
ΔΕΛΤΑ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΜΕΒΓΑΛ	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%
ΣΥΝΟΛΟ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%

Πηγή: A.C. Nielsen (προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη) και επεξεργασία ΓΔΑ

Πίνακας 50: Μερίδια αγοράς τυπ/νου λευκού γιαουρτιού (σε αξία), 2014-2016

	2014	2015	2016
ΔΕΛΤΑ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
ΜΕΒΓΑΛ	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%
ΣΥΝΟΛΟ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%

Πηγή: A.C. Nielsen (προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη) και επεξεργασία ΓΔΑ

406. Για την αγορά τυποποιημένου λευκού γιαουρτιού προκύπτει ότι το επίπεδο συγκέντρωσης είναι χαμηλό, καθώς ο ΗΗΙ⁵¹⁷ πριν και μετά τη συγκέντρωση είναι στις [...] και [...] μονάδες αντίστοιχα και η αλλαγή στον δείκτη που θα προκύψει στην αγορά από την υπό κρίση πράξη (ΔΗΗΙ = [...]) δεν ξεπερνά το επίπεδο που θεωρείται ότι είναι πιθανό να δημιουργήσει πρόβλημα στον ανταγωνισμό.

407. Ωστόσο, δεδομένου ότι το αθροιστικό μερίδιο αγοράς των συμμετεχουσών υπερβαίνει το 15%, η αγορά τυποποιημένου λευκού γιαουρτιού θεωρείται επηρεαζόμενη.

408. Όπως προκύπτει από τον κατωτέρω Πίνακα, τη σημαντικότερη παρουσία στην αγορά τυποποιημένου λευκού γιαουρτιού έχει η εταιρία ΦΑΓΕ, το μερίδιο της οποίας είναι περίπου [15-25]% (σε όγκο) και [25-35]% (σε αξία). Στην αγορά δραστηριοποιείται, επίσης, και η εταιρία ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ

⁵¹⁷ Ο δείκτης ΗΗΙ υπολογίστηκε με βάση τα μερίδια που προσκόμισαν τα μέρη για το 2016 σε αξία και περιλαμβάνει το 75% της αγοράς, ήτοι τα μερίδια των εταιριών ΔΕΛΤΑ, ΜΕΒΓΑΛ, ΦΑΓΕ, FRIESLAND, ΟΛΥΜΠΙΟΣ, ΚΡΙ-ΚΡΙ, DANONE, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ και ΡΟΔΟΠΗ.

(ΟΛΥΜΠΟΣ και ΡΟΔΟΠΗ) με σημαντικό μερίδιο άνω του [5-10]% (σε όγκο) και [10-15]% (σε αξία), ενώ παρουσία έχουν και η ΚΡΙ-ΚΡΙ με ελαφρώς πτωτικό μερίδιο της τάξης περίπου του [10-15]% και [10-15]% σε όγκο και αξία, αντίστοιχα, καθώς και η FRIESLAND με μερίδιο άνω του [5-10]% (σε όγκο και αξία). Σημαντική είναι και η παρουσία των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας⁵¹⁸. Επισημαίνεται ότι στη συγκεκριμένη κατηγορία γιαουρτιού, προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας διαθέτουν τουλάχιστον οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ ΜΑΣΟΥΤΗΣ, ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, LIDL, ΜΕΤΡΟ, ΠΕΝΤΕ και ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ.

Πίνακας 51: Μερίδια αγοράς τυπ/νου λευκού γιαουρτιού (σε όγκο και αξία), 2014-2016

	2014 (σε όγκο)	2015 (σε όγκο)	2016 (σε όγκο)	2014 (σε αξία)	2015 (σε αξία)	2016 (σε αξία)
ΔΕΛΤΑ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
ΜΕΒΓΑΛ	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%
ΦΑΓΕ	[25-35]%	[15-25]%	[15-25]%	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
FRIESLAND	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%
ΟΛΥΜΠΟΣ (ΕΛ. ΓΑΛ.)	[10-15]%	[5-10]%	[5-10]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
ΚΡΙ-ΚΡΙ	[5-10]%	[10-15]%	[10-15]%	[5-10]%	[5-10]%	[10-15]%
DANONE	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΡΟΔΟΠΗ (ΕΛ. ΓΑΛ.)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΙΑ. ΕΤΙΚΕΤΑΣ	[15-25]%	[15-25]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[5-10]%
ΛΟΙΠΟΙ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[10-15]%	[10-15]%	[15-25]%
CR3	[45-55]%	[35-45]%	[45-55]%	[55-65]%	[45-55]%	[45-55]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%

Πηγή: A.C. Nielsen (προσκομισθέντα από τα μέρη) και επεξεργασία ΓΔΑ

409. Αναφορικά με τυχόν απαραίτητα (must have) σήματα, η εταιρία [...] επεσήμανε ότι στη συγκεκριμένη αγορά τα σήματα που πρέπει να διαθέτει μία αλυσίδα σούπερ μάρκετ (must have) είναι το «TOTAL» και το «ΑΓΕΛΑΔΙΤΣΑ» της ΦΑΓΕ⁵¹⁹. Το σούπερ μάρκετ [...], αναφέρει ότι «Υπάρχουν προϊόντα της VIVARTIA και της ΜΕΒΓΑΛ που σύμφωνα με τη ζήτηση από τους πελάτες μας κρίνονται ως απαραίτητα. Αυτά είναι: ... ΓΙΑΟΥΡΤΙΑ & ΕΠΙΔΟΡΠΙΑ ΓΙΑΟΥΡΤΙΟΥ, ΔΕΛΤΑ, COMPLET, HARMONY... »⁵²⁰. Σύμφωνα με την [...], το TOTAL της ΦΑΓΕ και η ΑΓΕΛΑΔΙΤΣΑ της ΜΕΒΓΑΛ είναι ισχυρά σήματα, χωρίς όμως να τα θεωρεί ως must have⁵²¹. Σύμφωνα με την [...], υπάρχουν προϊόντα «...με πιστή πελατεία και υψηλή αναγνωρισιμότητα...», τα οποία όμως, οι καταναλωτές δεν τα θεωρούν ως must have⁵²². Η [...] αναφέρει ότι: «Ειδικά

⁵¹⁸ Σχετ. ο Πίνακας 47.

⁵¹⁹ Βλ. την απαντητική επιστολή της εταιρίας [...].

⁵²⁰ Βλ. την απαντητική επιστολή της εταιρίας [...].

⁵²¹ Βλ. την απαντητική επιστολή της εταιρίας [...].

⁵²² Βλ. την απαντητική επιστολή της εταιρίας [...], στην οποία αναφέρονται τα προϊόντα/brands TOTAL, FRUYO, ΑΓΕΛΑΔΙΤΣΑ, JUNIOR, FAMILY (ΦΑΓΕ), COMPLET, ADVANCE, SMART, VITALIVE, ΜΙΚΡΕΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΦΑΡΜΕΣ (ΔΕΛΤΑ), ΚΡΙ ΚΡΙ, ΣΠΙΤΙΚΟ (ΚΡΙ-ΚΡΙ), ΜΕΒΓΑΛ, HARMONY (ΜΕΒΓΑΛ), ΟΛΥΜΠΟΣ, ΠΝΟΗ (ΟΛΥΜΠΟΣ), ACTIVIA, DANONITO (DANONE) και CLASSIC (FRIESLAND) για την κατηγορία του γιαουρτιού.

όσον αφορά τα γιαούρτια, έχει παρατηρηθεί ότι πολλά σήματα παρουσιάζουν καταναλωτική πιστότητα και υψηλή πελατεία, όπως για παράδειγμα το Total και η Αγελαδίτσα της ΦΑΓΕ, το COMPLET της ΔΕΛΤΑ, η μάρκα Όλυμπος και Μεβγάλ, τα οποία, ως εκ τούτου, αποτελούν και *must-have* σήματα για τα καταστήματα λιανικής πώλησης. Συνεπώς θα χαρακτηρίζαμε ως «απαραίτητες» τις μεγαλύτερες μάρκες των ως άνω υποκατηγοριών και συγκεκριμένα το «total» και το «Compleat»⁵²³.

410. Εξάλλου, οι ανταγωνιστές της νέας οντότητας, αλλά και η πλειοψηφία των αλυσίδων σούπερ μάρκετ⁵²⁴, δεν εξέφρασαν προβληματισμούς σε σχέση με τις επιπτώσεις της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης στην αγορά τυποποιημένου γιαουρτιού. Ωστόσο, η εταιρία [...] επισήμανε τα εξής: «Οι επιπτώσεις της γνωστοποιηθείσας πράξης στην παραγωγή και εμπορία γιαούρτης θα είναι σημαντικές, επειδή η γνωστοποιηθείσα πράξη θα οδηγήσει σε περιορισμό των εναλλακτικών πηγών προμήθειας και σε περαιτέρω ισχυροποίηση της διαπραγματευτικής ισχύος της νέας οντότητας που θα προκύψει από την πράξη αυτή, δεδομένου ότι το μερίδιο αγοράς των δύο εταιριών ΜΕΒΓΑΛ και ΔΕΛΤΑ εκτιμάται ότι είναι αθροιστικά πολύ υψηλό»⁵²⁵. Αντίστοιχη είναι και η άποψη της ΠΕΝΤΕ, η οποία απάντησε ότι «... θα έχει επίπτωση, λόγω του ότι η ΜΕΒΓΑΛ στην Β. Ελλάδα έχει υψηλά μερίδια στην κατηγορία αυτή»⁵²⁶.

5.4.1.2 Η αξιολόγηση της Επιτροπής

411. Στην αγορά τυποποιημένου λευκού γιαουρτιού, η ΔΕΛΤΑ θα μετατοπιστεί, ως αποτέλεσμα της συγκέντρωσης, από την τέταρτη στη δεύτερη θέση, ενώ το αθροιστικό μερίδιο της νέας οντότητας θα ανέρχεται μετά τη συγκέντρωση σε ποσοστό [15-25]% σε αξία, αυξανόμενο κατά [0-5]%. Τη θέση της ως είχε διατηρεί, σε συνέχεια της υπό κρίση συγκέντρωσης, η ηγέτιδα ΦΑΓΕ με μερίδιο [25-35]% σε αξία, ενώ η ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ και η ΚΡΙ-ΚΡΙ μετατοπίζονται, με μερίδια [10-15]% και [10-15]% σε αξία αντιστοίχως, στην τρίτη και στην τέταρτη θέση. Ως εκ τούτου, η δομή της αγοράς εμφανίζει σχετική μεταβολή συνεπεία της υπό κρίση συγκέντρωσης.

412. Ωστόσο, ο δείκτης ΗΗΙ μετά τη συγκέντρωση κυμαίνεται στις [...] μονάδες και η μεταβολή (Δ) είναι μικρή ([...] μονάδες) και εντός των ασφαλών ορίων που προβλέπει η σχετική Ανακοίνωση της ΕΕ^{527 528}.

⁵²³ Βλ. την απαντητική επιστολή της εταιρίας [...].

⁵²⁴ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των ΜΕΤΡΟ, [...] και ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗ.

⁵²⁵ Βλ. την απαντητική επιστολή της [...].

⁵²⁶ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΠΕΝΤΕ.

⁵²⁷ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων σύμφωνα με τον κανονισμό του Συμβουλίου για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων 2004/C31/03, παρ. 19 επ.

⁵²⁸ Βλ. και Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων, ό.π., παρ. 9 «Κατά την αξιολόγηση των επιπτώσεων μιας συγκέντρωσης στον ανταγωνισμό, η Επιτροπή συγκρίνει τα συνθήκες ανταγωνισμού που θα προκύψουν από την κοινοποιηθείσα συγκέντρωση με εκείνες που θα επικρατούσαν χωρίς αυτήν. Στις περισσότερες περιπτώσεις οι συνθήκες ανταγωνισμού που υπάρχουν κατά τον χρόνο της συγκέντρωσης αποτελούν το στοιχείο σύγκρισης για την αξιολόγηση των επιπτώσεων της συγκέντρωσης» και παρ. 22-23 «Η Επιτροπή αξιολογεί κατά πόσον οι μεταβολές που επέρχονται λόγω της συγκέντρωσης θα οδηγήσουν σε οποιοδήποτε από τα ανωτέρω αποτελέσματα» [εννοείται επιπτώσεις συντονισμένης και μη συντονισμένης συμπεριφοράς].

413. Περαιτέρω, στην εξεταζόμενη αγορά δραστηριοποιούνται, πλην των συμμετεχουσών, ισχυροί ανταγωνιστές με αναγνωρισμένα σήματα και προϊόντα «must have», συμπεριλαμβανομένης της ΦΑΓΕ που κατέχει κυρίαρχη θέση στην εν λόγω αγορά, αλλά και των εταιριών ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, ΚΡΙ-ΚΡΙ και FRIESLAND, καθώς και μικρότερες επιχειρήσεις, το μερίδιο των οποίων αυξάνεται σταδιακά τόσο σε όγκο όσο και σε αξία τα τελευταία έτη. Επίσης, σημαντική παρουσία στην εν λόγω αγορά έχουν και τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, τα οποία διανέμονται από μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ (ΜΑΣΟΥΤΗΣ, ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, LIDL, ΜΕΤΡΟ, ΠΕΝΤΕ και ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ).

414. Περαιτέρω, όπως η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει επανειλημμένως κρίνει, αύξηση των μεριδίων λόγω της συγκέντρωσης της τάξης του 0-5% θεωρείται καταρχήν μικρή⁵²⁹. Εν προκειμένω, η επαύξηση του μεριδίου της ΔΕΛΤΑ, συνεπεία της γνωστοποιηθείσας πράξης, είναι περιορισμένη, καθώς κυμαίνεται στο [0-5]%, και, όπως προαναφέρθηκε, η μεταβολή στις ανταγωνιστικές συνθήκες και τη δομή της αγοράς κρίνεται οριακή σε σύγκριση με την κρατούσα προ της συγκέντρωσης κατάσταση⁵³⁰.

415. Ενόψει των ανωτέρω, εκτιμάται ότι η υπό κρίση συγκέντρωση δεν μπορεί να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στην εξεταζόμενη σχετική αγορά, ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης.

V.5.4.1.3 Η υπο-αγορά τυποποιημένου γιαουρτιού με γεύσεις – Δομή και μερίδια αγοράς

416. Οι συνολικές πωλήσεις γιαουρτιών με γεύσεις κυμαίνονται γύρω στους 3 χιλιάδες τόνους (15 εκατομμύρια ευρώ) και χαρακτηρίζονται σταθερές την τελευταία τριετία.

Πίνακας 52: Συνολικές πωλήσεις τυποποιημένου γιαουρτιού με γεύσεις, 2014-2016 (YTD)

	2014	2015	ΔΕΚ-ΝΟΕ2016
Όγκος (σε τόνους)	[...]	[...]	[...]
Ετήσια μεταβολή		[...]	[...]
Αξία (σε €000)	[...]	[...]	[...]
Ετήσια μεταβολή		[...]	[...]

Πηγή: A.C. Nielsen (προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη) και επεξεργασία ΓΔΑ

⁵²⁹ Ο.π., Μ. 5384 BNPPARIBAS/FORTIS, σκ. 95-96, Μ. 4844 FORTIS/ABN AMRO ASSETS, σκ. 137-138,139-140, 155-156, Μ. 4155 BNP PARIBAS/BNL, σκ. 30-31.

⁵³⁰ Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει αποφανθεί σε πληθώρα αποφάσεών της ότι όταν η επαύξηση του μεριδίου μίας απορροφώσας/ αποκτώσας συμμετοχή επιχείρησης στη σχετική αγορά κυμαίνεται μεταξύ 0-5% θεωρείται κατά την κείμενη ορολογία «οριακή» ή «αμελητέα», εκτός αν η επιχείρηση-στόχος ασκεί ιδιαίτερη ανταγωνιστική πίεση στην αποκτώσα επιχείρηση. Βλ. σχετ. αποφάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής αναφορικά με συγκεντρώσεις επιχειρήσεων του χρηματοπιστωτικού τομέα Μ.4844 - FORTIS/ ABN AMRO, παρ. 137-140, 155-156, 193, Μ.5384-BNP PARIBAS/FORTIS, όπ.π., παρ. 89-90 και 95-96. Αντίστοιχα έχει κρίνει και κατά την εξέταση συγκεντρώσεων σε άλλους κλάδους, ενδεικτικά αναφερομένων των Μ.2495- HANIEL/FELS, Μ.6704- REWE TOURISTIK GMBH/FERID NASR/ECIM HOLDING SA παρ. 30-32 και 39, Μ.6132-CARGILL/KVB παρ. 52-53 και 60, Μ.5717- THE STANLEY WORKS/ THE BLACK& DECKER CORPORATION- παρ. 32, 37, 46 και 59. Βλ. ωστόσο Μ.2568-Haniel/Ytong.

417. Στην αγορά τυποποιημένου γιαουρτιού με γεύσεις, δραστηριοποιείται τόσο η ΔΕΛΤΑ με τα εμπορικά σήματα VITALINE και ΜΙΚΡΕΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΦΑΡΜΕΣ όσο και η ΜΕΒΓΑΛ με τα εμπορικά σήματα HARMONY και ΣΤΡΑΓΓΙΣΤΟ.

418. Όπως προκύπτει από τους κατωτέρω πίνακες, κατά την περίοδο 2014-2016, το αθροιστικό μερίδιο των συμμετεχουσών υπερβαίνει κατά πολύ το [10-15]% της αγοράς και κινείται πτωτικά (σε όρους αξίας)⁵³¹. Στην αγορά δραστηριοποιούνται επίσης, τουλάχιστον άλλες τέσσερις μεγάλες επιχειρήσεις, ήτοι η ΚΡΙ-ΚΡΙ, η ΦΑΓΕ, η FRIESLAND και η ΟΛΥΜΠΟΣ (ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ), των οποίων το αθροιστικό μερίδιο της περιόδου 2014-2016 αυξάνεται ([35-45]% το 2014, [35-45]% το 2015 και [35-45]% το 2016, σε όρους αξίας). Αναφορικά με το μερίδιο της εταιρίας ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ το οποίο, με βάση την έρευνα της AC Nielsen, ανέρχεται σε [0-5]% (σε όγκο και αξία) για τα έτη 2014 και 2015, σημειώνεται ότι, με βάση άλλες μετρήσεις, η εταιρία είχε παρουσία στην εν λόγω σχετική αγορά και κατά τα ως άνω έτη⁵³².

Πίνακας 53: Μερίδια αγοράς τυποποιημένου γιαουρτιού με γεύσεις (σε όγκο), 2014-2016

YTD

	2014	2015	ΔΕΚ/ΝΟΕ 2016
ΔΕΛΤΑ	[25-35]%	[15-25]%	[15-25]%
ΜΕΒΓΑΛ	[10-15]%	[15-25]%	[15-25]%
ΦΑΓΕ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
FRIESLAND	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%
ΟΛΥΜΠΟΣ (ΕΛ. ΓΑΛ)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΚΡΙ-ΚΡΙ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
ΛΟΙΠΟΙ	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%
CR3	[55-65]%	[65-75]%	[65-75]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[35-45]%	[45-55]%	[35-45]%

Πηγή: A.C. Nielsen (προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη) και επεξεργασία ΓΔΑ

Πίνακας 54: Μερίδια αγοράς τυποποιημένου γιαουρτιού με γεύσεις (σε αξία), 2014-2016

YTD

	2014	2015	ΔΕΚ/ΝΟΕ 2016
ΔΕΛΤΑ	[25-35]%	[25-35]%	[15-25]%
ΜΕΒΓΑΛ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
ΦΑΓΕ	[10-15]%	[5-10]%	[5-10]%
FRIESLAND	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΚΡΙ-ΚΡΙ	[15-25]%	[15-25]%	[25-35]%

⁵³¹ Σε όρους όγκου παρουσιάζει μικρή αύξηση (κατά την τριετία 2014-2016).

⁵³² Σύμφωνα με στοιχεία που προσκόμισε η ΟΛΥΜΠΟΣ (ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ) το μερίδιό της είχε ως εξής: [0-5]% (2014), [0-5]% (2015) και [0-5]% (2016) σε όγκο και [0-5]% (2014), [0-5]% (2015) και [5-10]% (2016) σε αξία. Αντίστοιχα, και η ΦΑΓΕ προσκόμισε μετρήσεις της A.C. NIELSEN σύμφωνα με τις οποίες τα μερίδια αγοράς της ΟΛΥΜΠΟΣ ήταν τα ακόλουθα: [5-10]% (2014), [0-5]% (2015) και [0-5]% (2016) σε όγκο και [5-10]% (2014), [0-5]% (2015) και [0-5]% (2016) σε αξία.

	2014	2015	ΔΕΚ/ΝΟΕ 2016
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ	[5-10]%	[10-15]%	[5-10]%
ΛΟΙΠΟΙ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
CR3	[55-65]%	[65-75]%	[65-75]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[45-55]%	[45-55]%	[35-45]%

Πηγή: A.C. Nielsen (προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη) και επεξεργασία ΓΔΑ

419. Το μερίδιο αγοράς των λοιπών παραγωγών («ΛΟΙΠΟΙ») έχει παρουσιάσει μικρή αύξηση την τελευταία τριετία, ενώ το αντίστοιχο των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας παρουσίασε μικρή πτώση.

420. Από την ανάλυση της συγκέντρωσης με το δείκτη ΗΗΙ⁵³³, προκύπτει ότι ο δείκτης πριν τη συγκέντρωση είναι στις [...] μονάδες και μετά τη συγκέντρωση θα είναι στις [...] μονάδες. Περαιτέρω, η αλλαγή στον δείκτη που θα προκύψει στην αγορά από την υπό κρίση πράξη (ΔΗΗΙ = [...]) ξεπερνά κατά πολύ το επίπεδο κάτω από το οποίο είναι ελάχιστα πιθανό να δημιουργηθεί πρόβλημα στον ανταγωνισμό.

421. Λαμβανομένων υπόψη των ανωτέρω, η αγορά τυποποιημένου γιαουρτιού με γεύσεις θεωρείται επηρεαζόμενη για τους σκοπούς της υπό εξέταση συγκέντρωσης.

Υ.5.4.1.4 Η αξιολόγηση της Επιτροπής

422. Στην αγορά του τυποποιημένου γιαουρτιού με γεύσεις οι συμμετέχουσες πρόκειται να αποκτήσουν αθροιστικό μερίδιο αγοράς της τάξης του [35-45]% σε αξία, το οποίο θα είναι αποτέλεσμα αύξησης κατά [15-25]%. Περαιτέρω, ο δείκτης ΗΗΙ, μετά την πραγματοποίηση της συγκέντρωσης, θα ανέλθει στις [...] μονάδες, με διαφορά Δ [...] μονάδες.

423. Το αθροιστικό μερίδιο αγοράς των συμμετεχουσών επιχειρήσεων στην εν λόγω αγορά είναι υψηλό, όπως επίσης και ο βαθμός συγκέντρωσης, παράλληλα δε το μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας θα είναι αρκετά υψηλότερο από αυτό του σημαντικότερου ανταγωνιστή της. Περαιτέρω, οι συμμετέχουσες εταιρίες είναι άμεσοι ανταγωνιστές στην υπό εξέταση αγορά, εντούτοις φαίνεται ότι και λοιπές εταιρίες του κλάδου (όπως π.χ. ΦΑΓΕ και ΚΡΙ ΚΡΙ) ανταγωνίζονται άμεσα τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις στην εν λόγω αγορά⁵³⁴. Εξάλλου, εκ των ανταγωνιστών της νέας οντότητας, η εταιρία ΔΩΔΩΝΗ σημείωσε ότι αναμένει την ενίσχυση της θέσης της «συνδυασμένης» οντότητας στην αγορά γιαουρτιού σε βασικούς τομείς της αγοράς, λόγω του γεγονότος ότι αμφότερες οι ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ διαθέτουν ήδη ισχυρά εμπορικά σήματα, μεταξύ άλλων, και στα γιαούρτια με γεύσεις (Vitaline, Αρμονίας).

424. Ωστόσο, θα πρέπει να ληφθούν υπόψη και οι ακόλουθοι παράγοντες κατά την ουσιαστική αξιολόγηση των πιθανών επιπτώσεων της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης:

- (i) Στην αγορά τυποποιημένου γιαουρτιού με γεύσεις δραστηριοποιούνται ήδη τρεις τουλάχιστον μεγάλοι ανταγωνιστές, ήτοι η ΚΡΙ-ΚΡΙ ([25-35]% σε αξία), η ΦΑΓΕ

⁵³³ Ο δείκτης ΗΗΙ υπολογίστηκε με βάση τα μερίδια που προσκόμισαν τα γνωστοποιούντα μέρη για το 2016 σε αξία και περιλαμβάνει το 86,4% της αγοράς, ήτοι τα μερίδια των εταιριών ΔΕΛΤΑ, ΜΕΒΓΑΛ, ΦΑΓΕ, FRIESLAND, ΟΛΥΜΠΟΣ (ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ) και ΚΡΙ-ΚΡΙ.

⁵³⁴ Βλ. απαντήσεις των εταιριών ΚΡΙ ΚΡΙ, ΦΑΓΕ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ.

([5-10]% σε αξία), και η FRIESLAND ([0-5]% σε αξία). Παρά τη διαπιστούμενη ανωτέρω απόσταση των μεριδίων τους από τη νέα οντότητα, η οποία μετά την υπό κρίση συγκέντρωση αποκτά ηγετική θέση στην εν λόγω αγορά, οι λοιποί ανταγωνιστές έχουν ικανή παρουσία και εκτιμάται ότι θα εξακολουθήσουν να ασκούν ανταγωνιστικές πιέσεις έναντι της νέας οντότητας μετά την πραγματοποίηση της συγκέντρωσης. Επισημαίνεται ότι η εταιρία KPI-KPI κατέχει υψηλό μερίδιο στην σχετική αγορά, το οποίο την τριετία 2014-2016 παρουσιάζει σταθερά αυξητική πορεία. Επιπροσθέτως, στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιούνται, πλην των ανωτέρω ανταγωνιστών, και μικρότερες γαλακτοκομικές επιχειρήσεις, με σημαντική, ωστόσο, παρουσία, οι οποίες διαχρονικά ενισχύουν τη θέση τους, ενώ τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας καταλαμβάνουν σημαντικό μέρος των πωλήσεων στη συγκεκριμένη αγορά (τα μερίδια τους ανέρχονται άνω του [5-10]% διαχρονικά), παρέχοντας δυνατότητες εξεύρεσης εναλλακτικών προμηθευτών στους πελάτες των συμμετεχουσών, στην περίπτωση αύξησης των τιμών από τις τελευταίες.

(ii) Επιπλέον, εκτιμάται⁵³⁵ ότι οι πελάτες της νέας οντότητας, ήτοι οι εταιρίες σούπερ μάρκετ, στον οποίων τα καταστήματα διατίθενται κατά κύριο λόγο τα προϊόντα γιαουρτιού με γεύσεις⁵³⁶, θα διαθέτουν επαρκή αντισταθμιστική ισχύ έναντι της νέας οντότητας. Χαρακτηριστικό είναι ότι, βάσει των στοιχείων που παρατέθηκαν ανωτέρω⁵³⁷, οι πέντε μεγαλύτεροι πελάτες των εταιριών ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ απορροφούν (με στοιχεία του 2016) το [55-65]% και το [55-65]% αντίστοιχα των πωλήσεων γιαουρτιού με γεύσεις των εν λόγω εταιριών. Επομένως, οι μεγάλοι αυτοί πελάτες θα είναι σε θέση να αντιδράσουν άμεσα σε ενδεχόμενη αύξηση της τιμής των προϊόντων των μερών, μέσω της εναλλαγής προμηθευτή και της διάθεσης στο ράφι περισσότερων προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας. Η διαπίστωση αυτή ενισχύεται από το γεγονός ότι η πλειοψηφία των μεγαλύτερων πελατών των ΔΕΛΤΑ-ΜΕΒΓΑΛ κατανέμει τις αγορές γιαουρτιού με γεύσεις σε περισσότερους προμηθευτές ή/και διαθέτει προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας⁵³⁸.

425. Ενόψει των ανωτέρω, εκτιμάται ότι η υπό κρίση συγκέντρωση δεν μπορεί να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στην εξεταζόμενη σχετική αγορά, ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης.

V.5.4.1.5 Η υπο-αγορά τυποποιημένου παιδικού γιαουρτιού – Δομή και μερίδια αγοράς

⁵³⁵ Βλ. και απόφαση Ε.Επ. Μ.3090 VOLKSWAGEN/OFFSET/CRESCENT/LEASEPLAN/JV, σκ. 21-25, όπου έγινε δεκτό ότι μερίδια 50-60% δεν δημιουργούσαν πρόβλημα, διότι η αγορά είχε μεγάλο περιθώριο ανάπτυξης, δεν ήταν ώριμη, δεν υπήρχαν ιδιαίτερα εμπόδια εισόδου - είχε μάλιστα διαπιστωθεί και πρόσφατη είσοδος - ενώ υπήρχε και αντισταθμιστική ισχύς των μεγάλων πολυεθνικών επιχειρήσεων.

⁵³⁶ Σχετ. ο Πίνακας 21 και Πίνακας 22.

⁵³⁷ Σχετ. ο Πίνακας 23.

⁵³⁸ Βλ. Παράρτημα IV.

426. Κατά την περίοδο 2014-2016, οι συνολικές πωλήσεις παιδικών γιαουρτιών κυμαίνονται σταθερά λίγο πριν το επίπεδο των [...], ενώ σε όρους αξίας, παρουσιάζουν μείωση (περίπου [...] το 2016 από περίπου [...] το 2014).

Πίνακας 55: Συνολικές πωλήσεις παιδικού γιαουρτιού, 2014-2016 YTD

	2014	2015	ΔΕΚ-ΝΟΕ 2016
Όγκος (σε τόνους)	[...]	[...]	[...]
Ετήσια μεταβολή		[...]	[...]
Αξία (σε €000)	[...]	[...]	[...]
Ετήσια μεταβολή		[...]	[...]

Πηγή: A.C. Nielsen (προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη) και επεξεργασία ΓΔΑ

427. Στην αγορά τυποποιημένου παιδικού γιαουρτιού, δραστηριοποιείται τόσο η ΔΕΛΤΑ με τα εμπορικά σήματα ADVANCE και SMART, όσο και η ΜΕΒΓΑΛ με τα σήματα FRUTOMANIA.

428. Το αθροιστικό μερίδιο των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ κυμαίνεται, σε όρους αξίας, στο [55-65]%, με το μερίδιο της ΔΕΛΤΑ για το 2016 να ανέρχεται στο [45-55]% της αγοράς και της ΜΕΒΓΑΛ στο [5-10]%.

Πίνακας 56: Μερίδια αγοράς τυποποιημένου παιδικού γιαουρτιού (σε όγκο), 2014-2016 (YTD)

	2014	2015	ΔΕΚ-ΝΟΕ 2016
ΔΕΛΤΑ	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%
ΜΕΒΓΑΛ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΦΑΓΕ	[15-25]%	[10-15]%	[10-15]%
FRIESLAND	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΕΛΛ. ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
DANONE	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
KPI-KPI	[5-10]%	[10-15]%	[15-25]%
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΛΟΙΠΟΙ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
CR5	[85-95]%	[85-95]%	[85-95]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%

Πηγή: A.C. Nielsen (προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη) και επεξεργασία ΓΔΑ

Πίνακας 57: Μερίδια αγοράς τυποποιημένου παιδικού γιαουρτιού (σε αξία), 2014-2016 (YTD)

	2014	2015	ΔΕΚ-ΝΟΕ 2016
ΔΕΛΤΑ	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%
ΜΕΒΓΑΛ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΦΑΓΕ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
FRIESLAND	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΟΛΥΜΠΟΣ	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%
DANONE	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
KPI-KPI	[5-10]%	[10-15]%	[10-15]%

	2014	2015	ΔΕΚ-ΝΟΕ 2016
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΛΟΙΠΟΙ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
CR5	[85-95]%	[85-95]%	[85-95]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%

Πηγή: A.C. Nielsen (προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη) και επεξεργασία ΓΔΑ

429. Το επίπεδο συγκέντρωσης στην αγορά είναι υψηλό. Ο δείκτης ΗΗΙ είναι [...] και [...] μονάδες πριν και μετά τη συγκέντρωση αντίστοιχα, ενώ η αλλαγή του δείκτη συγκέντρωσης ΗΗΙ⁵³⁹ μετά την πραγματοποίηση της πράξης (ΔΗΗΙ=[...]) είναι μεγαλύτερη από το επίπεδο που θεωρείται ελάχιστα πιθανό να δημιουργήσει πρόβλημα στον ανταγωνισμό⁵⁴⁰.

430. Λαμβανομένων υπόψη των ανωτέρω στοιχείων, η αγορά παιδικού γιαουρτιού θεωρείται επηρεαζόμενη για τους σκοπούς της υπό εξέταση συγκέντρωσης.

431. Από τα ως άνω στοιχεία προκύπτει ότι, πέρα από τις ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ, στην αγορά δραστηριοποιούνται πέντε ακόμη μεγάλοι ανταγωνιστές. Για το 2016, η σημαντικότερη εταιρία στην αγορά, σε όρους αξίας, είναι η ΔΕΛΤΑ με μερίδιο [45-55]%, ενώ ακολουθούν η ΦΑΓΕ με [15-25]%, η ΚΡΙ-ΚΡΙ με [10-15]%, η ΜΕΒΓΑΛ με [5-10]% και η DANONE με [5-10]%. Τέλος, η ΟΛΥΜΠΟΣ, η FRIESLAND και η ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ κατέχουν μερίδια μεταξύ [5-10]%, [0-5]% και [0-5]% αντίστοιχα.

432. Αξιοσημείωτο είναι ότι οι λοιπές μικρότερες γαλακτοβιομηχανίες στην εν λόγω αγορά, σε αντίθεση με άλλα προϊόντα γιαουρτιού, κατέχουν αμελητέο μερίδιο αγοράς. Από τα προσκομισθέντα στοιχεία προκύπτει παρουσία προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας μόνο στο σούπερ μάρκετ ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ⁵⁴¹.

433. Καθώς η σχετική αγορά του τυποποιημένου παιδικού γιαουρτιού δύναται να διακριθεί περαιτέρω στις υπο αγορές του βρεφικού γιαουρτιού⁵⁴² και του παιδικού γιαουρτιού με προσθήκη υλικών⁵⁴³, τα μερίδια των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ διαμορφώνονται ως εξής⁵⁴⁴:

Πίνακας 58: Μερίδια υπό αγοράς τυπ/νου βρεφικού γιαουρτιού (σε όγκο και αξία), 2015-2017 YTD

⁵³⁹ Ο δείκτης ΗΗΙ υπολογίστηκε με βάση τα μερίδια που προσκόμισαν τα γνωστοποιούντα μέρη για το 2016 YTD σε αξία και περιλαμβάνει το 97,5% της αγοράς, ήτοι τα μερίδια των εταιρειών ΔΕΛΤΑ, ΜΕΒΓΑΛ, ΦΑΓΕ, FRIESLAND, ΟΛΥΜΠΟΣ, DANONE, ΚΡΙ-ΚΡΙ και ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ.

⁵⁴⁰ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων σύμφωνα με τον κανονισμό του Συμβουλίου για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων 2004/C31/03, παρ. 19 επ.

⁵⁴¹ Βλ. την απαντητική επιστολή της εταιρίας [...].

⁵⁴² Τα βρεφικά γιαούρτια είναι κατάλληλα για μωρά από 6 μηνών.

⁵⁴³ Τα παιδικά γιαούρτια με προσθήκη υλικών δεν απευθύνονται σε μωρά, αλλά σε μεγαλύτερα παιδιά (ίσως και άνω των 3 ετών). Τα πρόσθετα υλικά ενδέχεται να είναι σοκολατένια μπαλάκια δημητριακών, βρίσκονται τοποθετημένα στο καπάκι της συσκευασίας και απαιτούν την ανάμιξή τους με το γιαούρτι.

⁵⁴⁴ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2965/23.5.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών.

	2015 (σε όγκο)	2016 (σε όγκο)	ΔΕΚ-MAP 2017 (σε όγκο)	2015 (σε αξία)	2016 (σε αξία)	ΔΕΚ-MAP 2017 (σε αξία)
ADVANCE (ΔΕΛΤΑ)	[85-95]%	[85-95]%	[95-100]%	[85-95]%	[85-95]%	[95-100]%
FRUTOMANIA BEBE (ΜΕΒΓΑΛ)	[0-5]%	[0-5]%	-	[0-5]%	[0-5]%	-
NOULAC (FRIESLAND)	[5-10]%	[0-5]%	-	[5-10]%	[0-5]%	-
TEDDI	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[85-95]%	[85-95]%	[95-100]%	[85-95]%	[85-95]%	[95-100]%

Πηγή: A.C. Nielsen (προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη) και επεξεργασία ΓΔΑ

Πίνακας 59: Μεριδία υπό αγοράς τυπ/νου παιδικού γιαουρτιού με προσθήκη υλικών (σε όγκο και αξία), 2015-2017 YTD

	2015 (σε όγκο)	2016 (σε όγκο)	ΔΕΚ-MAP 2017 (σε όγκο)	2015 (σε αξία)	2016 (σε αξία)	ΔΕΚ-MAP 2017 (σε αξία)
SMART (ΔΕΛΤΑ)	[15-25]%	[25-35]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
FRUTOMANIA (ΜΕΒΓΑΛ)	[10-15]%	[10-15]%	[15-25]%	[10-15]%	[5-10]%	[10-15]%
JUNIOR (ΦΑΓΕ)	[25-35]%	[15-25]%	[15-25]%	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
ΒΙΥΟ (ΟΛΥΜΠΙΟΣ)	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΟΛΥΜΠΟΠΑΡΕ Α (ΟΛΥΜΠΙΟΣ)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΡΕΡΡΑ (ΚΡΙ- ΚΡΙ)	-	[5-10]%	[10-15]%	-	[5-10]%	[10-15]%
SCOOBY DOO (ΚΡΙ-ΚΡΙ)	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
DISNEY (DANONE)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΙΔ. ΕΤΙΚΕΤΑΣ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[35-45]%	[35-45]%	[35-45]%	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%

Πηγή: A.C. Nielsen (προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη) και επεξεργασία ΓΔΑ

434. Στους ανωτέρω πίνακες, φαίνεται ότι στην υπο-αγορά του βρεφικού γιαουρτιού, εκ των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ, δραστηριοποιείται μόνο η ΔΕΛΤΑ, ενώ το αθροιστικό μερίδιο των δύο εταιριών, στην υπο-αγορά του παιδικού γιαουρτιού με πρόσθετα υλικά, κυμαίνεται περίπου στο [35-45]% και [25-35]%, σε όγκο και αξία, αντίστοιχα. Εν προκειμένω η ακριβής οριοθέτηση της αγοράς του τυποποιημένου παιδικού γιαουρτιού παρέλκει, καθώς, όπως θα αναλυθεί κατωτέρω⁵⁴⁵, δεν μεταβάλλεται η αξιολόγηση των επιπτώσεων της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης στην εν λόγω αγορά υπό οποιαδήποτε θεώρηση.

⁵⁴⁵ Βλ. Ενότητα V.5.4.1.7.

V.5.4.1.6 Η άποψη των γνωστοποιούντων μερών και των ανταγωνιστών τους

435. Σύμφωνα με τα γνωστοποιούντα μέρη: «*Η νέα οντότητα θα έχει υψηλά αθροιστικά μερίδια στην υποαγορά παιδικού γιαουρτιού ... Ωστόσο, τούτο δεν αναμένεται να περιορίσει τον ανταγωνισμό, για τους λόγους που επικαλείται και η ΕΑ στις παρ. 273 επ. της απόφασης 515/2009 (εν συνόψει, λόγω της παρουσίας πολλών και σημαντικών ανταγωνιστών, λόγω της παρουσίας σημαντικών ανταγωνιστών σε γειτονικές αγορές με δυνατότητα επέκτασης και στην αγορά παιδικού γιαουρτιού και λόγω του ότι τα παιδικά γιαούρτια των ΔΕΛΤΑ/ ΜΕΒΓΑΛ δεν αποτελούν “στενά υποκατάστατα”*»⁵⁴⁶.

436. Στο πλαίσιο της έρευνας της Υπηρεσίας, δεν εκφράστηκαν προβληματισμοί από τους ανταγωνιστές της νέας οντότητας για την ισχύ της στην υπό εξέταση αγορά, με εξαίρεση την εταιρία ΔΩΔΩΝΗ, η οποία αναμένει την ενίσχυση της θέσης της «συνδυασμένης» οντότητας στην αγορά γιαουρτιού σε βασικούς τομείς της αγοράς, λόγω του γεγονότος ότι αμφότερες οι ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ διαθέτουν ήδη ισχυρά εμπορικά σήματα στα γιαούρτια με γεύσεις (Vitaline, Αρμονία) και στα παιδικά γιαούρτια (Advance, B-Cool, Frutomania, Chocomania).

437. Περαιτέρω, στο πλαίσιο της ίδιας έρευνας, ουδείς αξιολόγησε ως απαραίτητα τα σήματα παιδικού γιαουρτιού της ΜΕΒΓΑΛ, ένας εκ των ανταγωνιστών της νέας οντότητας και μία εκ των αλυσίδων σούπερ μάρκετ που ερωτήθηκαν σχετικώς, ήτοι η εταιρία ΚΡΙ-ΚΡΙ και η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, αξιολογούν ως απαραίτητα (must have) τα σήματα παιδικού γιαουρτιού της ΔΕΛΤΑ. Ειδικότερα, η εταιρία ΚΡΙ ΚΡΙ⁵⁴⁷ αναφέρει ως απαραίτητα σήματα (must have) τα SMART και ADVANCE της ΔΕΛΤΑ, το JUNIOR της ΦΑΓΕ και DANONINO της DANONE. Σύμφωνα με την [...] ⁵⁴⁸, στα εμπορικά σήματα που πρέπει να διαθέτει ένα σούπερ μάρκετ στην κατηγορία είναι και το ADVANCE της ΔΕΛΤΑ.

438. Επιπλέον, κατά την πλειοψηφία των ερωτηθέντων, δεν υφίστανται σημαντικές δυσκολίες για την παραγωγή τυποποιημένου παιδικού γιαουρτιού μέσω της χρήσης της παραγωγικής διαδικασίας του τυποποιημένου γιαουρτιού. Ειδικότερα, η FRIESLAND¹ αναφέρει πως: «*Η διαδικασία παρασκευής και ο εξοπλισμός συσκευασίας του παιδικού τυποποιημένου γιαουρτιού σε σχέση με το τυποποιημένο γιαούρτι ενηλίκων δεν έχει καμία διαφορά*». Αντίστοιχα, η ΝΕΟΓΑΛ απάντησε ότι: «*η παραγωγή τυποποιημένου παιδικού γιαουρτιού μπορεί να παράγεται από τη γραμμή του τυποποιημένου γιαουρτιού με εξαίρεση τη συσκευασία με ελάχιστες επενδύσεις (είναι σχεδόν κοινή γραμμή παραγωγής)*». Η εταιρία ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ¹ απάντησε ότι: «*Για την παραγωγή παιδικής γιαούρτης μπορεί να χρησιμοποιηθεί μια γραμμή παραγωγής τυποποιημένης γιαούρτης με την προσθήκη ενός συστήματος ανάμιξης φρουτοπαρασκευασμάτων (υπό την έννοια ότι τα παιδικά γιαούρτια κυκλοφορούν συνήθως με διάφορες γεύσεις φρούτων). Το ύψος αυτής της επένδυσης μπορεί να κυμαίνεται από 50.000 έως 100.000 €*». Η ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ¹ ανέφερε ότι: «*Απαιτείται πρόσθετος εξοπλισμός (ειδικός). Απαιτούνται τουλάχιστον 4 μήνες για προμήθεια, εγκατάσταση*». Σύμφωνα, τέλος, με την ΚΡΙ-ΚΡΙ¹:

⁵⁴⁶ Βλ. την υπ' αριθ. 2 υποσημείωση στο έντυπο της γνωστοποίησης.

⁵⁴⁷ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΚΡΙ-ΚΡΙ.

⁵⁴⁸ Βλ. την απαντητική επιστολή της εταιρίας [...].

«Από τυποποιημένο σε παιδικό, πολύ πιθανόν να χρειαστεί μια νέα μηχανή συσκευασίας και μια γραμμή επισυσκευασίας, ...».

439. Αντίθετα, η [...] στην απάντησή της δηλώνει ότι «Η παραγωγή τυποποιημένου παιδικού γιαουρτιού σε σχέση με αυτή του τυποποιημένου γιαουρτιού, διαφοροποιείται στην ανάμιξη του τυποποιημένου γιαουρτιού με παιδικό φρουτοπαρασκεύασμα ή χυμό και από εμπορικής άποψης, συνήθως, στο μέγεθος του κυπέλου συσκευασίας (τυπικό Ø73mm έναντι Ø95mm). Συνεπώς, η επένδυση εντοπίζεται σε μηχανή συσκευασίας, σύστημα τροφοδοσίας φρουτοπαρασκευάσματος και ενδεχόμενα σε γραμμή πολυσυσκευασίας (multipack). Εκτίμηση κόστους 2-3 εκατ. €. Ο χρόνος ολοκλήρωσης των επενδύσεων, που αναφέρθηκαν ανωτέρω κατά περίπτωση, και εν γένει το ευχερές ή μη της πραγματοποίησής τους ποικίλει και συναρτάται με πολλούς παράγοντες, όπως π.χ. τον κατασκευαστή, το είδος και την προέλευση του εξοπλισμού, το κόστος κ.ο.κ. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι ο χρόνος προμήθειας μίας μηχανής συσκευασίας μπορεί να κυμανθεί από 8 μέχρι 18 μήνες»¹. Σύμφωνα με τη ΔΩΔΩΝΗ¹: «Συνήθως τα προϊόντα αυτά, έχουν διαφορετική διαδικασία παραγωγής και διαφορετικές μονάδες συσκευασίας, οπότε η εξοικονόμηση κόστους θα είναι ιδιαίτερα περιορισμένη».

V.5.4.1.7 Η αξιολόγηση της Επιτροπής

440. Στην αγορά του τυποποιημένου παιδικού γιαουρτιού, την πρώτη θέση πριν την υπό κρίση συγκέντρωση κατέχει η ΔΕΛΤΑ με μερίδιο αγοράς [45-55]% σε αξία, ενώ η ΜΕΒΓΑΛ κατατάσσεται στην τέταρτη θέση, με μερίδιο αγοράς [5-10]% σε αξία. Μετά την υπό κρίση συγκέντρωση, η ΔΕΛΤΑ παραμένει στην προ της συγκέντρωσης πρώτη θέση, ενώ το αθροιστικό μερίδιο της νέας οντότητας θα ανέρχεται σε ποσοστό [55-65]% σε αξία. Η ΦΑΓΕ και η ΚΡΙ ΚΡΙ εξακολουθούν και μετά την υπό κρίση συγκέντρωση να διατηρούν τη δεύτερη και τρίτη θέση, με μερίδια αγοράς [15-25]% και [10-15]% σε αξία αντιστοίχως. Ως εκ τούτου, ούτε η θέση της ΔΕΛΤΑ ούτε η δομή της αγοράς μεταβάλλεται συνεπεία της υπό κρίση συγκέντρωσης.

441. Παρατηρείται ότι ο βαθμός συγκέντρωσης της αγοράς είναι σχετικά υψηλός (ο δείκτης ΗΗΙ, μετά την πραγματοποίηση της συγκέντρωσης, θα ανέλθει στις [...] μονάδες, με διαφορά Δ [...] μονάδες).

442. Παρά το υψηλό αθροιστικό μερίδιο αγοράς των συμμετεχουσών επιχειρήσεων στην εξεταζόμενη αγορά⁵⁴⁹, συνεκτιμώνται και οι ακόλουθοι παράγοντες κατά την ουσιαστική αξιολόγηση των πιθανών επιπτώσεων της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης:

- ± Στην αγορά τυποποιημένου παιδικού γιαουρτιού δραστηριοποιούνται ήδη πέντε ανταγωνιστές, συμπεριλαμβανομένης της ΦΑΓΕ που κατέχει τη δεύτερη θέση και μερίδιο αγοράς της τάξης του [15-25]% σε αξία. Σημαντική παρουσία έχει και η εταιρία ΚΡΙ-ΚΡΙ με αυξανόμενο μερίδιο αγοράς⁵⁵⁰ που πλέον προσεγγίζει αυτό της ΦΑΓΕ.

⁵⁴⁹ Βλ. και Μ.3544 BAYER HEALTHCARE/ROCHE, σκ.41-45, όπου έγινε δεκτό ότι μερίδια της τάξης του 50-60% δεν δημιουργούσαν πρόβλημα διότι: α) υπήρχαν περιθώρια δυναμικού ανταγωνισμού, β) υπήρχε δυνατότητα να στραφούν οι πελάτες σε άλλα υποκατάστατα προϊόντα σε περίπτωση αύξησης των τιμών.

⁵⁵⁰ Σχετ. ο Πίνακας 56 και Πίνακας 57.

- ii. Η ΜΕΒΓΑΛ και η ΔΕΛΤΑ δεν είναι άμεσοι ανταγωνιστές στην υπό εξέταση αγορά, διότι η ΜΕΒΓΑΛ δεν κατέχει προϊόν ανταγωνιστικό του κυριότερου προϊόντος της ΔΕΛΤΑ στην αγορά αυτή, ήτοι του γιαουρτιού ADVANCE. Συγκεκριμένα, οι δύο εταιρίες δραστηριοποιούνται σε διαφορετικό τμήμα της υπό εξέταση αγοράς, με τη ΔΕΛΤΑ να κυριαρχεί με ποσοστό [95-100]% σε αξία στο τμήμα της αγοράς που αφορά το τυποποιημένο βρεφικό γιαούρτι (με το γιαούρτι ADVANCE), και τη ΜΕΒΓΑΛ να έχει παρουσία ([10-15]% σε αξία) μόνο στο τμήμα της αγοράς που αφορά το τυποποιημένο παιδικό γιαούρτι με προσθήκη υλικών (με το γιαούρτι FRUTOMANIA)⁵⁵¹. Στο τελευταίο αυτό τμήμα της αγοράς η ΔΕΛΤΑ κατέχει μερίδιο [15-25]% σε αξία με το προϊόν SMART, ωστόσο στο ίδιο τμήμα δραστηριοποιούνται ενεργά πλήθος ανταγωνιστών με καθιερωμένα σήματα και σημαντικά μερίδια, όπως η ΦΑΓΕ ([25-35]% σε αξία), η ΚΡΙ ΚΡΙ ([25-35]% σε αξία) και η ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ ([5-10]% σε αξία). Προκύπτει επομένως ότι η συγκέντρωση δεν απαλλάσσει τη ΔΕΛΤΑ από κάποια σημαντική ανταγωνιστική πίεση, καθώς και ότι τα κίνητρα της νέας οντότητας να αυξήσει τις τιμές της είναι πιθανότερο να περιοριστούν εκ του γεγονότος ότι υφίστανται εναλλακτικές δυνατότητες υποκατάστασης μεταξύ των προϊόντων των συμμετεχουσών επιχειρήσεων και εκείνων που προσφέρουν αντίπαλες επιχειρήσεις, και ιδίως του προϊόντος της ΦΑΓΕ με το σήμα JUNIOR, το οποίο μάλιστα προκύπτει από την έρευνα της Υπηρεσίας ότι έχει χαρακτηριστεί ως «must have».
- iii. Στη «γειτονική» αγορά του τυποποιημένου λευκού γιαουρτιού δραστηριοποιούνται αρκετές γαλακτοβιομηχανίες με σημαντικά μερίδια αγοράς, με καθιερωμένα σήματα και πρόσβαση σε δίκτυα διανομής⁵⁵². Επιπλέον, οι εν λόγω γαλακτοβιομηχανίες έχουν δυνατότητα επέκτασης των δραστηριοτήτων τους στην αγορά του τυποποιημένου παιδικού γιαουρτιού. Ειδικότερα, σύμφωνα με τις απαντήσεις των ανταγωνιστριών εταιριών δεν υφίστανται σημαντικές δυσκολίες για τη μεταστροφή της παραγωγής από το τυποποιημένο γιαούρτι στο τυποποιημένο παιδικό γιαούρτι⁵⁵³.
- iv. Περαιτέρω, εκτιμάται ότι οι πελάτες της νέας οντότητας, ήτοι οι εταιρίες σούπερ μάρκετ, των οποίων τα καταστήματα διατίθενται κατά κύριο λόγο τα προϊόντα παιδικού γιαουρτιού⁵⁵⁴, θα διαθέτουν επαρκή αντισταθμιστική ισχύ έναντι της νέας οντότητας. Χαρακτηριστικό είναι ότι, βάσει των στοιχείων που παρατέθηκαν ανωτέρω⁵⁵⁵, οι πέντε μεγαλύτεροι πελάτες των εταιριών ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ απορροφούν (με στοιχεία του 2016) το [55-

⁵⁵¹ Για τη δυνατότητα εξέτασης και αξιολόγησης των ανταγωνιστικών πιέσεων σε διαφορετικά τμήματα της ίδιας αγοράς, βλ. υπόθεση COMP/M.3191 -PHILIP MORRIS / PAPASTRATOS Επίσημη Εφημερίδα Ε.Ε. C 258, 28.10.2003, σελ. 4–4, σκέψη 20.

⁵⁵² Βλ. Κεφ. V.5.4.1.1.

⁵⁵³ Βλ. ανωτέρω παρ. 438.

⁵⁵⁴ Σχετ. ο Πίνακας 21 και Πίνακας 22.

⁵⁵⁵ Σχετικός ο Πίνακας 23.

65]% και το [55-65]% αντίστοιχα των πωλήσεων παιδικού γιαουρτιού των εν λόγω εταιριών. Επομένως, εκτιμάται ότι οι μεγάλοι αυτοί πελάτες θα είναι σε θέση να αντιδράσουν άμεσα σε ενδεχόμενη αύξηση της τιμής των προϊόντων των μερών, μέσω της εναλλαγής προμηθευτή και της διάθεσης στο ράφι περισσότερων προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας. Η διαπίστωση αυτή ενισχύεται από το γεγονός ότι η πλειοψηφία των μεγαλύτερων πελατών των ΔΕΛΤΑ-MEBΓΑΛ κατανέμει τις αγορές παιδικού γιαουρτιού σε περισσότερους προμηθευτές⁵⁵⁶.

443. Λαμβάνοντας υπόψη συνολικά τα ως άνω στοιχεία, εκτιμάται ότι η υπό κρίση συγκέντρωση δεν μπορεί να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στην εξεταζόμενη σχετική αγορά, ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση μιας δεσπόμενης θέσης.

V.5.5 Η αξιολόγηση της Επιτροπής ως προς τις οριζόντιες επιπτώσεις συντονισμένης συμπεριφοράς

444. Στην υπό κρίση συγκέντρωση, η απόκτηση κοινού ελέγχου επί της ΜΕΒΓΑΛ από τη ΔΕΛΤΑ και την Οικογένεια Χατζάκου οδηγεί εκ των πραγμάτων σε μείωση του αριθμού των επιχειρήσεων με την αποχώρηση ενός σημαντικού ανταγωνιστή, αυξάνοντας έτσι την πιθανότητα συντονισμού των υπολοίπων επιχειρήσεων της αγοράς. Ωστόσο, όπως προαναφέρθηκε⁵⁵⁷, απαιτείται η συνδρομή σειράς προϋποθέσεων για τη στοιχειοθέτηση του κινδύνου δημιουργίας ή ενίσχυσης συλλογικής δεσπόμενης θέσης ως αποτέλεσμα της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης.

445. Εν προκειμένω, δεν συντρέχουν οι προϋποθέσεις για την πρόκληση επιπτώσεων συντονισμένης συμπεριφοράς και τη στοιχειοθέτηση συλλογικής δεσπόμενης θέσης ως αποτέλεσμα της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης, για τους ακόλουθους κυρίως λόγους:

- (i) Διαπιστώνεται **ασυμμετρία** ως προς τα **μερίδια αγοράς** των επιχειρήσεων του κλάδου, η οποία αναμένεται να ενταθεί περαιτέρω με την πραγματοποίηση της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης. Ειδικότερα, η νέα οντότητα στις αγορές (φρέσκου) παστεριωμένου γάλακτος, σοκολατούχου γάλακτος, τυποποιημένου γιαουρτιού με γεύσεις, τυποποιημένου παιδικού γιαουρτιού και γάλακτος με προσθήκη καφέ καθίσταται επικεφαλής της αγοράς με σημαντική απόσταση από τους υπολοίπους ανταγωνιστές της, με αποτέλεσμα να εκτιμάται ότι είναι μικρή⁵⁵⁸ η πιθανότητα συντονισμού στις εν λόγω αγορές λόγω της συγκέντρωσης. Ιδίως ως προς την αγορά γάλακτος με προσθήκη καφέ, σημειώνεται επιπλέον ότι η νέα οντότητα και οι δύο σημαντικότεροι ανταγωνιστές της, η ARLA και η NESTLE, παρουσιάζουν ιδιαίτερα σημαντική διαφοροποίηση στους τομείς δραστηριοποίησής τους και στην συνολική τους διάρθρωση, με αποτέλεσμα να θεωρείται και γι' αυτό το

⁵⁵⁶ Βλ. Παράρτημα IV.

⁵⁵⁷ Βλ. Ενότητα V.1.1.

⁵⁵⁸ Απόφαση Ευρ. Επιτροπής M.3333 Sony/BMG (2) παρ.191 «...σε γενικές γραμμές εάν ένας ανταγωνιστής έχει θέση ισχύος στην αγορά σε σχέση με τους αντίπαλους ανταγωνιστές του - ίσως λόγω πλεονεκτημάτων κόστους, κατοχύρωσης ή οικονομικών κλίμακος ή σκοπού, θα είναι λιγότερο ευεπίφορο το έδαφος για τη δημιουργία συντονισμένων αποτελεσμάτων».

λόγο δυσχερής τυχόν συντονισμός τους. Αντίστοιχα, ασυμμετρία μεριδίων αγοράς μεταξύ της νέας οντότητας που θα κατατάσσεται στη δεύτερη θέση και του επικεφαλής της αγοράς, ήτοι της εταιρίας ΦΑΓΕ, διαπιστώνεται και στην αγορά τυποποιημένου λευκού γιαουρτιού. Περαιτέρω, στην αγορά γάλακτος υψηλής θερμικής επεξεργασίας (ή υψηλής παστερίωσης), το αθροιστικό μερίδιο των δύο προπορευόμενων ανταγωνιστών, ήτοι της νέας οντότητας και της FRIESLAND, ανέρχεται σε [55-65]% (αγορά γάλακτος υψηλής θερμικής επεξεργασίας), ποσοστό, το οποίο δεν επαρκεί για να προσδώσει σε αυτές τις αγορές χαρακτηριστικά δυοπωλίου⁵⁵⁹, λαμβανομένου υπόψη ιδίως του γεγονότος ότι τουλάχιστον ο ανταγωνιστής που έπεται των δύο ως άνω εταιριών⁵⁶⁰ έχει σημαντική ισχύ από πλευράς μεριδίων και φάσματος δικτύου, ενώ σημαντική πίεση ασκούν και τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας. Παράλληλα δε, ως προς την αγορά αυτή σημειώνεται ότι το εξαιρετικά χαμηλό μερίδιο της ΜΕΒΓΑΛ ([0-5]%) καταδεικνύει ότι ελλείπει ο απαραίτητος αιτιώδης σύνδεσμος μεταξύ του σχετικά υψηλού βαθμού συγκέντρωσης της αγοράς και της γνωστοποιηθείσας πράξης⁵⁶¹.

- (ii) Διαπιστώνεται **ασυμμετρία** μεταξύ των επιχειρήσεων ως προς το **παραγωγικό τους δυναμικό και το εύρος δραστηριοποίησής** τους στις σχετικές αγορές του κλάδου.
- (iii) Από τα στοιχεία του φακέλου προκύπτει ότι στις υπό εξέταση αγορές **δεν υφίσταται διαφάνεια**. Ειδικότερα, όπως φάνηκε από τις απαντήσεις στα σχετικά ερωτηματολόγια⁵⁶², τα πακέτα εκπτώσεων και λοιπών παροχών αποτελούν αντικείμενο εμπιστευτικής διμερούς διαπραγμάτευσης μεταξύ προμηθευτών και πελατών και δεν κοινοποιούνται σε τρίτους, είναι επομένως δυσχερής ο ασφαλής υπολογισμός των εκπτώσεων, των μηνιαίων όγκων πωλήσεων, καθώς και των τελικών τιμών χονδρικής και λιανικής κάθε επιχείρησης.
- (iv) **Δεν υφίστανται νομικοί ή/και διαρθρωτικοί δεσμοί** (structural links) μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου που να αυξάνουν σημαντικά την πιθανότητα εμφάνισης και διατήρησης συντονισμού. Συγκεκριμένα, στις εν λόγω σχετικές αγορές προϊόντος, οι σημαντικότερες εταιρίες του κλάδου (συμπεριλαμβανομένων και των συμμετεχουσών) δεν διατηρούν διαρθρωτικούς δεσμούς μεταξύ τους, π.χ. δεν υπάρχουν άμεσες ή έμμεσες συμμετοχές της ΔΕΛΤΑ και του ομίλου, στον οποίο ανήκει, ή/και της

⁵⁵⁹ Βλ. ενδεικτικά νομολογία που παρατίθεται στο Nicholas Levy, The control of Concentrations Between Undertakings, κεφ. 5, παρ. 5.13[8][a], από όπου προκύπτει ότι συνολικά μερίδια αγοράς δύο εταιριών που κυμαίνονται στο 60% δεν μπορεί να συνιστούν από μόνα τους αποφασιστική ένδειξη για την ύπαρξη συλλογικής δεσπόζουσας θέσης των εν λόγω επιχειρήσεων.

⁵⁶⁰ Ήτοι, η εταιρία ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, με μερίδιο [15-25]% το 2016.

⁵⁶¹ Βλ. υπόθεση M-4685 ENEL/Acciona/Endesa, παρ. 30-43, όπου κρίθηκε ότι η συγκέντρωση θα επέφερε αμελητέα αύξηση του συνδυασμένου μεριδίου αγοράς των μερών και αποκλείστηκε το ενδεχόμενο πρόκλησης επιπτώσεων συντονισμένης συμπεριφοράς. Αντίστοιχα και υπόθεση M-1440 Lucent Technologies/Ascend Communications, παρ. 17-18.

⁵⁶² Βλ. Ενότητα V.3.7.

ΜΕΒΓΑΛ ή θυγατρικών της στο μετοχικό κεφάλαιο ανταγωνιστών ή θυγατρικών τους, ούτε και αντίστροφα άμεση ή έμμεση συμμετοχή των λοιπών γαλακτοβιομηχανιών στο μετοχικό κεφάλαιο της ΔΕΛΤΑ και του ομίλου της και της ΜΕΒΓΑΛ ή θυγατρικών της. Επίσης, κανένα από τα μέλη των Δ.Σ. των γαλακτοβιομηχανιών δεν συμμετέχει στο Δ.Σ. της ΔΕΛΤΑ και του ομίλου της ή/και της ΜΕΒΓΑΛ και των θυγατρικών της και αντίστροφα. Εξαιρέση αποτελούν οι προαναφερθείσες στις παρ. 234 και 235 συμβάσεις, καθώς και κάποιες αγοραπωλησίες πρώτης ύλης (νωπού γάλακτος) μεταξύ των γαλακτοβιομηχανιών, οι οποίες, ωστόσο, δεν εκτιμώνται ως σημαντικές για τους σκοπούς της παρούσας αξιολόγησης.

- (v) Στις σχετικές αγορές, στις οποίες η διακίνηση των προϊόντων γίνεται κατά κύριο λόγο μέσω των αλυσίδων σούπερ μάρκετ, ιδίως δε στις αγορές (φρέσκου) παστεριωμένου γάλακτος και τυποποιημένου παιδικού γιουρτιού⁵⁶³, η αντισταθμιστική ισχύς των μεγάλων αυτών πελατών θα λειτουργήσει αποσταθεροποιητικά σε τυχόν συντονισμό μεταξύ των γαλακτοβιομηχανιών.

446. Εν κατακλείδι, ενόψει των προαναφερθέντων, εκτιμάται ότι με την υπό κρίση συγκέντρωση δεν θα αυξηθούν οι πιθανότητες δημιουργίας οριζόντιων συντονισμένων αποτελεσμάτων μεταξύ των εναπομεινάντων ανταγωνιστών⁵⁶⁴.

V.6 ΔΟΜΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΣΤΙΣ ΜΗ ΕΠΗΡΕΑΖΟΜΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

V.6.1 Αγορά γάλακτος μακράς διάρκειας

447. Γάλα μακράς διάρκειας θεωρείται το γάλα που έχει υποστεί βραχυχρόνια εφαρμογή υψηλής θερμοκρασίας (τουλάχιστον στους 135°C, επί τουλάχιστον ένα δευτερόλεπτο), διατηρείται και εκτός ψυγείου και η διάρκεια συντήρησής του είναι τουλάχιστον ενός μήνα.

448. Οι πωλήσεις γάλακτος μακράς διάρκειας ανήλθαν περίπου σε 7.500 τόνους το 2016, παρουσιάζοντας μικρή αύξηση έναντι των ετών 2014 και 2015. Ελαφρώς διαφορετική είναι η εικόνα σε όρους αξίας όπου το μέγεθος της αγοράς μειώνεται από [...]€ (το 2014) στο [...]€ (το 2016)⁵⁶⁵.

449. Η εγχώρια ζήτηση καλύπτεται κατά κύριο λόγο από εισαγωγές, οι οποίες αφορούν προϊόντα που παράγουν γαλακτοβιομηχανίες του εξωτερικού για λογαριασμό ελληνικών επιχειρήσεων (κυρίως σούπερ μάρκετ). Το μεγαλύτερο ποσοστό κατανάλωσης (περίπου τα [...]) πραγματοποιείται στο επαγγελματικό κανάλι⁵⁶⁶.

450. Σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκόμισαν τα γνωστοποιούντα μέρη, το μερίδιο αγοράς της ΔΕΛΤΑ για την περίοδο 2014-2016 ήταν εξαιρετικά μικρό, ενώ η ΜΕΒΓΑΛ δεν δραστηριοποιείται στην εν λόγω αγορά. Ειδικότερα:

Πίνακας 60: Μερίδια αγοράς γάλακτος Μακράς Διάρκειας, 2014-2016 YTD

⁵⁶³ Σχετ. ο Πίνακας 21, Πίνακας 22 και Πίνακας 23.

⁵⁶⁴ Βλ. και απόφαση Μ.4844- FORTIS/ ABN AMRO, παρ. 162.

⁵⁶⁵ Βλ. σχετ. 31 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁵⁶⁶ Βλ. σχετικά κλαδική μελέτη της ICAP με θέμα «Γαλακτοκομικά Προϊόντα», Ιούλιος 2013.

	Σε όγκο			Σε αξία		
	2014	2015	ΔΕΚ-NOE 2016	2014	2015	ΔΕΚ-NOE 2016
ΔΕΛΤΑ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
NESTLE	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
ΙΔ. ΕΤΙΚΕΤΑΣ	[5-10]%	[10-15]%	[10-15]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΛΟΙΠΟΙ	[35-45]%	[35-45]%	[35-45]%	[35-45]%	[35-45]%	[35-45]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων των γνωστοποιούντων μερών (στοιχεία A.C. Nielsen)

451. Ως εκ τούτου, η εν λόγω αγορά δεν είναι επηρεαζόμενη⁵⁶⁷.

V.6.2 Αγορά συμπυκνωμένου γάλακτος

452. Στην εν λόγω αγορά, περιλαμβάνονται το λευκό γάλα εβαπορέ (κοινό και τροποποιημένο), το οποίο έχει υποστεί συμπύκνωση με ή χωρίς μείωση των λιπαρών του και το συμπυκνωμένο ζαχαρούχο, το οποίο έχει υποστεί συμπύκνωση και κορεσμό με ζάχαρη.

453. Οι συνολικές πωλήσεις συμπυκνωμένου γάλακτος (χωρίς να διευκρινίζεται τι ακριβώς περιλαμβάνει η κατηγορία⁵⁶⁸, δηλ. παιδικά γάλατα κ.λπ.) στην Ελλάδα, τα έτη 2014-2016, κατά τα γνωστοποιούντα μέρη, είναι οι εξής:

Πίνακας 61: Συνολικές πωλήσεις λευκού συμπυκνωμένου γάλακτος, 2014-2016 YTD

	2014	2015	ΔΕΚ-NOE 2016
Όγκος (σε 000 lt)	[...]	[...]	[...]
Ετήσια μεταβολή	[...]	[...]	[...]
Αξία (σε 000 ευρώ)	[...]	[...]	[...]
Ετήσια μεταβολή		[...]	[...]

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων των γνωστοποιούντων μερών (στοιχεία A.C. Nielsen)

454. Στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιείται μόνο η ΔΕΛΤΑ. Τα γνωστοποιούντα μέρη προσκόμισαν στοιχεία μεριδίων αγοράς, όπως παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα, χωρίς όμως να διαχωρίζονται τα συμπυκνωμένα παιδικά ή/και λειτουργικά γάλατα. Όπως προκύπτει από τον κατωτέρω πίνακα, την πρώτη θέση στην εν λόγω αγορά κατέχει η εταιρία FRIESLAND με μερίδιο αγοράς, σε όρους αξίας [55-65]% το 2015.

Πίνακας 62: Μερίδια αγοράς λευκού συμπυκνωμένου γάλακτος, 2014-2016 YTD

	Σε όγκο			Σε αξία		
	2014	2015	ΔΕΚ-NOE 2016	2014	2015	ΔΕΚ-NOE 2016
ΔΕΛΤΑ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
FRIESLAND	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%	[65-75]%	[65-75]%

⁵⁶⁷ Οι ερωτηθείσες επιχειρήσεις δεν ανέφεραν επιπτώσεις στην παραγωγή και εμπορία των αγορών γάλακτος μακράς διάρκειας και συμπυκνωμένου γάλακτος (βλ. ενδεικτικά απαντητικές επιστολές των [...], ΠΕΝΤΕ και ΜΕΤΡΟ).

⁵⁶⁸ Σε κάθε περίπτωση παρέλκει περαιτέρω διάκριση της αγοράς σε υπο κατηγορίες, καθώς στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιείται εκ των συμμετεχουσών εταιριών μόνο η ΔΕΛΤΑ.

	Σε όγκο			Σε αξία		
	2014	2015	ΔΕΚ-NOE 2016	2014	2015	ΔΕΚ-NOE 2016
ΙΔ. ΕΤΙΚΕΤΑΣ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
ΛΟΙΠΟΙ	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων των γνωστοποιούντων μερών (στοιχεία A.C. Nielsen)

455. Από στοιχεία μεριδίων αγοράς που προσκόμισε η εταιρία [...] ⁵⁶⁹, η ΔΕΛΤΑ κατείχε μερίδιο [10-15]% (σε όγκο) και [10-15]% (σε αξία) το 2014, [10-15]% (σε όγκο) και [10-15]% (σε αξία) το 2015 και [5-10]% (σε όγκο) και [10-15]% (σε αξία) το 2016 (Ιαν – Μαΐ. 2016), ενώ η ΜΕΒΓΑΛ δεν αναφέρεται καθόλου στην εν λόγω κατηγορία, καθώς δεν δραστηριοποιείται σε αυτή.

456. Βάσει των προαναφερθέντων, η εν λόγω αγορά δεν είναι επηρεαζόμενη ⁵⁷⁰.

V.6.3 Αγορά Παιδικού γάλακτος

457. Η αγορά παιδικού γάλακτος ⁵⁷¹ αποτελείται από τα τροποποιημένα (εμπλουτισμένα) αγελαδινά γάλατα είτε φρέσκα, είτε υψηλής παστερίωσης, είτε σε μορφή συμπυκνώματος (εβαπορέ), που προορίζονται για κατανάλωση από παιδιά νηπιακής ηλικίας, δηλαδή από παιδιά ενός έτους και άνω ⁵⁷². Το γάλα αυτό παρασκευάζεται με βάση το αγελαδινό γάλα, αφού υποστεί ορισμένη επεξεργασία, ώστε να ικανοποιεί τις θρεπτικές ανάγκες των παιδιών. ⁵⁷³

458. Στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιείται από τις συμμετέχουσες μόνο η ΔΕΛΤΑ, η οποία κατείχε κατά την τριετία 2014-2016, τη δεύτερη θέση, με μερίδιο αγοράς το 2016, σε όρους όγκου και αξίας [15-25]% και [25-35]%, αντίστοιχα.

Πίνακας 63: Μεριδία αγοράς παιδικού γάλακτος, 2014-2016 YTD

	Σε όγκο			Σε αξία		
	2014	2015	ΔΕΚ-NOE 2016	2014	2015	ΔΕΚ-NOE 2016
ΔΕΛΤΑ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
FRIESLAND	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%
ΦΑΓΕ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
NESTLE	[15-25]%	[10-15]%	[15-25]%	[15-25]%	[10-15]%	[10-15]%
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%
NUTRICIA	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
MILUPA	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων των γνωστοποιούντων μερών (στοιχεία A.C. Nielsen)

459. Ως εκ τούτου, η εν λόγω αγορά δεν είναι επηρεαζόμενη.

⁵⁶⁹ Από την εταιρία AC NIELSEN.

⁵⁷⁰ Ως υποσημείωση 567.

⁵⁷¹ Βλ. σχετικά Απόφαση ΕΑ 21/1996 Εταιρίες ομίλου Nutricia Industriebeteiligungs GmbH / Milupa AG και η ελέγχουσα τον όμιλο Milupa Altana AG.

⁵⁷² Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΕΑ 21/1996 Nutricia Industriebeteiligungs GmbH / Milupa AG.

⁵⁷³ Σε κάθε περίπτωση παρέλκει περαιτέρω διάκριση της αγοράς παιδικού γάλακτος σε υπο κατηγορίες (π.χ. φρέσκο, υψηλής παστερίωσης ή εβαπορέ), καθώς στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιείται εκ των συμμετεχουσών εταιριών μόνο η ΔΕΛΤΑ.

V.6.4 Αγορά Λειτουργικού / Εμπλουτισμένου γάλακτος

460. Η εν λόγω αγορά αποτελείται από τα εμπλουτισμένα αγελαδινά γάλατα είτε υψηλής παστερίωσης είτε σε μορφή συμπυκνώματος (εβαπορέ), που προορίζονται για κατανάλωση από ενήλικες. Το γάλα αυτό παρασκευάζεται με βάση το αγελαδινό γάλα και εμπλουτίζεται, συνήθως, με διάφορες βιταμίνες.

461. Στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιείται από τις συμμετέχουσες μόνο η ΔΕΛΤΑ, η οποία κατέχει την πρώτη θέση, με μερίδιο αγοράς το 2016, σε όρους όγκου και αξίας [45-55]% και [55-65]%, αντίστοιχα.

Πίνακας 64: Μερίδια αγοράς Λειτουργικού/Εμπλουτισμένου γάλακτος, 2014-2016 YTD

	Σε όγκο			Σε αξία		
	2014	2015	ΔΕΚ-NOE 2016	2014	2015	ΔΕΚ-NOE 2016
ΔΕΛΤΑ	[55-65]%	[55-65]%	[45-55]%	[35-45]%	[35-45]%	[55-65]%
FRIESLAND	[15-25]%	[15-25]%	[10-15]%	[15-25]%	[15-25]%	[10-15]%
ΕΛΑΪΣ				[15-25]%	[15-25]%	-
ΛΟΙΠΟΙ	[10-15]%	[15-25]%	[25-35]%	[10-15]%	[15-25]%	[25-35]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων των γνωστοποιούντων μερών (στοιχεία A.C. Nielsen)

462. Ως εκ τούτου, η εν λόγω αγορά δεν είναι επηρεαζόμενη.

V.6.5 Αγορά προβιοτικού γάλακτος⁵⁷⁴

463. Το προβιοτικό γάλα είναι ζυμωμένο γαλακτοκομικό προϊόν το οποίο περιλαμβάνει προβιοτικούς μικροοργανισμούς. Οι προβιοτικοί οργανισμοί έχουν ιδιαίτερα ευεργετική επίδραση στην υγεία του ανθρώπου, διότι διατηρούν την ισορροπία της εντερικής χλωρίδας, συμβάλλουν στη μείωση των παθογόνων μικροοργανισμών που οδηγούν σε πεπτικές διαταραχές και συμβάλλουν στη μεγαλύτερη απορρόφηση βιταμινών και μετάλλων από τον οργανισμό. Παραδείγματα τέτοιων προϊόντων αποτελούν το ξυνόγαλο, το κεφίρ και το αριάνι.

464. Στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιείται, από τις δύο συμμετέχουσες, μόνο η ΜΕΒΓΑΛ (με προϊόντα ξυνόγαλου, κεφίρ και αριάνι) με μερίδιο αγοράς το 2016 της τάξης του [35-45]%, τόσο σε όρους όγκου, όσο και αξίας. Ειδικότερα:

Πίνακας 65: Μερίδια αγοράς προβιοτικού γάλακτος, 2014-2016

	Σε όγκο			Σε αξία		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
ΜΕΒΓΑΛ	[45-55]%	[35-45]%	[35-45]%	[45-55]%	[35-45]%	[35-45]%
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ	[5-10]%	[5-10]%	[10-15]%	[5-10]%	[5-10]%	[10-15]%
ΔΩΔΩΝΗ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%

⁵⁷⁴ Η αγορά χαρακτηρίζεται από εταιρίες και ως πόσιμο γιαούρτι, ή/και ποτά με βάση το γάλα και το γιαούρτι (ή καλλιέργεια γιαουρτιού).

ΦΑΓΕ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΣΕΡΓΑΛ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΤΡΙΚΚΗ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΕΒΡΟΦΑΡΜΑ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΝΕΟΓΑΛ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΛΟΙΠΟΙ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων των γνωστοποιούντων μερών (στοιχεία I.R.I.)

465. Παρά τη σημαντική θέση της ΜΕΒΓΑΛ στην αγορά προβιοτικού γάλακτος, η συγκεκριμένη αγορά δεν θεωρείται επηρεαζόμενη, καθώς σε αυτήν δεν δραστηριοποιείται η ΔΕΛΤΑ.

V.6.6 Αγορά κρέμας γάλακτος

466. Βάσει του τρόπου παρασκευής της, η κρέμα γάλακτος προσομοιάζει τόσο στα γάλατα, αφού πρόκειται ουσιαστικά για γάλα με περιεκτικότητα λίπους γύρω στο 40%, όσο και στα τυροκομικά προϊόντα, αφού κατ' αρχήν θεωρείται προϊόν τυροκόμησης. Η σκοπούμενη χρήση της, όμως, διαφέρει από αυτήν των υπόλοιπων γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων, καθώς δεν καταναλώνεται ως τελικό προϊόν, αλλά αποτελεί κατά κανόνα ενδιάμεσο υλικό στη μαγειρική και ζαχαροπλαστική. Ως εκ τούτου, η κρέμα γάλακτος αποτελεί διακριτή σχετική αγορά⁵⁷⁵.

467. Σύμφωνα με τις αποφάσεις ΕΑ 515/VI/2011 και 598/2014, ως γεωγραφική αγορά οριζόταν το σύνολο της Ελληνικής Επικράτειας. Με την άποψη αυτή συμφωνούν και τα γνωστοποιούντα μέρη⁵⁷⁶.

468. Ως εκ τούτου η σχετική γεωγραφική αγορά της κρέμας γάλακτος καταλαμβάνει όλη την Ελληνική Επικράτεια, όπου αναπτύσσεται η δραστηριότητα των συμμετεχουσών υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού. Από τα στοιχεία που προσκομίστηκαν δεν κατέστη εφικτό να προσδιοριστεί το συνολικό μέγεθος της αγοράς κρέμας γάλακτος. Ειδικότερα, τα γνωστοποιούντα μέρη, προσκόμισαν μόνο τις πωλήσεις των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ⁵⁷⁷, καθώς δεν διαθέτουν στοιχεία για το σύνολο της αγοράς⁵⁷⁸.

Πίνακας 66: Συνολικές Πωλήσεις Κρέμας Γάλακτος ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ, 2014-2016

	Ποσότητα (σε 000 κιλά)			Αξία (σε € 000)		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
ΔΕΛΤΑ UHT	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

⁵⁷⁵ Βλ. σχετικώς τις αποφάσεις ΕΑ 314/V/2006, 515/VI/2011 και 598/2014.

⁵⁷⁶ Βλ. παρ.59 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁵⁷⁷ Στην αγορά κρέμας γάλακτος δραστηριοποιείται τόσο η ΔΕΛΤΑ με το σήμα ΔΕΛΤΑ, όσο και η ΜΕΒΓΑΛ με το σήμα ΜΕΒΓΑΛ.

⁵⁷⁸ Σύμφωνα με την υπ' αριθ. πρωτ. 2503/2.5.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών «..., δεν διαθέτουμε στοιχεία για την αγορά κρέμας γάλακτος (πέρα από τις παρασχεθείσες πωλήσεις των μερών). Τούτο καθώς δεν έχουμε αγοράσει τα σχετικά στοιχεία από κάποια εταιρία μέτρησης και συλλογής δεδομένων (Nielsen, IRI)».

	Ποσότητα (σε 000 κιλιά)			Αξία (σε € 000)		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
ΔΕΛΤΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ Σ ΧΡΗΣΗΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΜΕΒΓΑΛ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: Στοιχεία προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη

469. Σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκόμισε η εταιρία [...] τα μερίδια αγοράς των κυριότερων εταιριών του κλάδου είναι τα ακόλουθα:

Πίνακας 67: Μερίδια αγοράς κρέμας γάλακτος, 2014-2016 (σε όγκο και αξία)

	ΣΕ ΟΓΚΟ			ΣΕ ΑΞΙΑ		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
FRIESLAND	[25-35]%	[15-25]%	[15-25]%	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%
ΔΕΛΤΑ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΦΑΓΕ/ΕΒΓΑ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
ΕΛΛ. ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜ ΕΙΑ	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΟΡΤΙΜΑ	[5-10]%	[10-15]%	[10-15]%	[5-10]%	[10-15]%	[10-15]%
ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[10-15]%	[15-25]%
ΛΟΙΠΟΙ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%

Πηγή: IRI (προσκομισθέντα από τη [...])

470. Αντίστοιχη είναι η εικόνα που αποτυπώνεται και στα μερίδια που προσκόμισε η [...]

Πίνακας 68: Μερίδια αγοράς κρέμας γάλακτος, 2014-2016 (σε όγκο και αξία)

	ΣΕ ΟΓΚΟ			ΣΕ ΑΞΙΑ		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
ARLA	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
FRIESLAND CAMPINA (ΝΟΥΝΟΥ)	[25-35]	[25-35]%	[15-25]%	[25-35]	[25-35]	[25-35]
ΦΑΓΕ	[10-15]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
ΟΡΤΙΜΑ (ADORO)	[5-10]%	[10-15]%	[10-15]%	[5-10]%	[5-10]%	[10-15]%
LEADER (MEGGLE)	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΔΕΛΤΑ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΕΛΛ. ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%
TORRE (HOPLA, TORRE)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ	[25-35]	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
ΛΟΙΠΟΙ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%

Πηγή: Στοιχεία προσκομισθέντα από την [...]

471. Από τα ανωτέρω στοιχεία, προκύπτει το σημαντικό μερίδιο στην αγορά της κρέμας γάλακτος που κατέχουν οι εταιρίες FRIESLAND και ΦΑΓΕ, ενώ το μερίδιο της ΔΕΛΤΑ δεν ξεπερνά το [0-5]% σε όγκο και το [0-5]% σε αξία για τα έτη 2014, 2015 και

2016. Στατιστικά στοιχεία για τη ΜΕΒΓΑΛ δεν αναφέρονται χωριστά, λόγω των μικρών μεριδίων που κατέχει στην εν λόγω σχετική αγορά.

472. Δεδομένων των χαμηλών μεριδίων αγοράς των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ, η αγορά κρέμας γάλακτος δεν συνιστά επηρεαζόμενη αγορά για τους σκοπούς της υπό κρίση συγκέντρωσης.

V.6.7 Αγορά χυμών

473. Στην αγορά χυμών, δεν περιλαμβάνονται τα αεριούχα ποτά καθώς, λόγω των χημικών και γευστικών ιδιοτεροτήτων τους, δεν αντιμετωπίζονται ως υποκατάστατα των φυσικών χυμών από τον μέσο καταναλωτή. Περαιτέρω, μεταξύ των δύο βασικών κατηγοριών χυμών (μικρής και μακράς διάρκειας) υφίσταται επαρκής υποκατάσταση ώστε η αγορά να θεωρείται ενιαία⁵⁷⁹. Επισημαίνεται ότι η αγορά χυμών θα μπορούσε να διακριθεί περαιτέρω ανάλογα με τη γεύση/προέλευση κάθε χυμού. Ωστόσο, η ακριβής οριοθέτηση της σχετικής αγοράς προϊόντος μπορεί να παραμείνει ανοιχτή, καθώς η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση δεν αναμένεται να περιορίσει δυσμενώς τη λειτουργία του ανταγωνισμού σε καμία πιθανή σχετική αγορά χυμών, όπως προκύπτει από τα κατωτέρω στοιχεία.

474. Οι αποφάσεις ΕΑ 515/VI/2011 και 598/2014 όριζαν ως γεωγραφική αγορά το σύνολο της Ελληνικής Επικράτειας. Επισημαίνεται ότι και τα μέρη θεωρούν ως σχετική γεωγραφική αγορά το σύνολο της Ελληνικής Επικράτειας, όπου αναπτύσσεται η δραστηριότητα των συμμετεχουσών υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού.

475. Οι συνολικές πωλήσεις χυμών το έτος 2016 κυμαίνονται κάτω από τα [...]λίτρα ([...]ευρώ). Κατά τα τελευταία έτη, το μέγεθος της εν λόγω αγοράς μειώνεται κατά [5-10]% σε αξία το 2016.

476. Στην αγορά των τυποποιημένων χυμών, δραστηριοποιείται η ΔΕΛΤΑ με το σήμα LIFE, ενώ η ΜΕΒΓΑΛ δεν δραστηριοποιείται στην εν λόγω αγορά⁵⁸⁰. Τα μερίδια αγοράς των κυριότερων εταιριών του κλάδου είναι τα ακόλουθα:

Πίνακας 69: Μεριδία αγοράς τυποποιημένων χυμών, 2014-2016

	Σε όγκο			Σε αξία		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
ΔΕΛΤΑ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[15-25]%	[10-15]%	[10-15]%
3E	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%
PEPSICO	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%
ΟΛΥΜΠΙΟΣ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%
ΧΡΙΣΤΟΔΟΥΛΟΥ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΚΑΜΠΙΟΣ ΧΙΟΥ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
ΛΟΙΠΟΙ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[5-10]%	[5-10]%	[10-15]%

Πηγή: A.C. Nielsen (προσκομισθέντα από τα μέρη)

⁵⁷⁹ Βλ. και τις υπ' αριθ. 314/V/2006 και 515/VI/2011 αποφάσεις της Ε.Α.

⁵⁸⁰ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών.

477. Το υψηλότερο μερίδιο αγοράς στην αγορά των χυμών κατέχει η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΣ 3Ε, ενώ η ΔΕΛΤΑ συγκεντρώνει το δεύτερο μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά, το οποίο όμως δεν ξεπερνά το [10-15]% της αγοράς εκφρασμένο σε αξία.

478. Δεδομένου ότι στην αγορά δραστηριοποιείται μόνο η ΔΕΛΤΑ, η εν λόγω αγορά δεν θεωρείται επηρεαζόμενη και παρέλκει η περαιτέρω αξιολόγησή της.

V.6.8 Αγορά Κρύου ή Συσκευασμένου Τσαγιού έτοιμου προς κατανάλωση (RTD)

479. Στην εν λόγω αγορά περιλαμβάνονται τα προϊόντα τσαγιού, τα οποία πωλούνται σε πλαστικά μπουκάλια (pet) και σε κουτάκια (can), τα οποία χωρίς περαιτέρω προετοιμασία είναι έτοιμα προς κατανάλωση.

480. Οι συνολικές πωλήσεις κρύου ή συσκευασμένου τσαγιού έτοιμου προς κατανάλωση το έτος 2016 ξεπέρασαν τα [...]λίτρα ([...]ευρώ). Το μέγεθος της εν λόγω αγοράς κατά τα τελευταία έτη είναι πτωτικό.

Πίνακας 70: Συνολικές πωλήσεις Κρύου ή Συσκευασμένου Τσαγιού έτοιμου προς κατανάλωση (RTD), 2014-2016

	2014	2015	2016
Όγκος (σε 000 λίτρα ή κιλά)	[...]	[...]	[...]
Ετήσια μεταβολή	[...]	[...]	[...]
Αξία (σε € 000)	[...]	[...]	[...]
Ετήσια μεταβολή	[...]	[...]	[...]

Πηγή: A.C. Nielsen (προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη)

481. Στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιείται εκ των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ μόνο η ΔΕΛΤΑ με το σήμα LIFE Tsai. Τα μερίδια αγοράς των κυριότερων εταιριών του κλάδου είναι τα ακόλουθα:

Πίνακας 71: Μερίδια αγοράς Κρύου ή Συσκευασμένου Τσαγιού έτοιμου προς κατανάλωση, 2014-2016 (σε όγκο και αξία)

	2014	2015	2016	2014	2015	2016
ΔΕΛΤΑ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
PEPSICO-HBH	[35-45]%	[35-45]%	[35-45]%	[35-45]%	[35-45]%	[35-45]%
3Ε	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%	[35-45]%	[35-45]%
ΣΟΥΡΩΤΗ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΑΡΙΖΟΝΑ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%
ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΗ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΟΛΥΜΠΙΟΣ	-	[0-5]%	[0-5]%	-	[0-5]%	[0-5]%
ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΛΟΙΠΟΙ	5,3%	[0-5]%	[0-5]%		[0-5]%	[0-5]%

Πηγή: A.C. Nielsen (προσκομισθέντα από τα μέρη)

482. Το υψηλότερο μερίδιο αγοράς στην αγορά του συσκευασμένου τσαγιού έτοιμου προς κατανάλωση κατέχει η PEPSICO-HBH με το σήμα LIPTON ICE TEA, ενώ η 3E συγκεντρώνει το δεύτερο μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά με το σήμα NESTEA.

483. Δεδομένου ότι στην αγορά δραστηριοποιείται μόνο η ΔΕΛΤΑ εκ των συμμετεχουσών, η εν λόγω αγορά δεν θεωρείται επηρεαζόμενη και παρέλκει η περαιτέρω αξιολόγησή της.

V.6.9 Αγορά κατεψυγμένων λαχανικών

484. Τα κατεψυγμένα λαχανικά αποτελούν διακριτή αγορά από αυτή των φρέσκων λαχανικών, κυρίως λόγω της διαφοράς στην τιμή, αλλά και του γεγονότος ότι στη συνείδηση του καταναλωτή οι δύο κατηγορίες προϊόντων διαφέρουν και όσον αφορά τα χαρακτηριστικά τους (θρεπτικά συστατικά, διαδικασία προετοιμασίας και μαγειρέματος). Περαιτέρω, διακρίνονται σε δύο επιμέρους βασικές αγορές: i) Τα μονολαχανικά ή απλά λαχανικά (όπως πατάτα, καλαμπόκι κ.ά.), τα οποία καλύπτουν περί το 75% των κατεψυγμένων λαχανικών που καταναλώνονται στην Ελλάδα και ii) τα μείγματα λαχανικών, τα οποία διακρίνονται περαιτέρω σε «απλά ανάμεικτα» λαχανικά (όπως σαλάτες λαχανικών) και σε «συνταγές λαχανικών» (όπως αρακάς με αγκινάρες, σπανακόρυζο κ.ά.)⁵⁸¹. Η αξία της εν λόγω αγοράς έφτασε το 2016 τα 58,4 εκατομμύρια ευρώ⁵⁸².

485. Τα επιμέρους προϊόντα κάθε βασικής αγοράς ενδέχεται να συνιστούν διακριτές σχετικές αγορές, πλην όμως στην υπό κρίση υπόθεση παρέλκει ο ακριβής προσδιορισμός τους, δεδομένου ότι στην αγορά αυτή δραστηριοποιείται εκ των συμμετεχουσών μόνο ο όμιλος εταιριών VIVARTIA και συνεπώς δεν τίθεται θέμα αλλαγής των συνθηκών ανταγωνισμού ως αποτέλεσμα της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης, ιδίως μέσω τυχόν ενίσχυσης του υψηλού μεριδίου που ήδη κατέχει στην αγορά (περίπου [45-55]% σε όγκο και [55-65]% σε αξία).

486. Δεδομένου ότι: α) στην αγορά αυτή, όπως αναφέρθηκε ανωτέρω, δραστηριοποιείται μόνο ο όμιλος VIVARTIA, μέσω της εταιρίας ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ ΑΒΕΕ και β) η ΜΕΒΓΑΛ δεν θεωρείται πραγματικός ή δυνητικός προμηθευτής ή πελάτης του ομίλου στην εν λόγω αγορά, η περαιτέρω ανάλυση της αγοράς κατεψυγμένων λαχανικών παρέλκει, καθώς η αγορά δεν θεωρείται επηρεαζόμενη.

V.6.10 Αγορά φρέσκων συσκευασμένων σαλατών

487. Η αγορά φρέσκων συσκευασμένων σαλατών αποτελεί μια σχετικά καινούργια και υπό ανάπτυξη αγορά, το μέγεθος της οποίας έφτασε τα [...] ευρώ το 2016. Στην αγορά δραστηριοποιείται εκ των συμμετεχουσών μόνο ο όμιλος εταιριών VIVARTIA, η οποία κατέχει το [10-15]% και [15-25]% της συνολικής αγοράς, σε όγκο και αξία αντίστοιχα⁵⁸³.

488. Η περαιτέρω εξέταση της αγοράς φρέσκιας συσκευασμένης σαλάτας παρέλκει στην υπό κρίση υπόθεση καθώς: α) τα εν λόγω προϊόντα μπορούν να υποκατασταθούν

⁵⁸¹ Βλ. υπ' αριθ. 385/V/2008, 515/VI/2011 και 598/2014 αποφάσεις της ΕΑ.

⁵⁸² Βλ. σχετ. 66 της υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολής των γνωστοποιούντων μερών.

⁵⁸³ Βλ. σχετ. 66 της υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολής των γνωστοποιούντων μερών.

από σαλάτες που ετοιμάζουν μόνοι τους οι καταναλωτές και β) στην αγορά δραστηριοποιείται εκ των συμμετεχουσών μόνον ο όμιλος VIVARTIA (μέσω της εταιρίας ΜΠΑΡΜΠΙΑ ΣΤΑΘΗΣ ΑΒΕΕ), ενώ η ΜΕΒΓΑΛ δεν έχει θέση πραγματικού ή δυνητικού προμηθευτή ή πελάτη στην αγορά. Επομένως η εν λόγω αγορά δεν θεωρείται επηρεαζόμενη.

V.6.11 Αγορά κατεψυγμένης ζύμης και κατεψυγμένων προϊόντων ζύμης

489. Η ΕΑ διαχώρισε την αγορά κατεψυγμένης ζύμης και κατεψυγμένων προϊόντων ζύμης στις ακόλουθες υπο-αγορές: (i) αγορά προϊόντων κατεψυγμένης ζύμης βάσεως (φύλλο κρούστας, σφολιάτας κ.λπ.) για οικιακή χρήση, (ii) αγορά προϊόντων κατεψυγμένης ζύμης βάσεως για χρήση από επιχειρήσεις εστίασεως κ.λπ., (iii) αγορά έτοιμων κατεψυγμένων προϊόντων ζύμης (τυρόπιτα, πίτσα κ.λπ.) για οικιακή χρήση και (iv) αγορά έτοιμων κατεψυγμένων προϊόντων ζύμης για χρήση από επιχειρήσεις εστίασεως κ.ά.⁵⁸⁴.

490. Η διάκριση των προϊόντων κατεψυγμένης ζύμης βάσεως και έτοιμων κατεψυγμένων προϊόντων ζύμης βασίζεται στη διαφορετική σκοπούμενη χρήση του προϊόντος από τον καταναλωτή, καθώς και στη διαφορετική τιμή του. Η περαιτέρω διάκριση μεταξύ της λιανικής αγοράς και της χονδρικής αγοράς πώλησης των συγκεκριμένων προϊόντων πηγάζει από τα διαφορετικά χαρακτηριστικά (μέγεθος, συσκευασία κ.λπ.) των προϊόντων που διακινούνται στις δύο αγορές.

491. Η αξία της αγοράς των κατεψυγμένων ζυμών και κατεψυγμένων προϊόντων ζύμης έφτασε το 2016 τα [...] ευρώ. Στην αγορά, δραστηριοποιείται εκ των συμμετεχουσών μόνο ο όμιλος εταιριών VIVARTIA με το σήμα ΧΡΥΣΗ ΖΥΜΗ και ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΖΥΜΗ. Κατά το έτος 2016, το μερίδιο της εταιρίας ήταν [25-35]% σε όγκο και [25-35]% σε αξία καθιστώντας την τη μεγαλύτερη εταιρία του κλάδου⁵⁸⁵.

492. Δεδομένου ότι στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιείται μόνο ο όμιλος VIVARTIA εκ των συμμετεχουσών, ενώ η ΜΕΒΓΑΛ δεν έχει θέση πραγματικού ή δυνητικού προμηθευτή ή πελάτη, η περαιτέρω εξέταση της αγοράς στην κρινόμενη υπόθεση παρέλκει, καθώς η αγορά δεν θεωρείται επηρεαζόμενη.

V.6.12 Αγορά κατεψυγμένων μυρωδικών

493. Κατά τα γνωστοποιούντα μέρη: «Ως προς την αγορά κατεψυγμένων μυρωδικών επισημαίνεται ότι δεν υφίστανται ξεχωριστά στοιχεία. Τα όποια μηδαμινής εμβέλειας στοιχεία καταγράφονται στη συνολική αγορά κατεψυγμένων λαχανικών, καθώς η αγορά κατεψυγμένων μυρωδικών, αντιπροσωπεύει το [...] % της συνολικής αγοράς καταψυγμένων λαχανικών»⁵⁸⁶. Στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιείται ο όμιλος VIVARTIA (μέσω της εταιρίας ΜΠΑΡΜΠΙΑ ΣΤΑΘΗΣ ΑΒΕΕ) με τα προϊόντα κατεψυγμένου μαϊντανού, κατεψυγμένου άνηθου, καθώς και κατεψυγμένου σκόρδου.

494. Δεδομένου ότι: α) τα κατεψυγμένα μυρωδικά μπορούν να υποκατασταθούν με φρέσκα προϊόντα που καταψύχουν οι καταναλωτές χωρίς ιδιαίτερη επεξεργασία αυτών

⁵⁸⁴ Βλ. σχετικά το αποφάσεις ΕΑ 65/Π/1999 και 314/Υ/2006.

⁵⁸⁵ Βλ. σχετ. 66 της υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολής των γνωστοποιούντων μερών.

⁵⁸⁶ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών.

προ της ψύξης και β) στην αγορά κατεψυγμένων μυρωδικών δραστηριοποιείται μόνο ο όμιλος VIVARTIA εκ των συμμετεχουσών, ενώ η ΜΕΒΓΑΛ δεν έχει θέση πραγματικού ή δυνητικού προμηθευτή ή πελάτη στην αγορά, η περαιτέρω ανάλυση της αγοράς παρέλκει, καθώς δεν θεωρείται επηρεαζόμενη.

V.6.13 Αγορά βιομηχανικά επεξεργασμένης ντομάτας

495. Η αγορά τομάτας περιλαμβάνει όλα τα τυποποιημένα είδη τομάτας, δηλαδή την αποφλοιωμένη (ψιλοκομμένη και ολόκληρη), τον χυμό τομάτας και τον τοματοπολτό τα οποία προορίζονται για την παρασκευή σαλτσών, φαγητών και μεταξύ τους υφίσταται υποκατάσταση. Τα προϊόντα τομάτας διατίθενται για οικιακή χρήση (λιανική πώληση) και στους οργανισμούς μαζικής εστίασης και στη βιομηχανία (χονδρική πώληση). Στην αγορά αυτή, η χονδρική πώληση αποτελεί αυτοτελή αγορά λόγω της διαφορετικής χρήσης, τιμής και τρόπου διανομής των προϊόντων. Η κέτσαπ και οι ημιέτοιμες και έτοιμες σάλτσες θεωρούνται ξεχωριστές αγορές⁵⁸⁷.

496. Η αξία της αγοράς προϊόντων επεξεργασμένης ντομάτας για οικιακή χρήση έφτασε το 2016 τα [...] ευρώ. Ο όμιλος VIVARTIA δραστηριοποιείται στην αγορά προϊόντων επεξεργασμένης τομάτας με το σήμα ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ. Το μερίδιό της για το 2016 είναι [5-10]% σε όγκο και [0-5]% σε αξία⁵⁸⁸. Στην αγορά δραστηριοποιείται η εταιρία ΕΛΑΪΣ UNILEVER με το προϊόν PUMMARO και η εταιρία ΚΥΚΝΟΣ, ενώ δεν δραστηριοποιείται η ΜΕΒΓΑΛ.

497. Εκ των ανωτέρω προκύπτει ότι η αγορά αυτή δεν είναι επηρεαζόμενη για τους σκοπούς αξιολόγησης της υπό κρίση συγκέντρωσης και, ως εκ τούτου, παρέλκει η περαιτέρω εξέτασή της.

V.6.14 Αγορά ζωοτροφών

498. Οι ζωοτροφές⁵⁸⁹ διακρίνονται σε δύο κατηγορίες: (i) Στις απλές ζωοτροφές, στις οποίες περιλαμβάνονται: α) τα αγροτικά προϊόντα όπως σιτάρι, κριθάρι, κ.λπ. και β) οι πλακούντες, κοινώς πίττες και άλευρα, όπως βαμβακόπιτα, βαμβακάλευρο, που αποτελούν υποπροϊόντα της κατεργασίας ελαιούχων σπόρων, καθώς και η μηδική (τριφύλλι), που μπορούν να χρησιμοποιηθούν αυτούσια για την εκτροφή των ζώων και (ii) στις σύνθετες ζωοτροφές/φυράματα, που αποτελούν εξειδικευμένα ως επί το πλείστον προϊόντα, προερχόμενα από την ανάλυση, μίξη (με προμίγματα βιταμινών και ιχνοστοιχείων κ.λπ.) απλών ζωοτροφών. Η αγορά διακρίνεται, επίσης, σε υπο-αγορές ανάλογα με τα ζώα για τα οποία προορίζεται κάθε προϊόν (βοοτροφές, αιγοπροβατοτροφές, ιχθυοτροφές κ.λπ.), οι οποίες μπορούν να διαχωριστούν περαιτέρω ανάλογα με την παραγωγική κατεύθυνση του ζώου (εκτροφή για κρέας, γάλα κ.λπ.). Ορισμένες ζωοτροφές, εφόσον προορίζονται για το ίδιο εκτρεφόμενο είδος και με διαφορετική πρόσμιξη και αναλογία, θα μπορούσαν να υποκατασταθούν ολικά ή μερικά μεταξύ τους. Ως σχετική γεωγραφική αγορά για τα εν λόγω προϊόντα λαμβάνεται η

⁵⁸⁷ Βλ. σχετικά αποφάσεις της ΕΑ 86/Π/1999, σημ. 3αiii), καθώς και τις υπ' αριθ. 34/Π/1999, σημ. Γ.2 και 101/Π/1999 σημ. III.

⁵⁸⁸ Βλ. σχετ. 66 της υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολής των γνωστοποιούντων μερών.

⁵⁸⁹ Βλ. τις αποφάσεις της ΕΑ 66/Π/1999, 314/Υ/2006 και 358/Υ/2007.

ελληνική επικράτεια, όπου οι εταιρίες δραστηριοποιούνται υπό ομοιόμορφες συνθήκες ανταγωνισμού.

499. Στον κλάδο παραγωγής και εμπορίας ζωοτροφών, δραστηριοποιείται από τα μέρη μόνον η ΔΕΛΤΑ, μέσω της θυγατρικής της ΕΥΡΩΤΡΟΦΕΣ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.Β.Ε. Σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκόμισε η γνωστοποιούσα, η αξία πωλήσεων της για την περίοδο 2014-2016 ήταν:

Πίνακας 72: Ποσότητες Πωλήσεων ΕΥΡΩΤΡΟΦΕΣ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.Β.Ε., 2014-2016 (σε '000 €)

Έτος	Απλή ζωοτροφή	Σύνθετη Ζωοτροφή	Πρόσθετο	Σύνολο
2014	[...]	[...]	[...]	[...]
2015	[...]	[...]	[...]	[...]
2016	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: Στοιχεία προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη⁵⁹⁰

500. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των γνωστοποιούντων μερών το μερίδιο αγοράς της εταιρίας ΕΥΡΩΤΡΟΦΕΣ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.Β.Ε. « ... στα έτη 2014-2015-2016 κυμαίνεται στα ίδια επίπεδα (με το 2013 9η θέση) της τάξης του [0-5]-[0-5]% (Πηγή : Μελέτη IBHS Industry outlook Ζωοτροφών - Μαΐος 2015)»⁵⁹¹.

501. Σύμφωνα με την υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2015 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών, «[...]»⁵⁹².

502. Για την περίοδο 2014-2016, οι ανωτέρω παραδόσεις ζωοτροφών σε ποσότητα και αξία είχαν ως εξής:

Πίνακας 73: Πωλήσεις ζωοτροφών από τη ΜΕΒΓΑΛ, 2014-2016 (σε όγκο και αξία)

Έτος	Τόνοι	(σε χιλ.) Ευρώ
2014	[...]	[...]
2015	[...]	[...]
2016	[...]	[...]

Πηγή: Στοιχεία προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη⁵⁹³

503. Καθώς τα γνωστοποιούντα μέρη δεν διέθεταν στοιχεία σχετικά με τα μερίδια των εταιριών που δραστηριοποιούνται στην εν λόγω αγορά, από την επεξεργασία των ισολογισμών (κύκλων εργασιών) μεγάλων ελληνικών βιομηχανιών⁵⁹⁴ παραγωγής

⁵⁹⁰ Βλ. σχετ 17 και 18 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁵⁹¹ Βλ. παρ.67 του εντύπου γνωστοποίησης

⁵⁹² Ειδικότερα, « ... , η ΜΕΒΓΑΛ [...] » (βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1856/28.3.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών).

⁵⁹³ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών.

⁵⁹⁴ Οι εταιρίες είναι οι εξής: ΑΓΡΟΛΕΣΒΟΣ Α.Ε.Β.Ε. (με κύκλο εργασιών, 2.538.708 € για το 2014 και 2.509.271 € για το 2015), ΒΕΣΖ Φ. Α. ΜΑΝΟΥΡΑΣ ΑΒΕΕ (με κύκλο εργασιών, 5.794.416 € για το 2014 και 5.106.926 € για το 2015), ΒΙΟΖΩΚΑΤ ΑΕ (με κύκλο εργασιών, 13.480.421 € για το 2014 και 13.601.355 € για το 2015), ΓΙΑΝΝΙΩΤΗΣ Α.Ε. (με κύκλο εργασιών, 6.462.516 € για το 2014 και 5.333.818 € για το 2015), ΕΛΒΙΖ Α.Ε. (με κύκλο εργασιών, 10.848.364 € για το 2014 και 11.151.678

ζωοτροφών και πρώτων υλών για ζωοτροφές⁵⁹⁵, για τα έτη 2014 και 2015, εκτιμάται πως το μερίδιο των μερών είναι ιδιαίτερα μικρό.

504. Δεδομένου ότι στην αγορά παραγωγής και εμπορίας ζωοτροφών: α) από τα μέρη δραστηριοποιείται κυρίως η ΔΕΛΤΑ, β) τα μερίδιά της (σύμφωνα με τους κύκλους εργασιών) εκτιμώνται μικρά (έως [0-5]%) και γ) οι πωλήσεις ζωοτροφών από την εταιρία ΜΕΒΓΑΛ είναι εξαιρετικά μικρές και αποσκοπούν κυρίως στην κάλυψη των αναγκών των συνεργαζόμενων με αυτήν παραγωγών γάλακτος, η εν λόγω αγορά δεν είναι επηρεαζόμενη για τους σκοπούς της υπό κρίση συγκέντρωσης και ως εκ τούτου παρέλκει η περαιτέρω εξέτασή της.

V.6.15 Αγορά τυροκομικών προϊόντων

505. Οι γνωστοποιούσες αναφέρουν ότι η συγκέντρωση αφορά και τη σχετική αγορά των τυροκομικών, η οποία βάσει των 515/VI/2011 και 598/2014 αποφάσεων ΕΑ⁵⁹⁶ διακρίθηκε περαιτέρω στις υποαγορές: «Α. Υποαγορές χύμα τυριού: (1) των χύμα μαλακών τυριών (2) των χύμα ημίσκληρων τυριών και (3) των χύμα σκληρών τυριών Β. Υποαγορές τυποποιημένου τυριού: (1) των τυποποιημένων μαλακών τυριών (2) των τυποποιημένων ημίσκληρων τυριών και (3) των τυποποιημένων σκληρών τυριών»⁵⁹⁷.

506. Ειδικότερα, σύμφωνα με τις ανωτέρω αποφάσεις, καθώς και την απόφαση ΕΑ 613/2015, στις οποίες λαμβάνονταν υπόψη οι διαφοροποιήσεις⁵⁹⁸ μεταξύ του χύμα και τυποποιημένου τυριού, ως διακριτές σχετικές αγορές ορίζονταν: α) η αγορά σκληρού χύμα τυριού, β) η αγορά σκληρού τυποποιημένου τυριού, γ) η αγορά ημίσκληρου χύμα τυριού, δ) η αγορά ημίσκληρου τυποποιημένου τυριού ε) η αγορά μαλακού χύμα τυριού και στ) η αγορά μαλακού τυποποιημένου τυριού.

507. Η πλειοψηφία των ερωτηθεισών ανταγωνιστριών επιχειρήσεων⁵⁹⁹ συμφωνεί με την οριοθέτηση των σχετικών αγορών, όπως έχει προκύψει και από τις ανωτέρω

€ για το 2015), ΖΩΟΤΡΟΦΕΣ ΚΡΗΤΗΣ (με κύκλο εργασιών, 13.513.695 € για το 2014 και 0 € για το 2015), ΖΩΟΤΡΟΦΕΣ ΜΑΝΟΥΡΑ Ε.Π.Ε. (με κύκλο εργασιών, 2.145.062 € για το 2014 και 2.007.960 € για το 2015), ΖΩΟΤΡΟΦΕΣ ΠΑΣΤΡΙΚΟΥ Α.Ε.Β.Ε. (με κύκλο εργασιών, 3.736.772 € για το 2014 και 3.418.368 € για το 2015), ΚΑΠΠΟΣ Λ. Α.Β.Ε.Ε. (με κύκλο εργασιών, 3.552.677 € για το 2014 και 0 € για το 2015), ΛΑΒΥΣ Α.Β.Ε.Ε. (με κύκλο εργασιών, 3.415.754 € για το 2014 και 3.549.420 € για το 2015), ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΖΩΟΤΡΟΦΩΝ (με κύκλο εργασιών, 29.836.934 € για το 2014 και 27.923.870 € για το 2015), ΜΗΔΙΚΗ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Β.Ε.Ε. (με κύκλο εργασιών, 4.664.786 € για το 2014 και 4.392.180 € για το 2015), ΦΑΡΣΑΡΗΣ Α.Ε. (με κύκλο εργασιών, 11.202.912 € για το 2014 και 0 € για το 2015), ΦΥΡΚΟ Α.Β.Ε.Ε. (με κύκλο εργασιών, 13.547.689 € για το 2014 και 12.161.400 € για το 2015) και NUEVO Α.Ε. (με κύκλο εργασιών, 9.759.798 € για το 2014 και 0 € για το 2015).

⁵⁹⁵ Μερικές από τις οποίες οφείλουν μέρος του κύκλου εργασιών τους και σε άλλες μεταποιητικές και εμπορικές δραστηριότητες.

⁵⁹⁶ Βλ. και τις Αποφάσεις της ΕΑ 314/V/2006 και 394/V/2008.

⁵⁹⁷ Βλ. την παρ. 13 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁵⁹⁸ Οι διαφοροποιήσεις μεταξύ των χύμα και τυποποιημένων τυριών υφίστανται κυρίως ως προς την τιμή, αλλά και ως προς τις απαιτούμενες επενδύσεις για την παρασκευή τους. Επίσης, οι δύο κατηγορίες διαφοροποιούνται μεταξύ τους και ως προς τα χαρακτηριστικά τους, π.χ. τα τυποποιημένα τυροκομικά προϊόντα έχουν μεγαλύτερη διάρκεια ζωής, παρουσιάζουν μεγαλύτερη ευκολία στη συντήρηση, αποθήκευση και μεταφορά τους, διατηρούν καλύτερα το άρωμά τους και αναλλοίωτα τα συστατικά τους, ενώ προσφέρουν και περισσότερες διασφαλίσεις ποιότητας.

⁵⁹⁹ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών NESTLE, ΓΙΩΤΗΣ, ΟΠΤΙΜΑ, ΝΕΟΓΑΛ, ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, ΔΩΔΩΝΗ ΣΕΡΓΑΛ, ΚΡΙ-ΚΡΙ, ΦΑΓΕ, ΗΠΕΙΡΟΣ, ΤΡΙΚΚΗ, DANONE, ΕΒΟΛ και ARLA.

αναφερόμενες αποφάσεις της ΕΑ, με διαφοροποίηση της εταιρίας FRIESLAND, η οποία αναφέρει ότι η κατηγορία *τυριά περιλαμβάνει τη φέτα, τα λευκά, και τα κίτρινα τυριά*.

508. Αντίστοιχα η πλειοψηφία⁶⁰⁰ των σούπερ μάρκετ συμφωνεί με τον προσδιορισμό των επιμέρους σχετικών αγορών, όπως αυτές ορίζονται και στις αποφάσεις της ΕΑ 515/VI/2011 και 598/2014.

509. Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα προαναφερόμενα, για τους σκοπούς της παρούσας Εισήγησης, η σχετική αγορά των τυροκομικών διακρίνεται στις εξής επιμέρους διακριτές υπό-αγορές: (α) των μαλακών τυριών και τυριών τυρογάλακτος (λευκά τυριά όπως φέτα, μυζήθρα, μανούρι κ.λπ.), (β) των ημίσκληρων τυριών (κυρίως κίτρινα τυριά, όπως κασέρι, edam, κ.λπ.) και (γ) των σκληρών τυριών (κυρίως κίτρινα τυριά, όπως κεφαλογραβιέρα, γραβιέρα κ.λπ.), οι οποίες περαιτέρω διακρίνονται σε χύμα και τυποποιημένο.

510. Αναφορικά με τη σχετική γεωγραφική αγορά, όπως αναφέρουν και τα γνωστοποιούντα μέρη, για τις ανάγκες της παρούσας γνωστοποίησης, θεωρείται το σύνολο της Ελληνικής Επικράτειας, όπου αναπτύσσεται η δραστηριότητα των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού, όπως άλλωστε έκριναν και οι αποφάσεις της ΕΑ 515/VI/2011, 598/2014 και 613/2015.

511. Οι εταιρίες ΔΕΛΤΑ, ΜΕΒΓΑΛ και ΒΙΓΛΑ ΟΛΥΜΠΟΥ Α.Ε.Β.Ε. (εφεξής ΒΙΓΛΑ), δραστηριοποιούνται και στις τρεις επιμέρους σχετικές αγορές τυροκομικών προϊόντων τόσο με χύμα όσο και με τυποποιημένο τυρί. Σύμφωνα με τα γνωστοποιούντα μέρη: «Στις σχετικές αγορές ..., τυροκομικών προϊόντων ... δεν δημιουργούνται επηρεαζόμενες αγορές διότι τα μέρη δεν θα διαθέτουν αθροιστικό μερίδιο αγοράς άνω του 15%».

V.6.15.1 Αγορά μαλακών τυριών

512. Στην εν λόγω αγορά, περιλαμβάνονται τα μαλακά τυριά, των οποίων η υγρασία δεν υπερβαίνει το 58%⁶⁰¹ και τα τυριά τυρογάλακτος, τα οποία λαμβάνονται με ισχυρή θέρμανση τυρογάλακτος. Στην εν λόγω αγορά, συγκαταλέγονται κυρίως λευκά τυριά, όπως η μυζήθρα, το μανούρι, αλλά και η φέτα.

513. Βάσει των στοιχείων που προσκόμισαν οι ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ, το αθροιστικό μερίδιο αγοράς των δύο μερών στην αγορά μαλακού τυποποιημένου τυριού ήταν σε αξία [5-10]%, [5-10]% και [5-10]% για τα έτη 2014, 2015 και 2016 αντίστοιχα⁶⁰².

514. Στην αγορά μαλακού χύμα τυριού το αθροιστικό μερίδιο των εν λόγω εταιριών ήταν σε αξία [0-5]%, [0-5]% και [0-5]% για τα έτη 2014, 2015 και 2016 αντίστοιχα⁶⁰³.

V.6.15.2 Αγορά ημίσκληρων τυριών

515. Βάσει του Κώδικα Τροφίμων και Ποτών ημίσκληρα τυριά, είναι τα τυριά των οποίων η υγρασία δεν υπερβαίνει το 46%. Στην κατηγορία αυτή εμπίπτουν κυρίως κίτρινα τυριά, όπως κασέρι, edam, κ.λπ.

⁶⁰⁰ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των [...], ΜΕΤΡΟ, [...] και ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ. Το σούπερ μάρκετ ΠΕΝΤΕ συμφωνεί «... κατά μεγάλο ποσοστό με τον προσδιορισμό, όχι όμως με την ίδια λεπτομέρεια».

⁶⁰¹ Ορισμοί βάσει του Κώδικα Τροφίμων και Ποτών.

⁶⁰² Βλ. τα σχετ. 14a, 14b και 15 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁶⁰³ Ο.π.

516. Το αθροιστικό μερίδιο των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ στην αγορά των ημίσκληρων τυποποιημένων τυριών σε αξία ήταν σε αξία [0-5]%, [0-5]% και [5-10]% για τα έτη 2014, 2015 και 2016 αντίστοιχα⁶⁰⁴.

517. Στην αγορά του χύμα ημίσκληρου τυριού δεν εμφανίζονται μερίδια για τις ΔΕΛΤΑ, ΒΙΓΛΑ και ΜΕΒΓΑΛ καθόλη την εξεταζόμενη περίοδο⁶⁰⁵.

V.6.15.3 Αγορά σκληρών τυριών

518. Βάσει του Κώδικα Τροφίμων και Ποτών σκληρά τυριά θεωρούνται εκείνα τα τυριά των οποίων η υγρασία δεν υπερβαίνει το 38%. Τα σκληρά τυριά είναι κυρίως κίτρινα τυριά, όπως κεφαλογραβιέρα, γραβιέρα κ.λπ.

519. Το αθροιστικό μερίδιο στην αγορά τυποποιημένων σκληρών τυριών ήταν σε αξία [0-5]%, [0-5]% και [0-5]% για τα έτη 2014, 2015 και 2016 αντίστοιχα.

520. Τέλος, στην αγορά του χύμα σκληρού τυριού το αθροιστικό μερίδιο των ΔΕΛΤΑ, ΒΙΓΛΑ και ΜΕΒΓΑΛ είναι αμελητέο και εκτιμάται πως δεν υπερβαίνει το [0-5]% σε αξία και για τα τρία εξεταζόμενα έτη⁶⁰⁶.

521. Σε κάθε περίπτωση, τα χαμηλά μερίδια των συμμετεχουσών επιχειρήσεων στην αγορά των τυροκομικών επιβεβαιώνονται και από τα στοιχεία που προσκόμισε η [...], σύμφωνα με τα οποία, το 2016, στην ευρύτερη αγορά τυροκομικών προϊόντων η ΔΕΛΤΑ έχει μερίδιο [0-5]%, η ΜΕΒΓΑΛ μικρότερο του [0-5]%, ενώ για τη ΒΙΓΛΑ δεν εμφανίζεται καθόλου μερίδιο⁶⁰⁷. Αντίστοιχη είναι και η εικόνα για το σύνολο της αγοράς των τυριών, βάσει των στοιχείων της εταιρίας ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, όπου το μερίδιο της ΜΕΒΓΑΛ για το 2016 κυμαίνεται στο [0-5]%. Για τις εταιρίες ΔΕΛΤΑ και ΒΙΓΛΑ δεν αναφέρεται μερίδιο⁶⁰⁸.

522. Λαμβανομένων υπόψη των ανωτέρω στοιχείων εκτιμάται ότι η ευρύτερη αγορά τυροκομικών και οι υπο-αγορές αυτής, δεν συνιστούν επηρεαζόμενες αγορές για τους σκοπούς αξιολόγησης της υπό κρίση συγκέντρωσης.

V.6.16 Αγορά γαλακτοκεϊκ/γαλακτοφέτες (ψυγείου)

523. Η εν λόγω αγορά αποτελείται από γλυκίσματα (σνακ) ψυγείου, τα οποία απευθύνονται κατά κύριο λόγο στα παιδιά και έχουν τη μορφή κέικ με γέμιση γάλακτος.

524. Στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιείται από τις συμμετέχουσες μόνο η ΔΕΛΤΑ, με το σήμα SMART, η οποία κατέχει τη δεύτερη θέση, με μερίδιο αγοράς το 2016, σε όρους όγκου και αξίας [35-45]% και [25-35]%, αντίστοιχα⁶⁰⁹.

Πίνακας 74: Μερίδια αγοράς Γαλακτοκεϊκ/Γαλακτοφέτες, 2014-2016

	Σε όγκο	Σε αξία
--	---------	---------

⁶⁰⁴ Σύμφωνα με τα σχετ. 14a, 14b και 15 του εντύπου γνωστοποίησης στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιείται μόνο η ΜΕΒΓΑΛ (όχι η ΔΕΛΤΑ ή η ΒΙΓΛΑ).

⁶⁰⁵ Στην αγορά του χύμα ημίσκληρου τυριού δραστηριοποιείται η ΜΕΒΓΑΛ με αμελητέα μερίδια, τα οποία δεν υπολογίζονται.

⁶⁰⁶ Στην αγορά του χύμα σκληρού τυριού δραστηριοποιείται η ΒΙΓΛΑ με μερίδια της τάξης του [0-5]% για το 2014, [0-5]% για το 2015 και [0-5]% για το 2016, καθώς και η ΜΕΒΓΑΛ με αμελητέα μερίδια, τα οποία δεν υπολογίζονται.

⁶⁰⁷ Βλ. την απαντητική επιστολή της [...].

⁶⁰⁸ Βλ. την απαντητική επιστολή της εταιρίας ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ.

⁶⁰⁹ Βλ. σχετ. 69 της υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολής των γνωστοποιούντων μερών.

	2014	2015	2016	2014	2015	2016
KINDER	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%	[65-75]%	[65-75]%	[65-75]%
SMART	[25-35]%	[35-45]%	[35-45]%	[15-25]%	[25-35]%	[25-35]%
GRANAROLO	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%
ΛΟΙΠΟΙ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων των γνωστοποιούντων μερών (στοιχεία A.C. Nielsen)

525. Ως εκ τούτου, η εν λόγω αγορά δεν είναι επηρεαζόμενη.

V.6.17 Αγορά αλλαντικών

526. Στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιείται εκ των συμμετεχουσών εταιριών μόνο η ΜΕΒΓΑΛ, μέσω της διανομής (πώλησης) των αλλαντικών προϊόντων της εταιρίας ΠΑΣΣΙΑΣ Α.Ε.⁶¹⁰ και την πώληση των προϊόντων «Λουκάνικο χοιρινό με φέτα ΜΕΒΓΑΛ» και «Λουκάνικο μοσχαρίσιο με ημίσκληρο τυρί Μακεδονικό ΜΕΒΓΑΛ»⁶¹¹.

527. Αν και ζητήθηκαν μερίδια αγοράς, η εταιρία ΜΕΒΓΑΛ απάντησε ότι δεν διαθέτει στοιχεία λόγω των πολύ μικρών πωλήσεών της⁶¹².

528. Η συγκεκριμένη αγορά δεν θεωρείται επηρεαζόμενη, καθώς σε αυτήν δεν δραστηριοποιείται η ΔΕΛΤΑ.

V.6.18 Αγορά ψωμιού για τoστ

529. Στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιείται εκ των συμμετεχουσών εταιριών μόνο η ΜΕΒΓΑΛ, μέσω της προμήθειας προϊόντων ψωμιού για τoστ από την εταιρία «[...]», υπό το σήμα «ΕΚΛΕΚΤΟΣΤ» και της πώλησης αυτών⁶¹³.

530. Αν και ζητήθηκαν μερίδια αγοράς η εταιρία ΜΕΒΓΑΛ απάντησε ότι δεν διαθέτει στοιχεία μεριδίων αγοράς για τις αγορές λόγω των πολύ μικρών πωλήσεών της στη συγκεκριμένη αγορά⁶¹⁴.

531. Εκ των ανωτέρω προκύπτει ότι η αγορά αυτή δεν είναι επηρεαζόμενη για τους σκοπούς αξιολόγησης της υπό κρίση συγκέντρωσης και, ως εκ τούτου, παρέλκει η περαιτέρω εξέτασή της.

V.6.19 Αγορά χύμα γιαουρτιού

532. Σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκόμισαν τα γνωστοποιούντα μέρη, το αθροιστικό μερίδιο των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ στη λιανική αγορά χύμα γιαουρτιού το 2016 έφτασε το [5-10]% της αγοράς σε όγκο και το [5-10]% σε αξία⁶¹⁵.

⁶¹⁰ Δυνάμει της από 16.11.2015 μεταξύ τους Σύμβασης Εμπορικής Συνεργασίας.

⁶¹¹ Τα εν λόγω προϊόντα προμηθεύεται η ΜΕΒΓΑΛ από την εταιρία [...], δυνάμει της από [...] Σύμβασης Εμπορικής Συνεργασίας. Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2225/11.4.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών.

⁶¹² Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2503/2.5.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών.

⁶¹³ Δυνάμει της από [...] μεταξύ τους Σύμβασης Εμπορικής Συνεργασίας.

⁶¹⁴ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2503/2.5.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών.

⁶¹⁵ Σχετικά με τα μερίδια της ΔΕΛΤΑ στην εν λόγω αγορά τα γνωστοποιούντα μέρη υποστηρίζουν ότι: «Τα στοιχεία που περιλαμβάνονται στο Έντυπο Γνωστοποίησης ως προς την αγορά χύμα γιαουρτιού για τα έτη 2014-2016 (Τμήμα 7.2.β. και Σχετικά 32 και 33) αφορούν την κατηγορία χύμα γιαουρτιού του 1kg. ...Τα παραπάνω στοιχεία τα λαμβάνουμε από την εταιρία Nielsen. Ωστόσο, για το χύμα 5kg και

533. Στην αγορά, σύμφωνα με τα προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη στοιχεία, δραστηριοποιούνται και άλλοι σημαντικοί παίκτες πέραν από τις ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ. Σημαντικό μερίδιο στην αγορά έχουν οι εταιρίες ΦΑΓΕ, ΟΛΥΜΠΙΟΣ, ΔΩΔΩΝΗ και ΚΡΙ-ΚΡΙ.

Πίνακας 75: Μερίδια αγοράς χύμα γιαουρτιού (σε όγκο), 2014-2016ΥΤΔ

	2014	2015	ΔΕΚ-ΝΟΕ 2016
ΔΕΛΤΑ	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%
ΜΕΒΓΑΛ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΦΑΓΕ	[15-25]%	[10-15]%	[15-25]%
ΟΛΥΜΠΙΟΣ	[15-25]%	[10-15]%	[10-15]%
DANONE	[0-5]%	[0-5]%	-
ΔΩΔΩΝΗ	[0-5]%	[5-10]%	[10-15]%
ΚΡΙ-ΚΡΙ	[10-15]%	[10-15]%	[15-25]%
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ	[25-35]%	[15-25]%	[15-25]%
ΛΟΙΠΟΙ	[15-25]%	[10-15]%	[15-25]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[10-15]%	[10-15]%	[5-10]%

Πηγή: A.C. Nielsen (προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη) και επεξεργασία ΓΔΑ

Πίνακας 76: Μερίδια αγοράς χύμα γιαουρτιού (σε αξία), 2014-2016 ΥΤΔ

	2014	2015	ΔΕΚ-ΝΟΕ 2016
ΔΕΛΤΑ	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%
ΜΕΒΓΑΛ	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%
ΦΑΓΕ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
ΟΛΥΜΠΙΟΣ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
DANONE	[0-5]%	[0-5]%	-
ΔΩΔΩΝΗ	[0-5]%	[5-10]%	[10-15]%
ΚΡΙ-ΚΡΙ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
ΛΟΙΠΟΙ	[15-25]%	[10-15]%	[10-15]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[10-15]%	[10-15]%	[5-10]%

Πηγή: A.C. Nielsen (προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη) και επεξεργασία ΓΔΑ

άνω που δεν αφορούν την κατηγορία του βιομηχανοποιημένου γιαουρτιού δεν λαμβάνουμε στοιχεία απ τη Nielsen ή άλλη πηγή και ως εκ τούτου δεν μπορούμε να κάνουμε εκτιμήσεις για το μέγεθος της αγοράς. Για την επιβολή του έργου σας επισυνάπτουμε ως Σχετικό 130 αρχείο με τις πωλήσεις της ΔΕΛΤΑ (ήτοι του προϊόντος «ΣΤΡΑΓΓΑΤΟ») στην κατηγορία του χύμα γιαουρτιού 5kg και άνω (5kg, 6kg, 9kg, 10kg) σε όγκο και αξία». Από επανεκτίμηση των μεριδίων στην αγορά του χύμα γιαουρτιού, προσθέντας και τα στοιχεία που αφορούν το προϊόν «ΣΤΡΑΓΓΑΤΟ», το αθροιστικό μερίδιο των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ στην αγορά του χύμα γιαουρτιού ανήλθε στο [5-10]% σε όρους όγκου και στο [10-15]% σε όρους αξίας για το 2016. Καθώς όμως, δεν προσκομίστηκαν αντίστοιχα στοιχεία (για προϊόντα με μεγάλες συσκευασίες) από τις λοιπές εταιρίες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο, τα οποία αν προσκομίζονταν θα μείωναν το αθροιστικό μερίδιο των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ, το μερίδιο αγοράς των συμμετεχουσών εταιριών υπερεκτιμάται. Για τους σκοπούς της συγκεκριμένης υπόθεσης λαμβάνονται υπόψη τα μερίδια αγοράς που παρουσιάζονται στους ανωτέρω πίνακες (Πίνακας 75 και Πίνακας 76)

534. Λαμβανομένων υπόψη των ανωτέρω, η αγορά χύμα γιαουρτιού δεν είναι επηρεαζόμενη για την υπό κρίση πράξη.

V.6.20 Αγορά τυποποιημένου λειτουργικού γιαουρτιού

535. Στην αγορά τυποποιημένου λειτουργικού γιαουρτιού δραστηριοποιείται εκ των συμμετεχουσών εταιριών μόνο η ΔΕΛΤΑ, η οποία κατέχει τη δεύτερη θέση, με μερίδιο αγοράς το 2016, [15-25]% σε όρους αξίας.

Πίνακας 77: Μερίδια αγοράς Τυποποιημένου Λειτουργικού Γιαουρτιού, 2014-2016

	Σε αξία		
	2014	2015	2016
DANONE	[75-85]%	[75-85]%	[75-85]%
ΔΕΛΤΑ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
FRIESLAND	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΛΟΙΠΟΙ	-	-	-

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων των γνωστοποιούντων μερών (στοιχεία A.C. Nielsen)

536. Ως εκ τούτου, η εν λόγω αγορά δεν είναι επηρεαζόμενη.

V.6.21 Αγορά επιδορπίων με βάση το γάλα

537. Κατά τα γνωστοποιούντα μέρη, η αγορά επιδορπίων με βάση το γάλα όχι μόνο ανήκει στην ευρύτερη αγορά γλυκών/επιδορπίων, στην οποία περιλαμβάνονται, ενδεικτικά, τα παγωτά, οι σοκολάτες και τουλάχιστον τα ατομικά επιδόρπια/ γλυκά που πωλούνται στα ζαχαροπλαστεία, αλλά και «Σε κάθε περίπτωση, όπως και η ΕΑ έχει κρίνει (παρ.134 απόφασης 515/VI/2011), τα επιδόρπια με βάση το γάλα είναι εναλλάξιμα με κάποιες κατηγορίες γιαουρτιών, ιδίως τα γιαούρτια με γεύσεις, τα γιαούρτια με προσθήκη θρεπτικών συστατικών και τα γιαούρτια για παιδιά. Υπό αυτή την παραδοχή, τα μερίδια των μερών είναι πολύ μικρά»⁶¹⁶.

538. Με τις αποφάσεις 515/VI/2011 και 598/2014, η ΕΑ έκρινε ότι τα επιδόρπια με βάση το γάλα διαφοροποιούνται σαφώς από τα παγωτά, τις σοκολάτες, καθώς τα επιμέρους προϊόντα που πωλούνται στα ζαχαροπλαστεία, ιδίως όσον αφορά στα φυσικά χαρακτηριστικά τους (γεύση, συστατικά, υφή κ.α.), στην τιμή τους, στις προτιμήσεις του καταναλωτή και στη διαδικασία παραγωγής και διανομής τους. Στις ανωτέρω αποφάσεις γινόταν αναφορά στο γεγονός ότι τα εν λόγω προϊόντα καταναλώνονται ως επί το πλείστον από συγκεκριμένες κατηγορίες καταναλωτών (παιδιά και νέοι) και διατίθενται σε μερίδες για κατανάλωση ως συμπληρωματικά των ημερησίων γευμάτων (π.χ. κρέμες καραμελέ)⁶¹⁷.

539. Στην αγορά διατίθενται επώνυμα και ιδιωτικής ετικέτας προϊόντα, τα οποία θεωρούνται μία ενιαία αγορά προϊόντος στον κλάδο των γαλακτοκομικών.

⁶¹⁶ Βλ. παρ. 112 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁶¹⁷ Σημειώνεται ότι, ενώ υπήρξαν ενδείξεις ότι τα επιδόρπια με βάση το γάλα μπορούν να υποκατασταθούν από την πλευρά της ζήτησης με κάποιες συγκεκριμένες κατηγορίες γιαουρτιού, ιδίως τα γιαούρτια με γεύση φρούτων, τα γιαούρτια με προσθήκη θρεπτικών ουσιών και τα γιαούρτια για παιδιά, κρίθηκε πως η ακριβής οριοθέτηση της σχετικής αγοράς ως προς το σημείο αυτό δεν ήταν απαραίτητη, καθώς η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση δεν αναμενόταν να έχει δυσμενείς επιπτώσεις στη λειτουργία του αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην εν λόγω αγορά.

540. Λαμβανομένων υπόψη όλων των ανωτέρω, εκτιμάται ότι η αγορά επιδορπίων με βάση το γάλα αποτελεί αγορά διακριτή τόσο από τα λοιπά γαλακτοκομικά προϊόντα, όσο και από τα λοιπά προϊόντα που πωλούνται στα ζαχαροπλαστεία. Ωστόσο, όπως προκύπτει και από τα κατωτέρω αναφερόμενα, εν προκειμένω η ακριβής οριοθέτηση της σχετικής αγοράς δεν κρίνεται απαραίτητη, καθώς, υπό οποιαδήποτε θεώρηση, η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση δεν αναμένεται να έχει δυσμενείς επιπτώσεις στη λειτουργία του αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην αγορά.

541. Ως προς τη σχετική γεωγραφική αγορά, η θέση των γνωστοποιούντων μερών για την αγορά των επιδορπίων με βάση το γάλα είναι ότι αυτή αφορά το σύνολο της Ελληνικής Επικράτειας. Τα μέρη εκτιμούν ότι: «... θα μπορούσε να υποστηριχθεί και ευρύτερος γεωγραφικός καθορισμός αγοράς, καθώς οι περισσότερες και σημαντικότερες σε μέγεθος επιχειρήσεις που διαθέτουν τα εν λόγω προϊόντα τα εισάγουν απευθείας από το εξωτερικό. Ενδεικτικά, όλα τα επιδόρπια της Danone και όλα τα επιδόρπια της ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ εισάγονται. Το ίδιο ισχύει και για προϊόντα της ΦΑΓΕ (γλυκοκουταλιές, «κρέμα μία») και της ΓΙΩΤΗΣ, όπως και προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας»⁶¹⁸.

542. Η ΕΑ έχει αποφανθεί ότι ως σχετική γεωγραφική αγορά θεωρείται εν προκειμένω το σύνολο της Ελληνικής Επικράτειας, όπου αναπτύσσεται η δραστηριότητα των συμμετεχουσών υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού⁶¹⁹.

543. Ως εκ τούτου, ως σχετική γεωγραφική αγορά στην αγορά επιδορπίων με βάση το γάλα θεωρείται η Ελληνική Επικράτεια.

544. Από τα στοιχεία που προσκομίστηκαν δεν κατέστη εφικτό να προσδιοριστεί το συνολικό μέγεθος της αγοράς επιδορπίων με βάση το γάλα. Ειδικότερα, τα γνωστοποιούντα μέρη, προσκόμισαν μόνο τις πωλήσεις των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ⁶²⁰, καθώς δεν διαθέτουν στοιχεία για το σύνολο της αγοράς⁶²¹.

Πίνακας 78: Συνολικές Πωλήσεις Επιδορπίων με βάση το Γάλα, ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ, 2014-2016

	Ποσότητα (σε 000 κιλά)			Αξία (σε € 000)		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
ΔΕΛΤΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΜΕΒΓΑΛ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: Στοιχεία προσκομισθέντα από τα γνωστοποιούντα μέρη

545. Σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκόμισε η εταιρία [...] τα μερίδια αγοράς των κυριότερων εταιριών του κλάδου είναι τα ακόλουθα:

Πίνακας 79: Μερίδια αγοράς κρέμας γάλακτος, 2014-2016 (σε όγκο και αξία)

	ΣΕ ΟΓΚΟ			ΣΕ ΑΞΙΑ		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
ΣΤΑΜΟΥ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[10-15]%	[15-25]%	[15-25]%

⁶¹⁸ Βλ. παρ. 106 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁶¹⁹ Βλ. αποφάσεις ΕΑ 515/VI/2011 και 598/2014.

⁶²⁰ Βλ. παρ. 173 και σχετ. 16 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁶²¹ Σύμφωνα με την υπ' αριθ. πρωτ. 2503/2.5.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών «..., δεν διαθέτουμε στοιχεία για τις αγορές ... επιδορπίων με βάση το γάλα. Τούτο καθώς δεν έχουμε αγοράσει τα σχετικά στοιχεία από κάποια εταιρία μέτρησης και συλλογής δεδομένων (Nielsen, IRI ή άλλη)».

	ΣΕ ΟΓΚΟ			ΣΕ ΑΞΙΑ		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
ΓΙΩΤΗΣ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[10-15]%	[15-25]%	14,5%
DANONE	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΜΕΒΓΑΛ	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	4,1%
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΦΑΓΕ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
WHITEWAVE	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΛΟΙΠΟΙ	[25-35]%	[15-25]%	[15-25]%	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%

Πηγή: A.C. NIELSEN (προσκομισθέντα από τη [...])

546. Αντίστοιχη είναι η εικόνα που αποτυπώνεται και στα μερίδια που προσκόμισε η [...]

Πίνακας 80: Μερίδια αγοράς κρέμας γάλακτος, 2014-2016 (σε όγκο και αξία)

	ΣΕ ΟΓΚΟ			ΣΕ ΑΞΙΑ		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
ΔΕΛΤΑ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%
ΜΕΒΓΑΛ	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΦΑΓΕ	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%
DANONE	[10-15]%	[15-25]%	[10-15]%	[15-25]%	[10-15]%	[10-15]%
ΓΙΩΤΗΣ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[10-15]%
ΣΤΑΜΟΥ	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΚΟΜΗΣ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΜΑΓΓΙΝΑΣ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ	[15-25]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[5-10]%	[5-10]%
ΛΟΙΠΟΙ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[5-10]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%

Πηγή: Εκτιμήσεις [...]

547. Από τα ανωτέρω στοιχεία προκύπτει το σημαντικό μερίδιο στην αγορά των επιδορπίων με βάση το γάλα που κατέχουν οι εταιρίες ΓΙΩΤΗΣ, ΣΤΑΜΟΥ, ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ και DANONE.

548. Δεδομένων των χαμηλών μεριδίων αγοράς των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ, η αγορά επιδορπίων με βάση το γάλα δεν συνιστά επηρεαζόμενη αγορά⁶²² για τους σκοπούς της υπό κρίση συγκέντρωσης.

⁶²² Αναφορικά με την αγορά επιδορπίων με βάση το γάλα η [...], η ΜΕΤΡΟ και η [...] εκτιμούν ότι δεν θα υπάρξουν επιπτώσεις από την υπό εξέταση συγκέντρωση, λόγω της πληθώρας των εταιριών που δραστηριοποιούνται στην αγορά. Η εταιρία ΓΙΩΤΗΣ πιθανολογεί τη μείωση των μεριδίων της στην εν λόγω αγορά.

ΜΕΡΟΣ Β΄: ΚΑΘΕΤΑ ΣΥΝΔΕΟΜΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

VI ΚΑΘΕΤΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ

VI.1 ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

549. Συγκεντρώσεις με κάθετη διάσταση είναι οι συγκεντρώσεις στις οποίες συμμετέχουν επιχειρήσεις που λειτουργούν σε διαφορετικά επίπεδα της αλυσίδας εφοδιασμού (π.χ. ο παραγωγός ενός συγκεκριμένου προϊόντος⁶²³ συγχωνεύεται με έναν από τους διανομείς του^{624,625}).

550. Οι μη οριζόντιες συγκεντρώσεις δεν συνιστούν απειλή για τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό, εκτός εάν η επιχείρηση που προκύπτει από τη συγκέντρωση διαθέτει **σημαντική ισχύ σε μία τουλάχιστον εκ των σχετικών αγορών**⁶²⁶. Η αξιολόγηση της ισχύος της νέας οντότητας προηγείται της αξιολόγησης των επιπτώσεων της συγκέντρωσης στον ανταγωνισμό, κατά την αξιολόγηση δε αυτή τα μερίδια αγοράς και τα επίπεδα συγκέντρωσης παρέχουν χρήσιμες ενδείξεις σχετικά με τη δύναμη της επιχείρησης στην αγορά και την ανταγωνιστική σημασία των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση επιχειρήσεων και των ανταγωνιστών τους. Έτσι, αξιολογείται ότι είναι μικρή η πιθανότητα διαπίστωσης προβλημάτων συντονισμένης ή μη φύσεως εάν το μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας μετά τη συγκέντρωση σε καθεμία από τις σχετικές αγορές είναι κατώτερο του 30% και ο δείκτης ΗΗΙ μετά τη συγκέντρωση είναι κατώτερος από 2000 μονάδες⁶²⁷.

551. Δύο είναι οι βασικοί τρόποι με τους οποίους οι μη οριζόντιες συγκεντρώσεις ενδέχεται να παρεμποδίζουν σημαντικά τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό:

- α) μέσω της πρόκλησης μη συντονισμένων αποτελεσμάτων και
- β) μέσω της πρόκλησης συντονισμένων αποτελεσμάτων (επηρεασμού, δηλαδή, της δυνατότητας συντονισμού των επιχειρήσεων στη σχετική αγορά που δραστηριοποιούνται).

552. Μέσω της κάθετης ολοκλήρωσης, η συγχωνευθείσα επιχείρηση ενδέχεται να αποκτήσει πρόσβαση σε εμπορικά ευαίσθητες πληροφορίες σχετικά με τις δραστηριότητες των ανταγωνιστών της που δραστηριοποιούνται στις αγορές προηγούμενης ή επόμενης οικονομικής βαθμίδος. Για παράδειγμα, εάν γίνει

⁶²³ Ητοι η επιχείρηση που δραστηριοποιείται στην αγορά προηγούμενης οικονομικής βαθμίδος.

⁶²⁴ Ητοι η επιχείρηση που δραστηριοποιείται στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδος.

⁶²⁵ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση των μη οριζόντιων συγκεντρώσεων σύμφωνα με τον Κανονισμό Συμβουλίου για τον έλεγχο συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων, της 18.10.2008 (εφεξής «Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση μη οριζόντιων συγκεντρώσεων»), ΕΕ 18.10.2008, C-265, σελ. 6, παρ. 4.

⁶²⁶ Βλ. απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.1157, υπόθεση Skanska/Scancem, σημεία 69, 78, απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.4314, Johnson/Pfizer, σημεία 122-123, αποφάσεις Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.5005, GALP/EXXONMOBIL, σημείο 62, , M.4494, EVRAZ/HIGHVELD, σημεία 94, 97, απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.3943, S.Gobain/BPB, σημείο 45, 48. Βλ. επίσης απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.3231, PREEM/SCANDINAVISKA, σημεία 24-25, όπου θεωρήθηκε ότι τα χαμηλά μερίδια αγοράς σε όλες τις σχετικές αγορές (κάτω του 25%) συνηγορούσαν υπέρ της απουσίας κάθετων επιπτώσεων εκ της εν λόγω συγκέντρωσης. Βλ. τέλος και απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.4723, ENI/EXXON MOBIL, σημείο 30.

⁶²⁷ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση μη οριζόντιων συγκεντρώσεων, παρ. 23-26.

προμηθευτής ενός ανταγωνιστή που δραστηριοποιείται σε αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας, μια εταιρία ενδέχεται να αποκτήσει κρίσιμες πληροφορίες, οι οποίες θα της επιτρέψουν να εφαρμόσει λιγότερο επιθετική τιμολογιακή πολιτική στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας εις βάρος των καταναλωτών. Ενδέχεται, επίσης, να θέσει τους ανταγωνιστές της σε ανταγωνιστικά μειονεκτική θέση, αποθαρρύνοντας με τον τρόπο αυτό την είσοδο ή την επέκτασή τους στην αγορά⁶²⁸.

553. Εξάλλου, συντονισμένα αποτελέσματα προκύπτουν όταν η συγκέντρωση μεταβάλλει τη φύση του ανταγωνισμού κατά τρόπο ώστε να αυξάνεται σημαντικά η πιθανότητα να συντονίζονται στο εξής τη συμπεριφορά τους επιχειρήσεις που δεν το έπρατταν προηγουμένως, προκειμένου να αυξήσουν τις τιμές ή να παρεμποδίσουν με οποιονδήποτε άλλο τρόπο τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό. Η συγκέντρωση ενδέχεται, επίσης, να καταστήσει τον συντονισμό ευκολότερο, πιο σταθερό ή πιο αποτελεσματικό για επιχειρήσεις, οι οποίες συντόνιζαν τη συμπεριφορά τους πριν από τη συγκέντρωση.

554. Αμέσως κατωτέρω αναλύονται οι επιπτώσεις μη συντονισμένης και συντονισμένης συμπεριφοράς που ενδέχεται να προκαλεί μία μη οριζόντια συγκέντρωση:

VI.2 ΚΑΘΕΤΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΜΗ ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΕΝΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ

555. Όπως προαναφέρθηκε, μία συγκέντρωση θεωρείται ότι έχει ως αποτέλεσμα τον αποκλεισμό από την αγορά όταν η πρόσβαση πραγματικών ή δυνητικών ανταγωνιστών σε προμήθειες ή αγορές εμποδίζεται ή καταργείται λόγω της συγκέντρωσης, μειώνοντας με τον τρόπο αυτό την ικανότητα και τα κίνητρα των εν λόγω εταιριών να ανταγωνιστούν η μία την άλλη. Ο εν λόγω αποκλεισμός από την αγορά ενδέχεται να αποθαρρύνει την είσοδο ή την επέκταση των ανταγωνιστών στην αγορά ή να ενθαρρύνει την έξοδό τους από αυτήν. Έτσι, αποκλεισμός από την αγορά μπορεί να διαπιστωθεί ακόμη και αν οι αποκλεισμένοι ανταγωνιστές δεν εξαναγκάζονται σε έξοδο από την αγορά: αρκεί το γεγονός ότι οι ανταγωνιστές περιέρχονται σε μειονεκτική θέση και, ως εκ τούτου, ασκούν λιγότερο αποτελεσματικό ανταγωνισμό. Ο εν λόγω αποκλεισμός θεωρείται επιζήμιος για τον ανταγωνισμό εάν οι συμμετέχουσες εταιρίες, και ενδεχομένως και μερικοί από τους ανταγωνιστές τους, αποκτούν έτσι τη δυνατότητα να αυξήσουν επικερδώς τις τιμές που χρεώνουν στους καταναλωτές.

556. Διακρίνονται δύο μορφές αποκλεισμού, ο αποκλεισμός από τις εισροές και ο αποκλεισμός από την πρόσβαση σε πελάτες. Ειδικότερα:

VI.2.1 Αποκλεισμός πρόσβασης σε εισροές

557. Αποκλεισμός πρόσβασης σε εισροές υφίσταται όταν, μετά τη συγκέντρωση, η νέα επιχείρηση ενδέχεται να περιορίσει την πρόσβαση στα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που θα παρείχε εάν δεν είχε πραγματοποιηθεί η συγκέντρωση, αυξάνοντας με τον τρόπο αυτό το κόστος των ανταγωνιστών που δραστηριοποιούνται στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας και δυσχεραίνοντας γι' αυτούς την προμήθεια εισροών υπό παρεμφερείς τιμές και συνθήκες με εκείνες που ίσχυαν προ της συγκέντρωσης⁶²⁹. Ο αποκλεισμός

⁶²⁸ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση μη οριζόντιων συγκεντρώσεων, παρ. 78 (και νομολογία στην οποία παραπέμπει).

⁶²⁹ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση μη οριζόντιων συγκεντρώσεων, παρ. 29-31. Βλ. και απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.469, MSG Media Service, παρ. 84.

ανταγωνιστών ενδέχεται να προσλάβει διάφορες μορφές. Η νέα οντότητα ενδέχεται να αποφασίσει να μη συναλλάσσεται με τους πραγματικούς ή δυνητικούς ανταγωνιστές στην κάθετη συναφή αγορά ή να περιορίσει τις προμήθειες ή/και να αυξήσει τις τιμές που χρεώνει όταν προμηθεύει ανταγωνιστές ή/και να καταστήσει με οποιονδήποτε τρόπο τους όρους εφοδιασμού λιγότερο ευνοϊκούς από εκείνους που θα ίσχυαν αν δεν είχε πραγματοποιηθεί η συγκέντρωση⁶³⁰.

558. Κατά την αξιολόγηση της πιθανότητας ενός επιζήμιου για τον ανταγωνισμό σεναρίου αποκλεισμού ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε εισροές, εξετάζονται η ικανότητα και το κίνητρο της νέας οντότητας να αποκλείσει την πρόσβαση σε εισροές και τυχόν σημαντικές δυσμενείς επιπτώσεις στον ανταγωνισμό λόγω του αποκλεισμού αυτού. Συγκεκριμένα:

α) Ως προς την ικανότητα της νέας οντότητας μετά τη συγκέντρωση να δημιουργήσει ουσιαστικά εμπόδια πρόσβασης σε εισροές

559. Ο αποκλεισμός ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε εισροές μπορεί να προκαλέσει προβλήματα ανταγωνισμού μόνο όταν αυτές είναι σημαντικές για την παραγωγή του τελικού προϊόντος της αγοράς επόμενης οικονομικής βαθμίδος^{631,632}. Εξάλλου, όπως προαναφέρθηκε, για να αποτελέσει πρόβλημα αυτός ο αποκλεισμός

⁶³⁰ Βλ. απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.4314, JOHNSON & JOHNSON / PFIZER CONSUMER HEALTHCARE, σημείο 126. Το γεγονός ότι ήταν ο μοναδικός προμηθευτής του ανταγωνιστή του στην κάθετη συναφή αγορά παρείχε κίνητρο αποκλεισμού ανταγωνιστών καθιστώντας δυσκολότερες τις προμήθειες σε αυτούς και οδηγώντας σε βλάβη των καταναλωτών. Ταυτόχρονα λήφθηκε υπόψη και η πρόσβαση σε ευαίσθητες πληροφορίες (π.χ. ως προς το κόστος παραγωγής, εκτιμήσεις ως προς τις πωλήσεις ανά χώρα και τη στρατηγική πωλήσεων) που θα αποκτούσε λόγω της συνεργασίας μεταξύ της ALZA και της GSK (διανομή των προϊόντων από την πρώτη στη δεύτερη) με αποτέλεσμα να μπορεί να καθορίσει την πολιτική τιμών και πωλήσεων αντίστοιχα με τη πολιτική του ανταγωνιστή (βλ. ιδίως σημεία 133-135). Βλ. επίσης αποφάσεις Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.4494, EVRAZ/HIGHVELD, σημεία 100-102, όπου έγινε δεκτό ότι το γεγονός ότι η παραγωγός εταιρία δεν δεσμευόταν με μακροχρόνιες συμβάσεις προμήθειας με τους ανταγωνιστές της στην κάθετη συναφή αγορά, μπορούσε να θεμελιώσει δυνατότητα εκ μέρους της νέας οντότητας μετά τη συγκέντρωση να μειώσει την παραγωγή της και τη διάθεση προς τις ανταγωνίστριες αυτές επιχειρήσεις αυξάνοντας τις πωλήσεις της στο εσωτερικό του ομίλου (ιδίως σημείο 102) και M.469-MSG Media service, παρ. 84, όπου κρίθηκε ότι οι μητρικές επιχειρήσεις Bertelsmann και Kirch, οι οποίες είχαν συστήσει την επιχείρηση MSG από κοινού με την Telekom, θα είχαν τη δυνατότητα να διαμορφώσουν τους όρους και τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες θα παρείχε υπηρεσίες η κοινή επιχείρηση MSG σε ανταγωνιστές των ως άνω μητρικών της, οι οποίες δραστηριοποιούνταν σε αγορά επόμενου σταδίου σε σχέση με την αγορά της κοινής επιχείρησης, και κυρίως τις τιμές που αυτή θα χρέωνε, ώστε να είναι ευνοϊκές ως προς τις μητρικές της και δυσμενείς ως προς τους ανταγωνιστές τους. Βλ. επίσης απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.490, Nordic Satellite Distribution, παρ.132,138-143. Στην υπόθεση αυτή, δύο εκ των πιο σημαντικών αγοραστών της επόμενης οικονομικής βαθμίδος δημιούργησαν μία κοινή επιχείρηση στην αγορά προηγούμενης βαθμίδος. Ερευνήθηκε η πιθανότητα διακριτικής μεταχείρισης έναντι των ανταγωνιστών της νέας οντότητας στην αγορά επόμενης βαθμίδος. Θεωρήθηκε ότι υπήρχε η συγκεκριμένη πιθανότητα κυρίως λόγω πρόσβασης σε μεγαλύτερη λόγω δεσμών πελατειακή βάση έναντι των ανταγωνιστών, οι ανταγωνιστές ήταν λίγοι, υπήρχαν εμπόδια εισόδου και έλλειψη δυνητικού ανταγωνισμού στην αγορά προηγούμενης βαθμίδος.

⁶³¹ Βλ. απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.1157, Skanska/Skancem, σημεία 94, 98-99, 132, 157-159. Στην υπόθεση αυτή το τσιμέντο αποτελούσε τη βασική πρώτη ύλη για το σκυρόδεμα και υπόλοιπα δομικά υλικά καταλαμβάνοντας περίπου π.χ. το 30% για τη παραγωγή ετοιμού σκυροδέματος. Η εξάρτηση από τη Scancem θα αυξανόταν λόγω του ότι ήταν η μεγαλύτερη εταιρία και καμία από τις ανταγωνίστριες δεν μπορούσε άμεσα να ανταποκριθεί στη ζήτηση. Θα μπορούσε έτσι να απειλήσει με μείωση προμηθειών κάποιον ανταγωνιστή της στην κάθετη συναφή αγορά και με αύξηση του κόστους των ανταγωνιστών (βλ. σημείο 135).

⁶³² Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση μη οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημεία 33-34.

ανταγωνιστών, πρέπει η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση που προκύπτει από τη συγκέντρωση να έχει σημαντική ισχύ στην αγορά προηγούμενης οικονομικής βαθμίδος. Μόνο έτσι μπορεί να αναμένεται ότι η συγκέντρωση θα επηρεάσει τόσο τους όρους ανταγωνισμού στην αγορά προηγούμενης οικονομικής βαθμίδος όσο και τις τιμές και τους όρους εφοδιασμού της αγοράς επόμενης οικονομικής βαθμίδος. Αυτό ενδέχεται να συμβεί όταν οι εναπομείναντες παραγωγοί στην αγορά προηγούμενης οικονομικής βαθμίδος προσφέρουν λιγότερο ελκυστικά προϊόντα⁶³³ ή δεν έχουν τη δυνατότητα να αυξήσουν την παραγωγή⁶³⁴ ως απάντηση στον περιορισμό της παραγωγής π.χ. διότι έχουν περιορισμένες παραγωγικές δυνατότητες.

560. Πάντως, στην περίπτωση που η νέα οντότητα αποφασίσει να προμηθεύεται το σύνολο ή σημαντικό ποσοστό των εισροών από το τμήμα της που δραστηριοποιείται στην αγορά προηγούμενης οικονομικής βαθμίδος, πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι ταυτόχρονα απελευθερώνεται παραγωγική δυνατότητα για τους εναπομείναντες προμηθευτές εισροών⁶³⁵.

561. Επιπροσθέτως, σε κάθε περίπτωση, κατά την αξιολόγηση της ικανότητας της νέας οντότητας να αποκλείσει τους ανταγωνιστές της από την πρόσβαση στις εισροές, θα πρέπει να εξετασθεί κατά πόσον υπάρχουν αποτελεσματικές και έγκαιρες αντισταθμιστικές στρατηγικές τις οποίες θα ήταν πιθανό να εφαρμόσουν οι αντίπαλες επιχειρήσεις. Στις εν λόγω αντισταθμιστικές στρατηγικές περιλαμβάνεται το ενδεχόμενο αλλαγής των διαδικασιών παραγωγής, ώστε να εξαρτώνται λιγότερο από τις εισροές που προμηθεύει η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση ή η στήριξη της εισόδου στην αγορά νέων προμηθευτών εισροών.

β) Ως προς το κίνητρο της νέας οντότητας μετά τη συγκέντρωση να δημιουργήσει ουσιαστικά εμπόδια πρόσβασης σε εισροές

562. Το κίνητρο αποκλεισμού εξαρτάται:

- i) από το βαθμό στον οποίο ο αποκλεισμός θα είναι επικερδής. Ουσιαστικά η νέα οντότητα βρίσκεται αντιμέτωπη με μία αντιστάθμιση μεταξύ του κέρδους που απώλεσε στην αγορά προηγούμενης βαθμίδος λόγω μείωσης των πωλήσεων εισροών σε πραγματικούς ή δυνητικούς ανταγωνιστές, και του κέρδους που αποκτά, βραχυπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα, από την αύξηση των πωλήσεων στην αγορά

⁶³³ Βλ. επίσης απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.4314, JOHNSON & JOHNSON / PFIZER CONSUMER HEALTHCARE, σημεία 127-128. Στην υπόθεση αυτή, έγινε δεκτή η ύπαρξη κινδύνου περιορισμού της παραγωγής, μείωσης της ποιότητας και αύξησης του κόστους εκ μέρους της ALZA, με αποτέλεσμα τον αποκλεισμό του ανταγωνιστή σε κάθετο επίπεδο.

⁶³⁴ Βλ. απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.1157, Skanska/Skancem, σημείο 138. Στην υπόθεση αυτή, θεωρήθηκε ότι οι ανταγωνιστές της Scancem δεν είχαν μεγάλα περιθώρια ελιγμών και αντίδρασης έναντι τυχόν αύξησης των τιμών, διότι το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής τους, άρα και η αποδοτικότητά τους εξαρτώνταν από τη Scancem (βλ. ιδίως σημεία 138-139). Βλ. επίσης απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.774, Saint Gobain/Wacker-Chemie/NOM, σημεία 194,196. Στην υπόθεση αυτή έγινε δεκτό ότι η περιορισμένη παραγωγική δυναμικότητα του ανταγωνιστή της νέας οντότητας λόγω των αναγκαίων επενδύσεων, στις οποίες έπρεπε να προβεί αυτός, προκειμένου να ανταγωνιστεί τη νέα οντότητα, καθιστούσε την τελευταία υποχρεωτικό συνέταιρο για τους πελάτες της (γεγονός που λήφθηκε υπόψη για τη θεμελίωση δεσπόζουσας θέσης της νέας οντότητας).

⁶³⁵ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση μη οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημεία 35-37.

επόμενης οικονομικής βαθμίδος ή/και από τη δυνατότητα αύξησης των τιμών για τους καταναλωτές⁶³⁶,

ii) από το βαθμό στον οποίο η ζήτηση στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας είναι πιθανό να εκτραπεί από αποκλεισμένους ανταγωνιστές, καθώς και από το μερίδιο της εν λόγω ζήτησης που μπορεί να κατακτήσει το τμήμα της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης το οποίο δραστηριοποιείται σε αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας, κάτι που συναρτάται με το εύρος της παραγωγικής ικανότητας της εν λόγω επιχείρησης και την υποκαταστασιμότητα μεταξύ των προϊόντων της νέας οντότητας και αυτών των αποκλεισθέντων ανταγωνιστών της. Οι συνέπειες στη ζήτηση στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας θα είναι δε εντονότερες εάν η επηρεαζόμενη εισροή αντιπροσωπεύει σημαντικό ποσοστό του κόστους παραγωγής των ανταγωνιστών που δραστηριοποιούνται στην αγορά της επόμενης οικονομικής βαθμίδος ή εάν η επηρεαζόμενη εισροή αποτελεί κρίσιμο εξάρτημα στο τελικό προϊόν της αγοράς επόμενης οικονομικής βαθμίδας.

iii) από το βαθμό στον οποίο μπορεί να αναμένεται ότι το τμήμα της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης που δραστηριοποιείται στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας θα ωφεληθεί από τα υψηλότερα επίπεδα τιμών στην αγορά αυτή, ως αποτέλεσμα μιας στρατηγικής αύξησης του κόστους των ανταγωνιστών. Όσο δε μεγαλύτερα είναι τα μερίδια αγοράς της νέας οντότητας στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδος τόσο μεγαλύτερη είναι η βάση πωλήσεων, στις οποίες θα απολαμβάνει αυξημένα περιθώρια κέρδους⁶³⁷. Ταυτόχρονα, ερευνάται και αν ο διανομέας ή οι διανομείς που ελέγχονται από τον προμηθευτή στην αγορά επόμενου σταδίου αποτελούσαν την κύρια πηγή προμήθειας των προϊόντων του τελευταίου⁶³⁸.

563. Πάντως, όταν η υιοθέτηση μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς από τη νέα επιχείρηση αποτελεί σημαντικό βήμα για τον αποκλεισμό από την αγορά, πρέπει να

⁶³⁶ Βλ. απόφαση ΠΕΚ Τ-210/01, General Electric κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σκ. 298-300. Στην υπόθεση αυτή, το Δικαστήριο θεώρησε ότι η νέα οντότητα θα είχε κίνητρο να περιορίσει τις προμήθειες στους ανταγωνιστές στην κάθετη συναφή αγορά, διότι ο εκκινητήρας ήταν μεν ουσιώδες στοιχείο για το επόμενο στάδιο παραγωγής, δηλαδή για την παραγωγή κινητήρα, εντούτοις ο εκκινητήρας αντιπροσώπευε ελάχιστο ποσοστό του κόστους του κινητήρα (0,2%), οπότε τα κέρδη που θα είχε η νέα οντότητα από το να πουλήσει το προϊόν αυτό σε ανταγωνιστές θα ήταν ελάχιστα σε σχέση με τα κέρδη που μπορούσε να αποκομίσει εάν αύξανε το μερίδιο αγοράς της στην κάθετη συναφή αγορά εις βάρος των εταιριών αυτών.

⁶³⁷ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση μη οριζόντιων συγκεντρώσεων, παρ. 40-43.

⁶³⁸ Βλ. απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής Μ.3943, SAINT-GOBAIN/BPB, σημείο 78. Στην υπόθεση αυτή θεωρήθηκε ότι, παρά το υψηλό μερίδιο αγοράς του προμηθευτή ύψους 80%, δεν υπήρχε κίνητρο εκ μέρους της νέας επιχείρησης να αυξήσει το κόστος των ανταγωνιστών, επειδή τα προϊόντα της κατευθύνονταν κυρίως προς άλλους διανομείς (80-90%) και όχι στην επιχείρηση που ήλεγχε σε κάθετο επίπεδο. Βλ. και απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής Μ.4389, WRL/BST, σημεία 27-29. Στην υπόθεση αυτή ο προμηθευτής BST κατείχε στη σχετική αγορά μερίδιο περίπου 50%, ενώ ο διανομέας (στη κάθετη αγορά) SCI κατείχε μερίδιο περίπου 15-20% και οι ανταγωνιστές της μερίδια μεγαλύτερα, περίπου 20-25% (βλ. σημεία 23-24). Η Επιτροπή διαπίστωσε ότι δεν υπήρχε κίνητρο αποκλεισμού ανταγωνιστών στην κάθετη αγορά εκ μέρους της νέας επιχείρησης, διότι ακόμα και αν η νέα επιχείρηση αποφάσιζε να προμηθεύεται προϊόντα μόνο από την BST, ωστόσο, πάνω από το 50-70% της παραγωγής της BST θα έμενε ελεύθερο για τους ανταγωνιστές, ενώ οι ανταγωνιστές της SCI απορροφούσαν μεγάλο μέρος της παραγωγής της BST (βλ. σημείο 28). Επομένως, κάθε προσπάθεια αποκλεισμού των ανταγωνιστών δεν θα ήταν παραγωγική.

εξετάζονται τόσο τα κίνητρα για την υιοθέτηση της εν λόγω συμπεριφοράς όσο και οι παράγοντες που ενδέχεται να μειώσουν, ή ακόμη και να καταργήσουν, τα εν λόγω κίνητρα^{639, 640}.

γ) Ως προς τις σημαντικές δυσμενείς επιπτώσεις στον ανταγωνισμό στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας που τυχόν θα έχει μία στρατηγική αποκλεισμού από την αγορά

564. Ο αποτελεσματικός ανταγωνισμός ενδέχεται να παρακωλύεται σημαντικά:

i) όταν μια κάθετη συγκέντρωση επιτρέπει στα συμμετέχοντα στη συγκέντρωση μέρη να αυξήσουν το κόστος των ανταγωνιστών που δραστηριοποιούνται στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας, ασκώντας έτσι στις τιμές πωλήσεών τους πιέσεις προς τα πάνω. Όσο δε μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των αποκλειόμενων από την αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας ανταγωνιστών τόσο πιθανότερο είναι η συγκέντρωση να έχει ως αποτέλεσμα σημαντική αύξηση των τιμών στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας και ως εκ τούτου, να παρακωλύσει σημαντικά τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό σε αυτήν.

ii) όταν λόγω της συγκέντρωσης αυξάνονται τα εμπόδια εισόδου στην αγορά για τους δυνητικούς ανταγωνιστές, δεδομένου ότι το απλό ενδεχόμενο η νέα επιχείρηση να εφαρμόσει μία στρατηγική αποκλεισμού μετά τη συγκέντρωση ενδέχεται να λειτουργήσει έντονα αποτρεπτικά για τους (δυνητικά) εισερχόμενους στην αγορά⁶⁴¹.

⁶³⁹ Βλ. απόφαση ΠΕΚ Τ-5/02 και απόφαση ΔΕΚ C-12/03 Ρ, Επιτροπή κατά Tetra Laval, σκ. 77-89. Στην υπόθεση αυτή, η Επιτροπή κατέληξε ότι ήταν πιθανό να εκδηλωθούν αντιαγωνιστικές πρακτικές εκ μέρους της νέας οντότητας και άρα ενίσχυση της δεσπόζουσας θέσης της στη σχετική αγορά (βλ. σκ. 78). Το Γενικό Δικαστήριο (τότε ΠΕΚ) έκρινε ότι η Επιτροπή είχε σφάλει, διότι δεν είχε λάβει υπόψη της τον παράνομο χαρακτήρα (ως αντίθετο με το άρθρο 102 της ΣΛΑΕ) των αντιαγωνιστικών πρακτικών που ενδεχομένως θα ακολουθούσε η νέα οντότητα (βλ. ιδίως σημείο 78). Ωστόσο, το ΔΕΚ δέχθηκε καταρχήν ότι θα ήταν αντίθετο προς τον προληπτικό σκοπό της νομοθεσίας περί συγκεντρώσεων, να ερευνά η Επιτροπή κατά την εξέταση οιασδήποτε συγκέντρωσης με εξαντλητικό τρόπο το ζήτημα του παράνομου ή μη χαρακτήρα (βλ. σκ. 75-77). Επίσης, δέχθηκε ότι, στη συγκεκριμένη υπόθεση, η δομή της αγοράς θα επηρεαζόταν όχι ευθέως από την υπό κρίσιν συγκέντρωση, αλλά μόνο από την άσκηση από την ίδια την οντότητα της καταχρηστικής συμπεριφοράς, επομένως δεν ήταν πολύ πιθανή η εκδήλωση της συγκεκριμένης συμπεριφοράς (βλ. ιδίως σκ. 84). Περαιτέρω, το ΔΕΚ δέχθηκε ότι κατά τη στάθμιση της πιθανότητας ή μη εκδήλωσης μίας παράνομης συμπεριφοράς εκ μέρους της νέας οντότητας θα πρέπει να συνυπολογίζεται και η προσφορά εκ μέρους της δεσμεύσεων, ανεξαρτήτως εάν πρόκειται για δεσμεύσεις συμπεριφοράς ή διαρθρωτικού χαρακτήρα (βλ. ιδίως σκ. 85-86). Βλ. επίσης απόφαση ΠΕΚ Τ-210/01, σημεία 305-312, όπου το Γενικό Δικαστήριο δέχθηκε ότι η Επιτροπή δεν έλαβε, ως όφειλε, υπόψη της τον παράνομο χαρακτήρα μίας τυχόν γενικής άρνησης πώλησης ουσιωδών για την κάθετη συναφή αγορά συστατικών που θα συνιστούσε προφανή περίπτωση κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης.

⁶⁴⁰ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση μη οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημεία 68-71.

⁶⁴¹ Βλ. απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής Μ.1157, Skanska/Skancem, ό.π., σημείο 83. Στην υπόθεση αυτή, το απαγορευτικό κόστος εισόδου στην αγορά παραγωγής τσιμέντου (πολλαπλές επενδύσεις, προσφερόμενες τιμές πολύ χαμηλότερες από τη Scancem σε σύγκριση με τις τιμές του ανταγωνιστή Embra, σταθερά μερίδια αγοράς και εδραιωμένη παραγωγική δυνατότητα της Scancem) καθιστούσε απίθανη την είσοδο στο προσεχές μέλλον (βλ. ιδίως σημεία 86-87). Ταυτόχρονα, στην κάθετη συναφή αγορά του σκυροδέματος υπήρχαν εμπόδια εισόδου, όπως ο έλεγχος που ασκούσε στο τσιμέντο η Skanska, η πλεονάζουσα παραγωγική δυναμικότητα στη σουηδική αγορά, αλλά και το γεγονός ότι στο παρελθόν υπήρξαν αποχωρήσεις εταιριών από το κλάδο (βλ. ιδίως σημεία 140-141). Βλ. επίσης αποφάσεις Ευρωπαϊκής Επιτροπής Μ.4314, JOHNSON & JOHNSON / PFIZER CONSUMER HEALTHCARE, σημείο 130, όπου έγινε δεκτό ότι δεν υπήρχε πιθανότητα δυνητικού ή και πραγματικού άμεσου ανταγωνισμού λόγω των υφιστάμενων συμβάσεων αποκλειστικότητας και Μ.4494, EVRAZ/HIGHVELD, σημεία 114-115, όπου έγινε δεκτό ότι, μετά τη συγκέντρωση, η νέα οντότητα θα είχε το κίνητρο να ακολουθήσει στρατηγική αποκλεισμού επηρεάζοντας αρνητικά τον

565. Ωστόσο, εάν παραμένουν επαρκείς αξιόπιστοι ανταγωνιστές στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας, των οποίων το κόστος παραγωγής δεν είναι πιθανό να αυξηθεί π.χ. επειδή είναι κάθετα ολοκληρωμένοι ή είναι σε θέση να στραφούν σε κατάλληλες εναλλακτικές εισροές, ο ανταγωνισμός από τις επιχειρήσεις αυτές ενδέχεται να ασκεί πιέσεις στη νέα επιχείρηση και, επομένως, να αποτρέψει την αύξηση των τιμών της σε επίπεδα άνω των υφιστάμενων προ της συγκέντρωσης⁶⁴².

566. Οι συνέπειες για τον ανταγωνισμό στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας πρέπει επίσης να αξιολογηθούν υπό το πρίσμα αντισταθμιστικών παραγόντων, όπως η ύπαρξη αντισταθμιστικής διαπραγματευτικής δύναμης των αγοραστών, καθώς δεν μπορεί να προκύψει δεσπόζουσα θέση ή ενίσχυσή της εάν ο προμηθευτής εξαρτάται από τους ισχυρούς πελάτες του⁶⁴³, ή το ενδεχόμενο η είσοδος στην αγορά προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας να διατηρήσει αποτελεσματικό ανταγωνισμό.

VI.2.2 Αποκλεισμός ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε πελάτες

567. Αποκλεισμός ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε πελάτες ενδέχεται να προκύψει όταν ένας προμηθευτής προβαίνει σε συγκέντρωση με ένα σημαντικό πελάτη στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας. Η νέα οντότητα μπορεί να αποκλείσει την πρόσβαση σε επαρκή βάση πελατών στους πραγματικούς ή δυνητικούς ανταγωνιστές της προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας (την αγορά εισροών) και να μειώσει την ικανότητα ή τα κίνητρά τους να ανταγωνιστούν, αυξάνοντας παράλληλα το κόστος ανταγωνιστών της αγοράς επόμενης βαθμίδας και δυσκολεύοντάς τους να αποκτήσουν εισροές υπό παρεμφερείς τιμές και όρους που θα ίσχυαν εάν δεν είχε πραγματοποιηθεί η συγκέντρωση.

568. Κατ' αντιστοιχία με την αξιολόγηση του ενδεχομένου αποκλεισμού από εισροές, κατά την αξιολόγηση της πιθανότητας ενός επιζήμιου για τον ανταγωνισμό σεναρίου αποκλεισμού ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε πελάτες, εξετάζονται η ικανότητα και

ανταγωνισμό στη σχετική αγορά, καθώς θα προμήθευε πλέον επιχειρήσεις σε κάθετο επίπεδο (Treibacher, Vanady Tula) που αντιπροσώπευαν συνολικά το 50-60% της σχετικής παραγωγής. Επιπλέον, λήφθηκε υπόψη η περιορισμένη δυνατότητα εξαγωγών από τη Κίνα, οι οποίες θεωρήθηκε ότι δεν συνιστούσαν επαρκές ανταγωνιστικό αντιστάθμισμα για τη νέα οντότητα.

⁶⁴² Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση μη οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημεία 49-50.

⁶⁴³ Βλ. απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.1157, Skanska/Skancem, ό.π., σημεία 89-90. Στην υπόθεση αυτή κρίθηκε, μεταξύ άλλων, ότι η Scancem κατείχε δεσπόζουσα θέση, διότι όλοι οι πελάτες τσιμέντου αγόραζαν πολύ υψηλό ποσοστό των συνολικών τους αναγκών σε τσιμέντο από αυτή, οι περισσότεροι δε πελάτες δεν θεωρούσαν επαρκή εναλλακτική λύση την Embra, παρά μόνο συμπληρωματική. Παράλληλα, η Skanska που συμμετείχε στη συγκέντρωση αποτελούσε σε ποσότητα το μεγαλύτερο πελάτη της Scancem. Βλ. επίσης απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.1915, The Post Office/TPG/SPPL, σημεία 85-98. Στην υπόθεση αυτή, ερευνήθηκε εάν η προμηθεύτρια εταιρία της προηγούμενης βαθμίδας μπορούσε να διακρίνει υπέρ της κοινής επιχείρησης, στην οποία μετείχε, στην αγορά επόμενης βαθμίδας. Έγινε δεκτό ότι δεν μπορούσε κυρίως διότι υπήρχαν αρκετές εναλλακτικές λύσεις στην αγορά προηγούμενης βαθμίδας, οι αγοραστές-πελάτες μπορούσαν εύκολα να μεταστραφούν προς αυτές, υπήρχε διαφάνεια στην αγορά επόμενης βαθμίδας που καθιστούσε εύκολα αντιληπτή τυχόν διακριτική μεταχείριση και το νομοθετικό πλαίσιο αποθάρρυνε τη μεταχείριση αυτή. Αντίθετα, σε άλλη σχετική αγορά, έγινε δεκτό ότι η διακριτική μεταχείριση εκ μέρους της νέας επιχείρησης ήταν εφικτή κυρίως διότι η νέα οντότητα είχε μεγάλα μερίδια αγοράς, αποκτούσε τον πιο δυναμικό ανταγωνιστή στην αγορά προηγούμενης βαθμίδας, υπήρχαν εμπόδια εισόδου λόγω της κάθετης ολοκλήρωσης των ανταγωνιστών και, ως εκ τούτου, πρόσβασης σε πλεονεκτικές προσφορές, καθώς και λόγω της μη ύπαρξης διαφάνειας στην αγορά επόμενης βαθμίδας καθιστώντας την όποια διακριτική μεταχείριση μη εύκολα αντιληπτή (βλ. σημεία 101-121).

το κίνητρο της νέας οντότητας να αποκλείσει την πρόσβαση σε πελάτες, καθώς και τυχόν σημαντικές δυσμενείς επιπτώσεις αυτού του αποκλεισμού για τους καταναλωτές στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας. Ειδικότερα:

α) Ως προς την ικανότητα της νέας οντότητας μετά τη συγκέντρωση να δημιουργήσει εμπόδια πρόσβασης σε αγορές επόμενης οικονομικής βαθμίδας μειώνοντας τις προμήθειές της από τους ανταγωνιστές στην αγορά προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας

569. Ο αποκλεισμός από την πρόσβαση σε πελάτες μπορεί να λάβει διάφορες μορφές. Η νέα οντότητα δύναται να αποφασίσει να προμηθευτεί το σύνολο των απαιτούμενων προϊόντων από το τμήμα της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης που δραστηριοποιείται στην αγορά προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας και, ως εκ τούτου, να σταματήσει να αγοράζει από τους ανταγωνιστές στην αγορά αυτή. Επίσης, δύναται να μειώσει τις αγορές της από ανταγωνιστές της αγοράς προηγούμενης βαθμίδας ή να αγοράζει από αυτούς τους ανταγωνιστές με λιγότερο ευνοϊκούς όρους⁶⁴⁴. Κατά την αξιολόγηση της ικανότητας της νέας οντότητας να δημιουργήσει εμπόδια πρόσβασης σε αγορές επόμενης οικονομικής βαθμίδας, εξετάζεται εάν υπάρχουν επαρκείς εναλλακτικές δυνατότητες στην αγορά επόμενης βαθμίδας, ώστε οι πραγματικοί ή δυνητικοί ανταγωνιστές που δραστηριοποιούνται στην αγορά προηγούμενης βαθμίδας να μπορούν να πωλήσουν τη παραγωγή τους. Για να αποτελεί πρόβλημα ο αποκλεισμός ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε πελάτες, πρέπει η κάθετη συγκέντρωση να αφορά εταιρία που αποτελεί σημαντικό πελάτη με μεγάλη ισχύ στην αγορά επόμενης βαθμίδας⁶⁴⁵. Εάν, αντιθέτως, υπάρχει επαρκώς μεγάλη βάση πελατών, στο παρόν ή στο μέλλον, οι οποίοι είναι πιθανό να στραφούν σε ανεξάρτητους προμηθευτές, δεν είναι πιθανό να εγείρονται προβλήματα ανταγωνισμού για τον λόγο αυτό. Η ύπαρξη αποκλειστικών συμβάσεων μεταξύ της επιχείρησης που προκύπτει από τη συγκέντρωση και άλλων επιχειρήσεων επόμενης οικονομικής βαθμίδας ενδέχεται να περιορίσει την ικανότητα αντιπάλων προηγούμενου σταδίου να επιτύχουν επαρκή όγκο πωλήσεων⁶⁴⁶.

570. Εξάλλου, ο αποκλεισμός ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε πελάτες μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα υψηλότερες τιμές εισροών, όταν οι ανταγωνιστές που δραστηριοποιούνται στην αγορά προηγούμενης βαθμίδας λειτουργούν κοντά στην

⁶⁴⁴ Βλ. απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.1683, The Coca-Cola Company/Kar-Tess Group, παρ.32-37. Στην υπόθεση αυτή έγινε δεκτό ότι μία σημαντική επιχείρηση από απόψεως κύκλου εργασιών στην αγορά επόμενης βαθμίδας (η Coca-Cola) θα είχε κίνητρο να κατευθύνει τις αγορές των πελατών της σε συγκεκριμένη εταιρία στην αγορά προηγούμενης βαθμίδας (Frigoglass) λόγω της μετοχικής σχέσης (20%) που τη συνέδεε με την τελευταία εταιρία, με αποτέλεσμα τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών της Frigoglass από αρκετά μεγάλο κύκλο πελατών. Βλ. επίσης, απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.4389, WLR / BST, σημεία 33-35. Στην υπόθεση αυτή έγινε δεκτό ότι η νέα οντότητα δεν θα μπορούσε να στερήσει τους ανταγωνιστές της αγοράς της προηγούμενης βαθμίδας από τους πελάτες τους σε σημαντικό βαθμό, διότι μόνο ένας εξ αυτών εξαρτιόταν σε ποσοστό πάνω από 10% ως προς τον κύκλο εργασιών του από τη νέα οντότητα (βλ. σημείο 33). Ταυτόχρονα, οι ανταγωνιστές της BST ήταν μεγάλοι και μπορούσαν να αντεπεξέλθουν σε μία ξαφνική μείωση πωλήσεων δίχως να οδηγηθούν σε οικονομικές δυσκολίες. Επίσης, οι αγορές από την SCI αντιπροσώπευαν ποσοστό μόλις περίπου 20% της συνολικής ζήτησης των εν λόγω προϊόντων, επομένως σε μία αγορά που βρισκόταν σε διαρκή ανάπτυξη (κατ' έτος περίπου 5%) θα υπήρχε πάντοτε επαρκής πελατεία για τους ανταγωνιστές της BST (που ήταν αρκετοί).

⁶⁴⁵ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση μη οριζόντιων συγκεντρώσεων, παρ. 58, 60-61.

⁶⁴⁶ Ibid., υποσημείωση 61 (βλ. και παρ. 61).

ελάχιστη αποδοτική κλίμακά τους. Εάν, επίσης, υπάρχουν οικονομίες κλίμακος ή φάσματος, ο αποκλεισμός ανταγωνιστών ενδέχεται να καταστήσει την είσοδο στην αγορά προηγούμενης βαθμίδας λιγότερο ελκυστική μειώνοντας σημαντικά τις προοπτικές εσόδων για τους δυνητικά εισερχόμενους.

571. Πάντως, κατά την αξιολόγηση, εξετάζεται παράλληλα εάν οι αντίπαλες επιχειρήσεις έχουν αναπτύξει αποτελεσματικές και έγκαιρες αντισταθμιστικές στρατηγικές, μακροπρόθεσμα βιώσιμες, όπως για παράδειγμα το ενδεχόμενο οι ανταγωνιστές της προηγούμενης βαθμίδας να αποφασίσουν να εφαρμόσουν πιο επιθετική τιμολογιακή πολιτική για τη διατήρηση των επιπέδων πωλήσεων στην αγορά επόμενης βαθμίδας, προκειμένου να μετριασθούν οι συνέπειες του αποκλεισμού⁶⁴⁷.

β) Ως προς το κίνητρο της νέας οντότητας μετά τη συγκέντρωση να μειώσει τις προμήθειές της στην αγορά προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας

572. Το κίνητρο αποκλεισμού ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε πελάτες εξαρτάται από το κατά πόσον αυτός ο αποκλεισμός θα είναι επικερδής. Είναι δε μεγαλύτερο όσο περισσότερο αναμένεται ότι το τμήμα της καθετοποιημένης επιχείρησης που δραστηριοποιείται στις αγορές προηγούμενης ή/και επόμενης βαθμίδας θα επωφεληθεί από τα υψηλότερα επίπεδα τιμών στις αγορές αυτές ως αποτέλεσμα της στρατηγικής αποκλεισμού. Όσο δε μεγαλύτερο είναι το μερίδιο αγοράς της καθετοποιημένης επιχείρησης στην αγορά επόμενης βαθμίδας τόσο ευρύτερη είναι η βάση πωλήσεων, επί της οποίας θα επωφεληθεί από αυξημένα περιθώρια κέρδους.

573. Πάντως, σ' αυτό το πλαίσιο πρέπει να εξετάζονται, εκτός από τα κίνητρα για την υιοθέτηση της εν λόγω συμπεριφοράς, και οι παράγοντες που ενδέχεται να μειώσουν, ή ακόμη και να καταργήσουν, τα εν λόγω κίνητρα, συμπεριλαμβανομένου του ενδεχομένου να είναι η συμπεριφορά παράνομη.

γ) Ως προς τις σημαντικές δυσμενείς επιπτώσεις για τους καταναλωτές στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας που επηρεάζεται από μια στρατηγική αποκλεισμού από την αγορά

574. Αποκλείοντας την ανταγωνιστική πρόσβαση σε σημαντική βάση πελατών για τα προϊόντα των ανταγωνιστών που δραστηριοποιούνται στην αγορά προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας και τίθενται εκτός αγοράς, η συγκέντρωση ενδέχεται να μειώσει την ικανότητά τους να ασκήσουν ανταγωνισμό στο εγγύς μέλλον⁶⁴⁸. Ως εκ τούτου, οι ανταγωνιστές που δραστηριοποιούνται στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας είναι πιθανό να αποκτήσουν ανταγωνιστικό μειονέκτημα, για παράδειγμα υπό μορφή αυξημένου κόστους εισροών. Με τη σειρά του, το γεγονός αυτό ενδέχεται να επιτρέψει

⁶⁴⁷ Ibid., παρ. 62-67.

⁶⁴⁸ Βλ. απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.553, RTL/Veronica/Endemol, παρ. 98-105. Στην υπόθεση αυτή έγινε δεκτό ότι ο δεσπόζων προμηθευτής της αγοράς προηγούμενης βαθμίδας θα αποκτούσε λόγω της συγκέντρωσης συμμετοχή περίπου 23% σε κοινή επιχείρηση της αγοράς επόμενης βαθμίδας (HMG), η οποία θα είχε στη διάθεσή της το 40% των πωλήσεων της αγοράς επόμενης βαθμίδας. Η συμμετοχή αυτή (23%) θεωρήθηκε στρατηγική και όχι μόνο οικονομική. Έχοντας διασφαλίσει μία τόσο ευρεία πελατειακή βάση, ο δεσπόζων προμηθευτής μπορούσε ταυτόχρονα να αποκλείσει την πρόσβαση των ανταγωνιστών του (στην αγορά προηγούμενης βαθμίδας) στην πελατειακή βάση της HMG τόσο μέσω αποκλειστικότητας όσο και μέσω επιρροής (λόγω μετοχικού δεσμού) στην κοινή επιχείρηση (HMG). Η συγκέντρωση εγκρίθηκε, αφού ο εν λόγω προμηθευτής ανέλαβε την δέσμευση να παραιτηθεί από την συμμετοχή του στην κοινή επιχείρηση.

στη νέα οντότητα να αυξήσει επικερδώς τις τιμές ή να μειώσει τη συνολική παραγωγή στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας.

575. Η συγκέντρωση ενδέχεται να παρεμποδίζει σημαντικά τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό στην αγορά προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας μόνον όταν ένα αρκετά μεγάλο μερίδιο της παραγωγής στην αγορά αυτή επηρεάζεται από τη μείωση εσόδων που προκύπτει από την κάθετη συγκέντρωση. Εάν παραμένουν ανταγωνιστές που δραστηριοποιούνται στην αγορά προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας οι οποίοι δεν επηρεάζονται, ο ανταγωνισμός από τις εν λόγω επιχειρήσεις ενδέχεται να επαρκεί για την αποφυγή της αύξησης των τιμών στην αγορά αυτή και, κατ' επέκταση, στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας.

576. Πάντως, οι συνέπειες για τον ανταγωνισμό πρέπει να αξιολογηθούν υπό το πρίσμα αντισταθμιστικών παραγόντων, όπως η παρουσία αγοραστών με διαπραγματευτική δύναμη ή το ενδεχόμενο η είσοδος νέων εταιριών να διατηρήσει αποτελεσματικό ανταγωνισμό στις αγορές προηγούμενης ή επόμενης οικονομικής βαθμίδας. Επιπλέον, οι συνέπειες για τον ανταγωνισμό πρέπει να αξιολογηθούν υπό το πρίσμα των αποτελεσματικοτήτων που τεκμηριώνονται από τα συμμετέχοντα στη συγκέντρωση μέρη.

VI.3 ΚΑΘΕΤΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΕΝΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ

577. Μια κάθετη συγκέντρωση ενδέχεται να διευκολύνει τις επιχειρήσεις στις αγορές προηγούμενης ή επόμενης βαθμίδας να συμφωνήσουν στους όρους συντονισμού. Για παράδειγμα, όταν μία κάθετη συγκέντρωση συνεπάγεται αποκλεισμό από την αγορά οδηγεί στη μείωση του αριθμού των αποτελεσματικών ανταγωνιστών. Εξάλλου, οι κάθετες συγκεντρώσεις ενδέχεται να αυξήσουν το βαθμό συμμετρίας μεταξύ των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην αγορά. Ομοίως, η κάθετη ολοκλήρωση ενδέχεται να αυξήσει το επίπεδο διαφάνειας στην αγορά διευκολύνοντας το συντονισμό μεταξύ των επιχειρήσεων που έχουν απομείνει στην αγορά^{649,650}.

578. Για να είναι βιώσιμος ο συντονισμός πρέπει να πληρούνται τρεις βασικές προϋποθέσεις⁶⁵¹:

- i) Οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι σε θέση να ελέγχουν σε επαρκή βαθμό την τήρηση των όρων του συντονισμού, αυξάνοντας για παράδειγμα το επίπεδο διαφάνειας της αγοράς μεταξύ τους μέσω της πρόσβασης σε ευαίσθητες πληροφορίες που αφορούν ανταγωνιστές ή διευκολύνοντας την παρακολούθηση των τιμών. Πρόβλημα αύξησης της διαφάνειας της αγοράς ενδέχεται να ανακύψει εάν το επίπεδο διαφάνειας είναι μεγαλύτερο στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας από ό,τι στην αγορά προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας π.χ. όταν οι τιμές για τους τελικούς καταναλωτές είναι δημόσια γνωστές, ενώ οι συναλλαγές στην ενδιάμεση αγορά είναι εμπιστευτικές. Η κάθετη ολοκλήρωση ενδέχεται να παράσχει στους παραγωγούς που δραστηριοποιούνται στην αγορά προηγούμενης βαθμίδας τον έλεγχο επί των τελικών τιμών επιτρέποντας με τον τρόπο αυτό να

⁶⁴⁹ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση μη οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημεία 82-84.

⁶⁵⁰ Βλ. σχετικά και απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.3314, Air Liquide/Messer.

⁶⁵¹ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση μη οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημείο 81.

παρακολουθούν τις παρεκκλίσεις αποτελεσματικότερα.

- ii) Πρέπει να υπάρχουν αξιόπιστοι αποτρεπτικοί μηχανισμοί που μπορούν να ενεργοποιηθούν σε περίπτωση παρέκκλισης. Για παράδειγμα, μια κάθετα ολοκληρωμένη εταιρία ενδέχεται να είναι σε θέση να επιβάλει αποτελεσματικότερα κυρώσεις σε αντίπαλες εταιρίες που επιλέγουν να παρεκκλίνουν από τους όρους συντονισμού, επειδή είναι κρίσιμος πελάτης ή προμηθευτής τους⁶⁵².
- iii) Οι αντιδράσεις τρίτων, όπως υφισταμένων και μελλοντικών ανταγωνιστών που δεν συμμετέχουν στον συντονισμό, καθώς και πελατών, δεν θα πρέπει να είναι ικανές να θέσουν σε κίνδυνο τα προσδοκώμενα αποτελέσματα του συντονισμού.

VI.4 ΣΧΕΤΙΚΕΣ - ΕΠΗΡΕΑΖΟΜΕΝΕΣ ΚΑΘΕΤΕΣ ΑΓΟΡΕΣ - ΜΕΓΕΘΟΣ ΚΑΙ ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΩΝ

579. Κατά τα γνωστοποιούντα μέρη, οι σχετικές αγορές που αφορά η εν λόγω συγκέντρωση επιχειρήσεων, στις οποίες οι ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ έχουν σχέση πραγματικού ή δυνητικού πελάτη-προμηθευτή, είναι οι εξής:

- i. Αγορά ταχείας/μαζικής εστίασης, για την οποία, όμως, τα γνωστοποιούντα μέρη υποστηρίζουν ότι υφίσταται μερική εναλλαξιμότητα με τα καταστήματα καφέ-ζαχαροπλαστέων, στα οποία προσφέρονται ορισμένα είδη κρύου, ιδίως, φαγητού, καθώς και με τις παραδοσιακές ταβέρνες, όπως και με τα εστιατόρια «casual dining».
- ii. Αγορά καφέ-ζαχαροπλαστέων, όπως αναφέρεται ανωτέρω.
- iii. Αγορά βιομηχανικού και αεροπορικού catering⁶⁵³.

580. Σύμφωνα με τις αποφάσεις ΕΑ 314/V/2006, 515/VI/2011 και 598/2014, οι σχετικές αγορές στην εν λόγω συγκέντρωση επιχειρήσεων είναι οι εξής:

- i. Αγορά ταχείας/μαζικής εστίασης και εκμετάλλευσης εστιατορίων «casual dining».
Οι επιχειρήσεις ταχείας εστίασης μπορούν να διακριθούν περαιτέρω σε κατηγορίες, αναλόγως του τύπου των καταστημάτων που λειτουργούν και των βασικών κατηγοριών προϊόντων που προσφέρουν, όπως: (α) Επιχειρήσεις ταχείας εστίασης, με κύριο μενού προϊόντα με βάση τα burger (fast-food), (β) Επιχειρήσεις πώλησης πίτσας, (γ) Επιχειρήσεις παροχής γευμάτων με παραδοσιακές γεύσεις όπως σουβλάκι, γύρο κ.λπ., (δ) Επιχειρήσεις παροχής

⁶⁵² Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση μη οριζόντιων συγκεντρώσεων, ό.π., παρ. 88.

⁶⁵³ Για την υπο-αγορά αεροπορικού catering, τα μέρη θεωρούν ότι είναι ορθότερο να γίνει δεκτό ότι περιορίζεται στις υπηρεσίες σίτισης επιβατών αεροπορικών πτήσεων, δεδομένου ότι για την παρουσία σε αυτή απαιτούνται ειδικές άδειες, εν αντιθέσει με την τροφοδοσία των κυλικίων και εστιατορίων που βρίσκονται εντός των αεροδρομίων της χώρας. Επιπλέον, σύμφωνα με τη ΔΕΛΤΑ «... ο κλάδος εκμετάλλευσης χώρων εστίασης εντός αεροδρομίων δεν αποτελεί χωριστή αγορά σε σχέση με την αγορά μαζικής/ ταχείας εστίασης, βάσει των αρχών του δικαίου ανταγωνισμού, δεδομένου ότι πρόκειται για την παροχή της ίδιας φύσεως υπηρεσίας και δεδομένου ότι στους κατά καιρούς δημόσιους διαγωνισμούς μετέχουν κατά κανόνα εταιρίες που έχουν αντίστοιχη παρουσία και στην ανοικτή αγορά» (βλ. παρ. 139 του εντύπου γνωστοποίησης).

γευμάτων "snack" και (ε) Επιχειρήσεις πώλησης προϊόντων με βάση το κοτόπουλο. Η ακριβής οριοθέτηση των σχετικών αυτών αγορών στην υπό κρίση υπόθεση παρέλκει⁶⁵⁴, δεδομένου κυρίως ότι (ι) σε αυτές δραστηριοποιείται από τα μέρη μόνον η VIVARTIA και, ως εκ τούτου, δεν τίθεται θέμα αύξησης/ενδυνάμωσης των μεριδίων αγοράς ως αποτέλεσμα της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης και (ii) υφίσταται έντονος πραγματικός και δυνητικός ανταγωνισμός και δεν αναμένεται επηρεασμός των άμεσων ανταγωνιστικών συνθηκών λόγω της κρινόμενης συγκέντρωσης.

- ii. Αγορά καφέ-ζαχαροπλαστικών.
- iii. Αγορά catering, η οποία διακρίνεται περαιτέρω στις εξής διακριτές σχετικές (υπο)-αγορές:
 - (1) Βιομηχανικό/βιομηχανοποιημένο Catering⁶⁵⁵,
 - (2) Σίτιση επιβατών αεροπορικών πτήσεων,
 - (3) Εκμετάλλευση/τροφοδοσία κυλικίων και εστιατορίων που βρίσκονται εντός των αεροδρομίων της χώρας.

VI.4.1 Επηρεαζόμενες αγορές ταχείας/μαζικής εστίασης και εκμετάλλευσης εστιατορίων «casual dining»

581. Στην αγορά ταχείας/ μαζικής εστίασης δραστηριοποιείται ο όμιλος VIVARTIA μέσω:

- της εταιρίας «GOODY'S A.E. ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΣΤΙΑΣΗΣ». Σήμερα λειτουργούν συνολικά 114 καταστήματα με το σήμα GOODY'S στην Ελλάδα εκ των οποίων τα [...] είναι εταιρικά και τα υπόλοιπα λειτουργούν με το σύστημα δικαιόχρησης, ενώ από το σύνολο των καταστημάτων αυτών [...] λειτουργούν σε πλοία. Ο όμιλος διαθέτει επίσης 7 καταστήματα GOODY'S στο εξωτερικό⁶⁵⁶.
- του Ομίλου «EVEREST A.E. ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ & ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ», ο οποίος ελέγχεται αποκλειστικά από τον όμιλο VIVARTIA από το 2008 και δραστηριοποιείται στη συγκεκριμένη αγορά μέσω καταστημάτων με το ομώνυμο σήμα. Ο συνολικός αριθμός καταστημάτων EVEREST ανέρχεται σε 137, εκ των οποίων τα [...] καταστήματα είναι εταιρικά και τα [...] λειτουργούν με το σύστημα της δικαιόχρησης. Σημειώνεται ότι [...] από τα ως άνω καταστήματα EVEREST λειτουργούν σε πλοία⁶⁵⁷.

⁶⁵⁴ Βλ. και αποφάσεις ΕΑ 515/VI/2011 και 598/2014.

⁶⁵⁵ Το βιομηχανικό/βιομηχανοποιημένο catering διακρίνεται περαιτέρω: i) στην τροφοδοσία μονάδων μαζικής εστίασης και ii) στο επαγγελματικό ή «contract catering», δηλαδή στην τροφοδοσία πάσης φύσεως οργανισμών για την τακτική σίτιση ατόμων που σχετίζονται με αυτούς.

⁶⁵⁶ Βλ. παρ. 116 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁶⁵⁷ Βλ. παρ. 117 του εντύπου γνωστοποίησης.

582. Τα γνωστοποιούντα μέρη συντάσσονται με την οριοθέτηση των σχετικών αγορών όπως αυτές αναφέρονται στις αποφάσεις ΕΑ 314/V/2006, 515/VI/2011 και 598/2014 και στην παρ. 580 ανωτέρω.

583. Επισημαίνουν επίσης, ότι λόγω της μεγάλης ποικιλίας των παρεχόμενων από τις ανωτέρω επιχειρήσεις προϊόντων και υπηρεσιών, πολλά εκ των οποίων συμπίπτουν, η υποκατάσταση μεταξύ διαφόρων κατηγοριών επιχειρήσεων είναι σημαντική. Συνεπώς, οι ανωτέρω κατηγορίες ουσιαστικά εμπίπτουν στην ενιαία αγορά ταχείας/μαζικής εστίασης.

584. Η ύπαρξη σημαντικής υποκατάστασης επιβεβαιώθηκε και από τις ανταγωνίστριες της VIVARTIA εταιρίες στην αγορά. Συγκεκριμένα, η εταιρία ΓΡΗΓΟΡΗΣ αναφέρει ότι *«σαφώς και υπάρχει εναλλαξιμότητα μεταξύ των αναφερόμενων υποκατηγοριών ταχείας εστίασης, δεδομένου ότι όλες αποσκοπούν στην ικανοποίηση της ίδιας καταναλωτικής ανάγκης, καλύπτοντας κάποιο/α γεύμα/τα κατά τη διάρκεια της ημέρας. Οι επιχειρήσεις burger, pizza, παραδοσιακών γεύσεων και κοτόπουλου έχουν μεγάλο βαθμό εναλλαξιμότητας μεταξύ τους και λιγότερο με τις επιχειρήσεις snack, δεδομένου ότι οι πρώτες είναι περισσότερο συνδεδεμένες με κυρίως γεύματα, ενώ οι δεύτερες με ενδιάμεσα»*⁶⁵⁸.

585. Την ίδια άποψη έχει και η εταιρία [...], η οποία αναφέρει ότι *«το κριτήριο του προσφερόμενου προϊόντος (burger, κοτόπουλο κλπ) δεν έχει ιδιαίτερη αξία ως προς τον προσδιορισμό του εάν δύο εστιατόρια ταχείας εστίασης ανήκουν στην ίδια αγορά προϊόντος καθώς αφενός υπάρχει εναλλαξιμότητα μεταξύ των προσφερόμενων προϊόντων και αφετέρου παρατηρείται αλληλοκάλυψη ως προς τα προϊόντα που προσφέρονται από διαφορετικής κατηγορίας σημεία ταχείας εστίασης (π.χ. εστιατόριο με κυρίως μενού με βάση τα burger προσφέρει και επιλογές παραδοσιακών γεύσεων π.χ. γύρο κ.α.). Ως εκ τούτου, η περαιτέρω διάκριση της αγοράς ταχείας εστίασης με κριτήριο το προσφερόμενο προϊόν δεν κρίνεται σκόπιμη και λυσιτελής από την Εταιρεία μας»*⁶⁵⁹.

586. Επίσης, τα γνωστοποιούντα μέρη αναφέρουν ότι, σύμφωνα και με την απόφαση ΕΑ 314/V/2006, οι αλυσίδες καταστημάτων γρήγορης εστίασης μίας κατηγορίας αναπτύσσουν συνεχώς νέα προϊόντα και προσφέρουν νέες υπηρεσίες, που συμπίπτουν ή προσομοιάζουν με αυτά επιχειρήσεων γρήγορης εστίασης άλλων κατηγοριών. Πέραν των «επώνυμων» αλυσίδων επιχειρήσεων που λειτουργούν σε πανελλαδικό επίπεδο, στην εξαιρετικά ανταγωνιστική αυτή αγορά δραστηριοποιείται πληθώρα μικρών «μη επώνυμων» επιχειρήσεων διαφόρων κατηγοριών, αλλά και μικρές αλυσίδες καταστημάτων, που λειτουργούν σε επίπεδο συνοικίας ή και ευρύτερων περιφερειών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν αλυσίδες, όπως η SIMPLY BURGERS, η οποία έχει αναπτύξει ένα αξιόλογο δίκτυο καταστημάτων ταχείας εστίασης στην Αττική, εκμεταλλεζόμενη ήδη 11 καταστήματα. Το ίδιο ισχύει και για την αλυσίδα BURGERING HOUSE, η οποία εκμεταλλεύεται 4 καταστήματα εντός της Αττικής⁶⁶⁰.

587. Σημειώνεται ότι, σύμφωνα με τα μέρη, *«...μπορεί να υποστηριχθεί ότι υφίσταται μερική εναλλαξιμότητα μεταξύ των καταστημάτων ταχείας/ μαζικής εστίασης με τα*

⁶⁵⁸ Βλ. την υπ' αριθ. 2079/5.4.2017 απαντητική επιστολή της εταιρίας ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΜΙΚΡΟΓΕΥΜΑΤΑ Α.Β.Ε.Ε.

⁶⁵⁹ Βλ. την υπ' αριθ. 2016/3.4.2017 απαντητική επιστολή της εταιρίας [...].

⁶⁶⁰ Βλ. παρ. 120 του εντύπου γνωστοποίησης.

καταστήματα καφέ-ζαχαροπλαστέιων, στα οποία προσφέρονται ορισμένα είδη κρύου, ιδίως, φαγητού. Τέτοια καταστήματα είναι, ενδεικτικά, οι αλυσίδες *Flocafe*, *Starbucks*, *Mikel* αλλά και τα ίδια τα *EVEREST* που εμπίπτουν και στην κατηγορία καταστημάτων ταχείας/ μαζικής εστίασης αλλά και καφέ-ζαχαροπλαστέιων (τούτο αφορά τουλάχιστον τα καταστήματα *EVEREST* που διαθέτουν τραπέζια). Τέλος υποστηρίζουμε ότι υφίσταται μερική εναλλαξιμότητα και μεταξύ των καταστημάτων ταχείας μαζικής εστίασης με τις παραδοσιακές ταβέρνες όπως και με τα εστιατόρια *casual dining*».⁶⁶¹

588. Λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω σημειώνεται ότι στην προσπάθεια ανάπτυξης των πωλήσεων των καταστημάτων, οι εταιρίες αναπτύσσουν νέα προϊόντα και υπηρεσίες, ώστε να καλύψουν τις αυξημένες ανάγκες των καταναλωτών κατά τη διάρκεια της ημέρας. Ως εκ τούτου, υπάρχει αλληλοεπικάλυψη των προσφερομένων υπηρεσιών μεταξύ καταστημάτων που προσφέρουν καφέ και καταστημάτων που προσφέρουν γρήγορο (όχι σερβιριζόμενο) φαγητό. Επομένως, αναγνωρίζεται η ύπαρξη μερικής εναλλαξιμότητας από την πλευρά της ζήτησης μεταξύ των καταστημάτων ταχείας/ μαζικής εστίασης με τα καταστήματα καφέ-ζαχαροπλαστέιων. Ωστόσο, εκτιμάται ότι η αγορά καφέ-ζαχαροπλαστέιων αποτελεί διακριτή αγορά, καθώς καλύπτει διαφορετικές ανάγκες του καταναλωτή.

589. Στην υπό κρίση υπόθεση, η ακριβής οριοθέτηση της σχετικής αγοράς παρέλκει δεδομένου ότι υπό οποιαδήποτε θεώρηση δεν μεταβάλλεται η αξιολόγηση των επιπτώσεων της γνωστοποιηθείσας πράξης.

590. Στην αγορά εκμετάλλευσης εστιατορίων *casual dining*, δραστηριοποιείται εκ των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ μόνον ο όμιλος *VIVARTIA* (ΔΕΛΤΑ), μέσω του Ομίλου *EVEREST*⁶⁶², με την εκμετάλλευση των ιταλικών εστιατορίων υπό το σήμα «*La Pasteria*». Στην ελληνική αγορά, λειτουργούν συνολικά 16 καταστήματα εκ των οποίων [...] είναι εταιρικά, [...] λειτουργούν με το καθεστώς της δικαιόχρησης [...]. Επίσης, ο όμιλος *VIVARTIA* δραστηριοποιείται και στην αγορά εστιατορίων ελληνικής κουζίνας υπό το σήμα «*kuzina*» με 1 [...] κατάστημα⁶⁶³.

591. Ως σχετική γεωγραφική αγορά στην περίπτωση της ταχείας εστίασης μπορεί να θεωρηθεί κατά περίπτωση: (i) κάθε επιμέρους Δήμος στον οποίο δραστηριοποιείται η κρινόμενη επιχείρηση, με κριτήριο το αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό για τον τελικό καταναλωτή και (ii) η ελληνική επικράτεια, με κριτήριο το αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό για τους προμηθευτές. Στην υπό κρίση υπόθεση, ως σχετική γεωγραφική αγορά θεωρείται το σύνολο της ελληνικής επικράτειας, όπου δραστηριοποιείται το δίκτυο καταστημάτων *GOODY'S* (αλλά και *Flocafe*) του ομίλου *VIVARTIA* και το δίκτυο των καταστημάτων *EVEREST*, του Ομίλου *EVEREST*, υπό επαρκώς ομοιόμορφες συνθήκες ανταγωνισμού⁶⁶⁴.

⁶⁶¹ Βλ. παρ. 123 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁶⁶² Διαμέσου της εταιρίας «ΠΑΣΤΕΡΙΑ Α.Ε. ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ ΕΣΤΙΑΣΕΩΣ ΚΑΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ».

⁶⁶³ Βλ. παρ. 143 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁶⁶⁴ Βλ. σχετικά και υπ' αριθ. 515/VI/2011 απόφαση της ΕΑ, παρ. 304. Με τον εν λόγω ορισμό της σχετικής γεωγραφικής αγοράς συμφωνούν και τα γνωστοποιούντα μέρη, βλ. παρ. 113 του εντύπου γνωστοποίησης.

592. Τόσο η αγορά ταχείας/μαζικής εστίασης όσο και η αγορά εκμετάλλευσης εστιατορίων casual dining θεωρούνται επηρεαζόμενες για τους σκοπούς της υπό εξέταση συγκέντρωσης, καθώς οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε αυτές έχουν ως πραγματικό ή δυνητικό προμηθευτή τη ΜΕΒΓΑΛ σε αγορές προϊόντων, όπου η νέα οντότητα θα έχει αθροιστικά μερίδια αγοράς άνω του 25%⁶⁶⁵.

593. Η αγορά ταχείας/μαζικής εστίασης βρίσκεται, σύμφωνα με τα γνωστοποιούντα μέρη, σε φάση ήπιας ανάπτυξης, λόγω και της οικονομικής κρίσης που αντιμετωπίζει η χώρα⁶⁶⁶. Τα μέρη προσκόμισαν μελέτη της MRB⁶⁶⁷ για την ευρύτερη αγορά εστίασης (για την περίοδο 2013-2015). Σύμφωνα με τα προσκομισθέντα στοιχεία, η μέση μηνιαία κατανάλωση της αγοράς εστίασης κυμαίνεται στα [...] ευρώ περίπου το 2015, ακολουθώντας φθίνουσα πορεία μέχρι το 2014, ενώ το 2015 παρουσιάζει σημαντική αύξηση επανερχόμενη στα επίπεδα του 2013. Αντίστοιχη είναι και η πορεία των μέσων μηνιαίων επισκέψεων, οι οποίες υπερβαίνουν τα [...], το 2015.

Πίνακας 81: Μέγεθος αγοράς εστίασης

	2013		2014		2015		ΙΟΥΝ. 2016	
	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)
α. Μέσες Μηνιαίες Επισκέψεις (σε χιλ.)	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		[...]
β. Μέση Μηνιαία Κατανάλωση (σε χιλ. €)	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		[...]
Ετήσιες Επισκέψεις (σε χιλ.) (α*12)	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		[...]
Ετήσια Κατανάλωση (σε χιλ. €) (β*12)	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		[...]

Πηγή: Μελέτη MRB (σχετ. 28 και 29 του εντύπου γνωστοποίησης και επεξεργασία από τη ΓΔΑ

594. Κατά τα γνωστοποιούντα μέρη, η αγορά χαρακτηρίζεται από εμπιστοσύνη στο σήμα, ως ένα βαθμό, ωστόσο σε αυτή δραστηριοποιούνται με μεγάλη επιτυχία σειρά από ανώνυμα σημεία πώλησης, πράγμα που αποδεικνύει ότι η εμπορία υπό γνωστό σήμα δεν αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση⁶⁶⁸.

595. Ο παρακάτω Πίνακας παρουσιάζει την εκτίμηση των μεριδίων στην αγορά ταχείας εστίασης (συμπεριλαμβανομένου του casual dining), για τα έτη 2013- Ιουν. 2016.

Πίνακας 82: Εκτίμηση μεριδίων αγοράς εστίασης (σε επισκέψεις)

	2013		2014		2015		ΙΟΥΝ. 2016	
	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)

⁶⁶⁵ Βλ. και παρ. 145 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁶⁶⁶ Βλ. παρ. 240 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁶⁶⁷ Βλ. Prisma Options, Μελέτη «FOOD & COFFEE TRACKING STUDY» WAVE 1/2010, Ιανουάριος 2010 ως σχετ. 15 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁶⁶⁸ Βλ. παρ. 241 του εντύπου γνωστοποίησης και κατωτέρω αναλυτικότερα.

**ΠΡΟΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ
ΣΤΗΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ
ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ**

	2013		2014		2015		ΙΟΥΝ. 2016	
	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)
GOODY'S - BURGER HOUSE	[5-10]%	[10-15]%	[5-10]%	[10-15]%	[5-10]%	[10-15]%		[10-15]%
EVEREST	[5-10]%	[10-15]%	[5-10]%	[10-15]%	[5-10]%	[10-15]%		[10-15]%
LA PASTERIA *	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%		[0-5]%
ΓΡΗΓΟΡΗΣ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%		[5-10]%
McDONALD'S	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%		[0-5]%
ΑΛΛΑ ΚΑΤ/ΤΑ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%		[0-5]%
ΣΑΝΤΟΥΙΤΣΑΔΙΚΟ	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%		[10-15]%
ΓΥΡΑΔΙΚΟ - ΣΟΥΒΛΑΤΖΙΔΙΚΟ	[15-25]%	[25-35]%	[15-25]%	[25-35]%	[25-35]%	[35-45]%		35,3%
ΤΑΒΕΡΝΕΣ	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%		[5-10]%
ΠΙΤΣΑΡΙΕΣ	[5-10]%	[10-15]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%		[5-10]%
ΦΟΥΡΝΟΙ	[25-35]%		[25-35]%		[25-35]%			

*LA PASTERIA: χαμηλή βάση (<30)

Πηγή: Μελέτη MRB (σχετ. 28 και 29 του εντύπου γνωστοποίησης και επεξεργασία από τη ΓΔΑ

596. Όπως προκύπτει από τον ανωτέρω πίνακα, τη σημαντικότερη παρουσία ως μεμονωμένη επιχείρηση έχει η GOODY'S, η οποία καλύπτει περίπου το [10-15]% της αγοράς σε επισκέψεις το 2015 (χωρίς τους φούρνους) παρουσιάζοντας διαχρονικά μικρές αυξομειώσεις του μεριδίου της. Οι εταιρίες EVEREST και ΓΡΗΓΟΡΗΣ έχουν, επίσης, αξιόλογη παρουσία στην αγορά με μερίδια που ανέρχονται περίπου στο [10-15]% και [5-10]% αντίστοιχα σε επισκεψιμότητα. Σημαντική φαίνεται πως είναι στην εν λόγω αγορά και η παρουσία των φούρνων, οι οποίοι το 2015 κατείχαν μερίδιο της τάξης του [25-35]%, καθώς και των «σαντουιτσαδικών» και «σουβλατζίδικων».

597. Παρόμοια εμφανίζεται και η εικόνα της αγοράς σε όρους κατανάλωσης.

Πίνακας 83: Εκτίμηση μεριδίων αγοράς εστίασης (σε κατανάλωση)

	2013	2014	2015	ΙΟΥΝ. 2016

**ΠΡΟΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ
ΣΤΗΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ
ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ**

	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)
GOODY'S - BURGER HOUSE	[5-10]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%		[15-25]%
EVEREST	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%		[0-5]%
LA PASTERIA *	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%		[0-5]%
ΓΡΗΓΟΡΗΣ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%		[0-5]%
McDONALD'S	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%		[0-5]%
ΑΛΛΑ ΚΑΤ/ΤΑ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%		[5-10]%
ΣΑΝΤΟΥΙΤΣΑΔΙΚΟ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%		[5-10]%
ΓΥΡΑΔΙΚΟ - ΣΟΥΒΛΑΤΖΙΔΙΚΟ	[15-25]%	[25-35]%	[15-25]%	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%		[25-35]%
ΤΑΒΕΡΝΕΣ	[10-15]%	[15-25]%	[10-15]%	[15-25]%	[10-15]%	[15-25]%		[15-25]%
ΠΙΤΣΑΡΙΕΣ	[10-15]%	[10-15]%	[5-10]%	[10-15]%	[5-10]%	[5-10]%		[10-15]%
ΦΟΥΡΝΟΙ	[15-25]%		[15-25]%		[15-25]%			

***LA PASTERIA: χαμηλή βάση (<30)**

Πηγή: Μελέτη MRB (σχετ. 28 και 29 του εντύπου γνωστοποίησης και επεξεργασία από τη ΓΔΑ

598. Στην αγορά ταχείας εστίασης υπάρχει μερική καθετοποίηση. Οι επιχειρήσεις του Ομίλου VIVARTIA προμηθεύονται ορισμένα προϊόντα από τις παραγωγικές τους μονάδες και άλλα προϊόντα (π.χ. κρέας, αναψυκτικά, αλλαντικά κ.λπ.) από τρίτους. Η προμήθεια των καταστημάτων GOODY'S πραγματοποιείται [...]. Οι πέντε μεγαλύτεροι προμηθευτές του ομίλου GOODY'S καλύπτουν το [35-45]% των συνολικών αγορών και οι πέντε μεγαλύτεροι προμηθευτές των καταστημάτων του Ομίλου Everest καλύπτουν το [35-45]% των συνολικών αγορών των εταιριών, για το 2015⁶⁶⁹. Όμως, όπως αναφέρουν τα γνωστοποιούντα μέρη, οι ποσότητες γαλακτοκομικών προϊόντων που προμηθεύονται και χρησιμοποιούν ως πρώτη ύλη οι εταιρίες του ομίλου VIVARTIA που δραστηριοποιούνται στο χώρο της εστίασης είναι μικρές σε όγκο και αξία⁶⁷⁰.

599. Η διανομή προϊόντων στα καταστήματα Goody's γίνεται [...]. Επίσης, μέρος των προϊόντων παράγουν και διανέμουν στα καταστήματα εταιρίες του ομίλου [...]. Η διανομή προϊόντων στα καταστήματα EVEREST γίνεται [...]. Υπάρχει δίκτυο συντήρησης και επισκευής για τα καταστήματα EVEREST και LA PASTERIA. Οι

⁶⁶⁹ Βλ. σχετ. 39 και 40 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁶⁷⁰ Βλ. παρ. 145 του εντύπου γνωστοποίησης.

υπόλοιπες ανάγκες εξυπηρέτησης, συντήρησης ή/και επισκευών ικανοποιούνται από τα δίκτυα προμηθευτών του αντίστοιχου εξοπλισμού⁶⁷¹.

600. Από την επεξεργασία των απαντήσεων εταιριών⁶⁷² οι οποίες δραστηριοποιούνται στην αγορά ταχείας μαζικής εστίασης και εστιατορίων casual dining προκύπτει ότι δεν υπάρχουν (άμεσες ή έμμεσες) συμμετοχές της VIVARTIA και της ΜΕΒΓΑΛ ή των ομίλων τους στο μετοχικό κεφάλαιο αυτών ή των ομίλων τους, αλλά ούτε και (άμεση ή έμμεση) συμμετοχή των ερωτηθεισών εταιριών ή των ομίλων τους στο μετοχικό κεφάλαιο της VIVARTIA και της ΜΕΒΓΑΛ ή των ομίλων αυτών. Επίσης, κανένα από τα μέλη των Δ.Σ. των εν λόγω εταιριών ή των ομίλων τους δεν συμμετέχει στο Δ.Σ. της ΔΕΛΤΑ ή/και της ΜΕΒΓΑΛ ή των ομίλων τους και αντίστροφα.

601. Αναφορικά με την ύπαρξη συμφωνιών συνεργασίας μεταξύ των ερωτηθεισών εταιριών, οι οποίες δραστηριοποιούνται στην εν λόγω αγορά και της ΔΕΛΤΑ ή/και της ΜΕΒΓΑΛ, [...] τέτοιες συμφωνίες⁶⁷³. [...] ⁶⁷⁴ [...], η οποία αφορά σε προμήθεια φέτας⁶⁷⁵.

602. Σχετικά με την ύπαρξη νομικών ή πραγματικών εμποδίων εισόδου η εταιρία PREMIER CAPITAL HELLAS θεωρεί ότι: «...προβλήματα κατά την είσοδο νέων επιχειρήσεων στην αγορά της εστίασης που δραστηριοποιείται η Εταιρεία μας ενδεχομένως να μπορεί να θεωρηθεί ο «κορεσμός» που έχει επέλθει καθώς υπάρχουν πολλοί παίκτες στην αγορά αυτή και μεγάλη ποικιλία προϊόντων, καθώς επίσης και το μεγάλο κόστος που απαιτεί η επένδυση για την ανάπτυξη/λειτουργία ενός μεμονωμένου εστιατορίου ή/και ακόμα περισσότερο ολόκληρου δικτύου εστιατορίων (ενδεικτικά ενοίκιο, διαμόρφωση χώρου, προσωπικό, πρώτες ύλες, διαφήμιση/προώθηση, λειτουργικά κόστη κ.α).

Ως προς την αγορά προμήθειας γαλακτοκομικών/τυροκομικών προϊόντων στο κανάλι food service, παρά την περιορισμένη έκθεση της Εταιρείας μας στην συγκεκριμένη αγορά, θεωρούμε ότι τα εμπόδια εισόδου στην συγκεκριμένη αγορά είναι άρρηκτα συνδεδεμένα με την αγορά και τη ζήτηση στην αγορά που εξυπηρετούν και ως εκ τούτου τυγχάνουν εφαρμογής τα όσα ανωτέρω έχουν λεχθεί για τα εμπόδια εισόδου στις αγορές ... στις οποίες δραστηριοποιείται η Εταιρεία μας».

603. Σύμφωνα με την εταιρία ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΜΙΚΡΟΓΕΥΜΑΤΑ Α.Ε.Β.Ε.: «Ο κλάδος της εστίασης γενικά χαρακτηρίζεται από μεγάλη κινητικότητα (όσον αφορά κυρίως στις μεμονωμένες επιχειρήσεις) διότι, σε γενικές γραμμές δεν υπάρχουν ισχυρά εμπόδια εισόδου».

604. Σχετικά με την ύπαρξη διαφάνειας μεταξύ των επιχειρήσεων, που δραστηριοποιούνται στην εν λόγω σχετική αγορά, ως προς τις τιμές και λοιπούς όρους

⁶⁷¹ Βλ. παρ. 213-215 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁶⁷² Βλ. τις επιστολές υπ' αριθ. πρωτ. 1713/22.3.2017 της FOOD PLUS Α.Ε.Β.Ε., 1841/27.3.2017 της ΑΒΚ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΕΠΙΧ/ΣΕΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ Α.Ε., 2016/3.4.2017 της PREMIER CAPITAL ΕΛΛΑΣ Ανώνυμη Εταιρεία – Ίδρυση, Εκμετάλλευση και Λειτουργία Εστιατορίων και 2079/5.4.2017 της ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΜΙΚΡΟΓΕΥΜΑΤΑ Α.Ε.Β.Ε.

⁶⁷³ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών FOOD PLUS Α.Ε.Β.Ε., ΑΒΚ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΕΠΙΧ/ΣΕΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ Α.Ε. και PREMIER CAPITAL ΕΛΛΑΣ Ανώνυμη Εταιρεία – Ίδρυση, Εκμετάλλευση και Λειτουργία Εστιατορίων.

⁶⁷⁴ Δυνάμει του από 13.1.2016 Ιδιωτικού Συμφωνητικού μεταξύ των δύο εταιριών. Βλ. την απαντητική επιστολή της ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΜΙΚΡΟΓΕΥΜΑΤΑ Α.Ε.Β.Ε

⁶⁷⁵ Δυνάμει του από 1.6.2016 Ιδιωτικού Συμφωνητικού/ Πλαισίου Συνεργασίας μεταξύ των δύο εταιριών. Βλ. την απαντητική επιστολή της ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΜΙΚΡΟΓΕΥΜΑΤΑ Α.Ε.Β.Ε.

συναλλαγών (όγκοι πωλήσεων κ.λπ.), που έκαστη επιχείρηση διαπραγματεύεται με τους πελάτες της, η PREMIER CAPITAL ΕΛΛΑΣ και η ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΜΙΚΡΟΓΕΥΜΑΤΑ Α.Ε.Β.Ε. απάντησαν ότι οι όροι συνεργασίας, οι τιμές, διαπραγματεύσεις, κ.λπ. δεν δημοσιεύονται.

605. Καθώς δεν προσκομίστηκαν από τα γνωστοποιούντα μέρη ποσοτικά/στατιστικά στοιχεία για το σύνολο της αγοράς ταχείας μαζικής εστίασης και εστιατορίων casual dining αναφορικά με τα γαλακτοκομικά/τυροκομικά προϊόντα, τέθηκαν σχετικά ερωτήματα σε εταιρίες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο.

606. Η PREMIER CAPITAL HELLAS Α.Ε.⁶⁷⁶ απάντησε ότι [...] ⁶⁷⁷. [...].

607. Η εταιρία ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΜΙΚΡΟΓΕΥΜΑΤΑ Α.Β.Ε.Ε.⁶⁷⁸ απάντησε ότι [...] ⁶⁷⁹.

608. Η εταιρία ΑΒΚ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΕΠΙΧ/ΣΕΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ Α.Ε. ΑΒΚ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ Α.Ε.⁶⁸⁰ απάντησε ότι δεν προμηθεύεται καθόλου γαλακτοκομικά/τυροκομικά προϊόντα από τις συμμετέχουσες.

VI.4.2 Επηρεαζόμενη αγορά καφέ/ζαχαροπλασטיών

609. Στην αγορά καφέ-ζαχαροπλασטיών δραστηριοποιείται ο όμιλος VIVARTIA, μέσω των καταστημάτων FLOCAFE, τα οποία σήμερα ανέρχονται στα 56. Από το σύνολο των καταστημάτων τα [...] είναι εταιρικά, ενώ τα υπόλοιπα λειτουργούν με το σύστημα δικαιόχρησης. Επίσης, κατά τα γνωστοποιούντα μέρη, στην αγορά θα πρέπει να περιληφθούν και εκείνα τα καταστήματα που λειτουργούν υπό το σήμα EVEREST, στα οποία παρέχεται η δυνατότητα επιτόπιας κατανάλωσης ειδών καφέ. Υποδομή για επιτόπια κατανάλωση καφέ επί του παρόντος υπάρχει σε 112 από τα καταστήματα της αλυσίδας⁶⁸¹.

610. Τα γνωστοποιούντα μέρη αναφέρουν ότι, σύμφωνα με τις αποφάσεις ΕΑ 314/V/2006, 515/VI/2011 και 598/2014, η αγορά των καφέ-ζαχαροπλασטיών διακρίνεται από την αγορά των επιχειρήσεων μαζικής εστίασης, καθώς καλύπτει διαφορετικές ανάγκες του καταναλωτή. Επισημαίνουν, ωστόσο, ότι υπάρχουν αλυσίδες καφε-ζαχαροπλασטיών, οι οποίες, πέραν του καφέ, των διάφορων ροφημάτων και ποτών και των προϊόντων ζαχαροπλασטיού, προσφέρουν snacks και sandwiches, εισδύοντας με τον τρόπο αυτό και στον ευρύτερο χώρο των επιχειρήσεων ταχείας εστίασης⁶⁸².

611. Σύμφωνα με μελέτη της ICAP, «Οι ανάγκες που δημιουργήθηκαν από τις σύγχρονες συνθήκες και τους έντονους ρυθμούς ζωής, άλλαξαν την “εικόνα” των καταστημάτων πώλησης καφέ τα οποία οφείλουν ένα μεγάλο μέρος των πωλήσεών τους στο ρόφημα καφέ που δίνουν με τη μέθοδο «take away». Για το λόγο αυτό, καταστήματα που έχουν ως κύρια

⁶⁷⁶ Η PREMIER CAPITAL HELLAS Α.Ε. δραστηριοποιείται αποκλειστικά στην αγορά ταχείας/μαζικής εστίασης και εκμετάλλευσης εστιατορίων casual dining.

⁶⁷⁷ [...].

⁶⁷⁸ Η ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΜΙΚΡΟΓΕΥΜΑΤΑ Α.Β.Ε.Ε. δραστηριοποιείται στο χονδρικό και λιανικό εμπόριο τροφίμων, προϊόντων αρτοποιίας, ποτών, τυροπιτών, σάντουιτς και παρόμοιων ειδών, καθώς και στις υπηρεσίες παροχής γευμάτων από εστιατόριο ταχείας εξυπηρέτησεως.

⁶⁷⁹ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ 2079/5.4.2017 επιστολή της ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΜΙΚΡΟΓΕΥΜΑΤΑ Α.Β.Ε.Ε.

⁶⁸⁰ Η ΑΒΚ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΕΠΙΧ/ΣΕΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ Α.Ε. ΑΒΚ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ Α.Ε. δραστηριοποιείται στην *εκμετάλλευση casual εστιατορίων με βασικό προϊόν το burger*.

⁶⁸¹ Βλ. παρ. 128 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁶⁸² Βλ. παρ. 129 του εντύπου γνωστοποίησης.

δραστηριότητά τους το «γρήγορο» φαγητό έχουν στραφεί και στον «γρήγορο» καφέ, δημιουργώντας μια νέα κατηγορία: “τα fast moving coffee bars”»⁶⁸³.

612. Η ίδια μελέτη αναφέρει ότι «Απ’ την άλλη, τα καταστήματα που σερβίρουν καφέ (εκτός της ανάγκης για καφέ ή άλλου είδους ροφημάτων) καλύπτουν και την ανάγκη για άμεσο και “γρήγορο” φαγητό. Οι επαγγελματικές υποχρεώσεις, οι φοιτητές, σπουδαστές κ.ά. ενισχύουν τη ζήτηση του καφέ καθώς και των άλλων προϊόντων που προσφέρουν οι συγκεκριμένες αλυσίδες (π.χ. είδη σφολιάτας, σάντουιτς, τοστ, σαλάτες και άλλα μικρά γεύματα κατάλληλα για γρήγορη κατανάλωση). Για το λόγο αυτό, η συγκεκριμένη κατηγορία καταστημάτων, πέρα από τον άμεσο ανταγωνισμό που αντιμετωπίζει από τις μεμονωμένες καφετέριες, ανταγωνίζεται έμμεσα τις αλυσίδες καταστημάτων γρήγορης εστίασης (fast food), καθώς όλα σχεδόν αυτού του είδους τα καταστήματα προσφέρουν, εκτός από καφέ, και «γρήγορα» γεύματα».

613. Σύμφωνα με την ανταγωνίστρια εταιρία [...]: «...η υπο-αγορά ταχείας/μαζικής εστίασης και εκμετάλλευση εστιατορίων casual dining στην οποία δραστηριοποιείται εμφανίζει στοιχεία εναλλαξιμότητας με την υποαγορά των καφέ/ζαχαροπλασטיών, καθώς πλέον στα καφέ/ζαχαροπλαστεία δεν προσφέρονται αποκλειστικά μόνο ροφήματα και γλυκά αλλά και πρόχειρο φαγητό (και όχι μόνο κρύο φαγητό) και μάλιστα στην ίδια κλίμακα τιμών, με αποτέλεσμα να παρουσιάζεται μερική μεν αλλά αξιοσημείωτη αλληλοκάλυψη ως προς τα προσφερόμενα προϊόντα μεταξύ των σημείων ταχείας/μαζικής εστίασης και καφέ/ζαχαροπλασטיών. Επιπλέον η Εταιρεία συμφωνεί με τη θέση της Επιτροπής ότι μεγάλη εναλλαξιμότητα μπορεί να καταφανθεί και μεταξύ των σημείων μαζικής/ταχείας εστίασης και των εστιατορίων casual dining, καθότι τα τελευταία προσφέρουν επιλογές στους επισκέπτες τους, οι οποίες προσιδιάζουν συχνά στην τυπολογία των προϊόντων που προσφέρουν και τα σημεία μαζικής/ταχείας εστίασης»⁶⁸⁴.

614. Ωστόσο, όπως αναλύθηκε και ανωτέρω⁶⁸⁵, και όπως κρίθηκε με τις υπ’ αριθ. 314/V/2006, 515/VI/2011 και 598/2014 αποφάσεις της ΕΑ, η αγορά των καφέ-ζαχαροπλασטיών διακρίνεται από την αγορά των επιχειρήσεων μαζικής εστίασης, καθώς καλύπτουν διαφορετικές ανάγκες του καταναλωτή. Με την ανωτέρω άποψη συμφωνούν και οι ανταγωνίστριες εταιρίες ΑΒΚ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΕΠΙΧ/ΣΕΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ Α.Ε. ΑΒΚ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ Α.Ε.⁶⁸⁶, ΓΡΗΓΟΡΗΣ⁶⁸⁷, mi cafetal ΜΙΧΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ & ΣΙΑ ΕΕ⁶⁸⁸, MIKEL COFFEE COMPANY⁶⁸⁹ και [...]⁶⁹⁰.

615. Σύμφωνα με τα γνωστοποιούντα μέρη, ως σχετική γεωγραφική αγορά στην περίπτωση των καφέ - ζαχαροπλασטיών μπορεί να ληφθεί κάθε επιμέρους δήμος στον

⁶⁸³ Βλ. σχετικά κλαδική μελέτη της ICAP με θέμα «ΚΑΦΕΣ - ΑΛΥΣΙΔΕΣ CAFE», Δεκέμβριος 2015, προσκομισθείσα με την υπ’ αριθ. πρωτ. [...] επιστολή της [...].

⁶⁸⁴ Βλ. την υπ’ αριθ. [...] απαντητική επιστολή της εταιρίας [...].

⁶⁸⁵ Βλ. παρ. 588.

⁶⁸⁶ Βλ. την υπ’ αριθ. 1841/27.3.2017 απαντητική επιστολή της εταιρίας ΑΒΚ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΕΠΙΧ/ΣΕΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ Α.Ε. ΑΒΚ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ Α.Ε.

⁶⁸⁷ Βλ. την υπ’ αριθ. 2079/5.4.2017 απαντητική επιστολή της εταιρίας ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΜΙΚΡΟΓΕΥΜΑΤΑ Α.Β.Ε.Ε.

⁶⁸⁸ Βλ. την υπ’ αριθ. 2095/5.4.2017 και 2096/5.4.2017 απαντητικές επιστολές της εταιρίας mi cafetal ΜΙΧΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ & ΣΙΑ ΕΕ.

⁶⁸⁹ Βλ. την υπ’ αριθ. 2253/12.4.2017 απαντητική επιστολή της εταιρίας MIKEL COFFEE COMPANY.

⁶⁹⁰ Βλ. την υπ’ αριθ. πρωτ. [...] επιστολή της [...]

οποίο δραστηριοποιείται η κρινόμενη επιχείρηση και οι όμοροι σε αυτόν δήμοι. Όμως, για την ιδιαίτερη κατηγορία των αλυσίδων καφέ – ζαχαροπλασטיών, που διαθέτουν ευρύτερη ποικιλία προϊόντων, όπως τα FLOCAFE και τα EVEREST, θα πρέπει να εξεταστεί και το σύνολο της ελληνικής επικράτειας, με κριτήριο και το αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό για τους προμηθευτές των αλυσίδων, καθώς η ενίσχυση του δικτύου μιας αλυσίδας αυξάνει τον όγκο των συνολικών αγορών της και κατά συνέπεια τη διαπραγματευτική της δύναμη. Το σύνολο των ανταγωνιστών εξέφρασε την άποψη ότι η σχετική γεωγραφική αγορά αφορά στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας⁶⁹¹.

616. Επομένως, ως σχετική γεωγραφική αγορά στην περίπτωση των καφέ - ζαχαροπλασטיών μπορεί να θεωρηθεί κατά περίπτωση: (i) κάθε επιμέρους Δήμος στον οποίο δραστηριοποιείται η κρινόμενη επιχείρηση, με κριτήριο το αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό για τον τελικό καταναλωτή και (ii) η ελληνική επικράτεια, με κριτήριο το αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό για τους προμηθευτές. Στην υπό κρίση υπόθεση, ως σχετική γεωγραφική αγορά θεωρείται το σύνολο της ελληνικής επικράτειας, όπου δραστηριοποιείται το δίκτυο καταστημάτων του ομίλου VIVARTIA υπό επαρκώς ομοιόμορφες συνθήκες ανταγωνισμού.

617. Η αγορά καφέ/ζαχαροπλασטיών θεωρείται επηρεαζόμενη για τους σκοπούς εξέτασης της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης, καθώς οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε αυτήν έχουν ως πραγματικό ή δυνητικό προμηθευτή τη ΜΕΒΓΑΛ σε αγορές προϊόντων, όπου η νέα οντότητα θα έχει αθροιστικά μερίδια αγοράς άνω του 25%⁶⁹².

618. Τα γνωστοποιούντα μέρη αναφέρουν ότι η αγορά καφέ/ζαχαροπλασטיών βρίσκεται σε φάση ήπιας ανάπτυξης, εξαιτίας και της οικονομικής κρίσης που αντιμετωπίζει η χώρα⁶⁹³.

619. Σύμφωνα με την κλαδική μελέτη της ICAP: «*Η αγορά των αλυσίδων καταστημάτων café (δηλαδή των καταστημάτων που σερβίρουν ρόφημα καφέ και λειτουργούν κάτω από την ίδια επωνυμία και επιχειρηματικό “concept”)* παρουσίασε σημαντικούς ρυθμούς ανάπτυξης την περίοδο 2006-2009. Τα αμέσως επόμενα έτη, 2010-2012, η αγορά κινήθηκε σε πτωτική τροχιά. Ωστόσο, από το 2013 παρατηρείται σημαντική αύξηση της εξεταζόμενης αγοράς, λόγω κυρίως της ραγδαίας ανάπτυξης δύο αλυσίδων café. Συγκεκριμένα, πρόκειται για την αλυσίδα Mikel, η οποία ξεκίνησε το 2011 και μέχρι τα τέλη του 2015 αναμένεται να αριθμεί περί τα 123 καταστήματα στην Ελλάδα (Οκτώβριος 2013: 47 καταστήματα) και για την αλυσίδα Coffee Island, της οποίας το δίκτυο αριθμεί σήμερα περίπου τα 257 καταστήματα στην Ελλάδα (συνολικά 290 μαζί με το εξωτερικό). Τα καταστήματα της Coffee Island ξεκίνησαν ως καφεκοπτεία, αλλά από το

⁶⁹¹ Βλ. τις απαντητικές επιστολές των ΑΒΚ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΕΠΙΧ/ΣΕΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ Α.Ε. ΑΒΚ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ Α.Ε., [...], mi cafetal ΜΙΧΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ & ΣΙΑ ΕΕ, ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΜΙΚΡΟΓΕΥΜΑΤΑ Α.Β.Ε.Ε., MIKEL COFFEE COMPANY, [...] και την υπ' αριθ. πρωτ. 2389/24.4.2017 επιστολή της ΣΕΛΕΚΤ ΣΕΡΒΙΣ ΠΑΡΤΝΕΡ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΕΛΛΑΣ ΑΕ. Η εταιρία FOOD PLUS ΑΕΒΕ στην υπ' αριθ. πρωτ. 1713/22.3.2017 επιστολή της δεν απάντησε με ακρίβεια στη σχετική ερώτηση της ΓΔΑ.

⁶⁹² Βλ. παρ. 15 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁶⁹³ Βλ. παρ. 240 του εντύπου γνωστοποίησης.

2010 σταδιακά άρχισαν να εντάσσουν παράλληλα και τις υπηρεσίες take away (coffee on-the-go)»⁶⁹⁴.

620. Τα γνωστοποιούντα μέρη αναφέρουν ότι η αγορά καφέ/ζαχαροπλαστέων είναι εξαιρετικά ανταγωνιστική με ένα μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων να δραστηριοποιείται σε αυτήν. Ως απόδειξη των ισχυρισμών τους αναφέρουν δύο χαρακτηριστικές εξελίξεις στη σχετική αγορά. Το βρετανικό σήμα COSTA CAFE το οποίο, παρά την αναγνωρισιμότητά του, αποσύρθηκε από την Ελλάδα το 2012, καθώς και την εταιρία ΜΙΚΕΛ ΚΑΦΕ Α.Ε. με το εμπορικό σήμα MIKEL COFFEE COMPANY, η οποία, αν και ξεκίνησε από την πόλη της Λάρισας το 2008⁶⁹⁵, αναπτύχθηκε ραγδαία και ήδη λειτουργεί, σύμφωνα με τα γνωστοποιούντα μέρη, πάνω από 90 καταστήματα σε ολόκληρη την Ελλάδα με το σήμα της να είναι ιδιαίτερα αναγνωρίσιμο⁶⁹⁶.

621. Συναφώς, η κλαδική μελέτη της ICAP αναφέρει ότι ο ανταγωνισμός μεταξύ των καταστημάτων café είναι αρκετά έντονος «..., ο οποίος μάλιστα οξύνεται περαιτέρω λόγω και της παρατεταμένης οικονομικής ύφεσης»⁶⁹⁷.

622. Σύμφωνα με τα γνωστοποιούντα μέρη, ο ακριβής υπολογισμός του συνολικού μεγέθους της εξαιρετικά ανταγωνιστικής αγοράς καφεστιατορίων δεν είναι εφικτός, αφενός λόγω της περιορισμένης δυνατότητας άντλησης σχετικών στοιχείων από επίσημες πηγές και αφετέρου διότι στην αγορά, πλην του κλασσικού τύπου καφέ-ζαχαροπλαστέων, δραστηριοποιείται πληθώρα άλλων επώνυμων και μη επιχειρήσεων, όπως πολυκαταστήματα, αλυσίδες βιβλιοπωλείων κ.ά. Για τους προαναφερθέντες λόγους δεν είναι δυνατή και η ασφαλής μέτρηση των μεριδίων των δραστηριοποιούμενων στην αγορά επιχειρήσεων. Σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκόμισαν τα μέρη, η κατ' εκτίμηση εικόνα της αγοράς καφέ/ζαχαροπλαστέων είναι η εξής:

Πίνακας 84: Μέγεθος αγοράς καφέ/ζαχαροπλαστέων

	2013		2014		2015		ΙΟΥΝ. 2016	
	ΣΥΝ. ΑΓΟΡ ΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνο υς)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡ ΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνο υς)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡ ΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνο υς)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡ ΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνο υς)
α. Μέσες Μηνιαίες Επισκέψεις (σε χιλ.)	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		[...]
β. Μέση Μηνιαία Κατανάλωση (σε χιλ. €)	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		[...]
Ετήσιες Επισκέψεις (σε χιλ.) (α*12)	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		[...]
Ετήσια Κατανάλωση (σε χιλ. €) (β*12)	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		[...]

Πηγή: Μελέτη MRB (σχετ. 28 και 29 του εντύπου γνωστοποίησης και επεξεργασία από τη ΓΔΑ

Πίνακας 85: Εκτίμηση μεριδίων αγοράς καφέ/ ζαχαροπλαστέων (σε επισκέψεις)

⁶⁹⁴ Βλ. σχετικά κλαδική μελέτη της ICAP με θέμα «ΚΑΦΕΣ - ΑΛΥΣΙΔΕΣ CAFE», Δεκέμβριος 2015, προσκομισθείσα με την υπ' αριθ. πρωτ. [...] επιστολή της [...].

⁶⁹⁵ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2253/12.4.2017 επιστολή της ΜΙΚΕΛ, σύμφωνα με την οποία, «Η ΜΙΚΕΛ ΚΑΦΕ Α.Ε. που ξεκίνησε τη δραστηριότητά της το 2011 και είναι μια ανώνυμη εταιρία που δραστηριοποιείται αποκλειστικά στην Παροχή Υπηρεσιών και πιο συγκεκριμένα στο Franchising».

⁶⁹⁶ Βλ. παρ. 131 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁶⁹⁷ Βλ. σχετικά κλαδική μελέτη της ICAP με θέμα «ΚΑΦΕΣ - ΑΛΥΣΙΔΕΣ CAFE», Δεκέμβριος 2015, προσκομισθείσα με την υπ' αριθ. πρωτ. [...] επιστολή της [...].

**ΠΡΟΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ
ΣΤΗΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ
ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ**

	2013		2014		2015		ΙΟΥΝ. 2016	
	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)
EVEREST	[10-15]%	15,7%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%		[10-15]%
FLOCAFE/ FLOCAFE ESPRESSO ROOM	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%		[0-5]%
ΓΡΗΓΟΡΗΣ/ COFFEE RIGHT	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%		[15-25]%
ΣΑΝΤΟΥΪΤΣΑΔΙΚΟ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%		[5-10]%
MIKEL	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%		[15-25]%
COFFEE ISLAND	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[10-15]%	[10-15]%		[10-15]%
STARBUCKS	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%		[0-5]%
ΑΛΛΑ ΚΑΦΕ	[35-45]%	[45-55]%	[35-45]%	[45-55]%	[35-45]%	[35-45]%		[35-45]%
ΦΟΥΡΝΟΙ	[10-15]%		[10-15]%		[10-15]%			

Πηγή: Μελέτη MRB (σχετ. 28 και 29 του εντύπου γνωστοποίησης και επεξεργασία από τη ΓΔΑ)

Πίνακας 86: Εκτίμηση μεριδίων αγοράς καφέ/ζαχαροπλαστικών (σε κατανάλωση)

	2013		2014		2015		ΙΟΥΝ. 2016	
	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)
EVEREST	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[5-10]%	[5-10]%		[5-10]%
FLOCAFE/ FLOCAFE ESPRESSO ROOM	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%		[0-5]%
ΓΡΗΓΟΡΗΣ/ COFFEE RIGHT	[10-15]%	[10-15]%	[5-10]%	[10-15]%	[5-10]%	[5-10]%		[10-15]%
ΣΑΝΤΟΥΪΤΣΑΔΙΚΟ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%		[0-5]%
MIKEL	[5-10]%	[5-10]%	[10-15]%	[10-15]%	[15-25]%	[15-25]%		[15-25]%
COFFEE ISLAND	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%		[10-15]%
STARBUCKS	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%		[0-5]%
ΑΛΛΑ ΚΑΦΕ	[35-45]%	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%	[35-45]%	[35-45]%		[35-45]%

	2013		2014		2015		ΙΟΥΝ. 2016	
	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)	ΣΥΝ. ΑΓΟΡΑΣ	ΣΥΝ. (χωρίς φούρνους)
ΦΟΥΡΝΟΙ	[5-10]%		[5-10]%		[5-10]%			

Πηγή: Μελέτη MRB (σχετ. 28 και 29 του εντύπου γνωστοποίησης και επεξεργασία από τη ΓΔΑ)

623. Σύμφωνα με την έρευνα της MRB⁶⁹⁸, η αγορά των καφέ/ζαχαροπλασטיών εμφανίζεται ενισχυμένη τόσο σε επίπεδο επισκέψεων όσο και κατανάλωσης. Οι παραπάνω Πίνακες παρουσιάζουν εκτιμήσεις των μεριδίων των εταιριών στην αγορά καφέ/ζαχαροπλασטיών σε επισκέψεις και κατανάλωση αντίστοιχα. Όπως προκύπτει και από τους δύο Πίνακες, οι εταιρίες του ομίλου VIVARTIA (EVEREST και FLOCAFE) που δραστηριοποιούνται στην αγορά, κατέχουν σημαντική θέση σε αυτή, η οποία, όμως, αν υπολογισθούν και οι φούρνοι, δεν ξεπερνά αθροιστικά το [5-15]% του συνόλου το 2015. Σημαντική θεωρήθηκε η είσοδος στην αγορά, της αλυσίδας καφέ MIKEL, η οποία έχει αναπτύξει ένα μεγάλο δίκτυο καταστημάτων, μέσω της μεθόδου της δικαιόχρησης⁶⁹⁹. Χαρακτηριστικό της αγοράς είναι η ύπαρξη πολλών μικρών, μη επώνυμων επιχειρήσεων καφέ, οι οποίες καλύπτουν το [35-45]% της αγοράς σε επισκέψεις και το [35-45]% σε κατανάλωση για το 2015.

624. Στην αγορά καφέ/ζαχαροπλασטיών υπάρχει μερική καθετοποίηση, καθώς τα καταστήματα του ομίλου VIVARTIA προμηθεύονται ορισμένα προϊόντα από τις παραγωγικές μονάδες της ΔΕΛΤΑ. Και σε αυτή την αγορά, όπως αναφέρουν τα γνωστοποιούντα μέρη, οι αγορές γαλακτοκομικών προϊόντων στο σύνολο των πρώτων υλών των επιχειρήσεων του ομίλου VIVARTIA είναι μικρές σε όγκο και αξία⁷⁰⁰.

625. Από την επεξεργασία των απαντήσεων εταιριών⁷⁰¹, οι οποίες δραστηριοποιούνται στην αγορά καφέ/ζαχαροπλασטיών προκύπτει ότι δεν υπάρχουν (άμεσες ή έμμεσες) συμμετοχές της VIVARTIA ή/και της ΜΕΒΓΑΛ ή των ομίλων τους στο μετοχικό κεφάλαιο αυτών ή των ομίλων τους, αλλά ούτε και (άμεση ή έμμεση) συμμετοχή των ερωτηθεισών εταιριών ή των ομίλων τους στο μετοχικό κεφάλαιο της VIVARTIA ή/και της ΜΕΒΓΑΛ ή των ομίλων αυτών. Επίσης, κανένα από τα μέλη των Δ.Σ. των εν λόγω εταιριών ή των ομίλων τους δεν συμμετέχει στο Δ.Σ. της ΔΕΛΤΑ ή/και της ΜΕΒΓΑΛ ή των ομίλων τους και αντίστροφα.

626. Αναφορικά με την ύπαρξη συμφωνιών συνεργασίας μεταξύ των ερωτηθεισών εταιριών, οι οποίες δραστηριοποιούνται στην εν λόγω αγορά και της ΔΕΛΤΑ ή/και της ΜΕΒΓΑΛ, [...] ⁷⁰².

⁶⁹⁸ Βλ. «Παρουσίαση Αποτελεσμάτων Συνεχούς Ποσοτικής Έρευνας - Tracking Study για την αγορά του Φαγητού & Καφέ 4η Μέτρηση», MRB HELLAS A.E., Δεκέμβριος 2013, ως σχετ. 13 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁶⁹⁹ Βλ. την υπ' αριθ.πρωτ. 2253/12.4.2017 επιστολή της ΜΙΚΕΛ ΚΑΦΕ Α.Ε.

⁷⁰⁰ Βλ. παρ. 145 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁷⁰¹ Βλ. τις επιστολές υπ' αριθ. πρωτ. 2079/5.4.2017 της ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΜΙΚΡΟΓΕΥΜΑΤΑ Α.Ε.Β.Ε., 2222/10.4.2017 της ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΦΕ Α.Ε.Ε. και 2253/12.4.2017 της ΜΙΚΕΛ ΚΑΦΕ Α.Ε.

⁷⁰² Βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών [...]

627. Σχετικά με την ύπαρξη νομικών ή πραγματικών εμποδίων εισόδου η ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΦΕ Α.Ε.Ε. εκτιμά ότι: « ... τα εμπόδια εισόδου δεν είναι μεγάλα, γεγονός που αποδεικνύεται από τη δραστηριοποίηση σημαντικού αριθμού εταιριών και την επιτυχημένη είσοδο ή και επέκταση στην αγορά πολλών εταιριών και αλυσίδων ταχείας εστίασης. Επιπλέον κατά την εκτίμηση μας δεν υφίστανται νομικά εμπόδια εισόδου. Τα δε πραγματικά εμπόδια εισόδου αφορούν κυρίως την επένδυση για τη δημιουργία καταστήματος τροφίμων και ποτών/πώλησης καφέ και τα έξοδα διαφήμισης. Ωστόσο, τούτα τα εμπόδια δεν αποτελούν σημαντικούς ανασχετικούς παράγοντες της εισόδου νέων ή και επέκτασης υφισταμένων εταιριών του κλάδου. Χαρακτηριστικά αναφέρεται η πρόσφατη επέκταση νέων αλυσίδων όπως πχ τα καταστήματα Mikel, αλλά και η παρουσία μεμονωμένων επιχειρήσεων σε πολλά σημεία της επικράτειας, τα οποία διαθέτουν προς πώληση σημαντικό μέρος ή και το σύνολο των προϊόντων που διατίθενται από τις μεγάλες αλυσίδες του κλάδου ελαφρώς παραποιημένο κατά την παραγωγή ώστε να διακρίνεται από τα ίδια ή τα αντίστοιχα του χώρου. Μάλιστα, αλυσίδες λιανικής εισέρχονται στην αγορά ή/ και επεκτείνονται μέσω της μεθόδου franchising».

628. Σύμφωνα με την εταιρία ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΜΙΚΡΟΓΕΥΜΑΤΑ Α.Ε.Β.Ε. «Ο κλάδος της εστίασης γενικά χαρακτηρίζεται από μεγάλη κινητικότητα (όσον αφορά κυρίως στις μεμονωμένες επιχειρήσεις) διότι, σε γενικές γραμμές δεν υπάρχουν ισχυρά εμπόδια εισόδου».

629. Σχετικά με την ύπαρξη διαφάνειας μεταξύ των επιχειρήσεων, που δραστηριοποιούνται στην εν λόγω σχετική αγορά της υπό κρίση συγκέντρωσης, ως προς τις τιμές και λοιπούς όρους συναλλαγών (όγκοι πωλήσεων κ.λπ.), που έκαστη επιχείρηση διαπραγματεύεται με τους πελάτες της, η ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΦΕ Α.Ε.Ε., η ΜΙΚΕΛ ΚΑΦΕ Α.Ε. και η ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΜΙΚΡΟΓΕΥΜΑΤΑ Α.Ε.Β.Ε. απάντησαν ότι οι όροι συνεργασίας, οι τιμές, διαπραγματεύσεις, κ.λπ. δεν δημοσιεύονται. Οι εταιρίες ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΦΕ Α.Ε.Ε. και η ΜΙΚΕΛ ΚΑΦΕ Α.Ε. ανέφεραν ότι υπάρχει διαφάνεια μεταξύ των προμηθευτών ως προς τους όρους διαπραγμάτευσης, καθώς σύμφωνα με την πρώτη «...είναι μία αγορά με μικρό αριθμό προμηθευτών και με μερίδια αγοράς για τον κάθε ένα τα οποία δεν έχουν μεγάλες αποκλίσεις μεταξύ τους, πράγμα το οποίο εξασφαλίζει τη διαφάνεια τιμής ως προς τον τελικό πελάτη». Τέλος, η εταιρία ΜΙΧΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ & ΣΙΑ Ε.Ε. απάντησε ότι δεν υπάρχει διαφάνεια μεταξύ των προμηθευτών, καθώς και ότι «Οι συμβάσεις είναι ελαστικές οπότε εάν συντρέχει κάποιος ιδιαίτερος λόγος μπορούμε να προχωρήσουμε σε αλλαγή προμηθευτή, ή να έχουμε παράλληλα περισσότερους από έναν, αν και με τους περισσότερους υπάρχει χρόνια συνεργασία».

630. Καθώς δεν προσκομίστηκαν από τα γνωστοποιούντα μέρη ποσοτικά/στατιστικά στοιχεία για το σύνολο της αγοράς καφέ/ζαχαροπλασטיών αναφορικά με τα γαλακτοκομικά/τυροκομικά προϊόντα, τέθηκαν σχετικά ερωτήματα σε εταιρίες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο.

631. Η εταιρία ΜΙΚΕΛ ΚΑΦΕ Α.Ε.⁷⁰³ απάντησε ότι [...] ⁷⁰⁴.

⁷⁰³ Η ΜΙΚΕΛ ΚΑΦΕ Α.Ε. δραστηριοποιείται αποκλειστικά στην παροχή υπηρεσιών και πιο συγκεκριμένα στο franchising, έχοντας αναπτύξει ένα δίκτυο καταστημάτων, μέσω της μεθόδου της

632. Αντίστοιχα, η ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΦΕ Α.Ε.Ε.⁷⁰⁵ απάντησε ότι [...] χρησιμοποιεί όλα τα γαλακτοκομικά/τυροκομικά προϊόντα ως πρώτη ύλη, ως απόρροια αυτού δεν πραγματοποιείται πώληση γαλακτοκομικών/τυροκομικών προϊόντων προς τον τελικό καταναλωτή⁷⁰⁶.

VI.4.3 Αγορά catering

633. Τα γνωστοποιούνται μέρη, αναφερόμενα στις υπ' αριθ. 314/V/2006, 515/VI/2011 και 598/2014 αποφάσεις της ΕΑ, θεωρούν ότι «...η κάλυψη διαφορετικών αναγκών επιβάλλει το διαχωρισμό του κλάδου των εταιρειών catering στις εξής βασικές κατηγορίες, που αποτελούν και διακριτές σχετικές αγορές: (1) Catering δεξιώσεων και εκδηλώσεων. (2) Βιομηχανικό ή βιομηχανοποιημένο catering, που επίσης διακρίνεται: i) στην τροφοδοσία μονάδων μαζικής εστίασης (κυλικεία κλπ) και ii) στο επαγγελματικό ή «contract catering», ήτοι στην τροφοδοσία πάσης φύσεως οργανισμών για την τακτική σίτιση ατόμων που σχετίζονται με αυτούς (εκπαιδευτικά ιδρύματα, νοσοκομεία, στρατός κλπ). (3) Αεροπορικό catering, που, σύμφωνα με την ΕΑ, περιλαμβάνει τις υπηρεσίες σίτισης επιβατών αεροπορικών πτήσεων καθώς και την τροφοδοσία των κυλικείων και εστιατορίων που βρίσκονται εντός των αεροδρομίων της χώρας».

634. Κατά την άποψη των μερών, «υποκατάσταση υφίσταται μόνο όσον αφορά τις ανωτέρω υπό σχετ. 1 και 2 υπο-αγορές, αν και οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο χώρο προτιμούν την εξειδίκευση. Με άλλα λόγια η αγορά αεροπορικού catering και δη η αγορά σίτισης επιβατών αεροπορικών πτήσεων είναι χωριστή αγορά».

635. Ως σχετική γεωγραφική αγορά θεωρείται η ελληνική επικράτεια.

636. Ο όμιλος VIVARTIA δραστηριοποιείται στις αγορές: α) βιομηχανικού / βιομηχανοποιημένου catering, β) σίτισης επιβατών αεροπορικών πτήσεων και γ) εκμετάλλευσης/τροφοδοσίας κυλικείων και εστιατορίων εντός αεροδρομίων της χώρας.

VI.4.3.1 Επηρεαζόμενη αγορά βιομηχανικού/βιομηχανοποιημένου catering

637. Στην αγορά βιομηχανικού catering, εκ των ΔΕΛΤΑ και ΜΕΒΓΑΛ, δραστηριοποιείται μόνο ο όμιλος VIVARTIA, μέσω των εταιριών HELLENIC CATERING A.E. και OLYMPIC CATERING A.E.

638. Ειδικότερα, η HELLENIC CATERING A.E.⁷⁰⁷ (εφεξής «HELLENIC CATERING»), τροφοδοτεί σημεία μαζικής εστίασης⁷⁰⁸ με έτοιμα φαγητά και συγκεκριμένα με κρεατοσκευάσματα, μπιφτέκια, σαλάτες-σάλτσες-dressings, έτοιμα

δικαιόχρησης, που δραστηριοποιούνται στον κλάδο της καφεστίασης (όλα αυτά τα καταστήματα του δικτύου με το σήμα “mikel” είναι ξεχωριστές νομικές μορφές, με ξεχωριστά ΑΦΜ).

⁷⁰⁴ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ.2253/12.4.2017 απαντητική επιστολή της ΜΙΚΕΛ ΚΑΦΕ Α.Ε.

⁷⁰⁵ Η ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΦΕ Α.Ε.Ε. δραστηριοποιείται στην παραγωγή και διάθεση φρέσκων ροφημάτων καφέ σε πολλές και ποικίλες γεύσεις στους χώρους μαζικής εστίασης της εταιρίας και συγκεκριμένα στα καταστήματα υπό την επωνυμία STARBUCKS.

⁷⁰⁶ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ.2222/10.4.2017 απαντητική επιστολή της ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΦΕ Α.Ε.Ε.

⁷⁰⁷ Κατά 98,02% θυγατρική της GOODYS A.E. ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΣΤΙΑΣΗΣ. Η GOODYS A.E. ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΣΤΙΑΣΗΣ είναι κατά 100% θυγατρική του ομίλου VIVARTIA.

⁷⁰⁸ Όπως εστιατόρια, ξενοδοχεία, καφέ-ζαχαροπλαστεία, ζαχαροπλαστεία (συμπεριλαμβανομένων των μεγάλων αλυσίδων), αλυσίδες Λιανικού Εμπορίου (ζεστές γωνιές – παραγωγή προϊόντων φασόν), εταιρίες παροχής catering (δεξιώσεων, βιομηχανικού, αεροπορικού) κ.λπ.

μαγειρεμένα κατεψυγμένα γεύματα (RFM), προϊόντα ζαχαροπλαστικής, παγωτά και σάντουιτς. Η εν λόγω εταιρία αποτελεί σημαντικό προμηθευτή και των καταστημάτων του συστήματος δικαιόχρησης GOODY'S και FLOCAFE.

639. Επίσης, στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιείται και η OLYMPIC CATERING A.E. (εφεξής «OLYMPIC CATERING») μέσω της παραγωγής και διάθεσης έτοιμων γευμάτων σε αλυσίδες λιανεμπορίου και άλλων μονάδων μαζικής εστίασης. Ωστόσο, σύμφωνα με τα αναφερόμενα στο έντυπο γνωστοποίησης, οι πωλήσεις της εταιρίας προς τρίτους, στις εν λόγω κατηγορίες, είναι σχετικά μικρές⁷⁰⁹.

640. Εταιρίες του ομίλου VIVARTIA με παρεμφερή δραστηριότητα είναι και η OLYMPUS PLAZA A.E., που εκμεταλλεύεται κυλικεία, café, mini market σε Σταθμούς Εξυπηρέτησης Αυτοκινητιστών (Σ.Ε.Α.), καθώς και η OLYMPUS PLAZA CATERING A.E, η οποία εκμεταλλεύεται κυρίως το σήμα EVEREST εντός πλοίων⁷¹⁰. Θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι η δραστηριότητα των εταιριών OLYMPUS PLAZA CATERING και OLYMPUS PLAZA εμπίπτει σε μία διακριτή αγορά, αυτή της εκμετάλλευσης κυλικείων σε ταξιδιωτικούς κόμβους και χώρους αναψυχής, δεδομένου ότι σε αυτούς η εστίαση αποτελεί δευτερεύουσα επιδίωξη. Ωστόσο, η εν λόγω διάκριση δεν κρίνεται απαραίτητη για την αξιολόγηση της υπό κρίση πράξης, διότι στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιείται μόνο ο όμιλος VIVARTIA και η αγορά δεν διαφοροποιείται σε σχέση με την αγορά βιομηχανικού catering ή/και την αγορά εστίασης από την πλευρά της προσφοράς (απαιτούμενες πρώτες ύλες, παραγόμενο προϊόν), αλλά από την πλευρά της ζήτησης.

641. Η αγορά βιομηχανικού / βιομηχανοποιημένου catering θεωρείται επηρεαζόμενη, καθώς οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε αυτή έχουν ως πραγματικό ή δυνητικό προμηθευτή τη ΜΕΒΓΑΛ σε αγορές προϊόντων όπου η νέα οντότητα θα έχει αθροιστικά μερίδια αγοράς άνω του 25%⁷¹¹.

642. Τα γνωστοποιούντα μέρη εκτιμούν ότι, αν και δεν διαθέτουν στοιχεία για τα μερίδια της εν λόγω αγοράς, το μερίδιο της HELLENIC CATERING δεν υπερβαίνει το [0-5]% σε μια εξαιρετικά ανταγωνιστική αγορά⁷¹². Η θέση των μερών, όσον αφορά στα μερίδια, δεν κατέστη δυνατό να διασταυρωθεί, καθώς οι ανταγωνιστές, δεν έχουν στη διάθεσή τους σχετικά στοιχεία⁷¹³.

643. Η HELLENIC CATERING αξιοποίησε το 2016 το [...] της παραγωγικής της δυναμικότητας σε κρεατοσκευάσματα, το [...] σε σαλάτες, σάλτσες και dressings, το [...] σε έτοιμο φαγητό, το [...] σε αρτοζαχαροπλαστική, το [...] σε παγωτά και το [...] σε σάντουιτς. Το μεγαλύτερο μέρος της διανομής των γευμάτων γίνεται με ίδια μέσα της εταιρίας (ιδιόκτητα φορτηγά κ.λπ.), αλλά και μέσω συνεργατών/χονδρεμπόρων σε όλη την επικράτεια⁷¹⁴.

⁷⁰⁹ Βλ. παρ. 137 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁷¹⁰ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών.

⁷¹¹ Βλ. και παρ. 145 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁷¹² Βλ. παρ. 135 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁷¹³ Βλ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 1829/27.3.2017 της ΑΦΟΙ ΚΟΜΠΙΑΤΣΙΑΡΟΙ Α.Ε., 1985/31.3.2017 της ΑΟΥΤΟΓΚΡΙΑ ΕΛΛΑΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε. και 2220/10.4.2017 επιστολή της QUALITY TASTE Α.Ε.

⁷¹⁴ Βλ. παρ. 198 και 223 του εντύπου γνωστοποίησης.

644. Σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκόμισαν τα γνωστοποιούντα μέρη, για το έτος 2016, το ποσοστό των πωλήσεων της HELLENIC CATERING στους πέντε μεγαλύτερους πελάτες της ανερχόταν σε [10-15]% επί του τζίρου της⁷¹⁵.

645. Κατά τα γνωστοποιούντα μέρη, οι ποσότητες γαλακτοκομικών προϊόντων που προμηθεύονται και χρησιμοποιούν ως πρώτη ύλη οι εταιρίες του ομίλου VIVARTIA που δραστηριοποιούνται στον κλάδο του βιομηχανικού catering είναι μικρές σε αξία⁷¹⁶. Τα μέρη υποστηρίζουν, επίσης, ότι η αγορά του βιομηχανικού / βιομηχανοποιημένου catering χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη πολλών ανταγωνιστών «οι οποίοι θα δύνανται να προμηθεύονται τα απαραίτητα γαλακτοκομικά προϊόντα (που αντιπροσωπεύουν ένα ελάχιστο ποσοστό των προμηθειών τους σε πρώτη ύλη) από ποικίλες ισοδύναμες πηγές, (...) ακόμα και υπό το παντελώς θεωρητικό σενάριο υπό το οποίο η νέα οντότητα θα αύξανε τις τιμές ή/ και θα περιόριζε την παραγωγή για να τους φέρει σε ανταγωνιστικό μειονέκτημα». Ως εκ τούτου, σύμφωνα με τα γνωστοποιούντα μέρη, η εξεταζόμενη συγκέντρωση δεν πρόκειται να περιορίσει τον ανταγωνισμό στην αγορά βιομηχανικού/ βιομηχανοποιημένου catering⁷¹⁷.

646. Καθώς δεν προσκομίστηκαν από τα γνωστοποιούντα μέρη ποσοτικά/στατιστικά στοιχεία για το σύνολο της αγοράς βιομηχανικού/βιομηχανοποιημένου catering αναφορικά με τα γαλακτοκομικά/τυροκομικά προϊόντα, τέθηκαν σχετικά ερωτήματα στην εταιρία QUALITY TASTE A.E., η οποία δραστηριοποιείται στον κλάδο⁷¹⁸.

647. Η QUALITY TASTE A.E.⁷¹⁹ απάντησε ότι οι σημαντικότεροι προμηθευτές της σε γαλακτοκομικά και τυροκομικά προϊόντα, καθώς και τα ποσοστά που καταλαμβάνουν στις αγορές της για την περίοδο 2014-2016 είναι οι [...].

648. Από την επεξεργασία των απαντήσεων των εταιριών QUALITY TASTE A.E. και ΑΦΟΙ ΚΟΜΠΙΑΤΣΙΑΡΟΙ Α.Ε. προκύπτει ότι δεν υπάρχουν (άμεσες ή έμμεσες) συμμετοχές της VIVARTIA ή/και της ΜΕΒΓΑΛ ή των ομίλων τους στο μετοχικό κεφάλαιο αυτών ή των ομίλων τους, αλλά ούτε και (άμεση ή έμμεση) συμμετοχή των ερωτηθεισών εταιριών ή των ομίλων τους στο μετοχικό κεφάλαιο της VIVARTIA ή/και της ΜΕΒΓΑΛ ή των ομίλων αυτών. Επίσης, κανένα από τα μέλη των Δ.Σ. των εν λόγω εταιριών ή των ομίλων τους δεν συμμετέχει στο Δ.Σ. της ΔΕΛΤΑ ή/και της ΜΕΒΓΑΛ ή των ομίλων τους και αντίστροφα.

⁷¹⁵ Βλ. σχετ. 104α της υπ' αριθ. πρωτ. 1491/14.3.2017 επιστολής των γνωστοποιούντων μερών.

⁷¹⁶ Τα μέρη προσκόμισαν τα στοιχεία των πέντε μεγαλύτερων προμηθευτών των εταιριών HELLENIC CATERING (βλ. σχετ. 93b της υπ' αριθ. πρωτ. 1491/14.3.2017 επιστολής των γνωστοποιούντων μερών) και OLYMPIC CATERING (βλ. σχετ. 93a της υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολής των γνωστοποιούντων μερών) στους οποίους δεν συγκαταλέγονται προμηθευτές γαλακτοκομικών προϊόντων εκτός από [...] με συμμετοχή [10-15]% στους προμηθευτές της HELLENIC CATERING και [0-5]% στους προμηθευτές της OLYMPIC CATERING (εκτιμάται ότι η συνεργασία αφορά κυρίως [...]). Η εταιρία δεν διευκρινίζει αν στους μεγαλύτερους προμηθευτές των εταιριών εντάσσονται και οι προμηθευτές της εντός του ομίλου. Σχετικά με τις εταιρίες OLYMPUS PLAZA CATERING και OLYMPUS PLAZA δεν προσκομίστηκαν στοιχεία και στο έντυπο γνωστοποίησης δεν γίνεται μνεία στις συγκεκριμένες εταιρίες.

⁷¹⁷ Βλ. παρ. 145 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁷¹⁸ Η ΓΔΑ απηύθυνε σχετικά ερωτήματα και στην εταιρία ΑΦΟΙ ΚΟΜΠΙΑΤΣΙΑΡΟΙ Α.Ε., η οποία δραστηριοποιείται στον κλάδο, όμως η εν λόγω εταιρία δεν απάντησε, καθώς δεν διαθέτει στοιχεία (βλ. σχετική επιστολή της εταιρίας).

⁷¹⁹ Αντικείμενο δραστηριότητας της QUALITY TASTE A.E. είναι η εκμετάλλευση κυλικίων – εστιατορίων και διοργάνωση catering.

649. Αναφορικά με την ύπαρξη συμφωνιών συνεργασίας μεταξύ των ερωτηθεισών εταιριών, οι οποίες δραστηριοποιούνται στην εν λόγω αγορά και της ΔΕΛΤΑ ή/και της ΜΕΒΓΑΛ, η QUALITY TASTE A.E. απάντησε ότι [...], ενώ η εταιρία ΑΦΟΙ ΚΟΜΠΑΤΣΙΑΡΟΙ A.E. δήλωσε ότι [...].

650. Σχετικά με την ύπαρξη νομικών ή πραγματικών εμποδίων εισόδου η εταιρία QUALITY TASTE A.E. ανέφερε ότι « ... Οι παράγοντες που επιδρούν στην είσοδο νέων επιχειρήσεων στις αγορές του Παραρτήματος Α είναι μπορούμε να πούμε αρκετοί και αφορούν το οικονομικό περιβάλλον (κατάσταση της οικονομίας, ανταγωνισμός, προμηθευτές, πελάτες βιοτικό επίπεδο, χρηματοδότηση, επιτόκια, δείκτες ανεργίας, Α.Ε.Π.)».

651. Σχετικά με την δυνατότητα άμεσης αλλαγής προμηθευτή γαλακτοκομικών/ τυροκομικών προϊόντων εκ μέρους των εταιριών που δραστηριοποιούνται στην υπό εξέταση σχετική αγορά, η QUALITY TASTE A.E. απάντησε ότι « ... αυτό δεν είναι και τόσο εύκολο λόγω του ότι στην αγορά οι προμηθευτές δεν είναι πολλοί και έτσι δεν υπάρχει μεγάλη δυνατότητα επιλογών. Αυτό βέβαια ισχύει σε μια επιχείρηση που έχει πολλά υποκαταστήματα πανελλαδικά και έτσι θα πρέπει να συνεργάζεται με έναν προμηθευτή που έχει επίσης μεγάλο δίκτυο διανομής, για να την καλύπτει». Αντίθετα, η εταιρία ΑΦΟΙ ΚΟΜΠΑΤΣΙΑΡΟΙ A.E. ανέφερε ότι « ... Υπάρχει δυνατότητα άμεσης αλλαγής προμηθευτή από την εταιρεία μας».

VI.4.3.2 Επηρεαζόμενη αγορά σίτισης επιβατών αεροπορικών πτήσεων

652. Όπως προαναφέρθηκε⁷²⁰, τα γνωστοποιούντα μέρη ισχυρίζονται ότι, κατ' απόκλιση προς τη θέση της ΕΑ, είναι ορθότερο να γίνει δεκτό ότι η αγορά αεροπορικού catering περιορίζεται στις υπηρεσίες σίτισης επιβατών αεροπορικών πτήσεων, δεδομένου ότι για την παρουσία σε αυτή απαιτούνται ειδικές άδειες, εν αντιθέσει με την τροφοδοσία των κυλικείων και εστιατορίων που βρίσκονται εντός των αεροδρομίων της χώρας⁷²¹. Πράγματι, το αεροπορικό catering προϋποθέτει διαδικασίες λειτουργίας οι οποίες διαφέρουν από τις άλλες δραστηριότητες σίτισης, καθώς απευθύνεται αποκλειστικά και μόνο σε επιβατικό κοινό, η σύνθεση των γευμάτων καθορίζεται αυστηρά από τις αεροπορικές εταιρίες, απαιτείται εξειδικευμένος εξοπλισμός, αλλά και εξειδικευμένο προσωπικό. Ωστόσο, παρέλκει η ακριβής οριοθέτηση της εν λόγω αγοράς στην παρούσα υπόθεση, καθώς δεν μεταβάλλεται η αξιολόγηση των επιπτώσεων της γνωστοποιηθείσας πράξης υπό οποιαδήποτε θεώρηση.

653. Σύμφωνα με το έντυπο γνωστοποίησης, στις υπηρεσίες αεροτροφοδοσίας, περιλαμβάνονται και οι υπηρεσίες handling (εξυπηρέτησης μεταφοράς ειδών αεροτροφοδοσίας). Η συγκεκριμένη υπηρεσία περιλαμβάνει τη μεταφορά εφοδίων τροφοδοσίας των αεροπλάνων από και προς το αεροσκάφος με ειδικά φορτηγά.

654. Στο αεροπορικό catering η διανομή και η εξυπηρέτηση των πελατών πραγματοποιείται από τις ίδιες τις εταιρίες, στην περίπτωση που αυτές έχουν άδεια να παρέχουν και υπηρεσίες handling, όπως η OLYMPIC CATERING. Σε περίπτωση που η

⁷²⁰ Βλ. υποσ. 653.

⁷²¹ Βλ. και την υπ' αριθ. 35 υποσημείωση του εντύπου γνωστοποίησης.

εταιρία δεν κατέχει τη σχετική άδεια, η εξυπηρέτηση γίνεται από εταιρίες, που είναι αδειοδοτημένες να παρέχουν υπηρεσίες «in-flight catering ramp handling»⁷²².

655. Σύμφωνα με τα γνωστοποιούντα μέρη, ως σχετική γεωγραφική αγορά μπορεί να οριστεί είτε στενά η ελληνική επικράτεια είτε ευρύτερα η παγκόσμια ή η ευρωπαϊκή (τουλάχιστον για τις διεθνείς πτήσεις), καθώς οι αεροπορικές εταιρίες που διενεργούν διεθνείς πτήσεις έχουν τη δυνατότητα να τροφοδοτούνται και από αεροδρόμια της αλλοδαπής (κάτι που είναι σύνηθες)⁷²³.

656. Αναφορικά με την ελληνική επικράτεια, η αγορά σίτισης επιβατών αεροπορικών πτήσεων θεωρείται επηρεαζόμενη για τους σκοπούς αξιολόγησης της κρινόμενης υπόθεσης, καθώς, οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε αυτή έχουν ως πραγματικό ή δυνητικό προμηθευτή τη ΜΕΒΓΑΛ σε αγορές προϊόντων, όπου η νέα οντότητα θα έχει αθροιστικά μερίδια αγοράς άνω του 25%.

657. Η αγορά της αεροτροφοδοσίας χαρακτηρίζεται από μικρό αριθμό εταιριών, καθώς απαιτεί εξειδικευμένη τεχνογνωσία και ειδικές άδειες. Οι εν λόγω άδειες παρέχονται συνήθως ανά αεροδρόμιο και για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, κατόπιν δημόσιου διαγωνισμού.

658. Στην Αθήνα, που πραγματοποιείται συγκεντρωτικά η μεγαλύτερη δραστηριοποίηση στον κλάδο, έχει θεσπιστεί οριοθέτηση από τον φορέα διαχείρισης του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών αναφορικά με τους φορείς που μπορούν να παρέχουν υπηρεσίες τροφοδοσίας αεροσκαφών (υποχρεωτικά τρεις) και υπηρεσιών in-flight catering ramp handling (υποχρεωτικά δύο). Αντιθέτως, τέτοιος αριθμητικός περιορισμός δεν υφίσταται στην υπόλοιπη Ελλάδα⁷²⁴.

659. Σύμφωνα με τα γνωστοποιούντα μέρη, η αγορά αεροπορικού catering βρίσκεται σε φάση ωριμότητας και η πορεία της εξαρτάται από την πορεία του ευρύτερου κλάδου αερομεταφορών σε διεθνές επίπεδο. Υπό τις σημερινές συνθήκες οικονομικής κρίσης και ύφεσης στον κλάδο των αερομεταφορών η αεροτροφοδοσία αναμένεται να έχει πτωτική πορεία.

660. Στην αγορά δραστηριοποιείται μόνο ο όμιλος VIVARTIA (ΔΕΛΤΑ), μέσω της θυγατρικής του OLYMPIC CATERING. Η παρουσία της OLYMPIC CATERING στην εν λόγω αγορά είναι πλέον εξαιρετικά περιορισμένη, με μερίδιο που, κατά δήλωση των μερών, υπολείπεται του [0-5]%⁷²⁵.

661. Βασικός ανταγωνιστής της OLYMPIC CATERING είναι η NEWREST ΕΛΛΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑΣ Α.Ε. (εφεξής NEWREST), της οποίας η κύρια δραστηριότητα είναι το αεροπορικό catering. Σύμφωνα με την απάντηση της NEWREST, «Τα μερίδια αγοράς επί του συνόλου των πτήσεων και επιβατών για τα αεροδρόμια στα οποία έχει δραστηριότητα η εταιρεία και υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία είναι: Αθήνα (2014 [15-25]%, 2015 [15-25]%, 2016 [15-25]%), Ηράκλειο (2014 [15-25]%, 2015 [15-25]%, 2016 [15-25]%), Ρόδος (2014 [10-15]%, 2015 [10-15]%, 2016 [10-15]%) και Θεσσαλονίκη (2014 [15-25]%, 2015 [15-25]%, 2016 [15-25]%). Τα

⁷²² Βλ. παρ. 200 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁷²³ Βλ. παρ. 141 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁷²⁴ Βλ. παρ. 263 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁷²⁵ Βλ. παρ. 142 του εντύπου γνωστοποίησης.

παραπάνω ποσοστά προκύπτουν από τον αριθμό των εξυπηρετούμενων πτήσεων ανά έτος από την NEWREST σε σχέση με το συνολικό ετήσιο αριθμό πτήσεων στα παραπάνω αεροδρόμια. Για τα μερίδια των ανταγωνιστών δεν διαθέτουμε στοιχεία»⁷²⁶.

662. Πελάτες της OLYMPIC CATERING είναι αεροπορικές εταιρίες, με τις οποίες κατά κανόνα υπογράφονται ετήσιες συμβάσεις συνεργασίας. Στις διεθνείς πτήσεις, οι αεροπορικές εταιρίες μπορούν και, σύμφωνα με τα γνωστοποιούντα μέρη, στην πράξη πολλές το πράττουν, να προμηθεύονται από τα αλλοδαπά αεροδρόμια αναχώρησης, ακόμα και τα γεύματα που αφορούν την πτήση επιστροφής (ήτοι, από Ελλάδα στην αλλοδαπή)⁷²⁷.

663. Η εταιρία έχει παραγωγικές μονάδες εντός των αεροδρομίων Σπάτων, Ρόδου και Ηράκλειου. Η παραγωγική ικανότητά της είναι [...] αν και σήμερα χρησιμοποιείται το [...] της συγκεκριμένης παραγωγικής ικανότητας.

664. Οι πέντε μεγαλύτεροι προμηθευτές της OLYMPIC CATERING κάλυψαν το [...] των συνολικών αγορών της εταιρίας το 2016⁷²⁸. Σύμφωνα με τα γνωστοποιούντα μέρη, οι ποσότητες γαλακτοκομικών προϊόντων που προμηθεύεται και χρησιμοποιεί ως πρώτη ύλη η OLYMPIC CATERING είναι μικρές σε αξία⁷²⁹. Επίσης, κατά τα μέρη, οι αγορές γαλακτοκομικών προϊόντων αντιπροσωπεύουν ένα ελάχιστο ποσοστό των προμηθειών των εταιριών του κλάδου σε πρώτη ύλη⁷³⁰. Στο έντυπο γνωστοποίησης αναφέρεται ευρύτερα, για τις κάθετα επηρεαζόμενες αγορές, ότι αποτελούν αγορές που « ... από τη φύση τους χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη πάρα πολλών ανταγωνιστών, οι οποίοι θα δύνανται να προμηθεύονται τα απαραίτητα γαλακτοκομικά προϊόντα (που αντιπροσωπεύουν ένα ελάχιστο ποσοστό των προμηθειών τους σε πρώτη ύλη) από ποικίλες ισodύναμες πηγές ... »⁷³¹.

665. Καθώς δεν προσκομίστηκαν από τα γνωστοποιούντα μέρη ποσοτικά/στατιστικά στοιχεία για το σύνολο της αγοράς σίτισης των επιβατών αεροπορικών πτήσεων αναφορικά με τα γαλακτοκομικά/τυροκομικά προϊόντα, τέθηκαν σχετικά ερωτήματα στην εταιρία NEWREST ΕΛΛΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑΣ Α.Ε., η οποία δραστηριοποιείται στον κλάδο.

666. Η NEWREST ΕΛΛΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑΣ Α.Ε.⁷³² απάντησε ότι οι 5 μεγαλύτεροι προμηθευτές της γαλακτοκομικών προϊόντων με τα αντίστοιχα ποσοστά αγορών της εταιρίας για τα έτη 2014, 2015 και 2016 είναι οι [...]»⁷³³.

⁷²⁶ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 4629/23.6.2014 επιστολή της NEWREST ΕΛΛΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑΣ Α.Ε.

⁷²⁷ Βλ. παρ. 263 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁷²⁸ Βλ. σχετ. 93α της υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολής των γνωστοποιούντων μερών

⁷²⁹ Τα γνωστοποιούντα μέρη προσκόμισαν τα στοιχεία των πέντε μεγαλύτερων προμηθευτών της OLYMPIC CATERING, στους οποίους δεν συγκαταλέγονται προμηθευτές γαλακτοκομικών προϊόντων [...] (εκτιμάται ότι η συνεργασία αφορά κυρίως [...]).

⁷³⁰ Βλ. παρ. 145 του εντύπου γνωστοποίησης. Από τα στοιχεία που προσκόμισε η εταιρία NEWREST ΕΛΛΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑΣ Α.Ε., με την υπ' αριθ. πρωτ. 1773/23.3.2017 επιστολή της, δεν κατέστη δυνατό να επιβεβαιωθεί ο ισχυρισμός των μερών.

⁷³¹ Βλ. παρ. 145 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁷³² Η κύρια δραστηριότητα της NEWREST ΕΛΛΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑΣ Α.Ε. είναι η τροφοδοσία αεροσκαφών.

⁷³³ Βλ. την απαντητική επιστολή της NEWREST ΕΛΛΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑΣ Α.Ε. Για τα υπόλοιπα υποερωτήματα δεν διαθέτει στοιχεία, [...]

667. Από τις απαντήσεις της NEWREST ΕΛΛΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑΣ Α.Ε. προκύπτει ότι δεν υπάρχουν (άμεσες ή έμμεσες) συμμετοχές της VIVARTIA ή/και της ΜΕΒΓΑΛ ή των ομίλων τους στο μετοχικό κεφάλαιο αυτής ή του ομίλου της, αλλά ούτε και (άμεση ή έμμεση) συμμετοχή της στο μετοχικό κεφάλαιο της VIVARTIA και της ΜΕΒΓΑΛ ή των ομίλων αυτών. Επίσης, κανένα από τα μέλη των Δ.Σ. της NEWREST ή του ομίλου της δεν συμμετέχει στο Δ.Σ. της ΔΕΛΤΑ ή/και της ΜΕΒΓΑΛ ή των ομίλων τους και αντίστροφα.

668. Επιπλέον, η NEWREST ΕΛΛΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑΣ Α.Ε. απάντησε ότι [...], καθώς και ότι «Εμπόδια εισόδου αποτελούν ο τεχνικός εξοπλισμός και η τεχνογνωσία που απαιτείται στον συγκεκριμένο κλάδο και το ύψος της αρχικής επένδυσης».

669. Τέλος, η ίδια εταιρία αναφέρει ότι «[...]».

VI.4.3.3 Επηρεαζόμενη αγορά εκμετάλλευσης κυλικίων εντός αεροδρομίων

670. Τα γνωστοποιούντα μέρη υποστηρίζουν ότι η αγορά εκμετάλλευσης χώρων εστίασης εντός αεροδρομίων δεν αποτελεί χωριστή αγορά σε σχέση με την αγορά μαζικής/ ταχείας εστίασης, δεδομένου ότι πρόκειται για την παροχή της ίδιας φύσεως υπηρεσίας και δεδομένου ότι στους κατά καιρούς ανοικτούς δημόσιους διαγωνισμούς που διενεργούν οι διαχειριστές των αεροδρομίων, μετέχουν κατά κανόνα επιχειρήσεις που έχουν αντίστοιχη παρουσία και στην ανοικτή αγορά⁷³⁴.

671. Σύμφωνα με τις αποφάσεις 515/VI/2011 και 598/2014 της ΕΑ, η αγορά εκμετάλλευσης κυλικίων εντός αεροδρομίων μπορεί να οριοθετηθεί διακριτά έναντι της λοιπής εσωτερικής αγοράς μαζικής/ταχείας εστίασης, δεδομένου ότι η εν λόγω αγορά λειτουργεί με άδειες που χορηγούνται μέσω δημόσιων διαγωνισμών και η πρόσβαση στα συγκεκριμένα κυλικεία είναι εφικτή μόνο με την πληρωμή ενός «τιμήματος», δηλαδή του εισιτηρίου.

672. Στην αγορά εκμετάλλευσης κυλικίων εντός αεροδρομίου, δραστηριοποιείται η VIVARTIA μέσω της θυγατρικής της, OLYMPIC CATERING. Η εταιρία λειτουργεί 34 κυλικεία σε αεροδρόμια της χώρας με το σήμα EVEREST-OLYMPIC CATERING και 5 υπό το σήμα FLOCAFE⁷³⁵. Τα γνωστοποιούντα μέρη επισημαίνουν ότι «οι παραχωρήσεις χρήσεως των ως άνω κυλικίων γίνονται δυνάμει ανοικτών δημόσιων διαγωνιστικών διαδικασιών που διενεργούνται περιοδικά από τους εκάστοτε αρμοδίους φορείς διαχείρισης των αεροδρομίων»⁷³⁶.

673. Η αγορά εκμετάλλευσης κυλικίων εντός αεροδρομίου θεωρείται επηρεαζόμενη για τους σκοπούς αξιολόγησης της κρινόμενης υπόθεσης, καθώς οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε αυτή έχουν ως πραγματικό ή δυνητικό προμηθευτή τη ΜΕΒΓΑΛ σε αγορές προϊόντων όπου η νέα οντότητα θα έχει αθροιστικά μερίδια αγοράς άνω του 25%.

674. Σχετικά με τα μερίδια και το μέγεθος της αγοράς εκμετάλλευσης κυλικίων εντός αεροδρομίων τα γνωστοποιούντα μέρη απάντησαν ότι δεν διαθέτουν σχετικά στοιχεία⁷³⁷.

⁷³⁴ Βλ. παρ. 126 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁷³⁵ Βλ. παρ. 127 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁷³⁶ Βλ. παρ. 126 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁷³⁷ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολή των γνωστοποιούντων μερών.

675. Η εταιρία «ΑΟΥΤΟΓΚΡΙΑΛ ΕΛΛΑΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε.», η οποία λειτουργεί και εκμεταλλεύεται αυτοτελώς καταστήματα εμπορίας κάθε είδους τροφίμων, ποτών και άλλων εμπορικών αγαθών (καφέ-μπαρ-εστιατόρια-κυλικεία-μίνι μάρκετ), τα οποία βρίσκονται στον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος», σε Σταθμούς Εξυπηρέτησης Αυτοκινήτων (Σ.Ε.Α.) και σε πρατήρια καυσίμων ανά την Ελλάδα απάντησε ότι στην «... αγορά εκμετάλλευσης κυλικείων εντός του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών, ελλείπει συγκεκριμένων στατιστικών μελετών/μετρήσεων, κατόπιν γενικής εκτίμησης η οποία προκύπτει εμπειρικά, θα λέγαμε ότι το μερίδιο της Εταιρείας μας είναι μεταξύ [15-25]% και [15-25]%. Επίσημα ωστόσο στοιχεία αναφορικά με τα έτη 2014-2016 δεν έχουμε, ούτε έχουμε κάποια πληροφόρηση αναφορικά με τα αντίστοιχα μερίδια αγοράς των ανταγωνιστών μας»⁷³⁸.

676. Λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω, σε συνδυασμό με τους κύκλους εργασιών, για το 2016, των εταιριών OLYMPIC CATERING ([...]€)⁷³⁹, ΣΕΛΕΚΤ ΣΕΡΒΙΣ ΠΑΡΤΝΕΡ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε. ([...]€)⁷⁴⁰ και ΑΟΥΤΟΓΚΡΙΑΛ ΕΛΛΑΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε. ([...]€)⁷⁴¹ και Γ. ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ & ΣΙΑ Ε.Ε. ([...]€)⁷⁴², εκτιμάται ότι το μερίδιο του ομίλου VIVARTIA, στην εν λόγω αγορά, αγγίζει το [45-55]%. Αντίστοιχα, η ΣΕΛΕΚΤ ΣΕΡΒΙΣ ΠΑΡΤΝΕΡ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε., ΑΟΥΤΟΓΚΡΙΑΛ ΕΛΛΑΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε. και Γ. ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ & ΣΙΑ Ε.Ε. κατέχουν το [10-15]%, [15-15]% και [5-10]% της αγοράς, αντίστοιχα.

677. Σε κάθε περίπτωση, όπως αναφέρθηκε και ανωτέρω, οι ποσότητες γαλακτοκομικών προϊόντων που προμηθεύεται και χρησιμοποιεί ως πρώτη ύλη η OLYMPIC CATERING είναι, κατά δήλωση των μερών, μικρές σε αξία⁷⁴³ και οι αγορές γαλακτοκομικών προϊόντων αντιπροσωπεύουν ένα ελάχιστο ποσοστό των προμηθειών των εταιριών του κλάδου σε πρώτη ύλη⁷⁴⁴. Στο έντυπο γνωστοποίησης αναφέρεται ευρύτερα για τις κάθετα επηρεαζόμενες αγορές ότι αποτελούν αγορές που «...από τη φύση τους χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη πάρα πολλών ανταγωνιστών, οι οποίοι θα δύνανται να προμηθεύονται τα απαραίτητα γαλακτοκομικά προϊόντα (που αντιπροσωπεύουν ένα ελάχιστο ποσοστό των προμηθειών τους σε πρώτη ύλη) από ποικίλες ισοδύναμες πηγές»⁷⁴⁵. Ο ισχυρισμός περί ύπαρξης πολλών ανταγωνιστών δεν ισχύει στην περίπτωση των εταιριών του κλάδου εκμετάλλευσης κυλικίων εντός αεροδρομίων, η οποία λειτουργεί με αδειοδοτήσεις.

⁷³⁸ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1985/31.3.2017 επιστολή της ΑΟΥΤΟΓΚΡΙΑΛ ΕΛΛΑΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε.

⁷³⁹ Βλ. σχετ. 71 της υπ' αριθ. πρωτ. 1390/7.3.2017 επιστολής των γνωστοποιούντων μερών.

⁷⁴⁰ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΣΕΛΕΚΤ ΣΕΡΒΙΣ ΠΑΡΤΝΕΡ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ Α.Ε.

⁷⁴¹ Βλ. την απαντητική επιστολή της ΑΟΥΤΟΓΚΡΙΑΛ ΕΛΛΑΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε.

⁷⁴² Βλ. την απαντητική επιστολή της Γ. ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ & ΣΙΑ Ε.Ε.

⁷⁴³ Τα μέρη προσκόμισαν τα στοιχεία των πέντε μεγαλύτερων προμηθευτών της OLYMPIC CATERING, στους οποίους δεν συγκαταλέγονται προμηθευτές γαλακτοκομικών προϊόντων πλην [...] (εκτιμάται ότι η συνεργασία αφορά κυρίως [...]).

⁷⁴⁴ Από τα στοιχεία που προσκόμισε η εταιρία ΣΕΛΕΚΤ ΣΕΡΒΙΣ ΠΑΡΤΝΕΡ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ Α.Ε. με την υπ' αριθ. πρωτ. 2389/24.4.2017 επιστολή της και η εταιρία ΑΟΥΤΟΓΚΡΙΑΛ ΕΛΛΑΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε. με την υπ' αριθ. πρωτ. 1985/31.3.2017 επιστολή της, δεν κατέστη δυνατό να επιβεβαιωθεί ο ισχυρισμός των μερών.

⁷⁴⁵ Βλ. παρ. 145 του εντύπου γνωστοποίησης.

678. Θέση των γνωστοποιούντων μερών, όπως αναφέρεται και στις προηγούμενες ενότητες, είναι ότι η εξεταζόμενη συγκέντρωση δεν πρόκειται να περιορίσει τον ανταγωνισμό στις κάθετα επηρεαζόμενες αγορές *«ακόμα και υπό το παντελώς θεωρητικό σενάριο υπό το οποίο η νέα οντότητα θα αύξανε τις τιμές ή/ και θα περιόριζε την παραγωγή για να ... φέρει [τις ανταγωνίστριες επιχειρήσεις] σε ανταγωνιστικό μειονέκτημα»*.

679. Καθώς δεν προσκομίστηκαν από τα γνωστοποιούντα μέρη ποσοτικά/στατιστικά στοιχεία για το σύνολο της αγοράς των κυκλικών εντός αεροδρομίων αναφορικά με τα γαλακτοκομικά/τυροκομικά προϊόντα, τέθηκαν σχετικά ερωτήματα σε εταιρίες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο.

680. Σύμφωνα με την εταιρία Γ. ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.⁷⁴⁶ οι προμηθευτές της σε γαλακτοκομικά / τυροκομικά προϊόντα είναι οι εταιρίες [...] ⁷⁴⁷. [...] ⁷⁴⁸ [...] ⁷⁴⁹.

681. Η ΑΟΥΤΟΓΚΡΙΑΛΛ ΕΛΛΑΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε. απάντησε ότι [...] ⁷⁵⁰.

682. Η ΣΕΛΕΚΤ ΣΕΡΒΙΣ ΠΑΡΤΝΕΡ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.⁷⁵¹ απάντησε ότι [...] ⁷⁵². [...] τα ποσοστά των προμηθειών των γαλακτοκομικών/τυροκομικών προϊόντων των εταιριών του ομίλου VIVARTIA στο σύνολο των προμηθειών γαλακτοκομικών/τυροκομικών προϊόντων από την [...] κατά την χρήση 1/10/2013-30/9/2014 [...], κατά την χρήση 1/10/2014-30/9/2015 [...] και τη [...] και κατά τη χρήση 1/10/2015-30/9/2016 από την [...] και τη [...]. Τέλος, σχετικά με το ποσοστό που καταλαμβάνουν τα γαλακτοκομικά/τυροκομικά προϊόντα στο σύνολο των προμηθειών εδωδίων πρώτων υλών της [...], σημειώνεται ότι κατά την χρήση 1/10/2013-30/9/2014 αυτό ανερχόταν στο [...], κατά την χρήση 1/10/2014-30/9/2015 στο [...] και κατά την χρήση 1/10/2015-30/9/2016 στο [...].

683. Η εταιρία ΜΙ CAFETAL – ΜΙΧΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ & ΣΙΑ Ε.Ε.⁷⁵³ απάντησε ότι οι κυριότεροι προμηθευτές της είναι οι εταιρίες [...]. Οι πωλήσεις της σε γαλακτοκομικά προϊόντα ανέρχονται περίπου στο [0-5]% των συνολικών πωλήσεων της ^{754,755}.

⁷⁴⁶ Το αντικείμενο δραστηριότητας της Γ. ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε. είναι η εκμετάλλευση χώρων εστίασης - καφέ – αναψυκτηρίων σε (α) αεροδρόμια, (β) ΚΤΕΛ και (γ) λοιπά καταστήματα εκτός δημοσίων χώρων.

⁷⁴⁷ [...]

⁷⁴⁸ [...]

⁷⁴⁹ Βλ. την απαντητική επιστολή της Γ. ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.

⁷⁵⁰ Η ΑΟΥΤΟΓΚΡΙΑΛΛ αναφέρει ότι «..., δεν γνωρίζουμε το ποσοστό που καταλαμβάνουν εν γένει τα γαλακτοκομικά / τυροκομικά προϊόντα στο σύνολο των προμηθειών εδωδίων πρώτων υλών από τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην ελληνική επικράτεια σε αυτές τις αγορές», καθώς και ότι «...δεν γνωρίζουμε το ποσοστό που καταλαμβάνουν οι πωλήσεις γαλακτοκομικών / τυροκομικών προϊόντων προς τους τελικούς καταναλωτές από τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην ελληνική επικράτεια σε αυτές τις αγορές στο σύνολο των πωλήσεων προϊόντων των ως άνω επιχειρήσεων».

⁷⁵¹ Η ΣΕΛΕΚΤ ΣΕΡΒΙΣ ΠΑΡΤΝΕΡ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε. δραστηριοποιείται στην εκμετάλλευση εστιατορίων, καφέ και σνακ μπαρ, από τον Οκτώβριο του 2007 και εντεύθεν αποκλειστικά και **μόνον εντός του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών «Ελ. Βενιζέλος»**.

⁷⁵² [...] ΣΕΛΕΚΤ ΣΕΡΒΙΣ ΠΑΡΤΝΕΡ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε. [...].

⁷⁵³ Η ΜΙ CAFETAL δραστηριοποιείται στην εκμετάλλευση κυκλικών σε δημόσιους κυρίους χώρους (αεροδρόμια, νοσοκομεία, κ.λπ.).

⁷⁵⁴ [...] αποθήκη ανά προμηθευτή.

⁷⁵⁵ Βλ. τις υπ' αριθ. 2095/5.4.2017 και 2096/5.4/2017 απαντητικές επιστολές της εταιρίας ΜΙ CAFETAL – ΜΙΧΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ & ΣΙΑ Ε.Ε.

684. Από την επεξεργασία των απαντήσεων των εταιριών⁷⁵⁶, οι οποίες δραστηριοποιούνται στην αγορά εκμετάλλευσης κυλικείων εντός αεροδρομίου προκύπτει ότι δεν υπάρχουν (άμεσες ή έμμεσες) συμμετοχές της VIVARTIA ή/και της ΜΕΒΓΑΛ ή των ομίλων τους στο μετοχικό κεφάλαιο αυτών ή των ομίλων τους, αλλά ούτε και (άμεση ή έμμεση) συμμετοχή των ερωτηθεισών εταιριών ή των ομίλων τους στο μετοχικό κεφάλαιο της VIVARTIA ή/και της ΜΕΒΓΑΛ ή των ομίλων αυτών. Επίσης, κανένα από τα μέλη των Δ.Σ. των εν λόγω εταιριών ή των ομίλων τους δεν συμμετέχει στο Δ.Σ. της ΔΕΛΤΑ ή/και της ΜΕΒΓΑΛ ή των ομίλων τους και αντίστροφα.

685. Αναφορικά με την ύπαρξη συμφωνιών συνεργασίας μεταξύ των ερωτηθεισών εταιριών, οι οποίες δραστηριοποιούνται στην εν λόγω αγορά και της ΔΕΛΤΑ ή/και της ΜΕΒΓΑΛ, η εταιρία ΑΟΥΤΟΓΚΡΙΑΛ ΕΛΛΑΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε. και ΜΙ CAFETAL – ΜΙΧΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ & ΣΙΑ Ε.Ε. ανέφεραν ότι [...]. Η εταιρία Γ. ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ & ΣΙΑ Ε.Ε. [...]. Τέλος, η ΣΕΛΕΚΤ ΣΕΡΒΙΣ ΠΑΡΤΝΕΡ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε. [...].

686. Σχετικά με την ύπαρξη νομικών ή πραγματικών εμποδίων εισόδου οι εταιρίες Γ. ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ & ΣΙΑ Ε.Ε. και ΑΟΥΤΟΓΚΡΙΑΛ ΕΛΛΑΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε. απάντησαν⁷⁵⁷ ότι δεν υπάρχουν τέτοια εμπόδια, πλην των συγκεκριμένων τιθέμενων κριτηρίων που πρέπει να πληρούνται προκειμένου να συμμετάσχουν οι εταιρίες στους συγκεκριμένους διαγωνισμούς.

687. Σχετικά με τη δυνατότητα άμεσης αλλαγής προμηθευτή γαλακτοκομικών /τυροκομικών προϊόντων, καθώς και την ύπαρξη διαφάνειας μεταξύ των επιχειρήσεων, που δραστηριοποιούνται στην εν λόγω σχετική αγορά της υπό κρίση συγκέντρωσης, ως προς τις τιμές και λοιπούς όρους συναλλαγών (όγκοι πωλήσεων κ.λπ.), που έκαστη επιχείρηση διαπραγματεύεται με τους πελάτες της, οι εταιρίες⁷⁵⁸ απάντησαν ότι η αλλαγή

⁷⁵⁶ Βλ. τις επιστολές υπ' αριθ. πρωτ. [...] της Γ. ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ & ΣΙΑ Ε.Ε., 1985/31.3.2017 της ΑΟΥΤΟΓΚΡΙΑΛ ΕΛΛΑΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε., 2389/24.4.2017 της ΣΕΛΕΚΤ ΣΕΡΒΙΣ ΠΑΡΤΝΕΡ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε. και 2095/5.4.2017 και 2096/5.4/2017 της ΜΙ CAFETAL – ΜΙΧΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ & ΣΙΑ Ε.Ε.

⁷⁵⁷ Η εταιρία ΜΙ CAFETAL – ΜΙΧΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ & ΣΙΑ Ε.Ε. ανέφερε ότι «Για να εισέλθει μια επιχείρηση σε κυλικείο σε χώρο του αεροδρομίου πρέπει να καταθέσει την καλύτερη οικονομική προσφορά και να είναι άρτια διατυπωμένη. Σοβαρά νομικά εμπόδια θεωρώ πως δεν υπάρχουν, απλά πρέπει η επιχείρηση να πληροί κάποια συγκεκριμένα κριτήρια για να λάβει μέρος στο διαγωνισμό». Η ΣΕΛΕΚΤ ΣΕΡΒΙΣ ΠΑΡΤΝΕΡ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε. εκτιμά ότι «... το κυριότερο εμπόδιο εισόδου νέων επιχειρήσεων, όχι μόνον στον κλάδο της εστίασης, αλλά γενικότερα, είναι η απροθυμία χρηματοδότησης/επένδυσης, κυρίως εκ μέρους του τραπεζικού συστήματος, λόγω της οικονομικής κρίσεως και των κινδύνων που αυτή έχει δημιουργήσει. Σε σχέση με την είσοδο νέων επιχειρήσεων στην αγορά παροχής υπηρεσιών εστίασης στον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών «Ελ. Βενιζέλος», σημειώνεται ότι υφίσταται νομικό κώλυμα, συνιστάμενο στην κατόπιν διαγωνιστικής διαδικασίας παραχώρηση δικαιώματος παροχής υπηρεσιών εστίασης εντός αυτού, με βάση τις ειδικές διατάξεις που τον αφορούν (ν. 2338/1995)».

⁷⁵⁸ Σύμφωνα με την Γ. ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ & ΣΙΑ Ε.Ε. «Υπάρχει δυνατότητα άμεσης αλλαγής προμηθευτή γαλακτοκομικών - τυροκομικών προϊόντων, χωρίς καμία επιβάρυνση ...». Η ΑΟΥΤΟΓΚΡΙΑΛ ΕΛΛΑΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε. απάντησε ότι «... [...]. Περαιτέρω:

α) Εκτιμούμε ότι υφίσταται πλήρης διαφάνεια μεταξύ των προμηθευτών γαλακτοκομικών / τυροκομικών προϊόντων ως προς τις τιμές που έκαστος προμηθευτής διαπραγματεύεται δεδομένου ότι οι τιμοκατάλογοι των προμηθευτών είναι δημοσιευμένοι και εύκολα προσβάσιμοι.

β) Πλην ωστόσο των τιμών στις οποίες πωλούν οι προμηθευτές τα προϊόντα τους, εκτιμούμε ότι οι υπόλοιποι όροι συναλλαγών που έκαστος προμηθευτής διαπραγματεύεται με τους πελάτες του δεν

προμηθευτή θεωρείται εύκολη, καθώς δεν υπάρχουν σχετικές δεσμεύσεις και ότι υφίσταται σχετική διαφάνεια ως προς τις τιμές, εντούτοις δεν δημοσιεύονται ή κοινοποιούνται οι όροι συναλλαγών και το περιεχόμενο των διαπραγματεύσεων των εταιριών.

VI.5 ΘΕΣΕΙΣ ΤΩΝ ΜΕΡΩΝ ΕΠΙ ΤΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΗΣ ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΘΕΙΣΑΣ ΠΡΑΞΗΣ ΣΤΙΣ ΚΑΘΕΤΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

688. Ως προς τα δίκτυα διανομής στις κάθετα επηρεαζόμενες αγορές, και κυρίως στις αγορές μαζικής/ταχείας εστίασης και καφέ/ζαχαροπλασטיών, τα γνωστοποιούντα μέρη ανέφεραν τα εξής:

- i. Η διανομή προϊόντων στα καταστήματα GOODY'S και FLOCAFE γίνεται απευθείας από μεταφορείς-διανομείς των προμηθευτών τους, ενώ μέρος των προϊόντων παράγουν και διανέμουν στα καταστήματα εταιρίες του ομίλου (ιδίως η HELLENIC CATERING)⁷⁵⁹.
- ii. Η διανομή προϊόντων στα καταστήματα EVEREST γίνεται κατά βάση από την εταιρία του ομίλου EVEREST ΤΡΟΦΟΔΟΤΙΚΗ. Μεγάλοι προμηθευτές κατά κανόνα προμηθεύουν τα καταστήματα με δικά τους μέσα, ενώ σε περιορισμένο βαθμό η διανομή γίνεται από τρίτους μεταφορείς. Υπάρχει δίκτυο συντήρησης και επισκευής για τα καταστήματα EVEREST και LA PASTERIA. Οι υπόλοιπες ανάγκες εξυπηρέτησης συντήρησης/επισκευών ικανοποιούνται από τα δίκτυα προμηθευτών του αντίστοιχου εξοπλισμού⁷⁶⁰.

689. Κατά τις εκτιμήσεις των μερών, οι μεγαλύτεροι ανταγωνιστές του ομίλου VIVARTIA στις προαναφερθείσες αγορές ακολουθούν αντίστοιχο τρόπο παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων τους⁷⁶¹.

690. Τα γνωστοποιούντα μέρη επισημαίνουν ότι στην αγορά καταστημάτων ταχείας/μαζικής εστίασης δεν υφίστανται σημαντικά πραγματικά ή νομικά εμπόδια κατά την είσοδο, γεγονός που αποδεικνύει και η διαρκής και συνεχής δραστηριοποίηση - είσοδος ανωνύμων καταστημάτων, αλλά και επωνύμων αλυσίδων. Πρόκειται στην ουσία για μία ανοικτή, εξαιρετικά ανταγωνιστική αγορά, όπου η πρόσβαση στις πηγές

δημοσιεύονται ούτε κοινοποιούνται (εκτός και αν πρόκειται για συναλλαγή με το δημόσιο κατά την οποία υποβάλλονται προσφορές μέσω δημόσιου διαγωνισμού). Η Εταιρεία μας δεν ενημερώνει τους προμηθευτές της σε γαλακτοκομικά / τυροκομικά προϊόντα για το περιεχόμενο των διαπραγματεύσεων της με τους ανταγωνιστές τους, καθώς αυτό αποτελεί ιδιωτική διαπραγμάτευση». Η ΣΕΛΕΚΤ ΣΕΡΒΙΣ ΠΑΡΤΝΕΡ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε. απάντησε ότι [...]. Κατά την εκτίμηση μας οι τιμές και οι όροι που έκαστος των προμηθευτών γαλακτοκομικών/τυροκομικών προϊόντων της εταιρείας μας προς χρησιμοποιεί δεν είναι εμφανείς στους λοιπούς, αφού άλλωστε δεν υπάρχει δημοσιότητα των σχετικών στοιχείων». Τέλος, η εταιρία MI CAFETAL – MIXΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ & ΣΙΑ Ε.Ε. απάντησε ότι δεν μπορεί να αποφανθεί ως προς την ύπαρξη διαφάνειας «...καθότι ο ανταγωνισμός είναι τεράστιος και ο καθένας θα κάνει τα πάντα για να αυξήσει το μερίδιό του στην αγορά. Τέλος, μία ανταγωνιστική τιμή ενός προμηθευτή λειτουργεί σαν μέσο πίεσης για την επίτευξη μιας καλύτερης τιμής από έναν ανταγωνιστή του».

⁷⁵⁹ Βλ. παρ. 215 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁷⁶⁰ Βλ. παρ. 216 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁷⁶¹ Βλ. παρ. 206 του εντύπου γνωστοποίησης.

εφοδιασμού είναι ελεύθερη⁷⁶². Επίσης στην αγορά, σύμφωνα με τα μέρη, δεν υπάρχουν μακροχρόνιες συμβάσεις⁷⁶³.

691. Σχετικά με τις αγορές ταχείας εστίασης και καφέ/ζαχαροπλασטיών, τα γνωστοποιούντα μέρη μνημονεύουν σχετικώς την απόφαση της ΕΑ 394/2008, κατά την οποία η ΕΑ διαπίστωσε «τη μη ύπαρξη νομικών ή πραγματικών εμποδίων εισόδου στην αγορά, τη δυνατότητα επιλογής των προμηθευτών και των χρηστών από τις άνω εταιρείες (*Vivartia/ Everest*) και από άλλες ανταγωνιστικές επιχειρήσεις, την πρόσβασή τους στις πηγές εφοδιασμού ή στις αγορές διάθεσης των προϊόντων, το συμφέρον των καταναλωτών και τη λειτουργία γενικώς του ανταγωνισμού»⁷⁶⁴.

692. Αναφορικά με την ισχύ του σήματος στις ανωτέρω αγορές, τα μέρη αναφέρουν ότι υφίσταται εμπιστοσύνη στο σήμα έως ένα βαθμό. Ωστόσο, στην αγορά δραστηριοποιούνται με επιτυχία σειρά από ανώνυμα σημεία πώλησης, πράγμα που αποδεικνύει ότι η εμπορία υπό γνωστό σήμα δεν αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση. Προς επίρρωση των ισχυρισμών τους τα γνωστοποιούντα μέρη παραπέμπουν σε μελέτη της MRB⁷⁶⁵, στην οποία η πώληση αναγνωρίσιμου σήματος καφέ θεωρείται ως δευτερεύον κριτήριο προς επιλογή καταστήματος αγορά καφέ από τους ερωτηθέντες καταναλωτές το οποίο προοδευτικά πέφτει σε χαμηλότερη κλίματα ως αξιολογικό κριτήριο⁷⁶⁶.

VI.6 ΘΕΣΕΙΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ ΕΠΙ ΤΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΗΣ ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΘΕΙΣΑΣ ΠΡΑΞΗΣ ΣΤΙΣ ΚΑΘΕΤΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

693. Όσον αφορά στην αγορά ταχείας/μαζικής εστίασης, κατά την [...], « ... η προτεινόμενη συγκέντρωση θα επηρεάσει σε αμελητέο βαθμό τις υφιστάμενες συνισταμένες προμήθειας γαλακτοκομικών / τυροκομικών προϊόντων από την Εταιρεία μας, [...]. Τέλος αναφορικά με τα αποτελέσματα της προτεινόμενης συγκέντρωσης στα δίκτυα διανομής της συγκεκριμένης αγοράς, στους πελάτες (πέραν της Εταιρείας μας) των σχετικών αγορών και στους τελικούς καταναλωτές, η Εταιρεία μας δεν μπορεί να εκφέρει άποψη λόγω της εξαιρετικά περιορισμένης τριβής μας με τις συνθήκες και τα δεδομένα της εξεταζόμενης σχετικής αγοράς»⁷⁶⁷.

694. Για την ίδια αγορά, η εταιρία ΓΡΗΓΟΡΗΣ εκτιμά σχετικώς ότι «Όσον αφορά στην επιχείρησή μας και γενικώς στους πελάτες, η συνένωση των δυο εταιρειών μειώνει τις εναλλακτικές λύσεις προμηθευτών (δεδομένου ότι και οι δυο αποτελούν δυο από τις σημαντικές εταιρίες του κλάδου στον οποίο δραστηριοποιούνται) και κατ' επέκταση, αυξάνεται η διαπραγματευτική ισχύ του νέου σχήματος ως προμηθευτή. Για τα δίκτυα διανομής, τυχόν χρήση και των 2 δικτύων για τα προϊόντα των δυο εταιριών, πιθανόν να δώσει τη δυνατότητα ευρύτερης ή συχνότερης κάλυψης της αγοράς. Σε επίπεδο τελικού καταναλωτή δεν προβλέπονται σημαντικά άμεσα αποτελέσματα»⁷⁶⁸.

⁷⁶² Βλ. παρ. 262 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁷⁶³ Βλ. παρ. 246 και 254 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁷⁶⁴ Βλ. παρ. 124 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁷⁶⁵ Βλ. σχετ. 28 και 29 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁷⁶⁶ Βλ. παρ. 243 του εντύπου γνωστοποίησης.

⁷⁶⁷ Βλ. την απαντητική επιστολή της [...].

⁷⁶⁸ Βλ. την απαντητική επιστολή της εταιρίας ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΜΙΚΡΟΓΕΥΜΑΤΑ Α.Β.Ε.Ε.

695. Όσον αφορά την αγορά καφέ/ζαχαροπλαστικών, η ΜΙΚΕΛ ΚΑΦΕ Α.Ε. ανέφερε ως αποτελέσματα της υπό κρίσης συγκέντρωσης την βελτίωση της διαπραγματευτικής ικανότητας για την ίδια, τη βελτίωση του ανταγωνισμού στα δίκτυα διανομής των αγορών, τη μείωση κόστους στους πελάτες και την παροχή καλύτερης ποιότητας στους τελικούς καταναλωτές⁷⁶⁹.

696. Για την ίδια ως άνω αγορά, σύμφωνα με τη [...], «*Η προτεινόμενη συγκέντρωση ... θα επιφέρει όπως είναι φυσικό το συγκερασμό του δικτύου διανομής προϊόντων των δύο εταιριών. Αν και δεν διαθέτουμε πληροφόρηση στο αν και κατά πόσον θα τροποποιηθεί η διανομή των προϊόντων γάλακτος συνεπεία αυτής και σε ποιά χρονική στιγμή, θεωρούμε ότι, με την προτεινόμενη γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση θα διευρυνθεί το δίκτυο διανομής με συνέπεια τη μείωση του τελικού κόστους για τον καταναλωτή. Περαιτέρω, οι συνθήκες της μεταξύ μας συνεργασίας ιδίως με την εταιρεία ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ για την προμήθεια γάλακτος, φρέσκου και συμπυκνωμένου και κρέμας γάλακτος, όπως αυτή διαμορφώθηκε μέχρι σήμερα, δεν θα μεταβληθούν ουσιωδώς υπό την προϋπόθεση ότι ακόμα και αν τροποποιηθούν ριζικά οι παράγοντες που καθορίζουν την αμεσότητα της προμήθειας και την ευχέρεια διανομής του δικτύου των συγχωνευόμενων εταιριών, η οποία σε κάθε περίπτωση θα επιφέρει μεγαλύτερη διαπραγματευτική δύναμη των εταιριών υπό κοινό έλεγχο σε τιμές πώλησης πρώτων υλών (όπως το γάλα στην δική μας εταιρεία), αυτό δεν θα επιφέρει αύξηση των τιμών πρώτων υλών με πιθανή αντίστοιχη μετακύλιση στις λιανικές τιμές*»⁷⁷⁰.

697. Όσον αφορά στην αγορά εκμετάλλευσης κυλικείων εντός αεροδρομίων, η εταιρία ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ & ΣΙΑ Ε.Ε. απάντησε ότι δεν αναμένει επίδραση στην ίδια. Ωστόσο, στις ομοειδείς επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στις συγκεκριμένες αγορές θα υπάρχουν περιορισμένες επιδράσεις, όπως και στα δίκτυα διανομής και τους καταναλωτές, που θα έχουν μεγαλύτερη επίδραση⁷⁷¹.

698. Όσον αφορά στις αγορές σίτισης επιβατών αεροποριών πτήσεων και εκμετάλλευσης κυλικείων εντός αεροδρομίων αντίστοιχα, σύμφωνα με τις εταιρίες NEWREST HELLAS ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑΣ Α.Ε. και ΑΟΥΤΟΓΚΡΙΑΛΛ ΕΛΛΑΣ η υπό κρίση συγκέντρωση δεν πρόκειται να έχει κανένα αποτέλεσμα στις ίδιες. Για τα δίκτυα διανομής, τους πελάτες των σχετικών αγορών και τους τελικούς καταναλωτές δεν γνωρίζουν⁷⁷².

699. Τέλος, όσον αφορά στην αγορά βιομηχανικού catering, η QUALITY TASTE Α.Ε. απάντησε ότι: «*Η συγκέντρωση μεγάλων μεριδίων της αγοράς σε όσο το δυνατό λιγότερους προμηθευτές, προκαλεί μεγαλύτερη δυσκολία στην δυνατότητα διαπραγμάτευσης στις επιχειρήσεις, με συνέπεια την επιβολή των τιμολογιακών πολιτικών των μεγάλων προμηθευτών στην αγορά. Αυτό έχει σαν συνέπεια να μετακυλιέται το κόστος στον τελικό καταναλωτή*»⁷⁷³.

⁷⁶⁹ Βλ. την απαντητική επιστολή της εταιρίας ΜΙΚΕΛ ΚΑΦΕ Α.Ε.

⁷⁷⁰ Βλ. την απαντητική επιστολή της εταιρίας [...]

⁷⁷¹ Βλ. την απαντητική επιστολή της εταιρίας ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ & ΣΙΑ Ε.Ε.

⁷⁷² Βλ. τις απαντητικές επιστολές των εταιριών NEWREST HELLAS ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑΣ Α.Ε. και ΑΟΥΤΟΓΚΡΙΑΛΛ ΕΛΛΑΣ

⁷⁷³ Βλ. την απαντητική επιστολή της εταιρίας QUALITY TASTE Α.Ε.

VI.7 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ ΣΤΟΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟ

VI.7.1 Κάθετες επιπτώσεις της συγκέντρωσης

700. Οι πιθανολογούμενες επιπτώσεις της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης στην αγορά προμήθειας νωπού γάλακτος, καθώς και οι συνακόλουθες επιπτώσεις στις αγορές επόμενου σταδίου τελικών γαλακτοκομικών προϊόντων (επιπτώσεις που έχουν από τη φύση τους και κάθετη διάσταση), εξετάζονται στα Κεφ. IV και V.5 ανωτέρω. Η παρούσα ενότητα αφορά στις ενδεχόμενες κάθετες επιπτώσεις της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης λόγω της δραστηριοποίησης του ομίλου VIVARTIA στις αγορές ταχείας/μαζικής εστίασης, καφέ/ζαχαροπλασטיών και catering.

701. Όπως προαναφέρθηκε, με την ολοκλήρωση της υπό κρίση πράξης η νέα οντότητα θα αποκτήσει μερίδιο αγοράς πάνω από 25% σε ορισμένες αγορές γαλακτοκομικών προϊόντων (κυρίως γάλακτος και ειδών γιαουρτιού), τα οποία χρησιμοποιούνται ως εισροές σε αγορές επόμενης οικονομικής βαθμίδας, στις οποίες δραστηριοποιείται ένα από τα συμμετέχοντα μέρη, και δη η VIVARTIA, και συγκεκριμένα στις αγορές ταχείας μαζικής εστίασης, καφέ/ζαχαροπλασטיών και catering.

702. Αμέσως κατωτέρω αναλύεται το ενδεχόμενο η υπό εξέταση συγκέντρωση να οδηγήσει αφενός σε αποκλεισμό των ανταγωνιστών της νέας οντότητας στις κάθετα επηρεαζόμενες αγορές επόμενης οικονομικής βαθμίδας από την πρόσβασή τους σε εισροές και αφετέρου σε αποκλεισμό των ανταγωνιστών της νέας οντότητας στις αγορές προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας από την πρόσβασή τους σε πελάτες.

VI.7.1.1 Αποκλεισμός ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε εισροές

703. Στην κρινόμενη υπόθεση και ενόψει των στοιχείων που προέκυψαν⁷⁷⁴, εκτιμάται ότι δεν συντρέχουν οι προϋποθέσεις για τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών της νέας οντότητας στις αγορές επόμενης οικονομικής βαθμίδας από την πρόσβαση σε εισροές, για τους ακόλουθους κυρίως λόγους:

- i) Η ΜΕΒΓΑΛ δεν αποτελεί σημαντικό προμηθευτή των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στις επηρεαζόμενες αγορές επόμενης οικονομικής βαθμίδας, με συνέπεια η απώλεια, λόγω της συγκέντρωσης, της ανταγωνιστικής πίεσης που προέρχεται από την ως άνω εταιρία να μην είναι σημαντική.
- ii) Η πώληση γαλακτοκομικών / τυροκομικών προϊόντων στις υπό εξέταση καθέτως επηρεαζόμενες αγορές αποτελεί μικρό ποσοστό των προμηθειών πρώτων υλών των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτές.
- iii) Παρά τα υψηλά αθροιστικά μερίδια αγοράς σε ορισμένες σχετικές αγορές γαλακτοκομικών προϊόντων, οι εναπομένοντες προμηθευτές, πολλοί εκ των οποίων διαθέτουν σήματα καθιερωμένης φήμης και υπερβάλλουσα παραγωγική ικανότητα, μπορούν να προσφέρουν ελκυστικά εναλλακτικά προϊόντα ή/και έχουν τη δυνατότητα να αυξήσουν την παραγωγή τους ως αντιστάθμισμα σε τυχόν στρατηγική αποκλεισμού ανταγωνιστών της νέας οντότητας στις αγορές επόμενου σταδίου αναφορικά με την πρόσβαση σε εισροές.

⁷⁷⁴ Βλ. ανωτέρω, Κεφ. VI.4.

- iv) Η νέα οντότητα δεν αναμένεται να έχει ισχυρό κίνητρο να αποκλείσει ανταγωνιστές της από την πρόσβαση σε προμήθειες γαλακτοκομικών προϊόντων, καθώς δεν κατέχει ιδιαίτερα υψηλά μερίδια στις αγορές επόμενης βαθμίδας (και δη στις αγορές εστίασης και καφέ/ ζαχαροπλαστικών, αλλά και στην αγορά σίτισης επιβατών αεροπορικών πτήσεων) και, συνεπώς, δεν μπορεί να προσδοκά σε αποκόμιση οφέλους από μία αντιστάθμιση μεταξύ του κέρδους που απώλεσε στην αγορά προηγούμενης βαθμίδας, λόγω μείωσης των πωλήσεων εισροών σε πραγματικούς ή δυνητικούς ανταγωνιστές, και του τυχόν κέρδους που αποκτά από την αύξηση των πωλήσεων στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας ή/και από την αύξηση των τιμών. Εξαιρέση αποτελεί η αγορά εκμετάλλευσης κυλικείων εντός αεροδρομίων, όπου εκτιμάται ότι ο όμιλος VIVARTIA διαθέτει μερίδιο περίπου [45-55]%, στην οποία, ωστόσο, η προμήθεια γαλακτοκομικών/ τυροκομικών προϊόντων αποτελεί πολύ μικρό ποσοστό των προμηθειών πρώτων υλών των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτή, κυμαινόμενο μεταξύ [0-5]% και [10-15]% (με στοιχεία 2016), και ανερχόμενο κατά μέσο όρο σε [5-10]%. Επομένως, εκτιμάται ότι και ως προς αυτή την αγορά η νέα οντότητα δε θα έχει το κίνητρο να αποκλείσει τους ανταγωνιστές της από την πρόσβαση σε εισροές. Σε κάθε περίπτωση, η συντριπτική πλειοψηφία των εταιριών που δραστηριοποιούνται στην αγορά εκμετάλλευσης κυλικείων εντός αεροδρομίων δεν προμηθεύονται καθόλου ή προμηθεύονται ελάχιστες ποσότητες γαλακτοκομικών από τη ΜΕΒΓΑΛ, οπότε η συγκέντρωση δεν επηρεάζει την πρόσβασή τους σε εισροές⁷⁷⁵.
- v) Στις αγορές επόμενης βαθμίδας θα παραμείνει ένας σημαντικός αριθμός αξιόπιστων ανταγωνιστών, των οποίων το κόστος παραγωγής δεν είναι πιθανό να αυξηθεί, χάρη στη δυνατότητά τους να στραφούν σε εναλλακτικούς προμηθευτές εισροών. Συναφώς, η πλειοψηφία των ερωτηθεισών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στις καθέτως επηρεαζόμενες αγορές σημειώνουν ότι σε γενικές γραμμές είναι ευχερής και δίχως συνέπειες η μεταστροφή τους σε εναλλακτικούς προμηθευτές γαλακτοκομικών προϊόντων, ιδίως ενόψει του ότι δεν δεσμεύονται από μακροχρόνιες/ αποκλειστικές συμβάσεις προμήθειας με τις επιχειρήσεις στις γαλακτοκομικές αγορές προηγούμενου σταδίου. Επομένως, ο ανταγωνισμός από τις επιχειρήσεις αυτές αναμένεται να ασκήσει επαρκή ανταγωνιστική πίεση στη νέα οντότητα μετά την ολοκλήρωση της συγκέντρωσης.

VI.7.1.2 Αποκλεισμός ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε πελάτες

704. Στην κρινόμενη υπόθεση, εκτιμάται ότι δεν συντρέχουν οι προϋποθέσεις για τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών της νέας οντότητας στις αγορές προηγούμενου σταδίου από την πρόσβαση σε πελάτες, για τους ακόλουθους κυρίως λόγους:

- i) Η ΜΕΒΓΑΛ δεν δραστηριοποιείται στις αγορές επομένου σταδίου, επομένως δεν τίθεται ζήτημα απώλειας της ως σημαντικού πελάτη των γαλακτοκομικών επιχειρήσεων των αγορών προηγούμενου σταδίου.
- ii) Η νέα οντότητα δεν αναμένεται να έχει τη δυνατότητα να αποκλείσει ανταγωνιστές της από την πρόσβαση σε πελάτες. Παρά τα υψηλά αθροιστικά μερίδια αγοράς σε

⁷⁷⁵ Βλ. ανωτέρω παρ. 680 επ.

ορισμένες σχετικές αγορές γαλακτοκομικών προϊόντων, οι εναπομένοντες προμηθευτές γαλακτοκομικών προϊόντων, πολλοί εκ των οποίων διαθέτουν σήματα καθιερωμένης φήμης και υπερβάλλουσα παραγωγική ικανότητα, αξιολογείται ότι δύνανται να εφαρμόσουν μια πιο επιθετική τιμολογιακή πολιτική για τη διατήρηση των επιπέδων πωλήσεων στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας, προκειμένου να μετριασθούν οι συνέπειες τυχόν στρατηγικής αποκλεισμού ανταγωνιστών από πρόσβαση σε πελάτες.

- iii) Η νέα οντότητα δεν αναμένεται να έχει το κίνητρο να αποκλείσει ανταγωνιστές της από την πρόσβαση σε πελάτες, καθώς δεν κατέχει ιδιαίτερα υψηλά μερίδια στις αγορές επόμενης βαθμίδας (και δη στις αγορές εστίασης και καφέ/ζαχαροπλασטיών αλλά και στην αγορά σίτισης επιβατών αεροπορικών πτήσεων). Η διατήρηση αξιόπιστων αγοραστών/ ανταγωνιστών στις αγορές επόμενης οικονομικής βαθμίδας θα έχει ως αποτέλεσμα οι ανταγωνίστριες γαλακτοβιομηχανίες να έχουν εναλλακτικούς πόλους διάθεσης της παραγωγής τους.
- iv) Όπως καταγράφεται και ανωτέρω, δεν υφίστανται ιδιαίτερα εμπόδια εισόδου στις αγορές επόμενης βαθμίδας (και δη στις αγορές ταχείας/μαζικής εστίασης, καφέ/ζαχαροπλασטיών), γεγονός το οποίο έχει ως αποτέλεσμα να επικρατούν ιδιαίτερα ανταγωνιστικές συνθήκες με την δραστηριοποίηση μεγάλου πλήθους επιχειρήσεων και το οποίο επίσης συντελεί στην αύξηση των πιθανών δυνατοτήτων διάθεσης της παραγωγής των ανταγωνιστριών γαλακτοβιομηχανιών. Χαρακτηριστικό είναι ότι στην αγορά καφέ/ζαχαροπλασטיών, υπήρξαν σημαντικές εισοδοί, όπως αυτές των αλυσίδων MIKEL και COFFEE ISLAND⁷⁷⁶. Το ανταγωνιστικό πεδίο στις κάθετες αγορές εντείνεται και απ' το γεγονός ότι η εμπιστοσύνη στο σήμα διαδραματίζει δευτερεύοντα ρόλο στη διαμόρφωση των προτιμήσεων των καταναλωτών, με αποτέλεσμα να καθίσταται πιο ευχερής η δραστηριοποίηση πλήθους μη επώνυμων ανταγωνιστών.
- v) Ως προς την αγορά εκμετάλλευσης κυλικείων εντός αεροδρομίων, στην οποία ο όμιλος VIVARTIA διαθέτει ήδη, προ της συγκέντρωσης, υψηλό μερίδιο και στην οποία υφίστανται νομικά εμπόδια εισόδου, πρέπει να σημειωθεί ότι δραστηριοποιούνται πάντως τρεις τουλάχιστον σημαντικοί ανταγωνιστές του ομίλου VIVARTIA, ήτοι οι εταιρίες ΣΕΛΕΚΤ ΣΕΡΒΙΣ ΠΑΡΤΝΕΡ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε., ΑΟΥΤΟΓΚΡΙΑΛ ΕΛΛΑΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε. και Γ. ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ & ΣΙΑ Ε.Ε. που κατέχουν το [10-15]%, [15-25]% και [5-10]% της αγοράς και οι οποίες εκτιμάται ότι θα συνιστούν επαρκή πελατειακή βάση για τους ανταγωνιστές της νέας οντότητας στις αγορές προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας.

705. Ενόψει όλων των ανωτέρω, εκτιμάται ότι η υπό εξέταση συγκέντρωση δεν μπορεί να προκαλέσει κάθετες επιπτώσεις μη συντονισμένης συμπεριφοράς.

706. Επισημαίνεται εξάλλου ότι η πλειοψηφία των εταιριών που δραστηριοποιούνται στις υπό εξέταση αγορές εκτιμούν ότι η υπό κρίση συγκέντρωση δεν θα επηρεάσει τις υφιστάμενες συνθήκες στην αγορά προμήθειας γαλακτοκομικών προϊόντων, ενώ ορισμένες μάλιστα επιχειρήσεις (MIKEL, ΓΡΗΓΟΡΗΣ, ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΚΑΦΕ) εκτιμούν ότι η υπό εξέταση συγκέντρωση θα επιφέρει βελτιώσεις αποτελεσματικότητας

⁷⁷⁶ Βλ. ανωτέρω Πίνακες 86 και 87. καθώς και παρ. 623.

στο δίκτυο διανομής γαλακτοκομικών προϊόντων, ιδίως χάρη στην καλύτερη εξυπηρέτηση απομακρυσμένων περιοχών και στην αποτελεσματικότερη κάλυψη των αναγκών τους.

VI.7.2 Κάθετες Επιπτώσεις Συντονισμένης Συμπεριφοράς

707. Στην κρινόμενη υπόθεση εκτιμάται ότι δεν τίθεται ζήτημα πρόκλησης κάθετων επιπτώσεων συντονισμένης συμπεριφοράς εκ της συγκέντρωσης, για τους ακόλουθους λόγους:

- i) Δια της συγκέντρωσης, δεν αυξάνεται ο βαθμός συμμετρίας μεταξύ των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στις αγορές προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας, όπως αναλύθηκε και στο Κεφ.V.5.5 ανωτέρω, ούτε και αυτών που δραστηριοποιούνται στις αγορές επόμενης οικονομικής βαθμίδας. Η νέα οντότητα θα είναι η μόνη επιχείρηση με κάθετη ολοκλήρωση σε αυτές τις αγορές.
- ii) Δια της συγκέντρωσης δεν αυξάνεται το επίπεδο της διαφάνειας στις αγορές προηγούμενης ή επόμενης βαθμίδας ούτε δημιουργούνται εξ αυτής συνθήκες εξάρτησης μεταξύ της νέας οντότητας και των ανταγωνιστών της στις αγορές προηγούμενης ή επόμενης οικονομικής βαθμίδας, που θα μπορούσαν να λειτουργήσουν ως μηχανισμός επιβολής κυρώσεων σε περίπτωση παρέκκλισης από τυχόν συντονισμό, καθώς ο όμιλος VIVARTIA είναι ήδη (δια της ΔΕΛΤΑ) σημαντικός προμηθευτής επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στις επηρεαζόμενες αγορές επόμενης οικονομικής βαθμίδας, και παραλλήλως ανταγωνιστής τους σε αυτές, ενώ αντιθέτως η ΜΕΒΓΑΛ αφενός δεν είναι σημαντικός προμηθευτής των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στις επηρεαζόμενες αγορές επόμενης οικονομικής βαθμίδας και αφετέρου δεν δραστηριοποιείται σε αυτές τις τελευταίες.
- iii) Δεν υφίστανται σημαντικοί διαρθρωτικοί δεσμοί μεταξύ της νέας οντότητας και των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στις αγορές προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας, όπως αναλύθηκε και στο Κεφ.V.5.5 ανωτέρω, ούτε και αυτών που δραστηριοποιούνται στις αγορές επόμενης οικονομικής βαθμίδας⁷⁷⁷.
- iv) Υφίσταται σημαντικός αριθμός μικρότερων ανταγωνιστών στις αγορές προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας που θα έθετε σε κίνδυνο τυχόν συντονισμό μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτές, όπως αναλύθηκε και στο Κεφ.V.5.5 ανωτέρω, το αυτό δε ισχύει και για τις αγορές επόμενης οικονομικής βαθμίδας. Ιδίως στις αγορές ταχείας/ μαζικής εστίασης και καφέ/ ζαχαροπλαστικών δραστηριοποιείται τεράστιος αριθμός επιχειρήσεων, γεγονός που καθιστά το συντονισμό εξαιρετικά απίθανο. Απίθανος είναι όμως ο εκ της συγκέντρωσης προκαλούμενος τυχόν συντονισμός και στην αγορά εκμετάλλευσης κυλικίων εντός αεροδρομίων, όπου ο αριθμός των ανταγωνιστών είναι μεν σαφώς μικρότερος, αλλά υφίσταται ασυμμετρία μεριδίων μεταξύ της θυγατρικής του ομίλου VIVARTIA, OLYMPIC CATERING και των ανταγωνιστών της⁷⁷⁸.

⁷⁷⁷ Βλ. ανωτέρω VI.4.

⁷⁷⁸ Βλ. ανωτέρω παρ. 676.

VII ΔΙΟΡΘΩΤΙΚΑ ΜΕΤΡΑ – ΔΕΣΜΕΥΣΕΙΣ

VII.1 ΓΕΝΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ

708. Σύμφωνα με το άρθρο 8 παρ. 8 ν. 3959/2011, η Επιτροπή Ανταγωνισμού μπορεί να εγκρίνει συγκέντρωση, με την απόφαση της παραγράφου 6, υπό όρους και προϋποθέσεις που η ίδια επιβάλλει, προκειμένου να εξασφαλίζεται η συμμόρφωση των συμμετεχουσών επιχειρήσεων με τις δεσμεύσεις που αυτές έχουν αναλάβει έναντι της Επιτροπής Ανταγωνισμού, ούτως ώστε να καταστεί η συγκέντρωση συμβατή με την παράγραφο 1 του άρθρου 7 και, στην περίπτωση της παραγράφου 5 του άρθρου 5, συμβατή με την παράγραφο 3 του άρθρου 1. Αντίστοιχη είναι η διάταξη του άρθρου 6 παρ. 2 του Κανονισμού 139/2004 αναφορικά με τις συγκεντρώσεις που έχουν κοινοτική διάσταση.

709. Περαιτέρω, σύμφωνα με το ίδιο άρθρο, η Επιτροπή Ανταγωνισμού μπορεί με την ίδια απόφασή της να απειλήσει κατά των συμμετεχουσών επιχειρήσεων πρόστιμο σε περίπτωση μη συμμόρφωσης αυτών προς τους παραπάνω όρους ή προϋποθέσεις στο πλαίσιο των δεσμεύσεων. Το εν λόγω πρόστιμο μπορεί να ανέρχεται μέχρι ποσοστού δέκα τοις εκατό (10%) του συνολικού κύκλου εργασιών των συμμετεχουσών επιχειρήσεων, όπως αυτός ορίζεται στο άρθρο 10. Για την επιμέτρηση του προστίμου λαμβάνονται κυρίως υπόψη οι επιπτώσεις στον ανταγωνισμό από τη μη συμμόρφωση. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού μπορεί με απόφασή της να θεωρήσει ότι κατέπεσε το πρόστιμο, εφόσον διαπιστωθεί η μη συμμόρφωση των συμμετεχουσών επιχειρήσεων στους όρους ή προϋποθέσεις που επιβλήθηκαν. Σε περίπτωση που οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις εξακολουθούν να μη συμμορφώνονται, εφαρμόζονται οι διατάξεις της παραγράφου 4 του άρθρου 9.

710. Η Ε.Α. ανακοινώνει στα μέρη τα προβλήματα ανταγωνισμού που την απασχολούν, ώστε να μπορέσουν να διατυπώσουν προτάσεις κατάλληλων διορθωτικών μέτρων. Εναπόκειται κατόπιν στις συμμετέχουσες επιχειρήσεις να προτείνουν δεσμεύσεις. Εάν τα μέρη δεν προτείνουν εγκύρως και εγκαίρως διορθωτικά μέτρα κατάλληλα να εξαλείψουν τα προβλήματα ανταγωνισμού που έχουν εντοπιστεί, η Ε.Α. εκδίδει απαγορευτική απόφαση⁷⁷⁹.

711. Για την αξιολόγηση των όποιων τυχόν δεσμεύσεων προτείνονται από τα μέρη, η Ε.Α. ακολουθεί τις γενικές αρχές και τις προϋποθέσεις/όρους αποδεκτού που εφαρμόζει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (και οι υπόλοιπες αρχές ανταγωνισμού των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης), με βάση τη σχετική νομολογία των Ευρωπαϊκών Δικαστηρίων και τη σωρευτική εμπειρία από την αξιολόγηση διορθωτικών μέτρων σε προηγούμενες γνωστοποιήσεις συγκεντρώσεων, λαμβάνοντας κάθε φορά υπόψη τις συγκεκριμένες συνθήκες της κρινόμενης υπόθεσης.

Ειδικότερα:

⁷⁷⁹ Βλ. σχετικά και Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (22.10.2008) σχετικά με τα διορθωτικά μέτρα που είναι αποδεκτά βάσει του Κανονισμού υπ' αριθ. 139/04 του Συμβουλίου και του Κανονισμού 802/04 της Επιτροπής, σημείο 6 (με σχετικές παραπομπές σε νομολογία των Ευρωπαϊκών Δικαστηρίων, καθώς και σε προηγούμενες αποφάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής) και αποφάσεις ΕΑ 598/2014, παρ. 484 επ. και ΕΑ 515/VI/2011 – ΜΕΒΓΑΛ - VIVARTIA ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ ΑΕ, παρ. 339 επ. και 575/VII/2013 – ΔΙΑΣ-ΣΕΛΟΝΤΑ, παρ. 278 επ.

- Οι προτεινόμενες δεσμεύσεις πρέπει να είναι ανάλογες με τα προβλήματα ανταγωνισμού που έχουν διαπιστωθεί στις προαναφερόμενες σχετικές αγορές και να είναι κατάλληλες να εξαλείψουν τα προβλήματα αυτά⁷⁸⁰.
- Οι προτεινόμενες δεσμεύσεις πρέπει να είναι πλήρεις και αποτελεσματικές από κάθε άποψη. Επιπλέον, πρέπει να είναι δυνατή η αποτελεσματική υλοποίηση των δεσμεύσεων μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα, ώστε να διατηρηθούν συνθήκες ανταγωνισμού στην αγορά⁷⁸¹. Η Επιτροπή δύναται να απορρίψει τα προτεινόμενα διορθωτικά μέτρα, ιδίως με το σκεπτικό ότι η εφαρμογή τους δεν μπορεί να ελεγχθεί αποτελεσματικά και ότι η έλλειψη αποτελεσματικού ελέγχου περιορίζει, ή ακόμη και εκμηδενίζει, τα αποτελέσματα των προτεινόμενων αυτών δεσμεύσεων.
- Κατά πάγια νομολογία, διορθωτικά μέτρα με διαρθρωτικό και μόνιμο χαρακτήρα κρίνονται κατά κανόνα προτιμητέα, επειδή δύνανται να εξασφαλίζουν τις ανταγωνιστικές δομές της αγοράς. Ωστόσο, εκτός από την εκποίηση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, μπορεί να υπάρχουν και άλλα είδη δεσμεύσεων ικανά να αποτρέψουν τη σημαντική παρακώλυση του αποτελεσματικού ανταγωνισμού [βλ. Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (22.10.2008), ό.π., σημείο 15].
- Περαιτέρω, οι όποιες προτεινόμενες δεσμεύσεις δεν πρέπει να επιφέρουν νέα προβλήματα ανταγωνισμού⁷⁸².
- Τέλος, από διαδικαστική άποψη, οι τυχόν προτεινόμενες από τη γνωστοποιούσα δεσμεύσεις (ή/και η αντίστοιχη επιβολή διορθωτικών μέτρων) θα πρέπει να βασίζονται σε όρους και προϋποθέσεις αντίστοιχες με εκείνες που προβλέπονται αναλυτικά στο έντυπο ανάληψης δεσμεύσεων του άρθρου 6 παρ. 5 και 6 και του άρθρου 8 παρ. 8 του ν. 3959/2011⁷⁸³, το οποίο και θα πρέπει να συμπληρωθεί πλήρως.

VII.2 ΟΙ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΕΣΜΕΥΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΚΡΙΝΟΜΕΝΗ ΥΠΟΘΕΣΗ ΚΑΙ Η ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

712. Λαμβάνοντας υπόψη τις ενδεχόμενες δυσμενείς επιπτώσεις της κρινόμενης υπόθεσης στη λειτουργία του ανταγωνισμού⁷⁸⁴, όπως αυτές περιγράφονται ειδικότερα

⁷⁸⁰ Βλ. Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σχετικά με τα διορθωτικά μέτρα που είναι αποδεκτά βάσει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004 του Συμβουλίου και του Κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 802/2004 της Επιτροπής (22.10.2008), σημείο 9 και Υπόθεση ΠΕΚ Τ- 282/02, Cementbouw κατά Επιτροπής, Συλλογή 2006, II-319, σκέψη 307.

⁷⁸¹ Βλ. ενδεικτικά, Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (22.10.2008) ο.π., σημεία 9, 13 και 14, καθώς και Υπόθεση ΠΕΚ Τ- 177/04, easyJet κατά Επιτροπής, Συλλογή 2006, σ. II-1931, σκέψη 188, Υπόθεση ΠΕΚ Τ-210/05, General Electric κατά Επιτροπής, Συλλογή 2005, σ. II-5575, σκέψη 52 και Υπόθεση ΠΕΚ Τ-87/05, EDP κατά Επιτροπής, Συλλογή 2005, σ. II-3745, σκέψη 105

⁷⁸² Βλ. ενδεικτικά Υπόθεση ΠΕΚ Τ-119/02, Royal Philips Electronics κατά Επιτροπής, Συλλογή 2003, σ. II-1433, σκέψη 216 και Υπόθεση ΠΕΚ Τ-114/02, BaByliss SA κατά Επιτροπής, Συλλογή 2003, σ. II- 1279, σκέψη 421.

⁷⁸³ Βλ. απόφαση ΕΑ 524/VI/2011 περί καθορισμού του εντύπου ανάληψης δεσμεύσεων, σύμφωνα με το άρθρο 6 παρ. 5 και 6 και το άρθρο 8 παρ. 8 του ν. 3959/2011.

⁷⁸⁴ Πρβλ. και απόφαση ΕΑ 598/2014 στην οποία είχε γίνει γενική αναφορά και σε στοιχεία που είχαν αναδειχθεί κατά την έρευνα της υπηρεσίας, αναφορικά με το εύρος και την πολυπλοκότητα των προβλημάτων του γαλακτοπαραγωγικού κλάδου εν γένει, για την αντιμετώπιση των οποίων προτείνονται μέτρα για την ορθολογικότερη οργάνωση και διαχείριση της παραγωγικής διαδικασίας και την βελτίωση της διαπραγματευτικής θέσης των παραγωγών.

ανωτέρω, κρίθηκε αναγκαία η λήψη κατάλληλων διορθωτικών μέτρων προκειμένου να εγκριθεί η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση. Η δράση της Επιτροπής Ανταγωνισμού έχει ειδικό αντικείμενο, το οποίο οριοθετείται από τις κείμενες διατάξεις. Ειδικότερα, η αξιολόγηση της γνωστοποιηθείσας πράξης πρέπει να βασίζεται στις ανταγωνιστικές επιπτώσεις που δύνανται να επέλθουν ως αποτέλεσμα της εξεταζόμενης συγκέντρωσης, δηλαδή σε τυχόν προβλήματα που σχετίζονται με τις αλλαγές στη λειτουργία του ανταγωνισμού που θα επιφέρει η κρινόμενη συγκέντρωση. Συναφώς, οι προτεινόμενες δεσμεύσεις, καθώς και η συνακόλουθη αξιολόγησή τους από την Επιτροπή, πρέπει να στοχεύουν στην επίλυση των συγκεκριμένων αυτών προβλημάτων (κατά τις κείμενες πάντα διατάξεις).

713. Με το υπ' αριθ. πρωτ. 688/17.7.2017 υπόμνημά τους, τα γνωστοποιούντα μέρη πρότειναν την ανάληψη δεσμεύσεων σύμφωνα με το άρθρο 8 παρ. 8 του ν. 3959/2011, με στόχο να εξαλειφθούν οι σχετικές ανησυχίες της Επιτροπής και να εγκριθεί η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση. Συνοπτικά, η προταθείσα δέσμη μέτρων αφορούσε την αντιμετώπιση, μέσω διορθωτικών μέτρων, αμφιβολιών που προκαλούνταν ως προς το συμβατό της συγκέντρωσης με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού, ιδίως ως προς τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης στις σχετικές αγορές της προμήθειας νωπού αγελαδινού γάλακτος και της παραγωγής και διάθεσης σοκολατούχου γάλακτος στην ελληνική επικράτεια. Ειδικότερα, τα μέρη ανέλαβαν έναντι της Επιτροπής Ανταγωνισμού δεσμεύσεις **με άξονα την ελάχιστη εγγυημένη τιμή αγοράς με βάση μαθηματικό τύπο, από τις ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ ως προς τους παραγωγούς γάλακτος – κτηνοτρόφους, και την αυτοτελή και πλήρως ανεξάρτητη λειτουργία των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ όσον αφορά το σοκολατούχο γάλα.** Οι οριστικές δεσμεύσεις των μερών διατυπώθηκαν τελικά και υποβλήθηκαν με το υπόμνημα-πρόταση δεσμεύσεων των γνωστοποιούντων μερών υπ' αρ. πρωτ. 767/18.10.2018. Όπως εκτίθεται εν συνεχεία, τα μέρη, **ως προς την αγορά νωπού αγελαδινού γάλακτος στην ελληνική επικράτεια**, δεσμεύτηκαν ότι η αγορά από μέρος έκαστης των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ (απευθείας ή μέσω τρίτων) από κάθε παραγωγό γάλακτος - κτηνοτρόφο που έχει συνεργασία με τα μέρη κατά την έναρξη ισχύος της δέσμευσης ανά τους «Νομούς» που αφορούν οι δεσμεύσεις θα γίνεται με ελάχιστη εγγυημένη τιμή βάσει συγκεκριμένου μαθηματικού τύπου. Η εν λόγω δέσμευση θα αφορά τους Νομούς του Διαμερίσματος της Μακεδονίας, Σερρών, Κιλκίς, Θεσσαλονίκης, Ημαθίας, Κοζάνης, Πέλλας, Φλώρινας, Καβάλας και Ξάνθης, όπου οι δύο ως άνω εταιρίες πραγματοποίησαν ατομικά ή από κοινού, τουλάχιστον το 22% των συνολικών αγορών-εισκομίσεων νωπού αγελαδινού γάλακτος, καθώς και τους όμορους Νομούς Γρεβενών, Πιερίας και Χαλκιδικής. Η δέσμευση αυτή θα ισχύει κατ' αρχάς για χρονικό διάστημα δύο ετών από την κοινοποίηση του διατακτικού της απόφασης της ΕΑ στα μέρη⁷⁸⁵, ενώ κάθε μία από τις αγοράστριες (ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ) διατηρεί, σε κάθε περίπτωση, τη

⁷⁸⁵ Με τη λήξη της διετίας, κατά την οποία ισχύει η ως άνω δέσμευση, η Επιτροπή Ανταγωνισμού θα προβεί σε αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας της δέσμευσης αυτής και των συνθηκών ανταγωνισμού στην αγορά, και θα αποφανθεί υπέρ της άρσης της, ή της παράτασης της ως άνω δέσμευσης για χρονικό διάστημα όχι πέραν της διετίας (τετραετίας συνολικά).

δυνατότητα να προσφέρει υψηλότερες τιμές. Οι συμφωνίες που έχουν συναφθεί ή που θα συναφθούν με τους παραγωγούς γάλακτος - κτηνοτρόφους, δεν θα υπερβαίνουν την ετήσια διάρκεια, δεν θα περιέχουν όρο αποκλειστικότητας και υπέρμετρα επαχθείς όρους για την παροχή εγγυήσεων (όπως, ενδεικτικά, εγγραφή προσημειώσεων σε ακίνητα των παραγωγών ή / και των εγγυητών τους, λήψη λευκών συναλλαγματικών κ.λπ.).

714. Ως προς την αγορά σοκολατούχου γάλακτος στην ελληνική επικράτεια, για το χρονικό διάστημα κατά το οποίο θα εξακολουθεί να υφίσταται το καθεστώς κοινού ελέγχου επί της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ, οι εταιρίες ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ θα λειτουργούν αυτοτελώς και πλήρως ανεξάρτητα μεταξύ τους όσον αφορά στο σοκολατούχο γάλα. Οι δραστηριότητες των ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ σχετικά με το σοκολατούχο γάλα εκάστης, αντιστοίχως, θα παραμείνουν αυτόνομες, με ανεξάρτητη διοικητική δομή με ρητή δέσμευση ότι δεν θα ανταλλάσσουν εμπιστευτικές πληροφορίες σχετικά με τις δραστηριότητες αυτές και δεν θα επιτρέπουν τη διάχυση τέτοιων πληροφοριών.

Η εν λόγω λειτουργική αυτοτέλεια των δύο εταιριών θα διασφαλιστεί ιδίως με:

- την εξαίρεση των δραστηριοτήτων της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ που αφορούν στο σοκολατούχο γάλα από την άσκηση των δικαιωμάτων διοίκησης της ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ επί της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ,

- τη δημιουργία «σινικών τειχών» (Chinese walls) που θα αποτρέπουν τη διαρροή εμπορικά ευαίσθητων πληροφοριών μεταξύ των δύο εταιριών ως προς το σοκολατούχο γάλα. Δεν θα επιτρέπεται, είτε άμεσα (οριζοντίως) είτε έμμεσα, μέσω του προσωπικού, στελεχών ή τρίτων προσώπων, η ανταλλαγή μεταξύ των εταιριών αυτών εμπορικά ευαίσθητων / εμπιστευτικών πληροφοριών που αφορούν στο σοκολατούχο γάλα.

715. Δεν θα αναπτυχθούν συνέργειες ως προς την παραγωγή σοκολατούχου γάλακτος και οποιοδήποτε ζήτημα σχετίζεται με την προώθηση των πωλήσεων για τα προϊόντα σοκολατούχου γάλακτος και δεν θα αναπτυχθεί κανενός είδους συνεργασία των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ ούτε επικοινωνία ως προς το σοκολατούχο γάλα για το χρονικό διάστημα κατά το οποίο θα εξακολουθεί να υφίσταται το καθεστώς κοινού ελέγχου επί της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ. Τα μέρη θα δύνανται να χρησιμοποιούν κοινό δίκτυο διανομής, μέσω τρίτων ανεξάρτητων συνεργατών, ωστόσο, δεν θα αναπτυχθούν συνέργειες ως προς τα ιδιόκτητα δίκτυα διανομής των μερών. Για το χρονικό αυτό διάστημα, κατά το οποίο υφίσταται το καθεστώς κοινού ελέγχου επί της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ, το προσωπικό των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ που θα εργάζεται στο σοκολατούχο γάλα δεν θα ταυτίζεται και δεν θα εργάζεται στον ίδιο φυσικό χώρο και δεν θα υφίστανται κοινοί μεταξύ των δύο εταιριών εν ενεργεία εργαζόμενοι που ασκούν καθήκοντα σχετικά με τα προϊόντα σοκολατούχου γάλακτος των δύο εταιριών. Οι εταιρίες ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ δεν θα αποσπάσουν η μία από την άλλη προσωπικό που θα εργάζεται στο σοκολατούχο γάλα. Η ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και η ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε. θα διαθέτουν και θα στηρίζουν τις λειτουργίες τους έκαστη σε αυτόνομα συστήματα (ιδίως αυτόνομο μηχανογραφικό σύστημα). Επίσης, θα αρθούν οι όροι αποκλειστικότητας όσον αφορά στο σοκολατούχο γάλα στα ψυγεία-προθήκες που χρησιμεύονται / παραχωρούνται στα μικρά σημεία πώλησης από τις εταιρίες ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ και θα προστεθεί

ρητός όρος στις συμβάσεις, ως προς τη δυνατότητα του χρησάμενου (σημείου πώλησης) να τοποθετεί σε αυτό και ανταγωνιστικά προϊόντα.

716. Οι τελικές αυτές δεσμεύσεις αποτύπωναν τα σχόλια, τις προσαρμογές και τις συμπληρώσεις που προέκυψαν κατά τη διάρκεια της ανταλλαγής απόψεων μεταξύ της Επιτροπής Ανταγωνισμού και των γνωστοποιούντων μερών. Το ακριβές κείμενο της πρότασης δεσμεύσεων, με τα Παραρτήματά της, αποτυπώνεται στο Διατακτικό και στα Παραρτήματα της παρούσας απόφασης

717. Στη διάσκεψη της 18.10.2017, τα μέλη της Επιτροπής Ανταγωνισμού ανέλυσαν και αξιολόγησαν τις ως άνω προτεινόμενες δεσμεύσεις, όπως αυτές διατυπώθηκαν τελικά και υποβλήθηκαν με το υπόμνημα-πρόταση δεσμεύσεων των γνωστοποιούντων μερών, της ίδιας ημερομηνίας [υπ' αρ. πρωτ. 767/18.10.2018, μαζί με το Παράρτημα 1 («Σύμφωνο Μετόχων») και το Παράρτημα 2 («Ως προς τον Ορισμό και τα Καθήκοντα του Επιβλέποντος Εντολοδόχου»), τα οποία αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα της πρότασης των μερών].

718. Οι εν λόγω δεσμεύσεις κατά το τμήμα τους που αφορά στην αγορά προμήθειας νωπού αγελαδινού γάλακτος θεωρήθηκαν ομόφωνα από την Επιτροπή ως κατάλληλες, επαρκείς και ανάλογες με τις ανησυχίες για τις ενδεχόμενες δυσμενείς επιπτώσεις της συγκέντρωσης στον ανταγωνισμό που είχαν επισημανθεί κατά τη διαδικασία και αναφέρονται ανωτέρω. Ιδίως, αντιμετωπίζουν το ενδεχόμενο μείωσης των τιμών παραγωγού, και μάλιστα στη σημαντικότερη γαλακτοπαραγωγική ζώνη της επικράτειας, και επιτρέπουν στους παραγωγούς την αλλαγή πελάτη, ενώ επίσης αίρονται όροι αποκλειστικότητας και υπέρμετρα επαχθείς / δεσμευτικοί όροι για την παροχή εγγυήσεων.

719. Όσον αφορά στην αγορά σοκολατούχου γάλακτος, κατά την κρίση της πλειοψηφίας των μελών της Επιτροπής, τα προαναφερόμενα διορθωτικά μέτρα είναι επαρκή, αναλογικά και κατάλληλα για να διασφαλίσουν συνθήκες αποτελεσματικού ανταγωνισμού στις επιμέρους σχετικές αγορές και να επιλύσουν τα ενδεχόμενα προβλήματα ανταγωνισμού που επισημάνθηκαν σε επιμέρους σχετικές αγορές κατά την αξιολόγηση της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης και αναφέρονται ανωτέρω. Ιδίως διασφαλίζεται η ανεξάρτητη λειτουργία και διοικητική δομή και οι αυτόνομες δραστηριότητες των δυο εταιριών στο σοκολατούχο γάλα, και η αποτροπή της ανταλλαγής ή διάχυσης εμπορικά ευαίσθητων πληροφοριών. Επίσης, αίρονται οι όροι αποκλειστικότητας στα ψυγεία-προθήκες.

720. Ειδικότερα, ως προς το σοκολατούχο γάλα, με βάση την ανάλυση στοιχείων για τη συγκεκριμένη αγορά, κρίθηκε από την κατά τα ανωτέρω πλειοψηφία ότι, λόγω της προεκτεθείσας μεταβολής των συνθηκών στην αγορά, και δη των μεταβολών που έχουν επέλθει στην αγορά του σοκολατούχου γάλακτος, η οποία παρουσιάζει σημάδια κάμψης την τελευταία τριετία και λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι το συνδυασμένο μερίδιο αγοράς των μερών έχει σταθερή πτώση, ενώ επίσης την τελευταία πενταετία σημειώνεται αφενός πτωτική πορεία του μεριδίου της ΜΕΒΓΑΛ κατά [...] περίπου ποσοστιαίες μονάδες που την κατατάσσει πλέον στην 4η θέση και αφετέρου αύξηση των μεριδίων της ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ, αλλά κυρίως της ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ, συντρέχουν παράμετροι που δικαιολογούν τη διαφοροποίηση του

περιεχομένου των δεσμεύσεων που αναλαμβάνουν τα μέρη σε σχέση με τις δεσμεύσεις που είχαν αναληφθεί στο πλαίσιο της 598/2014 απόφασης της ΕΑ. Σ' αυτό το πλαίσιο, εκτιμάται ότι τα προϊόντα Milko και Torino είναι δυνατόν, με την ανάληψη των προτεινόμενων δεσμεύσεων, να ανταγωνίζονται μεταξύ τους σε επίπεδο τιμών, καθώς θα εμφανίζονται ως δύο ξεχωριστά προϊόντα στον καταναλωτή⁷⁸⁶.

721. Ως εκ τούτου, με βάση την αρχή της αναλογικότητας, κατά την κρίση της πλειοψηφίας, δεν απαιτείται εν προκειμένω η ολική άρση της οριζόντιας επικάλυψης στο σοκολατούχο γάλα, με την εκποίηση της σχετικής επιχειρηματικής δραστηριότητας, αλλά, είναι εφικτή και επαρκεί η διατήρηση του διακριτού χαρακτήρα των αντίστοιχων μέσων παραγωγής ή/και διανομής του σοκολατούχου γάλακτος, ούτως ώστε το προϊόν να συνεχίζει να ανταγωνίζεται αποτελεσματικά και σε διαρκή βάση στη σχετική αγορά σοκολατούχου γάλακτος.

722. Συνεπώς, η εξεταζόμενη συγκέντρωση μπορεί να εγκριθεί, κατά το άρθρο 8 παρ. 6 και παρ. 8 του ν. 3959/2011, υπό τους αντίστοιχους όρους και προϋποθέσεις.

723. Δύο μέλη της Επιτροπής, ο Πρόεδρος Δημήτριος Κυριτσάκης και το αναπληρωματικό μέλος της Επιτροπής Μιχάλης Πολέμης, εξέφρασαν διαφορετική άποψη ως προς τα κατάλληλα διορθωτικά μέτρα που έπρεπε να αναλάβει η νέα οντότητα ως προς το σοκολατούχο γάλα, προκειμένου να εγκριθεί η υπό κρίση συγκέντρωση. Το πλέον δε κατάλληλο κατά την ίδια γνώμη της μειοψηφίας διορθωτικό μέτρο είναι εκείνο της εκποίησης του ΤΟΠΙΝΟ, όπως ακριβώς είχε κρίνει και δεχθεί η Επιτροπή στις προηγούμενες αντίστοιχες αποφάσεις της. Ειδικότερα, κατά πάγια πρακτική και νομολογία, διορθωτικά μέτρα με διορθωτικό και μόνιμο χαρακτήρα κρίνονται κατά κανόνα προτιμητέα, επειδή δύνανται να εξασφαλίζουν τις ανταγωνιστικές δομές της αγοράς. Συγκεκριμένα, δεσμεύσεις με διορθωτικό χαρακτήρα, όπως οι δεσμεύσεις που αφορούν στην εκποίηση μιας επιχειρηματικής μονάδας (divestiture) ή η εκποίηση σημάτων, προτιμώνται με βάση το στόχο της νομοθεσίας περί ελέγχου συγκεντρώσεων, καθώς οι εν λόγω δεσμεύσεις αποτρέπουν σε μόνιμη βάση τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης από την κοινοποιηθείσα συγκέντρωση και, επιπλέον, δεν απαιτούν μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα μέτρα παρακολούθησης⁷⁸⁷. Έτσι οι δεσμεύσεις εκποίησης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων αποτελούν τον καλύτερο τρόπο για την εξάλειψη των προβλημάτων ανταγωνισμού που προκύπτουν από οριζόντιες επικαλύψεις, αλλά, ενδεχομένως, και το καλύτερο μέσο για την επίλυση τυχόν προβλημάτων που απορρέουν από προβλήματα κάθετου χαρακτήρα. Σε γενικές γραμμές, οι εκποιούμενες αυτές δραστηριότητες πρέπει να αποτελούν βιώσιμη επιχειρηματική δραστηριότητα η οποία – εφόσον αναληφθεί από κατάλληλο αγοραστή, με την έγκριση της Επιτροπής – μπορεί να ανταγωνισθεί αποτελεσματικά και σε διαρκή βάση τη νέα οντότητα που προκύπτει από τη συγκέντρωση⁷⁸⁸.

724. Εν προκειμένω, κατά τη μειοψηφούσα γνώμη, ως προς το σοκολατούχο γάλα, με

⁷⁸⁶ Βλ. ιδίως υπόμνημα μερών υπ' αρ. πρωτ. 688/17.7.2017.

⁷⁸⁷ Βλ. Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (22.10.2008) ό.π., σημεία 15-17, καθώς και Υπόθεση ΠΕΚ T-102/96, Gencor κατά Επιτροπής, Συλλογή 1999, σ. II-753, σκέψη 219, Υπόθεση ΔΕΚ C12/03P, Επιτροπή κατά Tetra Laval, Συλλογή 2005, σ. I-987, σκέψη 86 και Υπόθεση ΠΕΚ T-158/00, ARD κατά Επιτροπής, Συλλογή 2003, σ. II-3825, σκέψη 192 επ.

⁷⁸⁸ Βλ. Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (22.10.2008) ο.π., σημείο 23 επ.

βάση τα μερίδια αγοράς και τα λοιπά στοιχεία για τη συγκεκριμένη σχετική αγορά, απαιτούνται μέτρα διαρθρωτικού και μόνιμου χαρακτήρα (κατά τη συνήθη πρακτική και νομολογία –και δη της ίδιας της Επιτροπής- σε αντίστοιχες περιπτώσεις⁷⁸⁹). Απαιτείται, δηλαδή, η ολική άρση της οριζόντιας επικάλυψης στο σοκολατούχο γάλα, με την εκποίηση της σχετικής επιχειρηματικής δραστηριότητας από την ΜΕΒΓΑΛ. Στο βαθμό που δεν είναι εφικτός ή/και αναλογικός ο διαχωρισμός των αντίστοιχων μέσων παραγωγής ή/και διανομής του σοκολατούχου γάλακτος, στο πλαίσιο εκποίησης διακριτής επιχειρηματικής οντότητας ή/και μεταποιητικής μονάδας, το σχετικό διορθωτικό μέτρο θα πρέπει να περιλαμβάνει, σε κάθε περίπτωση, την εκποίηση του σχετικού σήματος σε κατάλληλο αγοραστή, ο οποίος θα είναι σε θέση να ανταγωνισθεί αποτελεσματικά και σε διαρκή βάση τη νέα οντότητα στη σχετική αγορά σοκολατούχου γάλακτος. Για εύλογο μεταβατικό διάστημα θα μπορούσαν να προβλεφθούν συνοδευτικά μέτρα για την πρόσβαση του υποψήφιου αγοραστή (κατ' επιλογή του) στο υφιστάμενο δίκτυο διανομής του σοκολατούχου γάλακτος, καθώς και για την παραγωγή/φασόν του σχετικού προϊόντος από την νέα οντότητα για λογαριασμό του υποψήφιου αγοραστή (κατ' επιλογή του), για τη διασφάλιση της βιωσιμότητας και ανταγωνιστικότητας της εκποιούμενης δραστηριότητας. Το γεγονός ότι το μερίδιο της ΜΕΒΓΑΛ παρουσιάζει μία μικρή σχετικά και συγκυριακή μείωση δεν μπορεί να δικαιολογήσει τη διαφοροποίηση των δεσμεύσεων που αναλαμβάνουν τα μέρη σε σχέση με τις δεσμεύσεις που είχαν αναληφθεί στο παρελθόν, πολλώ δε μάλλον που η κάμψη αυτή, στο πλαίσιο της επιχειρούμενης μέσω της συγκέντρωσης εξυγίανσης, αναμένεται να αναστραφεί. Σε κάθε περίπτωση, τα ποσοστά που θα συγκεντρώνει η νέα οντότητα είναι ιδιαίτερα υψηλά με ό,τι αυτό μπορεί να συνεπάγεται για τον αριθμό των ανταγωνιστών, οι οποίοι θα μπορούσαν να αναπτυχθούν με περισσότερη ελευθερία χωρίς την ενδεχόμενη πίεση από μια δεσπόζουσα επιχείρηση. Ρητά γίνεται αποδεκτό στην παράγραφο 338 της παρούσας ότι: *«από το δείκτη HHI για την αγορά σοκολατούχου γάλακτος προκύπτει ότι: α) το επίπεδο συγκέντρωσης στην αγορά είναι υψηλό και β) η αλλαγή στον δείκτη συγκέντρωσης που θα προκύψει από την συγκέντρωση των δύο μερών στην αγορά σοκολατούχου γάλακτος είναι κατά πολύ μεγαλύτερη από το επίπεδο που θεωρείται ότι δεν είναι πιθανό να δημιουργήσει πρόβλημα στον ανταγωνισμό»*. Επιπλέον των ανωτέρω, *«μέρος των επιχειρήσεων που ερωτήθηκαν από την Υπηρεσία επεσήμανε ότι μετά την ολοκλήρωση της υπό κρίση συγκέντρωσης η θέση της νέας οντότητας θα είναι ιδιαίτερα ισχυρή στην αγορά του σοκολατούχου γάλακτος»* (παρ. 368). Εντεύθεν, τα προτεινόμενα διαρθρωτικά μέτρα με τη διατήρηση της αυτονομίας της δραστηριότητας και τα σινικά τείχη και τη λοιπή παρακολούθηση δεν μπορούν από τη φύση τους να είναι στην έκταση που επιβάλλεται αποτελεσματικά.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού σε Ολομέλεια, **ομόφωνα εγκρίνει**, κατ' άρθρο 8 παρ. 6 και παρ. 8 του ν. 3959/2011, τη γνωστοποιηθείσα κατ' άρθρο 6 παρ. 1 - 3 του ν. 3959/2011 από 15.2.2017 (υπ' αριθ. πρωτ. 938) συγκέντρωση, που αφορά την απόκτηση κοινού

⁷⁸⁹ Βλ. απόφαση ΕΑ 598/2014.

ελέγχου της εταιρίας «ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ - ΜΕΒΓΑΛ - ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ» (δ.τ. «ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε.»), από την εταιρία «ΔΕΛΤΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ» (δ.τ. «ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ Α.Ε.») και την Οικογένεια Χατζάκου, η οποία αποτελείται από τους Μαρία Χατζάκου, σύζυγο Φωτίου Παπαδόπουλου, Κωνσταντίνο Παπαδόπουλο-Χατζάκο του Φωτίου και της Μαρίας, Μαριάννα Παπαδοπούλου-Χατζάκου του Φωτίου και της Μαρίας και Αικατερίνη χήρα Κωνσταντίνου Χατζάκου, **υπό τους κάτωθι όρους και προϋποθέσεις (διορθωτικά μέτρα)**, στη βάση των δεσμεύσεων τις οποίες ανέλαβαν με το υπ' αριθμ. πρωτ. 767/18.10.2017 έγγραφό τους έναντι της Επιτροπής Ανταγωνισμού, σύμφωνα με το άρθρο 8 παρ. 4 και παρ. 8 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει, και οι οποίες έχουν ως ακολούθως.

Τα μέρη ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και Οικογένεια Χατζάκου (η οποία αποτελείται από τους Μαρία Χατζάκου, σύζυγο Φωτίου Παπαδόπουλου, Κωνσταντίνο Παπαδόπουλο-Χατζάκο του Φωτίου και της Μαρίας, Μαριάννα Παπαδοπούλου-Χατζάκου του Φωτίου και της Μαρίας και Αικατερίνη χήρα Κωνσταντίνου Χατζάκου) (εφεξής και «τα μέρη») αναλαμβάνουν (για λογαριασμό των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ) έναντι της Επιτροπής Ανταγωνισμού (εφεξής «Ε.Α.») τις κάτωθι δεσμεύσεις που καθίστανται υποχρεωτικές βάσει του άρθρου 8 ν. 3959/2011, όσον αφορά στην αγορά προμήθειας νωπού αγελαδινού γάλακτος από αγελαδοτρόφους στην ελληνική επικράτεια και στην ελληνική αγορά σοκολατούχου γάλακτος:

Α. ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΝΩΠΟΥ ΑΓΕΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑ

Α.1. Η αγορά από μέρους έκαστης των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ (απευθείας ή μέσω τρίτων) από κάθε παραγωγό γάλακτος - κτηνοτρόφο που έχει συνεργασία με τα μέρη κατά την έναρξη ισχύος της παρούσας δέσμευσης ανά τους «Νομούς» θα γίνεται με ελάχιστη εγγυημένη τιμή, η οποία προκύπτει από την υφιστάμενη, κατά τη λήψη της απόφασης, σχέση [...] ⁷⁹⁰.

Α.1.1. Η εν λόγω δέσμευση θα αφορά τους Νομούς του Διαμερίσματος της Μακεδονίας, Σερρών, Κιλκίς, Θεσσαλονίκης, Ημαθίας, Κοζάνης, Πέλλας, Φλώρινας, Καβάλας και

⁷⁹⁰ Για κάθε νομό θα πρέπει να ισχύει: Σχέση [...]

[...]	[...]							
[...]	[...]							
[...]	[...]							
[...]	[...]							
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]							
[...]	[...]							
[...]	[...]							

[...]

τον Νομό Ξάνθης, όπου οι δύο ως άνω εταιρίες πραγματοποίησαν ατομικά ή από κοινού, τουλάχιστον το 22%⁷⁹¹ των συνολικών αγορών-εισκομίσεων νωπού αγελαδινού γάλακτος, καθώς και τους όμορους Νομούς Γρεβενών, Πιερίας και Χαλκιδικής.

Εντός τριών μηνών από το τέλος κάθε δωδεκαμήνου (κατ' ανώτατο) θα γίνεται εκκαθάριση και απόδοση στους παραγωγούς γάλακτος – κτηνοτρόφους τυχόν απόκλισης μεταξύ της ήδη καταβληθείσας μηνιαίας τιμής και της ελάχιστης, κατά τα ανωτέρω, εγγυημένης τιμής. Διευκρινίζεται ότι η διαδικασία εκκαθάρισης και απόδοσης οφείλει να έχει ολοκληρωθεί το αργότερο εντός τριμήνου από το τέλος κάθε δωδεκαμήνου, οπότε και αναμένεται να έχουν συλλεχθεί τα σχετικά απαραίτητα στοιχεία από τον αρμόδιο ΕΛΓΟ ΔΗΜΗΤΡΑ.

Η σχέση αυτή θα πρέπει να διατηρηθεί κατ' αρχάς για χρονικό διάστημα δύο ετών από την κοινοποίηση του διατακτικού της απόφασης της ΕΑ στα μέρη. Έκαστη αγοράστρια (ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ) διατηρεί τη δυνατότητα να προσφέρει υψηλότερες τιμές.

Η δέσμευση αυτή δεν αφορά σε συνεργασίες των ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ με παραγωγούς γάλακτος – κτηνοτρόφους, με τους οποίους τα μέρη δεν είχαν συνεργασία κατά το χρόνο της κοινοποίησης του διατακτικού της εγκριτικής απόφασης της ΕΑ στα μέρη. Η δέσμευση αυτή καταλαμβάνει όσους παραγωγούς γάλακτος έχουν σήμερα συνεργασία με οποιοδήποτε εκ των μερών αλλά διακοπεί, ανυπαίτως, από τους παραγωγούς, και τυχόν επανεκκινήσει η συνεργασία μαζί τους.

Τα μέρη θα αποστέλλουν στον Εντολοδόχο κατάλογο των εκάστοτε συνεργαζόμενων με αυτά παραγωγών που θα επικαιροποιείται σε κάθε μεταβολή του καθ' όλη τη διάρκεια της δέσμευσης.

A.1.2. Με τη λήξη της διαιτίας, κατά την οποία ισχύει η ως άνω δέσμευση, η Επιτροπή Ανταγωνισμού θα προβεί σε αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας της δέσμευσης αυτής και των συνθηκών ανταγωνισμού στην αγορά, και θα αποφανθεί υπέρ της άρσης της, ή της παράτασης της ως άνω δέσμευσης⁷⁹² για χρονικό διάστημα όχι πέραν της διαιτίας (τετραετίας συνολικά). Η σχετική απόφαση της Ε.Α. θα είναι υποχρεωτική για τα μέρη.

A.1.3. Χρονικό σημείο έναρξης της ανωτέρω δέσμευσης αποτελεί η κοινοποίηση του διατακτικού της εγκριτικής απόφασης στα Μέρη.

A.1.4. i) Οι εταιρίες ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ δύνανται να αιτηθούν προς τον διορισμένο, κατά τα κατωτέρω (Παράρτημα 2)⁷⁹³, Επιβλέποντα Εντολοδόχο, να εγκρίνει – ενημερώνοντας (ο τελευταίος) εκ των προτέρων σαφώς την Επιτροπή Ανταγωνισμού-, κατ' εξαίρεση, συγκεκριμένη απόκλιση από την ελάχιστη εγγυημένη τιμή, σε ειδικές περιπτώσεις, εφόσον μπορούν να τεκμηριώσουν κατά τρόπο σαφή και ακριβή ότι το συγκεκριμένο προϊόν, (εισκόμιση / αγορά) για το οποίο δεν τηρείται η

⁷⁹¹ Βάσει στοιχείων έτους 2016.

⁷⁹² Με περίοδο αναφοράς το τελευταίο 12μηνο που θα προηγηθεί της λήξης της απόφασης.

⁷⁹³ Επισυνάπτεται στην παρούσα ως Παράρτημα 2 και αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα αυτής.

δέσμευση, αφορά σε περιπτώσεις σημαντικής υποβάθμισης της ποιότητας του προϊόντος βάσει των προδιαγραφών του.

ii) Οι εταιρίες ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ θα δύνανται να διακόψουν την προμήθειά τους και / ή την εμπορική τους συνεργασία με συγκεκριμένο προμηθευτή (παραγωγό) τους, εφόσον αυτό συνάδει με τις κείμενες διατάξεις. Σε αυτή την περίπτωση θα ενημερώνουν τον Επιβλέποντα Εντολοδόχο για τη διακοπή αναφέροντας το λόγο που οδήγησε στη διακοπή προμήθειας / συνεργασίας τους με τον συγκεκριμένο προμηθευτή (παραγωγό), καθώς και τα σχετικά στοιχεία.

A.2. Η ως άνω δέσμευση θα κοινοποιηθεί εγγράφως από τα μέρη, εντός τριάντα (30) ημερών από την κοινοποίηση του διατακτικού της απόφασης στα μέρη, στους παραγωγούς γάλακτος – κτηνοτρόφους, με τους οποίους έκαστο εκ των μερών είχε συνεργασία κατά το χρόνο της κοινοποίησης του διατακτικού της εγκριτικής απόφασης της ΕΑ) ή /και θα περιληφθεί σε τυχόν συμβάσεις των μερών με τους εν λόγω παραγωγούς.

A.3. Η συνεργασία με τους παραγωγούς γάλακτος - κτηνοτρόφους θα γίνεται στο πλαίσιο των γενικών συναλλακτικών σχέσεων και συνηθειών των ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ και ΜΕΒΓΑΛ (εμπορική και πιστωτική πολιτική, χρόνος εξόφλησης κ.ά.) με τους παραγωγούς τους στην Ελληνική Επικράτεια κατά τις κείμενες διατάξεις.

A.4. Οι συμφωνίες που έχουν συναφθεί ή που θα συναφθούν με τους παραγωγούς γάλακτος -κτηνοτρόφους, δεν θα υπερβαίνουν την ετήσια διάρκεια, δεν θα περιέχουν όρο αποκλειστικότητας και υπέρμετρα επαχθείς όρους για την παροχή εγγυήσεων (όπως, ενδεικτικά, εγγραφή προσημειώσεων σε ακίνητα των παραγωγών ή / και των εγγυητών τους, λήψη λευκών συναλλαγματικών κ.λπ.). Συμφωνίες που έχουν συναφθεί κατά την έναρξη ισχύος της παρούσας δέσμευσης και δεν ανταποκρίνονται στις παραπάνω προϋποθέσεις θα τροποποιηθούν αναλόγως. Οι έγγραφες συμβάσεις θα κοινοποιηθούν δε στην ΕΑ ως πρότυπα για έγκριση εντός τριών (3) μηνών από την κοινοποίηση του διατακτικού της απόφασης στα μέρη.

B. ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΣΧΕΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΣΟΚΟΛΑΤΟΥΧΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑ

B.1. Εντός τριών (3) μηνών από την ημερομηνία της κοινοποίησης του διατακτικού της απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού στα μέρη θα αρθούν, όπου και εάν υφίστανται, οι όροι αποκλειστικότητας όσον αφορά στο σοκολατούχο γάλα στα ψυγεία-προθήκες που χρησιδανείζονται / παραχωρούνται στα μικρά σημεία πώλησης και οι εταιρίες ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ θα απέχουν στο μέλλον από τη σύναψη ή επιβολή όρων αποκλειστικότητας για προϊόντα σοκολατούχου γάλακτος στα ψυγεία-προθήκες που χρησιδανείζονται / παραχωρούνται στα μικρά σημεία πώλησης.

B.2. Εντός τριών (3) μηνών από την ημερομηνία της κοινοποίησης του διατακτικού της απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού στα μέρη θα προστεθεί ρητός όρος στις ισχύουσες συμβάσεις (με τη μορφή επιστολής από τις εταιρίες προς τις επιχειρήσεις εκμετάλλευσης μικρών σημείων πώλησης), καθώς και σε αυτές που θα συναφθούν εφεξής μεταξύ των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ αφενός, και των επιχειρήσεων που εκμεταλλεύονται μικρά σημεία πώλησης αφετέρου, επί χρησιδανείου /

παραχώρησης ψυγείου/προθήκης ως προς τη δυνατότητα του χρησάμενου (σημείου πώλησης) να τοποθετεί σε αυτό και ανταγωνιστικά προϊόντα σοκολατούχου γάλακτος.

B.3. Από την ημερομηνία της κοινοποίησης του διατακτικού της απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού στα μέρη και για το χρονικό διάστημα κατά το οποίο θα εξακολουθεί να υφίσταται το καθεστώς κοινού ελέγχου επί της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ, οι εταιρίες ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ θα λειτουργούν αυτοτελώς και πλήρως ανεξάρτητα μεταξύ τους όσον αφορά στο σοκολατούχο γάλα. Τα μέρη δεσμεύονται ότι οι δραστηριότητες των ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ σχετικά με το σοκολατούχο γάλα εκάστης, αντιστοίχως, θα παραμείνουν αυτόνομες, με ανεξάρτητη διοικητική δομή και οι εν λόγω επιχειρήσεις δεν θα ανταλλάξουν εμπιστευτικές πληροφορίες σχετικά με τις δραστηριότητες αυτές και δεν θα επιτρέψουν τη διάχυση τέτοιων πληροφοριών. Η λειτουργική αυτοτέλεια των δύο εταιριών θα διασφαλιστεί ιδίως με:

- την εξαίρεση των δραστηριοτήτων της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ που αφορούν στο σοκολατούχο γάλα από την άσκηση των δικαιωμάτων διοίκησης / αρνησικυρίας της ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ επί της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ, ενδεικτικώς κατά τα άρθρα 3.1.8, 3.1.10 και 3.2 του από 19-01-2017 Συμφώνου Μετόχων μεταξύ της ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και της Οικογένειας Χατζάκου (εφεξής «*το Σύμφωνο Μετόχων*»),

- τη δημιουργία «σινικών τειχών» (Chinese walls) που θα αποτρέπουν τη διαρροή εμπορικά ευαίσθητων πληροφοριών μεταξύ των δύο εταιριών ως προς το σοκολατούχο γάλα. Δεν θα επιτρέπεται, είτε άμεσα (οριζοντίως) είτε έμμεσα, μέσω του προσωπικού, στελεχών ή τρίτων προσώπων, η ανταλλαγή μεταξύ των εταιριών αυτών εμπορικά ευαίσθητων / εμπιστευτικών πληροφοριών που αφορούν στο σοκολατούχο γάλα. Ενδεικτικώς, Εμπιστευτικές Πληροφορίες θα θεωρούνται οι πληροφορίες ως προς τις τιμές, τις μεθόδους ή/και ποσότητες παραγωγής, τις πωλήσεις, τα μερίδια αγοράς, τα κόστη, την κερδοφορία, τους πελάτες, τις εμπορικές συμφωνίες, τις στρατηγικές πωλήσεων, τις εμπορικές διαπραγματεύσεις.

B.3 (α) Τα μέρη δεσμεύονται να προβούν εντός τριών (3) μηνών από την κοινοποίηση του διατακτικού της απόφασης της Ε.Α. σε τροποποίηση του Συμφώνου Μετόχων, κι ειδικότερα των όρων 3.1.8, 3.1.10 και 3.2 αυτού, σύμφωνα με το πρότυπο που επισυνάπτεται στο έγγραφο ανάληψης δεσμεύσεων ως Παράρτημα 1⁷⁹⁴.

B.3 (β) Τα μέρη αναλαμβάνουν τη δέσμευση τα μέλη των οργάνων διοίκησης της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ (Διοικητικού Συμβουλίου, Steering Committee του άρθρου 3.1.10 του από 19/1/2017 Συμφώνου Μετόχων και τυχόν άλλων οργάνων με εξουσίες διοίκησης) τα οποία ορίζονται από τη ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ στο πλαίσιο των δικαιωμάτων που της παρέχει το Σύμφωνο Μετόχων, να μην συμμετέχουν σε οποιαδήποτε συνεδρίαση, συζήτηση ή διαδικασία των οργάνων αυτών ή άλλων οργάνων στις οποίες θα συζητούνται ή θα επικοινωνούνται πληροφορίες / στοιχεία σχετικά με τα προϊόντα σοκολατούχου γάλακτος των δύο εταιριών, άμεσα ή έμμεσα (λ.χ. με τη μορφή εκθέσεων, εταιρικών παρουσιάσεων, εισηγήσεων, κ.λπ.), και να μην λάβουν γνώση, με οποιονδήποτε τρόπο, των σχετικών πληροφοριών.

⁷⁹⁴ Επισυνάπτεται στην παρούσα ως Παράρτημα 1 και αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα αυτής.

Ειδικότερα, καμία Εμπιστευτική Πληροφορία για το σοκολατούχο γάλα δεν θα κοινοποιείται στα ως άνω μέλη των οργάνων διοίκησης της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ. Τα μέρη αναλαμβάνουν τη δέσμευση ότι καμία συμφωνία / σύμβαση αναφορικά με το σοκολατούχο γάλα ή καμία απόφαση σχετικά με το σοκολατούχο γάλα, ιδίως προς υλοποίηση του επιχειρηματικού σχεδίου (Business Plan), δεν θα παρουσιάζεται, κοινοποιείται, συζητείται ή υποβάλλεται σε ψήφιση ενώπιον των ως άνω μελών των οργάνων διοίκησης της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ.

Κατ' εξαίρεση, κατόπιν αναλυτικής γραπτής ενημέρωσης και έγκρισης του Επιβλέποντος Εντολοδόχου σε περιπτώσεις σημαντικής απόκλισης επί τα χείρω (>10%) από τους στόχους και τις προβλέψεις του επιχειρηματικού σχεδίου (business plan) της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ, θα γνωστοποιούνται και θα παρουσιάζονται στα ως άνω μέλη των οργάνων διοίκησης της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ που ορίζονται από τη ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ συγκεντρωτικές πληροφορίες που αφορούν στο σοκολατούχο γάλα και θα έχουν γενικό χαρακτήρα (προβλεπόμενες συνολικές ετήσιες πωλήσεις, απολογιστική ενημέρωση για συνολικές πωλήσεις προηγούμενου έτους), χωρίς να παρέχονται όμως πληροφορίες που θα αφορούν άμεσα ή έμμεσα τιμές, εκπτώσεις, ποσότητες παραγωγής, πωλήσεις ανά κανάλι διανομής/ πελάτη/ περιοχή, μερίδια αγοράς ανά κανάλι διανομής/ πελάτη/ περιοχή, κόστη, κερδοφορία, πελάτες, εμπορικές συμφωνίες, στρατηγικές πωλήσεων, εμπορικές διαπραγματεύσεις.

Η εν λόγω δέσμευση ισχύει για το χρονικό διάστημα κατά το οποίο θα εξακολουθεί να υφίσταται το καθεστώς κοινού ελέγχου επί της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ. Σε κάθε περίπτωση, οι δεσμεύσεις που αφορούν την εμπιστευτικότητα έχουν άμεση ισχύ ως προς τα μέρη, τα οποία υποχρεούνται να απόσχουν από τη με οποιοδήποτε τρόπο γνωστοποίηση - διάχυση εμπορικά ευαίσθητων πληροφοριών μεταξύ των δύο εταιριών ως προς το σοκολατούχο γάλα ή την αποδοχή οποιασδήποτε τέτοιας εμπιστευτικής πληροφορίας, κατά τα ανωτέρω.

B.3 (γ) Τα μέρη δεσμεύονται ότι τα μέλη των οργάνων διοίκησης των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ, καθώς και τα στελέχη ή/και οι ανεξάρτητοι συνεργάτες των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ που ασκούν καθήκοντα σχετικά με το σοκολατούχο γάλα (θα αποσταλεί από τα γνωστοποιούντα μέρη στον Εντολοδόχο και στην Επιτροπή Ανταγωνισμού συγκεκριμένος κατάλογος με τα παραπάνω πρόσωπα ο οποίος θα επικαιροποιείται σε κάθε μεταβολή του καθ' όλη τη διάρκεια της δέσμευσης) θα υπογράψουν εντός τριών (3) μηνών από την κοινοποίηση του διατακτικού της απόφασης της Ε.Α. στα μέρη σύμφωνα εμπιστευτικότητας σύμφωνα με το οποίο όσες Εμπιστευτικές Πληροφορίες σχετικά με τα προϊόντα σοκολατούχου γάλακτος λαμβάνονται / έχουν ληφθεί κατά τη διάρκεια της άσκησης των καθηκόντων τους ή επ' αφορμή αυτών δεν θα γνωστοποιούνται στην έτερη εταιρία, τόσο κατά τη διάρκεια όσο και για δύο (2) έτη μετά την με οποιονδήποτε τρόπο απώλεια της ιδιότητας / λήξη της συνεργασίας τους με αυτήν. Η δέσμευση αυτή θα εφαρμόζεται και ως προς τους υπαλλήλους των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ με σχέση εξηρημένης εργασίας οι οποίοι εκτελούν καθήκοντα μεταφοράς ή διανομής προϊόντων τους.

B.3 (δ) Στις συμβάσεις συνεργασίας εκάστης εκ των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ με ανεξάρτητους συνεργάτες των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ

και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ, οι οποίοι έχουν αναλάβει ή θα αναλάβουν καθήκοντα αντιπροσωπείας / διανομής ή / και μεταπώλησης των προϊόντων σοκολατούχου γάλακτος κάποιας εκ των δύο εταιριών θα προστεθεί, το αργότερο εντός δεκαπέντε (15) ημερών από την κοινοποίηση του διατακτικού της απόφασης της Ε.Α. στα μέρη, ρητή υποχρέωσή τους να τηρούν εμπιστευτικότητα και εχεμύθεια αναφορικά με τις Εμπιστευτικές Πληροφορίες σχετικά με τα προϊόντα σοκολατούχου γάλακτος έκαστου μέρους προς το έτερο μέρος. Οι εν λόγω ανεξάρτητοι συνεργάτες θα ενημερωθούν άμεσα σχετικά, με ευθύνη των μερών.

B.3 (ε) Στα ως άνω υπό 3 (γ) και 3 (δ) σύμφωνα εμπιστευτικότητας θα περιλαμβάνεται όρος που θα προβλέπει, μεταξύ άλλων, ως κύρωση σε περίπτωση παραβίασης της υποχρέωσης εχεμύθειας, την άμεση παύση / καταγγελία της καθ' οιονδήποτε τρόπο συνεργασίας των ως άνω υπόχρεων προσώπων με τις ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ ή με τυχόν άλλες εταιρίες ή / και των ομίλων, στους οποίους αυτές ανήκουν, καθώς και όρος, σύμφωνα με τον οποίο τα ως άνω υπόχρεα πρόσωπα θα υποχρεούνται να καταστρέψουν τυχόν έγγραφα (ηλεκτρονικά ή έγχαρτα) στα οποία περιέχονται Εμπιστευτικές Πληροφορίες, σε περίπτωση παύσης καθ' οιονδήποτε τρόπο και για οποιονδήποτε λόγο της συνεργασίας τους με τις ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ. Το πρότυπο των ως άνω συμφώνων εμπιστευτικότητας θα υποβληθεί στην Ε.Α. εντός δύο μηνών από την κοινοποίηση του διατακτικού της απόφασης της Ε.Α. στα μέρη.

B.3 (στ) Δεν θα αναπτυχθούν συνέργειες ως προς την παραγωγή σοκολατούχου γάλακτος, τη διαμόρφωση τιμών, εκπτώσεων και προσφορών, τις εμπορικές συμφωνίες, την προσέγγιση πελατών, την πολιτική παραχώρησης / χρήσης παγίων, την άμεση ή έμμεση διαφήμιση, και οποιοδήποτε ζήτημα σχετίζεται με την προώθηση των πωλήσεων για τα προϊόντα σοκολατούχου γάλακτος και δεν θα αναπτυχθεί κανενός είδους συνεργασία των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ ούτε επικοινωνία ή ανταλλαγή εμπιστευτικών πληροφοριών ως προς το σοκολατούχο γάλα. Η εν λόγω δέσμευση ισχύει για το χρονικό διάστημα κατά το οποίο θα εξακολουθεί να υφίσταται το καθεστώς κοινού ελέγχου επί της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ. Ρητά διευκρινίζεται ότι τα μέρη θα δύνανται να χρησιμοποιούν κοινό δίκτυο διανομής μέσω τρίτων ανεξάρτητων συνεργατών, για τους οποίους θα ισχύουν τα αναφερόμενα πιο πάνω στο όρο Β3(δ). Δεν θα αναπτυχθούν συνέργειες, ωστόσο, ως προς τα ιδιόκτητα δίκτυα διανομής των μερών.

B.3 (ζ) Για το χρονικό διάστημα, κατά το οποίο υφίσταται το καθεστώς κοινού ελέγχου επί της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ, το προσωπικό των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ που θα εργάζεται στο σοκολατούχο γάλα (συμπεριλαμβανομένων του Γενικού Διευθυντή και των διευθυντικών στελεχών των εταιριών που εργάζονται στο σοκολατούχο γάλα ή/και λαμβάνουν γνώση Εμπιστευτικής Πληροφόρησης, κατά τα ανωτέρω, για το σοκολατούχο γάλα) δεν θα ταυτίζεται και δεν θα εργάζεται στον ίδιο φυσικό χώρο και δεν θα υφίστανται κοινοί μεταξύ των δύο εταιριών εν ενεργεία εργαζόμενοι που ασκούν καθήκοντα σχετικά με τα προϊόντα σοκολατούχου γάλακτος των δύο εταιριών.

B.3 (η) Τα μέρη δεσμεύονται ότι οι εταιρίες ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ δεν θα αποσπάσουν η μία από την άλλη προσωπικό που θα εργάζεται στο σοκολατούχο γάλα (συμπεριλαμβανομένων του Γενικού Διευθυντή και των διευθυντικών στελεχών

της εταιρίας που εργάζονται στο σοκολατούχο γάλα ή/και λαμβάνουν γνώση Εμπιστευτικής Πληροφόρησης, κατά τα ανωτέρω, για το σοκολατούχο γάλα), για το χρονικό διάστημα κατά το οποίο θα εξακολουθεί να υφίσταται το καθεστώς κοινού ελέγχου επί της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ ή για δύο (2) έτη από τη λύση της συνεργασίας τους με την εκάστοτε εργοδότηδά τους, όποια χρονική στιγμή είναι νωρίτερη. Τα μέλη Διοίκησης και οι εργαζόμενοι έκαστου μέρους δεν θα έχουν πρόσβαση στο σύστημα πληροφορικής του άλλου μέρους.

Η ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ θα έχει το δικαίωμα να ορίζει πρόσωπο της επιλογής της ως Γενικό Διευθυντή της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ. Το πρόσωπο που θα επιλέγεται από τη ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ ως Γενικός Διευθυντής της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ θα πρέπει να μην συνδέεται με οποιαδήποτε σχέση με εταιρίες του Ομίλου στον οποίο ανήκει η ΔΕΛΤΑ, αναφορικά με το σοκολατούχο γάλα: α) για διάστημα δύο ετών προ της κτήσης της ιδιότητας του Γενικού Διευθυντή της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ, β) καθ' όλη τη διάρκεια της διατήρησης αυτής της ιδιότητας, και γ) για δύο χρόνια μετά την απώλειά της.

Β. 3 (θ) Η ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και η ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε. θα διαθέτουν και θα στηρίζουν τις λειτουργίες τους έκαστη σε αυτόνομα συστήματα (ιδίως αυτόνομο μηχανογραφικό σύστημα) για το χρονικό διάστημα κατά το οποίο θα εξακολουθεί να υφίσταται το καθεστώς κοινού ελέγχου επί της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ.

Οι ανωτέρω, υπό Α και Β, δεσμεύσεις, στο σύνολό τους καταλαμβάνουν τόσο τις εταιρίες ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ όσο και τις εταιρίες των Ομίλων όπου ανήκουν αντιστοίχως.

Τα μέρη θα ορίσουν εντός μηνός από την κοινοποίηση του διατακτικού της απόφασης, Επιβλέποντα Εντολοδόχο (Monitoring Trustee), ανεξάρτητο πρόσωπο που θα επιβλέπει την υλοποίηση των ως άνω υπό Α και Β δεσμεύσεων, και ο οποίος θα εξασφαλίζει τη συνεχή ενημέρωση του προσωπικού και των στελεχών των εταιριών που σχετίζονται με την υλοποίηση των δεσμεύσεων αναφορικά με την υλοποίηση των «σινικών τειχών». Ο «Επιβλέπων Εντολοδόχος υπόκειται στην προηγούμενη έγκριση της ΕΑ και θα αμείβεται από τα Μέρη. Η διαδικασία διορισμού, τα καθήκοντα του Επιβλέποντα Εντολοδόχου, οι υποχρεώσεις, καθώς και οι σχετικοί όροι και προϋποθέσεις περιέχονται στο επισυναπτόμενο στο έγγραφο ανάληψης δεσμεύσεων Παράρτημα 2⁷⁹⁵.

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού απειλεί, σε περίπτωση μη συμμόρφωσης προς τους παραπάνω όρους ή προϋποθέσεις, πρόστιμο μέχρι ποσοστού δέκα τοις εκατό (10%) του συνολικού κύκλου εργασιών των επιχειρήσεων

⁷⁹⁵ Επισυνάπτεται στην παρούσα ως Παράρτημα 2 και αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα αυτής.

Η απόφαση εκδόθηκε την **18^η Οκτωβρίου 2017**.

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

Ο Πρόεδρος

Δημήτριος Κυριτσάκης

Η Συντάκτης της Απόφασης

Βικτωρία Μερτικοπούλου

Η Γραμματέας

Ηλιάνα Κούτρα

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1
ΣΥΜΦΩΝΟ ΜΕΤΟΧΩΝ

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2

ΣΤΙΣ ΔΕΣΜΕΥΣΕΙΣ ΤΩΝ ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ ΚΑΙ ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ («ΔΕΣΜΕΥΣΕΙΣ»), ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΟΝ ΟΡΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΑ ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ ΤΟΥ ΕΠΙΒΛΕΠΟΝΤΟΣ ΕΝΤΟΛΟΔΟΧΟΥ

Υπόθεση: προηγούμενη γνωστοποίηση κατ' άρθρο 6 παρ. 1-3 του ν. 3959/2011, που αφορά την απόκτηση κοινού ελέγχου της εταιρίας «ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ - ΜΕΒΓΑΛ - ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ», από την εταιρία «ΔΕΛΤΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ» και την Οικογένεια Χατζάκου

Τα μέρη ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και Οικογένεια Χατζάκου (η οποία αποτελείται από τους Μαρία Χατζάκου, σύζυγο Φωτίου Παπαδόπουλου, Κωνσταντίνο Παπαδόπουλο-Χατζάκο του Φωτίου και της Μαρίας, Μαριάννα Παπαδοπούλου-Χατζάκου του Φωτίου και της Μαρίας και Αικατερίνη χήρα Κωνσταντίνου Χατζάκου) (εφεξής και «τα μέρη») αναλαμβάνουν (για λογαριασμό των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ) έναντι της Επιτροπής Ανταγωνισμού (εφεξής «Ε.Α.») δεσμεύσεις βάσει του άρθρου 8 ν. 3959/2011, οι οποίες υπόκεινται στην έγκριση της Επιτροπής Ανταγωνισμού βάσει απόφασής της δυνάμει του άρθρου 8 παρ. 6 και 8 ν. 3959/2011 (εφεξής, η **Απόφαση**).

I. Διαδικασία διορισμού

1. Τα μέρη ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ θα διορίσουν ως Επιβλέποντα Εντολοδόχο της κοινής αποδοχής τους για να πραγματοποιήσει όσα προβλέπονται στις Δεσμεύσεις για τον Επιβλέποντα Εντολοδόχο.
2. Ο Επιβλέπων Εντολοδόχος θα πρέπει να είναι ανεξάρτητος από τα Μέρη και να διαθέτει τα απαραίτητα προσόντα και εχέγγυα για να εκτελέσει την εντολή του, τηρώντας την αρχή της μη σύγκρουσης συμφερόντων. Ο Επιβλέπων Εντολοδόχος θα αμείβεται από τα Μέρη με τρόπο που να μην εμποδίζει την ανεξάρτητη και αποτελεσματική εκτέλεση της εντολής του. Η αμοιβή του Επιβλέποντα Εντολοδόχου, όπως αυτή θα συμφωνηθεί, θα καλυφθεί πλήρως από τα μέρη, βάσει της μεταξύ τους συμφωνίας ως προς τον επιμερισμό της.

Πρόταση από τα Μέρη

3. Εντός 15 ημερών από την κοινοποίηση του διατακτικού της σχετικής απόφασης της ΕΑ στα μέρη, τα μέρη θα υποβάλουν προς έγκριση στην ΕΑ ένα ή περισσότερα πρόσωπα (φυσικά ή νομικά), τα οποία τα μέρη προτείνουν να διορίσουν ως Επιβλέποντα Εντολοδόχο. Η πρόταση θα περιλαμβάνει επαρκή στοιχεία (όπως ενδεικτικά βιογραφικό, δήλωση περί μη σύγκρουσης συμφερόντων) προκειμένου η Επιτροπή να βεβαιώσει ότι ο προτεινόμενος Επιβλέπων Εντολοδόχος πληροί τα κριτήρια της παραγράφου (2) και θα περιλαμβάνει:

(α) όλους τους όρους της προτεινόμενης εντολής που είναι απαραίτητοι για μπορέσει ο Επιβλέπων Εντολοδόχος να εκτελέσει τα καθήκοντά του σύμφωνα με τις παρούσες Δεσμεύσεις,

(β) γενική παρουσίαση του προγράμματος εργασίας που θα περιγράφει τον τρόπο με τον οποίο ο Εντολοδόχος θα εκτελέσει τα καθήκοντά του.

Έγκριση ή απόρριψη από την Επιτροπή

4. Η ΕΑ θα έχει τη διακριτική ευχέρεια να εγκρίνει ή να απορρίψει τον προτεινόμενο ή τους προτεινόμενους Επιβλέποντες Εντολοδόχους και να εγκρίνει την προτεινόμενη εντολή με όσες τροποποιήσεις κρίνει αναγκαίες για την εκπλήρωση των υποχρεώσεών του(ς). Αν μόνο ένα όνομα εγκριθεί, τα μέρη θα διορίσουν ή θα προκαλέσουν το διορισμό αυτού του ατόμου ή του οργανισμού ως Εντολοδόχου, σύμφωνα με την εντολή που εγκρίθηκε από την Επιτροπή. Εάν εγκριθούν περισσότερα από ένα ονόματα, τα μέρη θα είναι ελεύθερα να επιλέξουν τον Εντολοδόχο από τα εγκριθέντα ονόματα. Κατόπιν της εγκρίσεως, τα μέρη θα διορίσουν ή θα προκαλέσουν τον διορισμό αυτού του ατόμου ή οργανισμού ως Εντολοδόχου, σύμφωνα με την εντολή που εγκρίθηκε από την ΕΑ. Ο Επιβλέπων Εντολοδόχος θα διοριστεί εντός μίας εβδομάδας από την έγκριση της ΕΑ, με την υπογραφή της οικείας σύμβασης ανάθεσης, σύμφωνα με την εντολή που έχει εγκριθεί από την ΕΑ.

Νέα πρόταση από τα μέρη

5. Αν απορριφθούν οι προτεινόμενοι (ή ο προτεινόμενος) Επιβλέποντες Εντολοδόχοι, τα μέρη θα υποβάλουν τα ονόματα τουλάχιστον δύο ακόμη φυσικών ή νομικών προσώπων εντός μίας εβδομάδας αφότου λάβουν γνώση της απόρριψης, σύμφωνα με τις απαιτήσεις και τη διαδικασία που παρουσιάζεται στις παραγράφους 1, 2 και 4.

Επιβλέπων Εντολοδόχος επιλεγμένος από την Επιτροπή

6. Εάν όλοι οι προτεινόμενοι Επιβλέποντες Εντολοδόχοι απορριφθούν από την ΕΑ, η ΕΑ θα επιλέξει Επιβλέποντα Εντολοδόχο, τον οποίο τα μέρη θα διορίσουν ή θα προκαλέσουν το διορισμό του, σύμφωνα με την εντολή του εντολοδόχου που έχει εγκριθεί από την ΕΑ.

II. Καθήκοντα του Εντολοδόχου

7. Ο Επιβλέπων Εντολοδόχος θα αναλάβει τα καθορισμένα καθήκοντά του προκειμένου να εξασφαλίσει συμμόρφωση με τις Δεσμεύσεις. Η ΕΑ μπορεί, με δική της πρωτοβουλία ή κατόπιν αίτησης του Επιβλέποντος Εντολοδόχου ή των μερών να δώσει εντολές ή οδηγίες στον Επιβλέποντα Εντολοδόχο προκειμένου να εξασφαλίσει τη συμμόρφωση με τους όρους και τις υποχρεώσεις που συμπεριλαμβάνονται στις Δεσμεύσεις ή διευκρινίσεις σχετικά με τα καθήκοντα του Επιβλέποντος Εντολοδόχου.

Καθήκοντα και υποχρεώσεις του Επιβλέποντος Εντολοδόχου

8. Ο Επιβλέπων Εντολοδόχος:

(1) στην πρώτη του έκθεση στην ΕΑ θα προτείνει ένα λεπτομερές πρόγραμμα εργασίας στο οποίο θα περιγράφει πώς σκοπεύει να εποπτεύσει τη συμμόρφωση με τις υποχρεώσεις και τους όρους που επισυνάπτονται στην Απόφαση.

(2) επιβλέπει τη συμμόρφωση των μερών με τους όρους και τις υποχρεώσεις που έχουν αναλάβει τα μέρη σύμφωνα με την Απόφαση

Προς το σκοπό αυτό ο Επιβλέπων Εντολοδόχος, ενδεικτικά:

- (α) Επιβλέπει την τήρηση από μέρους έκαστης των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ της υποχρέωσής τους να προμηθεύονται (απευθείας ή μέσω τρίτων) νωπό αγελαδινό γάλα από κάθε παραγωγό- κτηνοτρόφο που έχει συνεργασία με τα μέρη κατά την έναρξη ισχύος των δεσμεύσεων, στους Νομούς του Διαμερίσματος της Μακεδονίας, Σερρών, Κιλκίς, Θεσσαλονίκης, Ημαθίας, Κοζάνης, Πέλλας, Φλώρινας, Καβάλας Ξάνθης, καθώς και τους όμορους Νομούς Γρεβενών, Πιερίας και Χαλκιδικής και για το χρόνο που αφορά η εν λόγω δέσμευση υπό στοιχείο Α, στην ελάχιστη εγγυημένη τιμή, κατά τα ειδικότερα οριζόμενα στην Απόφαση.
- (β) Μεριμνά για την έγκαιρη παραλαβή από τα μέρη καταλόγου των εκάστοτε συνεργαζόμενων με αυτά παραγωγών που θα επικαιροποιείται σε κάθε μεταβολή του καθ' όλη τη διάρκεια της δέσμευσης, κατά το άρθρο Α.1. των Δεσμεύσεων.
- (γ) Επιβλέπει ότι το αργότερο εντός τριμήνου από το τέλος κάθε δωδεκαμήνου (κατ' ανώτατο) θα γίνεται εκκαθάριση και απόδοση στους παραγωγούς γάλακτος – κτηνοτρόφους τυχόν απόκλισης μεταξύ της ήδη καταβληθείσας μηνιαίας τιμής και της ελάχιστης, κατά την Απόφαση, εγγυημένης τιμής.
- (δ) Απαντάει χωρίς καθυστέρηση σε τυχόν αιτήματα των μερών για απόκλιση από την ελάχιστη εγγυημένη τιμή πώλησης και δύναται να εγκρίνει αιτήματα απόκλισης, εφόσον τεκμηριώνεται από τα μέρη κατά τρόπο σαφή και ακριβή ότι το συγκεκριμένο προϊόν (εισκόμιση / αγορά), για το οποίο δεν τηρείται η δέσμευση, αφορά σε περιπτώσεις σημαντικής υποβάθμισης της ποιότητας του προϊόντος βάσει των προδιαγραφών του, ενημερώνοντας εκ των προτέρων σαφώς την Επιτροπή Ανταγωνισμού κατά τα οριζόμενα στο άρθρο Α.1.4. των δεσμεύσεων.
- (ε) Ενημερώνεται από τα μέρη σε περίπτωση διακοπής της προμήθειάς τους και / ή της εμπορικής τους συνεργασίας με συγκεκριμένο προμηθευτή (παραγωγό) τους, με αναφορά των σχετικών λόγων και στοιχείων, κατά τα οριζόμενα στο άρθρο Α.1.4. των δεσμεύσεων.
- (στ) Επιβλέπει την τήρηση της υποχρέωσης των μερών να κοινοποιήσουν στους παραγωγούς γάλακτος – κτηνοτρόφους με τους οποίους τα μέρη είχαν συνεργασία κατά το χρόνο της κοινοποίησης του διατακτικού της απόφασης της ΕΑ, εγγράφως και εντός 30 ημερών από την κοινοποίηση του εν λόγω διατακτικού, τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τα οριζόμενα στο άρθρο Α.1. των δεσμεύσεων, και να συμπεριλάβουν αυτούς σε τυχόν συμβάσεις των μερών με τους εν λόγω παραγωγούς.

- (ζ) Επιβλέπει την εφαρμογή του όρου Α.4 της Απόφασης και ειδικότερα ότι οι συμφωνίες που έχουν συναφθεί ή που θα συναφθούν με τους παραγωγούς γάλακτος-κτηνοτρόφους, δεν θα υπερβαίνουν την ετήσια διάρκεια, δεν θα περιέχουν όρο αποκλειστικότητας και υπέρμετρα επαχθείς όρους για την παροχή εγγυήσεων (όπως, ενδεικτικά, εγγραφή προσημειώσεων σε ακίνητα των παραγωγών ή / και των εγγυητών τους, λήψη λευκών συναλλαγματικών κ.λπ.) και ότι συμφωνίες που έχουν συναφθεί κατά την έναρξη ισχύος της παρούσας δέσμευσης και δεν ανταποκρίνονται στις παραπάνω προϋποθέσεις θα τροποποιηθούν αναλόγως.
- (η) Επιβλέπει την εμπρόθεσμη κατά τα προβλεπόμενα στον όρο Β.1. των δεσμεύσεων, άρση των όρων αποκλειστικότητας όσον αφορά στο σοκολατούχο γάλα στα ψυγεία-προθήκες που χρησιδανείζονται / παραχωρούνται στα μικρά σημεία πώλησης, καθώς και την παράλειψη στο μέλλον της σύναψης ή επιβολής όρων αποκλειστικότητας για προϊόντα σοκολατούχου γάλακτος στα ψυγεία-προθήκες που χρησιδανείζονται / παραχωρούνται στα μικρά σημεία πώλησης.
- (θ) Επιβλέπει την τήρηση της υποχρέωσης των μερών να προσθέσουν ρητό όρο στις ισχύουσες και μελλοντικές συμβάσεις με επιχειρήσεις/ μικρά σημεία πώλησης, ως προς τη δυνατότητα του χρησάμενου (σημείου πώλησης) να τοποθετεί σε αυτό και ανταγωνιστικά προϊόντα σοκολατούχου γάλακτος, κατά τα προβλεπόμενα στον όρο Β.2. των δεσμεύσεων.
- (ι) Επιβλέπει, κατά τη διάταξη **Β.3** της Απόφασης, ότι από την ημερομηνία της κοινοποίησης του διατακτικού της απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού στα μέρη και για το χρονικό διάστημα κατά το οποίο θα εξακολουθεί να υφίσταται το καθεστώς κοινού ελέγχου επί της εταιρίας ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ, οι εταιρίες ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ θα λειτουργούν αυτοτελώς και πλήρως ανεξάρτητα μεταξύ τους όσον αφορά στο σοκολατούχο γάλα. Επιβλέπει ότι οι δραστηριότητες των ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ σχετικά με το σοκολατούχο γάλα εκάστης, αντιστοίχως, θα παραμείνουν αυτόνομες, με ανεξάρτητη διοικητική δομή και οι εν λόγω επιχειρήσεις δεν θα ανταλλάζουν εμπιστευτικές πληροφορίες σχετικά με τις δραστηριότητες αυτές και δεν θα επιτρέψουν τη διάχυση τέτοιων πληροφοριών.
- (κ) Επιβλέπει την τήρηση από τις ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ της υποχρέωσής τους να τηρούν «σινικά τείχη» που θα αποτρέπουν τη διαρροή εμπορικά ευαίσθητων πληροφοριών είτε άμεσα (οριζοντίως) είτε έμμεσα, μέσω του προσωπικού, στελεχών ή τρίτων προσώπων, μεταξύ των δύο εταιριών ως προς το σοκολατούχο γάλα και όλων των υποχρεώσεων που ειδικότερα αναφέρονται στο άρθρο Β.3. των Δεσμεύσεων, ήτοι κατά το χρόνο ισχύος των Δεσμεύσεων, ως αναφέρεται στην Απόφαση:

Επιβλέπει ιδίως:

- (i)- την εξαίρεση των δραστηριοτήτων της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ που αφορούν στο σοκολατούχο γάλα από την άσκηση των δικαιωμάτων διοίκησης / αρνησικυρίας της ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ επί της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ, ενδεικτικώς κατά τα άρθρα 3.1.8, 3.1.10 και 3.2 του από 19-01-2017 Συμφώνου Μετόχων μεταξύ της ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και της Οικογένειας Χατζάκου (εφεξής «*το Σύμφωνο Μετόχων*»). Μερικά ότι τα μέλη των οργάνων διοίκησης της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ

(Διοικητικού Συμβουλίου, Steering Committee του άρθρου 3.1.10 του από 19/1/2017 Συμφώνου Μετόχων και τυχόν άλλων οργάνων με εξουσίες διοίκησης) τα οποία ορίζονται από τη ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ στο πλαίσιο των δικαιωμάτων που της παρέχει το Σύμφωνο Μετόχων, δεν συμμετέχουν σε οποιαδήποτε συνεδρίαση, συζήτηση ή διαδικασία των οργάνων αυτών ή άλλων οργάνων στις οποίες θα συζητούνται ή θα επικοινωνούνται πληροφορίες / στοιχεία σχετικά με τα προϊόντα σοκολατούχου γάλακτος των δύο εταιρειών, άμεσα ή έμμεσα (λχ με τη μορφή εκθέσεων, εταιρικών παρουσιάσεων, εισηγήσεων, κ.λπ.), και δεν λαμβάνουν γνώση, με οποιονδήποτε τρόπο, των σχετικών πληροφοριών. Επιβλέπει επίσης τη διαδικασία υπογραφής συμφώνων εμπιστευτικότητας από τα πρόσωπα που ορίζονται στο άρθρο Β(3)γ. των Δεσμεύσεων.

Μεριμνά ώστε καμία Εμπιστευτική Πληροφορία για το σοκολατούχο γάλα δεν θα κοινοποιείται στα ως άνω μέλη των οργάνων διοίκησης της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ και καμία συμφωνία / σύμβαση αναφορικά με το σοκολατούχο γάλα ή καμία απόφαση σχετικά με το σοκολατούχο γάλα, ιδίως προς υλοποίηση του επιχειρηματικού σχεδίου (Business Plan), δεν θα παρουσιάζεται, κοινοποιείται, συζητείται ή υποβάλλεται σε ψήφιση ενώπιον των ως άνω μελών των οργάνων διοίκησης της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ.

- (ii) Ενημερώνεται γραπτώς και αναλυτικά από τα μέρη και δύναται να εγκρίνει υπό τις προϋποθέσεις που ορίζονται στο άρθρο Β (3) β, τη δυνατότητα γνωστοποίησης στα μέλη των οργάνων διοίκησης της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ που ορίζει η ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ συγκεντρωτικών γενικών πληροφοριών σχετικά με το σοκολατούχο γάλα κατά τα οριζόμενα στο άρθρο Β (3) β.
- (iii) Μεριμνά για την έγκαιρη παραλαβή από τα μέρη επικαιροποιημένου καταλόγου με τα μέλη των οργάνων διοίκησης των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ, καθώς και με τα στελέχη ή/και τους ανεξάρτητους συνεργάτες των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ που ασκούν καθήκοντα σχετικά με το σοκολατούχο γάλα.
- (iv) Επιβλέπει την εντός της ταχθείσας προθεσμίας υπογραφή του συμφώνου εμπιστευτικότητας από τα ως άνω (υπό iii) πρόσωπα, κατά τα προβλεπόμενα στον όρο Β.3.γ.
- (v) Επιβλέπει τη συμπερίληψη α) της προβλεπόμενης στον όρο Β.3.δ. των Δεσμεύσεων ρήτρας εμπιστευτικότητας στις συμβάσεις συνεργασίας εκάστης εκ των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ με ανεξάρτητους συνεργάτες των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ, οι οποίοι έχουν αναλάβει ή θα αναλάβουν καθήκοντα αντιπροσωπείας / διανομής ή / και μεταπώλησης των προϊόντων σοκολατούχου γάλακτος, καθώς και (β) των όρων/ κυρώσεων που αναφέρονται στο άρθρο Β.3.ε στα σύμφωνα εμπιστευτικότητας των υπόχρεων προσώπων και στις συμβάσεις συνεργασίας των ανεξάρτητων συνεργατών (σύμφωνα με τους όρους Β.3.γ και Β.3.δ.)

- (vi) Επιβλέπει και επιβεβαιώνει τη μη ανάπτυξη των συνεργειών που αναφέρονται στο άρθρο Β(3) στ. μεταξύ των μερών.
 - (vii) Επιβλέπει και επιβεβαιώνει ότι για το χρονικό διάστημα, κατά το οποίο υφίσταται το καθεστώς κοινού ελέγχου επί της ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ, το προσωπικό των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ που εργάζεται στο σοκολατούχο γάλα (συμπεριλαμβανομένων του Γενικού Διευθυντή και των διευθυντικών στελεχών των εταιριών που εργάζονται στο σοκολατούχο γάλα ή/και λαμβάνουν γνώση Εμπιστευτικής Πληροφόρησης, κατά τα ανωτέρω, για το σοκολατούχο γάλα) δεν ταυτίζεται και δεν εργάζεται στον ίδιο φυσικό χώρο και δεν υφίστανται κοινοί μεταξύ των δύο εταιριών εν ενεργεία εργαζόμενοι
 - (viii) Επιβλέπει και επιβεβαιώνει ότι τα μέρη τηρούν την υποχρέωση μη απόσπασης προσωπικού (συμπεριλαμβανομένων του Γενικού Διευθυντή και των διευθυντικών στελεχών της εταιρίας που εργάζονται στο σοκολατούχο γάλα ή/και λαμβάνουν γνώση Εμπιστευτικής Πληροφόρησης για το σοκολατούχο γάλα) κατά τα οριζόμενα στο άρθρο Β.3.η.
 - (ix) Επιβλέπει και επιβεβαιώνει ότι οι ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε. διαθέτουν και στηρίζουν τις λειτουργίες τους έκαστη σε αυτόνομα συστήματα και ιδίως σε αυτόνομο μηχανογραφικό σύστημα, καθώς και ότι τα μέλη Διοίκησης και οι εργαζόμενοι έκαστου μέρους δεν θα έχουν πρόσβαση στο σύστημα πληροφορικής του άλλου μέρους.
- (3) Εξασφαλίζει τη συνεχή ενημέρωση του προσωπικού και των στελεχών των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ, όσο και των εταιριών των Ομίλων όπου ανήκουν αντιστοίχως, που σχετίζονται με την υλοποίηση των δεσμεύσεων όπως αυτές προβλέπονται στην Απόφαση.
- (4) Αναλαμβάνει όλες τις λειτουργίες που έχουν ανατεθεί στον Επιβλέποντα Εντολοδόχο σύμφωνα με τους όρους και τις υποχρεώσεις που επισυνάπτονται στην Απόφαση.
- (5) Συμβουλεύει και προτείνει στα μέρη τυχόν μέτρα που ως Επιβλέπων Εντολοδόχος θεωρεί απαραίτητα για να εξασφαλίσει τη συμμόρφωσή τους με τους όρους και τις υποχρεώσεις που επισυνάπτονται στην Απόφαση.
- (6) Υποβάλλει στην Επιτροπή έγγραφη έκθεση εντός 30 ημερών από το τέλος εκάστου τριμήνου (αρχής γενομένης από την κοινοποίηση του διατακτικού της Απόφασης της ΕΑ), την οποία ταυτόχρονα στέλνει σε μη εμπιστευτική έκδοση στις ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ. Η έκθεση θα καλύπτει τον απολογισμό όσον αφορά στην τήρηση από πλευράς των μερών των Δεσμεύσεων που έχουν αναλάβει. Επιπλέον αυτών των εκθέσεων, ο Επιβλέπων Εντολοδόχος θα υποβάλλει χωρίς καθυστέρηση έγγραφη έκθεση στην ΕΑ, την οποία ταυτόχρονα θα στέλνει σε μη εμπιστευτική έκδοση στις ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ, αν εκτιμά για εύλογη αιτία ότι οι ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ δεν συμμορφώνονται με τις Δεσμεύσεις.
- (7) Προβαίνει σε κάθε ενέργεια που είναι αναγκαία για την ορθή εφαρμογή των όρων της Απόφασης ΕΑ.

III. Καθήκοντα και υποχρεώσεις των Μερών

9. Οι ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ θα παρέχουν και θα υποχρεώνουν τους υπαλλήλους, συνεργάτες και συμβούλους τους να παρέχουν στον Επιβλέποντα Εντολοδόχο όλη τη συνεργασία, διοικητική υποστήριξη, αρωγή και πληροφόρηση που μπορεί εύλογα να ζητήσει ο Επιβλέπων Εντολοδόχος για να εκτελέσει το έργο του. Ο Επιβλέπων Εντολοδόχος θα έχει πλήρη και ολοκληρωμένη πρόσβαση σε όλα απαραίτητα τα βιβλία, έγγραφα, προσωπικό ή άλλο, εγκαταστάσεις, χώρους και τεχνικές πληροφορίες των ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ που είναι απαραίτητα για να εκπληρώσει τα καθήκοντά του σύμφωνα με τις Δεσμεύσεις. Κατόπιν αιτήματός του Επιβλέποντος Εντολοδόχου, τα μέρη θα γνωστοποιούν και θα παρέχουν αντίγραφο στον Επιβλέποντα Εντολοδόχο οποιουδήποτε εγγράφου του οποίου το περιεχόμενο είναι απαραίτητο να πληροφορηθεί για να υλοποιήσει αποτελεσματικά τα καθήκοντά του. Εφόσον ο Επιβλέπων Εντολοδόχος το αιτηθεί, οι ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ θα διαθέτουν στον Επιβλέποντα Εντολοδόχο γραφείο στις εγκαταστάσεις τους για το χρόνο που απαιτείται να βρίσκεται στους χώρους αυτούς και θα είναι διαθέσιμες για συναντήσεις προκειμένου να δώσουν στον Επιβλέποντα Εντολοδόχο όλες τις πληροφορίες που είναι απαραίτητες για την εκτέλεση του έργου του.

10. Κατόπιν σχετικού αιτήματος του Επιβλέποντος Εντολοδόχου προς τα μέρη, ο Επιβλέπων Εντολοδόχος μπορεί να προβαίνει σε διορισμό συμβούλων (ιδιαίτερα για χρηματοδοτικά και νομικά θέματα) υποκείμενων στην έγκριση των μερών και με δαπάνες των μερών, αν ο Επιβλέπων Εντολοδόχος θεωρεί ότι ο διορισμός αυτών των συμβούλων είναι απαραίτητος ή κατάλληλος για την εκτέλεση των καθηκόντων και των υποχρεώσεών του σύμφωνα με την Εντολή και υπό την προϋπόθεση ότι οι αμοιβές και οι άλλες δαπάνες του Επιβλέποντος Εντολοδόχου κριθούν εύλογες από τα μέρη. Εάν τα μέρη αρνηθούν να εγκρίνουν τους συμβούλους που προτείνονται από τον Εντολοδόχο η Επιτροπή μπορεί αντ' αυτών να εγκρίνει τους συμβούλους, με προηγούμενη ακρόαση των μερών. Μόνο ο Εντολοδόχος θα έχει δικαίωμα να δίνει οδηγίες στους συμβούλους.

IV. Αντικατάσταση, απαλλαγή και επαναδιορισμός του Εντολοδόχου

13. Αν ο Επιβλέπων Εντολοδόχος παύσει να εκτελεί τα καθήκοντά του σύμφωνα με τις Δεσμεύσεις ή για οποιαδήποτε άλλο βάσιμο λόγο, περιλαμβανομένης της έκθεσης του Εντολοδόχου σε κατάσταση σύγκρουσης συμφερόντων:

(α) η ΕΑ μπορεί, μετά από προηγούμενη ακρόαση του Επιβλέποντος Εντολοδόχου, να υποχρεώσει τις ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ να αντικαταστήσουν τον Επιβλέποντα Εντολοδόχο ή

(β) οι ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΕ και ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ έπειτα από προηγούμενη έγκριση της Επιτροπής, μπορούν να αντικαταστήσουν τον Εντολοδόχο.

14. Αν ο Εντολοδόχος απομακρυνθεί σύμφωνα με τα παραπάνω, ο Επιβλέπων Εντολοδόχος μπορεί να υποχρεωθεί να συνεχίσει το έργο του μέχρι να αναλάβει νέος Επιβλέπων Εντολοδόχος στον οποίο ο Επιβλέπων Εντολοδόχος έχει παραδώσει πλήρως

όλες τις σχετικές πληροφορίες. Ο νέος Επιβλέπων Εντολοδόχος θα διοριστεί σύμφωνα με τη διαδικασία που παρουσιάζεται στις παραγράφους 1-6.

15. Εκτός από την απομάκρυνση σύμφωνα με τα παραπάνω, ο Επιβλέπων Εντολοδόχος θα παύσει να ενεργεί ως Επιβλέπων Εντολοδόχος μόνο αφότου η ΕΑ τον έχει απαλλάξει από τα καθήκοντά του, αφού έχει υλοποιήσει όλες τις Δεσμεύσεις που του ανατέθηκαν. Εντούτοις, η ΕΑ μπορεί, οποιαδήποτε στιγμή να ζητήσει τον επαναδιορισμό του Επιβλέποντος Εντολοδόχου αν κατόπιν φανεί ότι τα σχετικά καθήκοντά του δεν υλοποιήθηκαν πλήρως και ορθά.

16. Η Επιτροπή μπορεί, όπου κρίνει κατάλληλο, σε απάντηση σχετικού εύλογου αιτήματος των μερών συνοδευόμενου από έκθεση από τον Επιβλέποντα Εντολοδόχο:

- (1) Να παρατείνει τις προθεσμίες που προβλέπονται στις Δεσμεύσεις ή
- (2) Σε εξαιρετικές περιπτώσεις να προβεί σε απαλλαγή, τροποποίηση ή αντικατάσταση μίας ή περισσότερων υποχρεώσεων στις παρούσες Δεσμεύσεις.

Σε όσες περιπτώσεις τα μέρη ζητούν παράταση προθεσμίας, πρέπει να υποβάλλουν αίτηση στην Επιτροπή, καταδεικνύοντας σχετική εύλογη αιτία, τουλάχιστον ένα μήνα πριν την εκπνοή της προθεσμίας. Μόνο σε εξαιρετικές περιπτώσεις τα μέρη δικαιούνται να ζητήσουν παράταση εντός του τελευταίου μήνα οποιασδήποτε προθεσμίας.

Σε περίπτωση οιασδήποτε διαφοροποίησης ως προς τη διατύπωση ή/και το περιεχόμενο των υποχρεώσεων του επιβλέποντος εντολοδόχου μεταξύ του παρόντος παραρτήματος και του βασικού κειμένου των αναληφθεισών από τα μέρη δεσμεύσεων, υπερισχύει το τελευταίο.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΑΓΕΛΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2014												
ΝΟΜΟΣ	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΓΓΑΛ	ΔΕΛΤΑ & ΜΕΓΓΑΛ	ΣΥΝ.-ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓ. ΑΓΕΛΛΑΔ. ΓΑΛΑΚ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΠΙΡΡΙΑΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	FRIESLANDCAMPINA HELLAS	ΚΡΙ-ΚΡΙ	ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ	ΤΡΙΚΚΗ	ΔΩΔΩΝΗ	ΚΟΛΙΟΣ	ΛΟΙΠΟΙ
ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ	[95-100]%		[95-100]%									[0-5]%
ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	[35-45]%		[35-45]%									[55-65]%
ΑΡΚΑΔΙΑΣ												[95-100]%
ΑΡΤΑΣ						[35-45]%				[25-35]%		[25-35]%
ΑΧΑΪΑΣ	[0-5]%		[0-5]%									[95-100]%
ΒΟΙΩΤΙΑΣ	[45-55]%		[45-55]%			[15-25]%						[25-35]%
ΓΡΕΒΕΝΩΝ	[45-55]%		[45-55]%		[35-45]%							[15-25]%
ΔΡΑΜΑΣ											[0-5]%	[95-100]%
ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ												[95-100]%
ΕΒΡΟΥ					[15-25]%							[75-85]%
ΕΥΒΟΙΑΣ	[5-10]%		[5-10]%									[85-95]%
ΗΛΕΙΑΣ	[35-		[35-			[25-						[25-35]%

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΑΓΕΛΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2014												
ΝΟΜΟΣ	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΒΓΑΛ	ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	ΣΥΝ.-ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓ. ΑΓΕΛΛΑΔ. ΓΑΛΑΚ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΠΙΕΡΙΑΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	FRIESLANDCAMPINA HELLAS	ΚΡΙ-ΚΡΙ	ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ	ΤΡΙΚΚΗ	ΔΩΔΩΝΗ	ΚΟΛΙΟΣ	ΛΟΙΠΟΙ
	45]%		45]%			35]%						
ΗΜΑΘΙΑΣ	[55-65]%		[55-65]%		[0-5]%							[35-45]%
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ												[95-100]%
ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ										[95-100]%		[0-5]%
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	[25-35]%	16,52%	[35-45]%	[0-5]%	[25-35]%	[5-10]%		[0-5]%		[0-5]%	[0-5]%	[15-25]%
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ										[75-85]%		[15-25]%
ΚΑΒΑΛΑΣ	[85-95]%		[85-95]%		[5-10]%							[5-10]%
ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ	[0-5]%		[0-5]%	[35-45]%					[25-35]%			[25-35]%
ΚΕΡΚΥΡΑΣ												[95-100]%
ΚΕΦΑΛΛΟΝΙΑΣ												[95-100]%
ΚΙΑΚΙΣ	[15-25]%	[10-15]%	[25-35]%	[5-10]%	[5-10]%			[25-35]%			[0-5]%	[15-25]%
ΚΟΖΑΝΗΣ	[55-65]%		[55-65]%		[5-10]%						[0-5]%	[35-45]%

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΑΓΕΛΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2014												
ΝΟΜΟΣ	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΒΓΑΛ	ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	ΣΥΝ.-ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓ. ΑΓΕΛΛΑΔ. ΓΑΛΑΚ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΠΙΕΡΙΑΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	FRIESLANDCAMPINA HELLAS	ΚΡΙ-ΚΡΙ	ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ	ΤΡΙΚΚΗ	ΔΩΔΩΝΗ	ΚΟΛΙΟΣ	ΛΟΙΠΟΙ
ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ												[95-100]%
ΚΥΚΛΑΔΩΝ												[95-100]%
ΛΑΚΩΝΙΑΣ	[85-95]%		[85-95]%									[10-15]%
ΛΑΡΙΣΙΑΣ	[5-10]%		[5-10]%	[35-45]%	[15-25]%				[10-15]%			[15-25]%
ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	[5-10]%		[5-10]%	[25-35]%								[55-65]%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΑΘΗΝΩΝ												[95-100]%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	[15-25]%		[15-25]%			[25-35]%						[55-65]%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	[75-85]%		[75-85]%									[15-25]%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	[95-100]%		[95-100]%									[0-5]%
ΞΑΝΘΗΣ	[35-45]%	[10-15]%	[45-55]%		[25-35]%	[10-15]%					[0-5]%	[5-10]%
ΠΕΛΛΑΣ	[45-55]%	[25-35]%	[75-85]%		[0-5]%						[15-25]%	[0-5]%
ΠΙΕΡΙΑΣ				[25-35]%	[35-45]%							[25-35]%

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΑΓΕΛΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2014												
ΝΟΜΟΣ	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΒΓΑΛ	ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	ΣΥΝ.-ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓ. ΑΓΕΛΛΑΔ. ΓΑΛΑΚ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΠΙΕΡΙΑΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	FRIESLANDCAMPINA HELLAS	ΚΡΙ-ΚΡΙ	ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ	ΤΡΙΚΚΗ	ΔΩΔΩΝΗ	ΚΟΛΙΟΣ	ΛΟΙΠΟΙ
ΠΡΕΒΕΖΑΣ					[0-5]%	[15-25]%				[25-35]%		[45-55]%
ΡΕΘΥΜΝΟΥ												[95-100]%
ΡΟΔΟΠΗΣ	[0-5]%		[0-5]%		[35-45]%	[35-45]%						[10-15]%
ΣΑΜΟΥ												[95-100]%
ΣΕΡΡΩΝ	[35-45]%	[5-10]%	[35-45]%		[5-10]%		[25-35]%				[0-5]%	[15-25]%
ΤΡΙΚΑΛΩΝ	[0-5]%		[0-5]%		[10-15]%				[45-55]%			[25-35]%
ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ	[0-5]%		[0-5]%			[65-75]%						[25-35]%
ΦΛΩΡΙΝΑΣ	[85-95]%		[85-95]%						[0-5]%		[0-5]%	[0-5]%
ΦΩΚΙΔΑΣ												[95-100]%
ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	[5-10]%		[5-10]%		[45-55]%							[45-55]%
ΧΑΝΙΩΝ												[95-100]%
ΧΙΟΥ												[95-100]%
ΣΥΝΟΛΟ	[25-	[5-	[25-	[5-	[15-	[5-	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[25-35]%

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΑΓΕΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2014												
ΝΟΜΟΣ	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΒΓΑΛ	ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	ΣΥΝ.-ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓ. ΑΓΕΛΑΔ. ΓΑΛΑΚ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΠΕΡΙΑΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	FRIESLANDCAMPINA HELLAS	ΚΡΙ-ΚΡΙ	ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ	ΤΡΙΚΚΗ	ΔΩΔΩΝΗ	ΚΟΛΙΟΣ	ΛΟΠΟΙ
	35]	10]	35]	10]	25]	10]						

ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΑΓΕΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2015
--

ΝΟΜΟΣ	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΓΑΛΑ	ΔΕΛΤΑ & ΜΕΓΑΛΑ	ΣΥΝ.-ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓ. ΑΓΕΛΑΔ. ΓΑΛΛΑΚ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΠΙΠΕΡΙΑΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	FRIESLANDCAMPINA HELLAS	ΚΡΙ-ΚΡΙ	ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε.	ΤΡΙΚΗ Α.Ε.	ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε.	ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε.	ΛΟΙΠΟΙ
ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ										[15-25]%		[75-85]%
ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	[25-35]%		[25-35]%									[65-75]%
ΑΡΚΑΔΙΑΣ												[95-100]%
ΑΡΤΑΣ						[15-25]%				[55-65]%		[25-35]%
ΑΧΑΪΑΣ	[0-5]%		[0-5]%									[95-100]%
ΒΟΙΩΤΙΑΣ	[45-55]%		[45-55]%		[0-5]%	[15-25]%			[0-5]%			[25-35]%
ΓΡΕΒΕΝΩΝ	[35-45]%		[35-45]%		[25-35]%				[10-15]%			[15-25]%
ΔΡΑΜΑΣ											[0-5]%	[95-100]%
ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ												[95-100]%

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΑΓΕΛΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2015												
ΝΟΜΟΣ	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΒΓΑΛ	ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	ΣΥΝ.-ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓ. ΑΓΕΛΛΑΔ. ΓΑΛΑΚ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΠΙΠΕΡΙΑΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	FRIESLANDCAMPINA HELLAS	ΚΡΙ-ΚΡΙ	ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε.	ΤΡΙΚΚΗ Α.Ε.	ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε.	ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε.	ΛΟΙΠΟΙ
ΕΒΡΟΥ					[0-5]%							[95-100]%
ΕΥΒΟΙΑΣ	[0-5]%		[0-5]%									[95-100]%
ΗΛΕΙΑΣ	[25-35]%		[25-35]%			[25-35]%						[35-45]%
ΗΜΑΘΙΑΣ	[45-55]%	[0-5]%	[55-65]%		[15-25]%							[25-35]%
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ												[95-100]%
ΘΕΣΣΠΡΩΤΙΑΣ							[15-25]%			[75-85]%		[0-5]%
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	[15-25]%	[15-25]%	[35-45]%	[0-5]%	[25-35]%	[5-10]%		[0-5]%		[0-5]%	[0-5]%	[15-25]%
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ										[65-75]%		[25-35]%
ΚΑΒΑΛΑΣ	89,02%		[85-		[5-10]%							[5-10]%

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΑΓΕΛΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2015												
ΝΟΜΟΣ	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΒΓΑΛ	ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	ΣΥΝ.-ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓ. ΑΓΕΛΛΑΔ. ΓΑΛΑΚ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΠΙΕΡΙΑΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	FRIESLANDCAMPINA HELLAS	ΚΡΙ-ΚΡΙ	ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε.	ΤΡΙΚΚΗ Α.Ε.	ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε.	ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε.	ΛΟΙΠΟΙ
			95]%									
ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ	[0-5]%		[0-5]%	[45-55]%					[15-25]%			[25-35]%
ΚΕΡΚΥΡΑΣ												[95-100]%
ΚΕΦΑΛΛΟΝΙΑΣ												[95-100]%
ΚΙΑΚΙΣ	[15-25]%	[15-25]%	[35-45]%	[5-10]%	[5-10]%			[25-35]%			[0-5]%	[15-25]%
ΚΟΖΑΝΗΣ	[55-65]%		[55-65]%		[5-10]%							[25-35]%
ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ												[95-100]%
ΚΥΚΛΑΔΩΝ												[95-100]%
ΛΑΚΩΝΙΑΣ	[95-100]%		[95-100]%									[0-5]%

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΑΓΕΛΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2015												
ΝΟΜΟΣ	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΒΓΑΛ	ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	ΣΥΝ.-ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓ. ΑΓΕΛΛΑΔ. ΓΑΛΑΚ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΠΙΕΡΙΑΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	FRIESLANDCAMPINA HELLAS	ΚΡΙ-ΚΡΙ	ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε.	ΤΡΙΚΚΗ Α.Ε.	ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε.	ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε.	ΛΟΙΠΟΙ
ΛΑΡΙΣΙΑΣ	[5-10]%		[5-10]%	[35-45]%	[15-25]%				[10-15]%			[15-25]%
ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	[5-10]%		[5-10]%	[15-25]%								[65-75]%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΑΘΗΝΩΝ												[95-100]%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	[0-5]%		[0-5]%			[25-35]%						[65-75]%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	[75-85]%		[75-85]%									[15-25]%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	[85-95]%		[85-95]%									[10-15]%
ΞΑΝΘΗΣ	[35-45]%	[15-25]%	[45-55]%		[25-35]%	[15-25]%					[0-5]%	[5-10]%
ΠΕΛΛΑΣ	[45-55]%	[25-35]%	[75-85]%		[0-5]%						[15-25]%	[5-10]%
ΠΙΕΡΙΑΣ	[0-5]%		[0-5]%	[25-35]%	[55-65]%							[10-15]%

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΑΓΕΛΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2015												
ΝΟΜΟΣ	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΒΓΑΛ	ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	ΣΥΝ.-ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓ. ΑΓΕΛΛΑΔ. ΓΑΛΑΚ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΠΙΕΡΙΑΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	FRIESLANDCAMPINA HELLAS	ΚΡΙ-ΚΡΙ	ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε.	ΤΡΙΚΚΗ Α.Ε.	ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε.	ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε.	ΛΟΙΠΟΙ
				35]%								15]%
ΠΡΕΒΕΖΑΣ					[5-10]%	[15-25]%				[25-35]%		[35-45]%
ΡΕΘΥΜΝΟΥ												[95-100]%
ΡΟΔΟΠΗΣ	[0-5]%		[0-5]%		[35-45]%	[35-45]%						[10-15]%
ΣΑΜΟΥ												[95-100]%
ΣΕΡΡΩΝ	[25-35]%	[0-5]%	[35-45]%		[5-10]%		[25-35]%				[0-5]%	[15-25]%
ΤΡΙΚΑΛΩΝ	[0-5]%		[0-5]%		[15-25]%				[35-45]%			[35-45]%
ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ	[0-5]%		[0-5]%			[45-55]%			[0-5]%			[45-55]%
ΦΛΩΡΙΝΑΣ	[75-85]%	[0-5]%	[85-95]%								[0-5]%	[10-15]%

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΑΓΕΛΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2015												
ΝΟΜΟΣ	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΒΓΑΛ	ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	ΣΥΝ.-ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓ. ΑΓΕΛΛΑΔ. ΓΑΛΑΚ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΠΙΕΡΙΑΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	FRIESLANDCAMPINA HELLAS	ΚΡΙ-ΚΡΙ	ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε.	ΤΡΙΚΚΗ Α.Ε.	ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε.	ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε.	ΛΟΙΠΟΙ
ΦΩΚΙΔΑΣ												[95-100]%
ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	[0-5]%		[0-5]%		[55-65]%							[35-45]%
ΧΑΝΙΩΝ												[95-100]%
ΧΙΟΥ												[95-100]%
ΣΥΝΟΛΟ	[15-25]%	[5-10]%	[25-35]%	[5-10]%	[15-25]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[25-35]%

ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΑΓΕΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2016												
ΝΟΜΟΣ	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΒΓΑΛ	ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	ΣΥΝ.-ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓ. ΑΓΕΛΑΔ. ΓΑΛΑΚ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΠΙΕΡΙΑΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	FRIESLANDCAMPINA HELLAS	ΚΡΙ-ΚΡΙ	ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε.	ΤΡΙΚΚΗ Α.Ε.	ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε.	ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε.	ΛΟΙΠΟΙ
ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ										[25-35]%		[65-35]%
ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	[15-25]%		[15-25]%									[75-85]%
ΑΡΚΑΔΙΑΣ												[95-100]%
ΑΡΤΑΣ										[75-85]%		[15-25]%
ΑΧΑΪΑΣ	[5-10]%		[5-10]%									[85-95]%
ΒΟΙΩΤΙΑΣ	[15-25]%		[15-25]%	[0-5]%		[25-35]%			[15-25]%	[0-5]%		[25-35]%
ΓΡΕΒΕΝΩΝ	[15-25]%		[15-25]%		[25-35]%				[25-35]%			[15-25]%
ΔΡΑΜΑΣ												[95-100]%
ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ												[95-100]%
ΕΒΡΟΥ												[95-100]%
ΕΥΒΟΙΑΣ												[95-100]%
ΗΛΕΙΑΣ	[25-35]%		[25-35]%			[25-35]%						[35-45]%
ΗΜΑΘΙΑΣ	[45-		[45-		[25-							[15-25]%

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΑΓΕΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2016												
ΝΟΜΟΣ	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΓΓΑΛ	ΔΕΛΤΑ & ΜΕΓΓΑΛ	ΣΥΝ.-ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓ. ΑΓΕΛΑΔ. ΓΑΛΑΚ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΠΕΡΙΑΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	FRIESLANDCAMPINA HELLAS	ΚΡΙ-ΚΡΙ	ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε.	ΤΡΙΚΚΗ Α.Ε.	ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε.	ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε.	ΛΟΙΠΟΙ
	55]%		55]%		35]%							
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ												[95-100]%
ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ										[95-100]%		[0-5]%
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	[25-35]%	[15-25]%	45-55]%	[0-5]%	[15-25]%	[5-10]%		[0-5]%		[0-5]%	[0-5]%	[10-15]%
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ										[55-65]%		[35-45]%
ΚΑΒΑΛΑΣ	[85-95]%		85-95]%		[5-10]%							[10-15]%
ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ				[45-55]%					[15-25]%			[25-35]%
ΚΕΡΚΥΡΑΣ												[95-100]%
ΚΕΦΑΛΛΟΝΙΑΣ												[95-100]%
ΚΙΛΚΙΣ	[15-25]%	[15-25]%	35-45]%	[5-10]%	[0-5]%			[25-35]%			[0-5]%	[15-25]%
ΚΟΖΑΝΗΣ	[65-75]%		65-75]%		[5-10]%						[0-5]%	[15-25]%
ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ												[95-100]%
ΚΥΚΛΑΔΩΝ												[95-100]%

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΑΓΕΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2016												
ΝΟΜΟΣ	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΒΓΑΛ	ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	ΣΥΝ.-ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓ. ΑΓΕΛΑΔ. ΓΑΛΑΚ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΠΙΕΡΙΑΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	FRIESLANDCAMPINA HELLAS	ΚΡΙ-ΚΡΙ	ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε.	ΤΡΙΚΚΗ Α.Ε.	ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε.	ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε.	ΛΟΙΠΟΙ
ΛΑΚΩΝΙΑΣ	[95-100]%		[95-100]%									[0-5]%
ΛΑΡΙΣΙΑΣ	[5-10]%		[5-10]%	[35-45]%	[15-25]%				[10-15]%	[0-5]%		[15-25]%
ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	[10-15]%		[10-15]%	[15-25]%								[65-75]%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΑΘΗΝΩΝ												[95-100]%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ						[5-10]%						[85-95]%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	[75-85]%		[75-85]%									[15-25]%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	[95-100]%		[95-100]%									[0-5]%
ΞΑΝΘΗΣ	[35-45]%	[15-25]%	[55-65]%		[15-25]%	[10-15]%					[0-5]%	[25-35]%
ΠΕΛΛΑΣ	[45-55]%	[25-35]%	[65-75]%		[5-10]%						[15-25]%	[5-10]%
ΠΙΕΡΙΑΣ	[5-10]%		[5-10]%	[25-35]%	[55-65]%							[15-25]%
ΠΡΕΒΕΖΑΣ					[0-5]%	[15-				[35-		[35-45]%

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΑΓΕΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2016												
ΝΟΜΟΣ	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΒΓΑΛ	ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	ΣΥΝ.-ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓ. ΑΓΕΛΑΔ. ΓΑΛΑΚ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΠΙΕΡΙΑΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	FRIESLANDCAMPINA HELLAS	ΚΡΙ-ΚΡΙ	ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε.	ΤΡΙΚΗ Α.Ε.	ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε.	ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε.	ΛΟΙΠΟΙ
						25]%				45]%		
ΡΕΘΥΜΝΟΥ												[95-100]%
ΡΟΔΟΠΗΣ	[0-5]%		[0-5]%		[35-45]%	[35-45]%					[0-5]%	[45-55]%
ΣΑΜΟΥ												[95-100]%
ΣΕΡΡΩΝ	[25-35]%	[0-5]%	[35-45]%		[5-10]%		[25-35]%				[0-5]%	[15-25]%
ΤΡΙΚΑΛΩΝ	[0-5]%		[0-5]%		[10-15]%				[35-45]%			[35-45]%
ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ	[0-5]%		[0-5]%			[15-25]%						[65-75]%
ΦΛΩΡΙΝΑΣ	[65-75]%	[10-15]%	[75-85]%									[15-25]%
ΦΩΚΙΔΑΣ												[95-100]%
ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ		[0-5]%	[0-5]%		[85-95]%							[5-10]%
ΧΑΝΙΩΝ												[95-100]%
ΧΙΟΥ												[95-100]%
ΣΥΝΟΛΟ	[15-25]%	[5-10]%	[25-35]%	[5-10]%	[10-15]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[25-35]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΑΓΕΛΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΣΤΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2014												
ΝΟΜΟΣ	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΒΓΑΛ	ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	ΣΥΝ.-ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓ. ΑΓΕΛΛΑΔ. ΓΑΛΑΚ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΠΙΕΡΙΑΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ Α.Ε.	FRIESLANDCAMPINA HELLAS S.A.	ΚΡΙ-ΚΡΙ Α.Ε.	ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε.	ΤΡΙΚΗ Α.Ε.	ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε.	ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε.	ΛΟΙΠΟΙ
ΓΡΕΒΕΝΩΝ	[45-55]%		[45-55]%		[35-45]%							[15-25]%
ΔΡΑΜΑΣ											[0-5]%	[95-100]%
ΗΜΑΘΙΑΣ	[55-65]%		[55-65]%		[0-5]%							[35-45]%
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	[25-35]%	[15-25]%	42,32 %	[0-5]%	[25-35]%	[5-10]%		[0-5]%		[0-5]%	[0-5]%	[15-25]%
ΚΑΒΑΛΑΣ	[85-95]%		[85-95]%		[5-10]%							[5-10]%
ΚΙΑΚΙΣ	[15-25]%	[10-15]%	[25-35]%	[5-10]%	[5-10]%			[25-35]%			[0-5]%	[15-25]%
ΚΟΖΑΝΗΣ	[55-65]%		[55-65]%		[5-10]%						[0-5]%	[35-45]%
ΠΕΛΛΑΣ	[45-55]%	[25-35]%	[75-85]%		[0-5]%						[15-25]%	[0-5]%
ΠΙΕΡΙΑΣ				[25-35]%	[35-45]%							[25-35]%
ΣΕΡΡΩΝ	[35-45]%	[5-10]%	[35-45]%		[5-10]%		[25-35]%				[0-5]%	[15-25]%
ΦΛΩΡΙΝΑΣ	[85-95]%		[85-95]%						[0-5]%		[0-5]%	[0-5]%
ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	[5-10]%		[5-10]%		[35-45]%							[45-55]%
ΣΥΝΟΛΟ	[25-35]%	[10-15]%	[35-45]%	[0-5]%	[15-25]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[15-25]%

ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΑΓΕΛΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΣΤΗΝ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2014												
ΝΟΜΟΣ	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΒΓΑΛ	ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	ΣΥΝ.-ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓ. ΑΓΕΛΛΑΔ. ΓΑΛΑΚ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΠΙΕΡΙΑΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ Α.Ε.	FRIESLANDCAMPINA HELLAS S.A.	ΚΡΙ-ΚΡΙ Α.Ε.	ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε.	ΤΡΙΚΗ Α.Ε.	ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε.	ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε.	ΛΟΙΠΟΙ
ΗΜΑΘΙΑΣ	[55-65]%		[55-65]%		[0-5]%							[35-45]%
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	[25-35]%	[15-25]%	[35-45]%	[0-5]%	[25-35]%	[5-10]%		[0-5]%		[0-5]%	[0-5]%	[15-25]%
ΚΙΑΚΙΣ	[15-25]%	[10-15]%	[25-35]%	[5-10]%	[5-10]%			[25-35]%			[0-5]%	[15-25]%
ΠΕΛΛΑΣ	[45-55]%	[25-35]%	[75-85]%		[0-5]%						[15-25]%	[0-5]%
ΠΙΕΡΙΑΣ				[25-35]%	[35-45]%							[25-35]%
ΣΕΡΡΩΝ	[35-45]%	[5-10]%	[35-45]%		[5-10]%		[25-35]%				[0-5]%	[15-25]%
ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	[5-10]%		[5-10]%		[35-45]%							[45-55]%
ΣΥΝΟΛΟ	[25-35]%	[10-15]%	[35-45]%	[0-5]%	[15-25]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[15-25]%

ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ

**ΠΡΟΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ
ΣΤΗΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ
ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ**

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΑΓΕΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΣΤΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2015												
ΝΟΜΟΣ	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΒΓ'ΑΛ	ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓ'ΑΛ	ΠΑΡΑΓ. ΑΓΕΛΑΔ. ΓΑΛΑΚ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ Α.Ε.	FRIESLANDCAMPRI NA HELLAS S.A.	ΚΡΙ-ΚΡΙ Α.Ε.	ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε.	ΤΡΙΚΚΗ Α.Ε.	ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε.	ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε.	ΛΟΙΠΟΙ
ΓΡΕΒΕΝΩΝ	[35-45]%		[35-45]%		[25-35]%				[10-15]%			[15-25]%
ΔΡΑΜΑΣ											[0-5]%	[95-100]%
ΗΜΑΘΙΑΣ	[45-55]%	[0-5]%	[45-55]%		[15-25]%							[15-25]%
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	[15-25]%	[15-25]%	[35-45]%	[0-5]%	[25-35]%	[5-10]%		[0-5]%		[0-5]%	[0-5]%	[10-15]%
ΚΑΒΑΛΑΣ	[85-95]%		[85-95]%		[5-10]%							[5-10]%
ΚΙΑΚΙΣ	[15-25]%	[15-25]%	[35-45]%	[5-10]%	[5-10]%			[25-35]%			[0-5]%	[15-25]%
ΚΟΖΑΝΗΣ	[55-65]%		[55-65]%		[5-10]%							[25-35]%
ΠΕΛΛΑΣ	[45-55]%	[25-35]%	[75-85]%		[0-5]%						[15-25]%	[5-10]%
ΠΙΕΡΙΑΣ	[0-5]%		[0-5]%	[25-35]%	[55-65]%							[10-15]%
ΣΕΡΡΩΝ	[25-35]%	[0-5]%	[35-45]%		[5-10]%		[25-35]%				[0-5]%	[15-25]%
ΦΛΩΡΙΝΑΣ	[75-85]%	[0-5]%	[85-95]%								[0-5]%	[10-15]%
ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	[0-5]%		[0-5]%		[55-65]%							[35-45]%
ΣΥΝΟΛΟ	[25-35]%	[10-15]%	[35-45]%	[0-5]%	[15-25]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[15-25]%

ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΑΓΕΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΣΤΗΝ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2015												
ΝΟΜΟΣ	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΒΓ'ΑΛ	ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓ'ΑΛ	ΣΥΝ-ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓ. ΑΓΕΛΑΔ. ΓΑΛΑΚ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΠΙΕΡΙΑΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ Α.Ε.	FRIESLANDCAMPRI HELLAS S.A.	ΚΡΙ-ΚΡΙ Α.Ε.	ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε.	ΤΡΙΚΚΗ Α.Ε.	ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε.	ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε.	ΛΟΙΠΟΙ
ΗΜΑΘΙΑΣ	[45-55]%	[0-5]%	[55-65]%		[15-25]%							[15-25]%
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	[15-25]%	[15-25]%	43,18 %	[0-5]%	[25-35]%	[5-10]%		[0-5]%		[0-5]%	[0-5]%	[10-15]%
ΚΙΑΚΙΣ	[15-25]%	[15-25]%	38,73 %	[5-10]%	[5-10]%			[25-35]%			[0-5]%	[15-25]%
ΠΕΛΛΑΣ	[45-55]%	[25-35]%	76,32 %		[0-5]%						[15-25]%	[5-10]%
ΠΙΕΡΙΑΣ	[0-5]%		[0-5]%	[25-35]%	[55-65]%							[10-15]%
ΣΕΡΡΩΝ	[25-35]%	[0-5]%	[25-35]%		[5-10]%		[25-35]%				[0-5]%	[15-25]%
ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	[0-5]%		[0-5]%		[55-65]%							[35-45]%
ΣΥΝΟΛΟ	[25-35]%	[15-25]%	[35-45]%	[0-5]%	[15-25]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[15-25]%

ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ

**ΠΡΟΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ
ΣΤΗΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ
ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ**

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΑΓΕΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΣΤΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2016												
ΝΟΜΟΣ	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΒΓΑΛ	ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	ΣΥΝ-ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓ. ΑΓΕΛΑΔ. ΓΑΛΑΚ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΠΙΕΡΙΑΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ Α.Ε.	FRIESLANDCAMPINA HELLAS S.A.	ΚΡΙ-ΚΡΙ Α.Ε.	ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε.	ΤΡΙΚΚΗ Α.Ε.	ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε.	ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε.	ΛΟΙΠΟΙ
ΓΡΕΒΕΝΩΝ	[15-25]%		[15-25]%		[25-35]%				[25-35]%			[15-25]%
ΔΡΑΜΑΣ												[95-100]%
ΗΜΑΘΙΑΣ	[45-55]%		[45-55]%		[25-35]%							[15-25]%
ΘΕΣΣΑΛΟ ΝΙΚΗΣ	[25-35]%	[15-25]%	[45-55]%	[0-5]%	[15-25]%	[5-10]%		[0-5]%		[0-5]%	[0-5]%	[10-15]%
ΚΑΒΑΛΑΣ	[85-95]%		[85-95]%		[5-10]%							[5-10]%
ΚΙΑΚΙΣ	[15-25]%	[15-25]%	39,07 %	[5-10]%	[0-5]%			[25-35]%			[0-5]%	[15-25]%
ΚΟΖΑΝΗΣ	[65-75]%		[65-75]%		[5-10]%						[0-5]%	[15-25]%
ΠΕΛΛΑΣ	[45-55]%	[25-35]%	[65-75]%		[5-10]%						[15-25]%	[5-10]%
ΠΙΕΡΙΑΣ	[5-10]%		[5-10]%	[25-35]%	[55-65]%							[10-15]%
ΣΕΡΡΩΝ	[25-35]%	[0-5]%	[35-45]%		[5-10]%		[25-35]%				[0-5]%	[15-25]%
ΦΛΩΡΙΝΑΣ	[65-75]%	[10-15]%	[75-85]%									[15-25]%
ΧΑΛΚΙΔΙΚ ΗΣ		[0-5]%	[0-5]%		[85-95]%							[5-10]%
ΣΥΝΟΛΟ	[25-35]%	[15-25]%	[45-55]%	[0-5]%	[15-25]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[15-25]%

ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΑΓΕΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΣΤΗΝ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2016												
ΝΟΜΟΣ	ΔΕΛΤΑ	ΜΕΒΓΑΛ	ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	ΣΥΝ-ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓ. ΑΓΕΛΑΔ. ΓΑΛΑΚ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΠΙΕΡΙΑΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ Α.Ε.	FRIESLANDCAMPINA HELLAS S.A.	ΚΡΙ-ΚΡΙ Α.Ε.	ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ Α.Ε.	ΤΡΙΚΚΗ Α.Ε.	ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε.	ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε.	ΛΟΙΠΟΙ
ΗΜΑΘΙΑΣ	[45-55]%		[45-55]%		[25-35]%							[15-25]%
ΘΕΣΣΑΛΟ ΝΙΚΗΣ	[25-35]%	[15-25]%	[45-55]%	[0-5]%	[15-25]%	[5-10]%		[0-5]%		[0-5]%	[0-5]%	[10-15]%
ΚΙΑΚΙΣ	[15-25]%	[15-25]%	[35-45]%	[5-10]%	[0-5]%			[25-35]%			[0-5]%	[15-25]%
ΠΕΛΛΑΣ	[45-55]%	[25-35]%	[65-75]%		[5-10]%						[15-25]%	[5-10]%
ΠΙΕΡΙΑΣ	[5-10]%		[5-10]%	[25-35]%	[55-65]%							[10-15]%
ΣΕΡΡΩΝ	[25-35]%	[0-5]%	[35-45]%		[5-10]%		[25-35]%				[0-5]%	[15-25]%
ΧΑΛΚΙΔΙΚ ΗΣ		[0-5]%	[0-5]%		[85-95]%							[5-10]%
ΣΥΝΟΛΟ	[25-35]%	[15-25]%	[35-45]%	[0-5]%	[15-25]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[10-15]%

ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΕΠΙ ΤΩΝ ΣΥΝΟΛΙΚΩΝ ΕΙΣΚΟΜΙΣΕΩΝ ΝΩΠΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ (ΑΓΕΛΛΑΙΝΟ), 2016	
ΝΟΜΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	[...]
ΛΑΡΙΣΑΣ	[...]
ΣΕΡΡΩΝ	[...]
ΞΑΝΘΗΣ	[...]
ΚΙΛΚΙΣ	[...]
ΕΒΡΟΥ	[...]
ΚΥΚΛΑΔΩΝ	[...]
ΠΕΛΛΑΣ	[...]
ΤΡΙΚΑΛΩΝ	[...]
ΦΛΩΡΙΝΑΣ	[...]
ΒΟΙΩΤΙΑΣ	[...]
ΗΛΕΙΑΣ	[...]
ΡΟΔΟΠΗΣ	[...]
ΠΕΡΙΑΣ	[...]
ΠΡΕΒΕΖΑΣ	[...]
ΔΡΑΜΑΣ	[...]
ΚΟΖΑΝΗΣ	[...]
ΗΜΑΘΙΑΣ	[...]
ΚΑΒΑΛΑΣ	[...]
ΑΧΑΪΑΣ	[...]
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	[...]
ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ	[...]
ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	[...]
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	[...]
ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ	[...]
ΑΡΤΑΣ	[...]
ΓΡΕΒΕΝΩΝ	[...]
ΛΑΚΩΝΙΑΣ	[...]
ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	[...]
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	[...]
ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ	[...]
ΧΙΟΥ	[...]
ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	[...]
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	[...]
ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	[...]
ΦΩΚΙΔΑΣ	[...]
ΣΑΜΟΥ	[...]
ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ	[...]
ΚΕΡΚΥΡΑΣ	[...]

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΕΠΙ ΤΩΝ ΣΥΝΟΛΙΚΩΝ ΕΙΣΚΟΜΙΣΕΩΝ ΝΩΠΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ (ΑΓΕΛΛΑΙΝΟ), 2016	
ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ	[...]
ΕΥΒΟΙΑΣ	[...]
ΡΕΘΥΜΝΟΥ	[...]
ΑΡΚΑΔΙΑΣ	[...]
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΑΘΗΝΩΝ	[...]
ΚΕΦΑΛΛΟΝΙΑΣ	[...]
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	[...]
ΧΑΝΙΩΝ	[...]
Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.Γ.Ο.-ΔΗΜΗΤΡΑ	

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙV
ΜΕΡΙΔΙΑ ΣΕ ΑΞΙΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΑΝΑ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΡΙΑ ΕΤΑΙΡΙΑ/ΣΗΜΑ ΚΑΙ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΓΙΑ ΤΟ 2016

Ετικέτες γραμμής	ΓΑΛΑ ΦΡΕΣΚΟ ΠΑΣΤΕΡΙΩΜΕΝΟ						Σύνολο - Φ.Π.	ΓΑΛΑ ΥΨΗΛΗΣ ΘΕΡΜΙΚΗΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ						Σύνολο - Υ.Φ.Ε.
	LIDL	ΑΒ	ΜΑΣ	MET	ΠΕΝ	ΣΚΑ		LIDL	ΑΒ	ΜΑΣ	MET	ΠΕΝ	ΣΚΑ	
ΔΕΛΤΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΦΡΗΣΛΑΝΤ ΚΑΜΠΙΝΑ ΕΛΛΑΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΦΑΓΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΜΕΒΓΑΛ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΚΡΙ-ΚΡΙ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΕΒΡΟΦΑΡΜΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ARLA FOODS ΕΛΛΑΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΔΩΔΩΝΗ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΚΟΛΙΟΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
DANONE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΣΕΡΓΑΛ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΕΒΟΛ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
HOCHWALD FOODS	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΣΤΑΜΟΥ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΟΡΤΙΜΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
NESTLE ΕΛΛΑΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΤΡΙΚΚΗ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΣΥΝΟΛΟ 20 ΕΤΑΙΡΙΩΝ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΛΟΙΠΟΙ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Ετικέτες γραμμής	ΓΑΛΑ ΣΟΚΟΛΑΤΟΥΧΟ						Σύνολο - ΣΟΚ/ΧΟ	ΓΑΛΑ ΜΕ ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΚΑΦΕ				Σύνολο - ΓΑΛΑ ΜΕ ΠΡΟΣΘ. ΚΑΦΕ
	LIDL	ΑΒ	ΜΑΣ	ΜΕΤ	ΠΕΝ	ΣΚΑ		ΑΒ	ΜΑΣ	ΜΕΤ	ΣΚΑ	
ΔΕΛΤΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΦΡΗΣΛΑΝΤ ΚΑΜΠΙΝΑ ΕΛΛΑΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΦΑΓΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΜΕΒΓΑΛ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΚΡΙ-ΚΡΙ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΕΒΡΟΦΑΡΜΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ARLA FOODS ΕΛΛΑΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΔΩΔΩΝΗ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΚΟΛΙΟΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
DANONE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΣΕΡΓΑΛ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΕΒΟΛ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
HOCHWALD FOODS	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΣΤΑΜΟΥ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΟΡΤΙΜΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
NESTLE ΕΛΛΑΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΤΡΙΚΚΗ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΣΥΝΟΛΟ 20 ΕΤΑΙΡΙΩΝ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΛΟΙΠΟΙ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Ετικέτες γραμμής	ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΤΥΠΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΛΕΥΚΟ						Σύνολο - ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΤΥΠ. ΛΕΥΚΟ	ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΤΥΠΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΜΕ ΓΕΥΣΕΙΣ					Σύνολο - ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΤΥΠ. ΜΕ ΓΕΥΣΕΙΣ
	LIDL	AB	ΜΑΣ	ΜΕΤ	ΠΕΝ	ΣΚΑ		LIDL	AB	ΜΑΣ	ΜΕΤ	ΣΚΑ	
ΔΕΛΤΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΦΡΗΣΛΑΝΤ ΚΑΜΠΙΝΑ ΕΛΛΑΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΦΑΓΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΜΕΒΓΑΛ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΚΡΙ-ΚΡΙ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΕΒΡΟΦΑΡΜΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ARLA FOODS ΕΛΛΑΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΔΩΔΩΝΗ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΚΟΛΙΟΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
DANONE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΣΕΡΓΑΛ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΕΒΟΛ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
HOCHWALD FOODS	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΣΤΑΜΟΥ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΟΡΤΙΜΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
NESTLE ΕΛΛΑΣ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΤΡΙΚΚΗ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Ετικέτες γραμμής	ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΤΥΠΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΛΕΥΚΟ						Σύνολο - ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΤΥΠ. ΛΕΥΚΟ	ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΤΥΠΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΜΕ ΓΕΥΣΕΙΣ					Σύνολο - ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΤΥΠ. ΜΕ ΓΕΥΣΕΙΣ
	LIDL	ΑΒ	ΜΑΣ	ΜΕΤ	ΠΕΝ	ΣΚΑ		LIDL	ΑΒ	ΜΑΣ	ΜΕΤ	ΣΚΑ	
ΣΥΝΟΛΟ 20 ΕΤΑΙΡΙΩΝ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΛΟΙΠΟΙ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: Επεξεργασία προσκομισθέντων στοιχείων σούπερ μάρκετ από ΓΔΑ (το γενικό σύνολο περιλαμβάνει στοιχεία και για τις εξής σχετικές αγορές: γάλα λειτουργικό/εμπλουτισμένο, μακράς διάρκειας, παιδικό, προβιοτικό, συμπυκνωμένο, γιαούρτι χύμα, γιαούρτι τυποποιημένο λειτουργικό και κρέμα γάλακτος)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ V

Μερίδια αγοράς σοκολατούχου γάλακτος – Βαθμός Συγκέντρωσης, 2014-2016						
	ΣΕ ΟΓΚΟ			ΣΕ ΑΞΙΑ		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
ΔΕΛΤΑ	[35-45]%	[35-45]%	[35-45]%	[45-55]%	[45-55]%	[35-45]%
ΜΕΒΓΑΛ	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%
ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΔΩΔΩΝΗ	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%
ΟΛΥΜΠΙΟΣ (ΕΛ. ΓΑΛ.)	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΡΟΔΟΠΗ (ΕΛ. ΓΑΛ.)	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%
ΕΒΟΛ	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%
FRIESLAND	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%
ARLA	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΤΡΙΚΚΗ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΝΕΟΓΑΛ	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΦΑΓΕ	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%
ΣΕΡΓΑΛ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΛΟΙΠΟΙ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
CR3	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%	[65-75]%	[65-75]%	[65-75]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[45-55]%	[45-55]%	[35-45]%	[45-55]%	[45-55]%	[45-55]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων της [...]

Μερίδια αγοράς σοκολατούχου γάλακτος – Βαθμός Συγκέντρωσης, 2014-2016						
	ΣΕ ΟΓΚΟ			ΣΕ ΑΞΙΑ		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
ΔΕΛΤΑ	[35-45]%	[35-45]%	[35-45]%	[45-55]%	[45-55]%	[35-45]%
ΜΕΒΓΑΛ	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%
FRIESLAND	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%
ΟΛΥΜΠΙΟΣ (ΕΛ. ΓΑΛ.)	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
ΦΑΓΕ	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%
NESTLE	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ΛΟΙΠΟΙ	[25-35]%	[35-45]%	[35-45]%	[25-35]%	[25-35]%	[35-45]%
CR3	[55-65]%	[45-55]%	[45-55]%	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%
ΔΕΛΤΑ & ΜΕΒΓΑΛ	[45-55]%	[45-55]%	[35-45]%	[55-65]%	[45-55]%	[45-55]%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων της [...]