



# ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

29 Ιουλίου 2021

ΤΕΥΧΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

Αρ. Φύλλου 3432

## ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

Αριθμ. απόφ. 730/2021

Λήψη απόφασης επί της καταγγελίας της εταιρίας με την επωνυμία «ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΒΙΟΤΕΧΝΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ - ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ» κατά της εταιρίας με την επωνυμία «ΔΗΜΚΑ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΕΣ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΙΕΣ ΕΙΔΩΝ ΕΞΟΧΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ», για παράβαση των άρθρων 1 και 2 του ν. 3959/2011 και 101 και 102 ΣΛΕΕ καθώς και σχετικής αυτεπάγγελτης έρευνας στην αγορά μικροσυσκευών υγραερίου για γενική χρήση.

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ  
ΣΕ ΟΛΟΜΕΛΕΙΑ

Συνεδρίασε στην Αίθουσα Συνεδριάσεων του 1ου ορόφου του κτηρίου των γραφείων της, επί της οδού Κότσικα 1Α, Αθήνα, την 25η Ιανουαρίου 2021, ημέρα Δευτέρα και ώρα 12:00, με την εξής σύνθεση:

Πρόεδρος: Ιωάννης Λιανός

Μέλη: Καλλιόπη Μπενετάτου (Αντιπρόεδρος)

Παναγιώτης Φώτης

Ιωάννης Στεφάτος

Μαρία Ιωάννα Ράντου (Εισηγήτρια)

Μαρία Ιωαννίδου

Σωτήριος Καρκαλάκος και

Αφροδίτη Αδαμάκου, λόγω κωλύματος του τακτικού Μέλους, Ιωάννης Πετρόγλου

Γραμματέας: Ηλιάνα Κούτρα

Θέμα της συνεδρίασης: Λήψη απόφασης επί της καταγγελίας της εταιρίας με την επωνυμία «ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΒΙΟΤΕΧΝΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ - ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ» κατά της εταιρίας με την επωνυμία «ΔΗΜΚΑ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΕΣ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΙΕΣ ΕΙΔΩΝ ΕΞΟΧΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ», για παράβαση των

\* Η παρούσα απόφαση εκδίδεται σε τρεις επιπλέον εκδόσεις με τα διακριτικά: 1) Έκδοση για το ΦΕΚ, 2) Έκδοση για την RESOUL (πρώην ΔΗΜΚΑ), 3) Έκδοση για την ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ. Από τις παραπάνω εκδόσεις έχουν αφαιρεθεί τα απόρρητα επιχειρηματικά στοιχεία (όπου η ένδειξη [...]) τα οποία δεν θα πρέπει να περιέλθουν σε γνώση του αντίστοιχου αποδέκτη της έκδοσης, σύμφωνα με το άρθρο 41 του ν. 3959/2011 (Α' 93), όπως ισχύει, και τον Κανονισμό Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (Β' 54/2013).

άρθρων 1 και 2 του ν. 3959/2011 και 101 και 102 ΣΛΕΕ καθώς και σχετικής αυτεπάγγελτης έρευνας στην αγορά μικροσυσκευών υγραερίου για γενική χρήση.

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

Στη συζήτηση της υπόθεσης τα νομίμως κλητευθέντα μέρη παραστάθηκαν ως εξής: α) η εταιρία «ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΒΙΟΤΕΧΝΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ - ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ» με τον νόμιμο εκπρόσωπο Αριστείδη Στεφανίδη μετά των πληρεξουσίων δικηγόρων Στυλιανού Γρηγορίου και Παναγιώτη Στεφανίδη, και β) η εταιρία «ΔΗΜΚΑ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΕΣ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΙΕΣ ΕΙΔΩΝ ΕΞΟΧΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ» (νυν «RESOUL») με το νόμιμο εκπρόσωπο Άνθιμο Δημητριάδη μετά των πληρεξουσίων δικηγόρων Μιχαήλ Μαρίνου, Ευάγγελου Λιάσκου, Περικλή Ποτόλια και Ευθυμίας Λάππα.

Στην αρχή της συζήτησης τον λόγο έλαβε η Εισηγήτρια της υπόθεσης, Μαρία Ιωάννα Ράντου, η οποία ανέπτυξε συνοπτικά το περιεχόμενο της υπ' αρ. 9298/30.10.2020 γραπτής Εισήγησης επί της κρινόμενης υπόθεσης και πρότεινε, για τους λόγους που αναφέρονται αναλυτικά στην Εισήγηση:

Να διαπιστωθεί η παράβαση των άρθρων 1 και 2 του ν. 3959/2011 και 101 και 102 ΣΛΕΕ από την εταιρία RESOUL, για τους λόγους που εκτενώς αναφέρονται ανωτέρω, για τη χρονική περίοδο από την 16.5.2008 έως την 31.12.2012.

Να επιβληθεί πρόστιμο στην εταιρία RESOUL αναφορικά με την ως άνω εκτιθέμενη παράβαση των άρθρων 1 και 2 του ν. 3959/2011 και 101 και 102 ΣΛΕΕ κατά την ως άνω χρονική περίοδο.

Να διαπιστωθεί η παράβαση των άρθρων 2 του ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ από την εταιρία RESOUL, για τους λόγους που εκτενώς αναφέρονται ανωτέρω για τη χρονική περίοδο από την 1.1.2005 έως την 31.12.2019.

Να επιβληθεί πρόστιμο στην εταιρία RESOUL αναφορικά με την ως άνω εκτιθέμενη παράβαση των άρθρων 2 του ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ κατά την ως άνω χρονική περίοδο.

Να υποχρεωθεί κατά το ανωτέρω σκεπτικό η εταιρία RESOUL να παραλείπει στο μέλλον τις διαπιστωθείσες παραβάσεις των άρθρων 1 του ν. 3959/2011 και 101 ΣΛΕΕ.

Να υποχρεωθεί κατά το ανωτέρω σκεπτικό η εταιρία RESOUL να παραλείπει στο μέλλον τις διαπιστωθείσες παραβάσεις των άρθρων 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ.

Να απαλειφθούν κατά το ανωτέρω σκεπτικό οι συμβατικοί όροι περί επίτευξης στόχων πωλήσεων από τις συμβάσεις της εταιρίας RESOUL με τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ, σε περίπτωση που τέτοιοι όροι παραμένουν σε ισχύ έως και το χρόνο σύνταξης της παρούσης.

Να απειληθεί η εταιρία RESOUL με πρόστιμο εάν με απόφαση της Επιτροπής βεβαιώνεται η συνέχιση ή επανάληψη των διαπιστωθεισών παραβάσεων.

Κατά την ως άνω συνεδρίαση οι πληρεξούσιοι δικηγόροι και οι νόμιμοι εκπρόσωποι των εμπλεκόμενων μερών, έδωσαν διευκρινίσεις και απάντησαν σε ερωτήσεις, που τους υπέβαλαν ο Πρόεδρος και τα μέλη της Επιτροπής.

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

Η Επιτροπή συνήλθε σε διάσκεψη την 24η Μαρτίου 2021, ημέρα Τετάρτη και ώρα 16:45, η οποία συνεχίστηκε και ολοκληρώθηκε την 26η Μαρτίου 2021, ημέρα Παρασκευή και ώρα 13:45, με τη συμμετοχή της Εισηγήτριας της υπόθεσης, Μαρίας Ιωάννας Ράντου, η οποία δεν έλαβε μέρος στην ψηφοφορία, και αφού έλαβε υπόψη την υπ' αρ. 9298/30.10.2020 Έκθεση της αρμοδίας Εισηγήτριας, τα στοιχεία του φακέλου της κρινόμενης υπόθεσης, το ισχύον νομικό πλαίσιο, και τις απόψεις που διατυπώθηκαν εγγράφως με τα υπομνήματα που κατέθεσαν και προφορικώς κατά τη συζήτηση της υπόθεσης τα ενδιαφερόμενα Μέρη,

ΣΚΕΦΘΗΚΕ ΩΣ ΕΞΗΣ:

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

I. ΣΥΝΤΟΜΟ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ ....	
1.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	
1.2. ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΙΑΣ .....	
1.3. ΟΙ ΔΕΣΜΕΥΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΔΗΜΚΑ (νυν RESOUL..	
1.4. ΤΑ ΜΕΤΡΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΤΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ .....	
II. ΤΑ ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΑ ΜΕΡΗ .....	
2.1. Η ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΗ (ΔΗΜΚΑ, νυν RESOUL) .....	
2.2. Η ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΥΣΑ (ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ) .....	
III. ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ .....	
3.1. Η ΣΧΕΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ - ΑΓΟΡΑ ΠΩΛΗΣΗΣ ΜΙΚΡΟΣΥΣΚΕΥΩΝ ΥΓΡΑΕΡΙΟΥ ΓΕΝΙΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ .....	
3.2. Η ΣΧΕΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΠΩΛΗΣΗΣ ΜΙΚΡΟΣΥΣΚΕΥΩΝ ΥΓΡΑΕΡΙΟΥ ΓΕΝΙΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ .....	
3.3. ΛΟΙΠΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΗΣ .....	
IV. ΔΟΜΗ ΑΓΟΡΑΣ ΠΩΛΗΣΗΣ ΜΙΚΡΟΣΥΣΚΕΥΩΝ ΥΓΡΑΕΡΙΟΥ ΓΕΝΙΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ .....	
4.1. ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΜΙΚΡΟΣΥΣΚΕΥΩΝ ΥΓΡΑΕΡΙΟΥ ΓΕΝΙΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ .....	
4.2. Η ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑ ΘΕΣΗ ΤΗΣ RESOUL ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΠΩΛΗΣΗΣ ΜΙΚΡΟΣΥΣΚΕΥΩΝ ΥΓΡΑΕΡΙΟΥ ΓΕΝΙΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ .....	

V. ΕΞΕΤΑΣΗ ΤΗΣ ΥΠΟ ΚΡΙΣΗ ΥΠΟΘΕΣΗΣ ΥΠΟ ΤΟ ΠΡΙΣΜΑ ΤΩΝ ΑΡΘΡΩΝ 1 ΚΑΙ 2 Ν. 3959/2011 ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ 101 ΚΑΙ 102 ΣΛΕΕ .....	
5.1. ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ .....	
5.2. ΕΦΑΡΜΟΣΤΕΟ ΔΙΚΑΙΟ .....	
5.3. ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΣ ΕΝΔΟΚΟΙΝΟΤΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΩΝ 101 ΚΑΙ 102 ΣΛΕΕ .....	
ΜΕΡΟΣ Α: ΟΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΗΣ ΣΤΗΝ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΗΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΟΥΣ / ΔΙΑΝΟΜΕΙΣ .....	
5.4. ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ / ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΩΝ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΗΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΔΙΑΝΟΜΕΙΣ .....	
ΜΕΡΟΣ Α (α): ΟΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΗΣ ΣΤΗΝ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΗΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΔΙΑΝΟΜΕΙΣ ΤΗΣ ΥΠΟ ΤΟ ΠΡΙΣΜΑ ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 1 ΤΟΥ ν. 3959/2011 ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ 101 ΣΛΕΕ .....	
5.5. ΚΑΘΕΤΕΣ ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ ΚΑΙ ΚΑΘΕΤΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ - ΟΙ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΙ (ΕΚ) 2790/1999 ΚΑΙ (ΕΕ) 330/2010 .....	
5.6. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ «ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ» .....	
5.7. Η ΥΠΑΡΞΗ «ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ» ΜΕΤΑΞΥ ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ .....	
5.8. ΝΟΜΙΚΗ ΦΥΣΗ ΤΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΗΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΟΥΣ / ΔΙΑΝΟΜΕΙΣ .....	
5.9. ΕΞ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΕΚ ΤΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΟΣ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ .....	
5.10. ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΙΜΩΝ ΜΕΤΑΠΩΛΗΣΗΣ .....	
5.11. ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΑΓΟΡΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΑΘΗΤΙΚΩΝ (Η ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΩΝ, ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ) ΠΩΛΗΣΕΩΝ .....	
5.12. ΡΗΤΡΕΣ ΜΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ (SINGLE BRANDING) ..	
5.13. ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΑΠΑΛΛΑΓΗΣ ΒΑΣΕΙ ΤΗΣ ΠΑΡ. 3 ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 1 ΤΟΥ ν. 703/1977 ΚΑΙ ΤΟΥ ν. 3959/2011 ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΑΡ. 3 ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 81 ΣΥΝΘΕΚ ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΑΡ. 3 ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 101 ΣΛΕΕ .....	
ΜΕΡΟΣ Α(β): ΟΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΗΣ RESOUL ΣΤΗΝ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΗΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΔΙΑΝΟΜΕΙΣ ΤΗΣ ΥΠΟ ΤΟ ΠΡΙΣΜΑ ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 2 ΤΟΥ ν. 3959/2011 ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ 102 ΣΛΕΕ .....	
5.14. ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟΧΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ .....	
ΜΕΡΟΣ Β: ΟΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΗΣ RESOUL ΣΤΗΝ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΗΣ ΜΕ ΤΑ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ / ΥΠΕΡΑΓΟΡΕΣ / ΟΜΙΛΟΥΣ ΑΓΟΡΩΝ ΥΠΟ ΤΟ ΠΡΙΣΜΑ ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 2 ΤΟΥ Ν. 3959/2011 ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ 102 ΣΛΕΕ .....	
5.15. ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΗΣ RESOUL ΜΕ ΤΑ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ / ΥΠΕΡΑΓΟΡΕΣ / ΟΜΙΛΟΥΣ ΑΓΟΡΩΝ - Η ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ .....	
5.16. Η ΧΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΩΝ ΠΑΡΑΒΑΣΕΩΝ .....	
VI ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΠΙΒΟΛΗ ΚΥΡΩΣΕΩΝ .....	
6.1 ΕΦΑΡΜΟΣΤΕΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΙΣ ΚΥΡΩΣΕΙΣ ..	
6.2 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΥ ΤΟΥ ΨΦΟΥΣ ΤΟΥ ΠΡΟΣΤΙΜΟΥ .....	
6.3 ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΩΝ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΣΤΗΝ ΥΠΟ ΚΡΙΣΗ ΥΠΟΘΕΣΗ .....	
6.4 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΣΤΙΜΟΥ .....	

## Ι. ΣΥΝΤΟΜΟ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ

### 1.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1. Η παρούσα υπόθεση αφορά καταγγελία που κατατέθηκε στις 9.7.2013 (υπ' αρ. 5490) στη Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού (εφεξής και «ΓΔΑ») από την εταιρία «ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΒΙΟΤΕΧΝΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ-ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ» (εφεξής και «καταγγέλλουσα» ή «ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ») κατά της εταιρίας «ΔΗΜΚΑ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΕΣ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΙΕΣ ΕΙΔΩΝ ΕΞΟΧΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ» (εφεξής και «καταγγελλόμενη» ή ΔΗΜΚΑ ή με την τρέχουσα επωνυμία της, «RESOUL»), για παραβάσεις των άρθρων 1 και 2 του ν. 3959/2011 και 101 και 102 ΣΛΕΕ, καθώς και αυτεπάγγελτη έρευνα στην αγορά μικροσυσκευών υγραερίου για γενική χρήση, η οποία εκκίνησε με αφορμή την εν λόγω καταγγελία τον Ιούλιο του 2013, για διερεύνηση τυχόν παραβάσεων των ως άνω διατάξεων.

2. Σημειωτέον ότι, στις 12.6.2013, σε προγενέστερο της υποβολής της καταγγελίας χρόνο, η καταγγελλόμενη υπέβαλε στην Υπηρεσία το υπ' αρ. 4792 έγγραφο φέρον τίτλο «δήλωση [...]» (εφεξής και «Δήλωση [...]»), [...]¹ [...]².

### 1.2. ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΙΑΣ

3. Σύμφωνα με τα αναφερόμενα στην καταγγελία, η καταγγέλλουσα είχε προβεί στην υπογραφή συμβάσεων «εμπορικής αντιπροσωπείας»³ με τη ΔΗΜΚΑ τα έτη 2008, 2009 και 2010 οι οποίες ήταν στην ουσία συμβάσεις «αποκλειστικής διανομής» και περιείχαν «όρους περιοριστικούς του ελεύθερου ανταγωνισμού»⁴. Ειδικότερα, η καταγγέλλουσα αναφέρει ότι οι σοβαρότερες παραβάσεις που περιείχαν οι εν λόγω συμβάσεις είναι οι εξής:

α) Ρήτρες αποκλειστικότητας, οι οποίες, κατά την καταγγέλλουσα, περιορίζουν την περιοχή που δραστηριοποιείται ο διανομέας⁵.

β) Ρήτρες μη ανταγωνισμού, καθώς, σύμφωνα με την καταγγέλλουσα, ο διανομέας δεν μπορεί να εμπορευείται προϊόντα ανταγωνιστικών εταιριών⁶.

¹ [...]

² Βλ. και υπό 1.3 κατωτέρω.

³ Ωστόσο, όπως προκύπτει από τα συνημμένα της καταγγελίας προσκομιζόμενα έγγραφα, οι εν λόγω συμβάσεις των ετών 2008 και 2009 ονομάζονται συμβάσεις «εμπορικής συνεργασίας».

⁴ Βλ. σελ. 9 της καταγγελίας.

⁵ Βλ. τις σχετικές ρήτρες: «Ο Τοπικός Αντιπρόσωπος αναλαμβάνει την εμπορία και διανομή των προϊόντων αποκλειστικά εντός των γεωγραφικών και διοικητικών ορίων των νομών Ηρακλείου και Λασιθίου» (Συμβάσεις έτους 2008 και 2009) και «Η Εταιρία αναθέτει στον εμπορικό αντιπρόσωπο την αποκλειστική αντιπροσώπευση της στην περιοχή που ορίζεται ρητά και περιοριστικά με το Παράρτημα Ι (Ν. Ηρακλείου / Ν. Λασιθίου)» (Σύμβαση έτους 2010).

⁶ Βλ. τις σχετικές ρήτρες: «Ο Τοπικός Αντιπρόσωπος υποχρεώνεται στην αποκλειστική προμήθεια των προϊόντων από την Εταιρία, καθώς και στην τήρηση και συμμόρφωση του με τις κατευθυντήριες οδηγίες της Εταιρίας [...]. Ο Τοπικός Αντιπρόσωπος αναλαμβάνει την υποχρέωση όπως προμηθεύεται αποκλειστικά τα προϊόντα της Εταιρίας και ως εκ τούτου δεν επιτρέπεται να συνεργάζεται με ανταγωνίστριες εταιρίες των προϊόντων της Εταιρίας. Ο Τοπικός Αντιπρόσωπος δηλώνει ρητά ότι δεν συμμετέχει ο ίδιος όσο και άλλο μέλος της οικογένειας του καθ' οιονδήποτε τρόπο σε ανταγωνίστρια εταιρία ή σε δίκτυο πωλήσεων αυτής και, περαιτέρω,

γ) Καθορισμός τιμής μεταπώλησης των αγαθών, ο οποίος σύμφωνα με την καταγγέλλουσα, «αποδεικνύεται από τις εγκυκλίους [ενν. της καταγγελλόμενης] που θέτουν στόχους και εκπτώσεις καθώς και από τους τιμοκαταλόγους που η καταγγελλόμενη στέλνει στους συνεργάτες της», ενώ περιέχονται και σχετικοί όροι στις συμβάσεις των ετών 2008-2010⁷.

4. Επιπροσθέτως, η καταγγέλλουσα αναφέρει ως «καταγγελλόμενες πρακτικές συνεργασίας» τις εμπορικές συμφωνίες που συνάπτε η καταγγελλόμενη με τα σούπερ μάρκετ, καθώς σύμφωνα με αυτήν περιέχουν περιοριστικούς όρους του ανταγωνισμού. Η ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ ισχυρίζεται ότι η καταγγελλόμενη υποχρεώνει τους συνεργάτες της να ακολουθούν αυτές τις συμφωνίες, πρακτική που κατά τους ισχυρισμούς της, «αποδεικνύεται και από τα διάφορα πιστωτικά τιμολόγια της ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ προς διάφορους πελάτες της»⁸. Στην καταγγελία αναφέρονται κατά βάση τα κάτωθι είδη παροχών που, κατά την καταγγελλόμενη, η ΔΗΜΚΑ χορηγεί προς τους Ομίλους σούπερ μάρκετ: α) Παροχές εκπτώσεων επί τιμολογιακού τζίρου, β) Παροχές εκπτώσεων ετήσιας κλίμακας τζίρου, γ) Παροχές εκπτώσεων για τοποθέτηση νέων κωδικών, δ) Παροχές εκπτώσεων επί τιμολογιακού τζίρου προϊόντων γκάμας, ε) Παροχές εκπτώσεων ετήσιου στόχου πωλήσεων, στ) Παροχές εκπτώσεων για προβολές - φυλλάδια - τοποθέτηση stand, ζ) Παροχές εκπτώσεων Ομίλων, η) Παροχές κεντρικής αποθήκης,

αναλαμβάνει την υποχρέωση, ευθύς μόλις συντρέξει η ανωτέρω περίπτωση να ενημερώσει άμεσα την Εταιρία» (Συμβάσεις 2008 και 2009). Και «Καθ' όλη τη διάρκεια της σύμβασης υποχρεούται ο εμπορικός αντιπρόσωπος να παραλείπει πράξεις ανταγωνισμού, βλαπτικές των συμφερόντων της Εταιρίας. Ειδικότερα, απαγορεύεται στον εμπορικό αντιπρόσωπο να αναλαμβάνει, άμεσα ή έμμεσα, είτε εντός είτε εκτός της περιοχής δράσης του, την αντιπροσώπευση, διανομή ή απλή μεταπώληση προϊόντων, όμοιων ή παρεμφερών προς εκείνο της σύμβασης, ανεξάρτητα αν πρόκειται περί καινούριων ή μεταχειρισμένων. Ο εμπορικός αντιπρόσωπος δηλώνει στην Εταιρία ότι ουδεμία άλλη επιχείρηση με ομοειδή ή ανταγωνιστικά προϊόντα αντιπροσωπεύει» (Σύμβαση 2010).

⁷ Βλ. σελ. 9 παρ. γ της καταγγελίας καθώς και τις σχετικές ρήτρες: «Ο Τοπικός Αντιπρόσωπος φροντίζει για την τήρηση της εμπορικής και τιμολογιακής πολιτικής της εταιρείας στους πελάτες του» (παρ. 6.3 στις συμβάσεις έτους 2008 και 2009). Στη σύμβαση του έτους 2010 (παρ. 3.5) αναφέρεται ο ίδιος όρος ελάχιστα τροποποιημένος: «Ο εμπορικός αντιπρόσωπος φροντίζει για την τήρηση της εμπορικής και τιμολογιακής πολιτικής της Εταιρίας στους πελάτες Παράρτημα ΙΙ (Τιμοκατάλογος)». Επιπροσθέτως, στις συμβάσεις των ετών 2008 και 2009 (παρ. 9.1) αναφέρεται ότι: «Η Εταιρία υποχρεούται να παρέχει στον Τοπικό Αντιπρόσωπο έκπτωση 12% επί τιμολογίου στις τιμές τιμοκαταλόγου για αγορές στους κωδικούς φιαλιδίων, έκπτωση 14% επί τιμολογίου στις τιμές τιμοκαταλόγου για αγορές στους λοιπούς κωδικούς, ήτοι συσκευασίες και εποχιακά, έκπτωση επιπλέον 10% επί του τζίρου τιμολογίων».

⁸ Συγκεκριμένα, αναφέρει τις εξής συμφωνίες της καταγγελλόμενης: α) κατά το έτος 2009: με τον Όμιλο σούπερ μάρκετ ΠΕΝΤΕ Α.Ε. (εφεξής και «ΠΕΝΤΕ» ή «ΓΑΛΑΞΙΑΣ»), τον Όμιλο σούπερ μάρκετ ΕΛΟΜΑΣ (εφεξής και «ΕΛΟΜΑΣ») και ένα από τα μέλη αυτού με την επωνυμία ΙΝΚΑ-ΑΡΒΑΝΙΤΙΔΗ, τον Όμιλο σούπερ μάρκετ ΚΥΨΕΛΗ (εφεξής και «ΚΥΨΕΛΗ»), τον Όμιλο σούπερ μάρκετ ΑΣΠΙΔΑ (εφεξής και «ΑΣΠΙΔΑ»), τον Όμιλο αγορών ΕΛΕΤΑ (εφεξής και «ΕΛΕΤΑ»), β) κατά το έτος 2010 με τον ΕΛΕΤΑ και γ) κατά το έτος 2011 για τον ΑΣΠΙΔΑ και τον Όμιλο ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΕΒΕ (εφεξής και «ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ»).

θ) Παροχές για άνοιγμα νέων καταστημάτων, ι) Παροχές εκπνώσεων για φιαλίδια C 206.

5. Τέλος, η καταγγέλλουσα, περιγράφει τις κάτωθι πρακτικές της ΔΗΜΚΑ ως καταχρηστικές<sup>9</sup>:

- Έμμεσος καθορισμός τιμής
- Κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης
- Παρεμποδιστικές πρακτικές
- Χορήγηση εκπνώσεων
- Επιβολή αυθαίρετων όρων συναλλαγής.

6. Η καταγγέλλουσα ισχυρίζεται ότι οι ως άνω πρακτικές συνιστούν παραβίαση τόσο του άρθρου 1 του ν. 3959/2011 (και αντίστοιχα του άρθρου 101 ΣΛΕΕ), όσο και του άρθρου 2 του ν. 3959/2011 (και αντίστοιχα του άρθρου 102 ΣΛΕΕ). Ενόψει των ανωτέρω, η καταγγέλλουσα ζητάει με την καταγγελία της από την ΕΑ να διαταχθεί η παύση των καταχρηστικών πρακτικών εκ μέρους της καταγγελλόμενης εταιρίας και να υποχρεωθεί με απειλή χρηματικής ποινής για κάθε ημέρα μη συμμόρφωσης προς την απόφαση της ΕΑ, καθώς και να επιβληθεί το ανώτατο προβλεπόμενο πρόστιμο λόγω μακροχρόνιας άσκησης των καταχρηστικών πρακτικών.

1.3. [...]ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΔΗΜΚΑ (νυν RESOUL)

7. Η RESOUL στη Δήλωση [...] που κατέθεσε στην Υπερσία στις 12.6.2013 ανέφερε [...] <sup>10</sup>.

8. Περαιτέρω, στη Δήλωση [...].

9. Επιπροσθέτως, στην εν λόγω Δήλωση, η καταγγελλόμενη ανέφερε ότι [...] <sup>11</sup>. [...].

10. Συμπερασματικά, η καταγγελλόμενη, με τη Δήλωση [...].

11. [...].

12. Μετά την επίδοση της Εισήγησης, η καταγγελλόμενη υπέβαλε στην ΕΑ το υπ' αρ. 586/17.11.2020 έγγραφο με τίτλο «αίτημα για υπαγωγή στη διαδικασία διευθέτησης / ανάληψης δεσμεύσεων», το οποίο περιείχε αίτημα ανάληψης δεσμεύσεων<sup>12</sup> καθώς και αίτημα υπαγωγής σε διαδικασία διευθέτησης διαφορών κατ' άρθρο 25α του ν. 3959/2011.

13. Ως προς το αίτημα υπαγωγής σε διαδικασία διευθέτησης διαφορών («ΔΔΔ»), η ΕΑ αποφάσισε στην από 18.11.2020 συνεδρίασή της ότι η εν θέματι υπόθεση δεν προσφέρεται για υπαγωγή σε ΔΔΔ, δεδομένου ότι δεν αφορά σε οριζόντια καρτελική σύμπραξη, όπως προβλέπεται στην υπ' αρ. 628/2016 απόφαση της ΕΑ, ενώ ανέφερε ότι η διάθεση ενεργού συνεργασίας της εταιρίας, η οποία εκφράστηκε με το ως άνω έγγραφο / αίτημα, θα αξιολογούνταν κατά την συζήτηση της υπόθεσης. Ως προς το αίτημα ανάληψης δεσμεύσεων, όπως προαναφέρθηκε, η παρούσα υπόθεση δεν μπορεί να θεωρηθεί πρόσφορη για ανάληψη δεσμεύσεων για την επίλυση των προβλημάτων του ανταγωνισμού που εντοπίστηκαν, και για τους λόγους που εκτέθηκαν στην παρ. 11 ανωτέρω, η ΕΑ απέρριψε το σχετικό αίτημα κατά

<sup>9</sup> Βλ. σελ. 21 έως 23 της καταγγελίας.

<sup>10</sup> [...].

<sup>11</sup> [...].

<sup>12</sup> Στο έγγραφο αναφερόταν ότι «... Αναλαμβάνουμε ... με την παρούσα την επίσημη δέσμευση ότι δεν θα επαναφέρουμε τις ήδη αποσυρθείσες πρακτικές τις οποίες έχει χαρακτηρίσει η Εισήγηση ως παράνομες και θα συμμορφωθούμε πλήρως με τη σχετική Απόφασή Σας. Δεσμευόμαστε επίσης να παρέχουμε εφεξής στην Επιτροπή σας αντίγραφα των ετήσιων εμπορικών πολιτικών μας».

τη συνεδρίαση της 25.1.2021, σε συνέχεια της υπ' αρ. 10711/15.12.2020 Εισήγησης επί των προτεινόμενων δεσμεύσεων<sup>13</sup>.

1.4. ΤΑ ΜΕΤΡΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

1.4.1. ΟΙ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΤΗΣ ΓΔΑ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΥΣΑ (ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ)

14. Στις 12.12.2013, η ΓΔΑ απέστειλε επιστολή<sup>14</sup> παροχής στοιχείων στην καταγγέλλουσα, η οποία απάντησε με υπόμνημα, αναφέροντας τα χαρακτηριστικά της συνεργασίας των δύο εταιριών<sup>15</sup>.

15. Με συμπληρωματικό υπόμνημα της καταγγελλούσας στις 25.4.2014<sup>16</sup>, υποβλήθηκε λίστα<sup>17</sup> ορισμένων αντιπροσώπων / διανομέων της καταγγελλόμενης ανά την Ελλάδα.

16. Στις 30.7.2014, η ΓΔΑ απέστειλε δεύτερη επιστολή<sup>18</sup> παροχής στοιχείων στην καταγγέλλουσα, η οποία απάντησε με νεότερο υπόμνημα<sup>19</sup>. Στις 5.6.2020 η ΓΔΑ απέστειλε την τρίτη και τελευταία επιστολή παροχής στοιχείων προς την καταγγέλλουσα<sup>20</sup>, η οποία απαντήθηκε με νεότερο υπόμνημα<sup>21</sup> της.

1.4.2. ΟΙ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΤΗΣ ΓΔΑ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΗ (ΔΗΜΚΑ / νυν RESOUL)

17. Στις 3.10.2014, η ΓΔΑ απέστειλε επιστολή παροχής στοιχείων<sup>22</sup> στην καταγγελλόμενη, η οποία απάντησε με υπόμνημα<sup>23</sup>, περιγράφοντας το δίκτυο διανομής των προϊόντων της αναφέροντας ότι «[...]»<sup>24</sup>.

18. Σχετικά με το δίκτυο διανομής της ανέφερε ότι η εύρεση πελατών γίνεται είτε με απευθείας επίσκεψη από τους πωλητές της στα καταστήματα και στα κεντρικά της εκάστοτε επιχείρησης και παραγγελιοληψία ανά κατάσταση είτε κεντρικά από το Τμήμα Αγορών τους (αφορά σούπερ μάρκετ, υπεραγορές τύπου ΠΡΑΚΤΙΚΕΡ, καταστήματα τύπου cash and carry και μεμονωμένα εξειδικευμένα καταστήματα). Μέσω συνεργατών της (χονδρέμποροι / διανομείς, κ.α.) γίνεται επίσης η συναλλαγή που αφορά σούπερ μάρκετ, καταστήματα τύπου cash and carry και μεμονωμένα εξειδικευμένα καταστήματα με επίσκεψη ανά κατάσταση και παραγγελιοληψία. Τέλος μέσω e-shop γίνονται απευθείας πωλήσεις σε τελικούς καταναλωτές. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει η καταγγελλόμενη «Από τα ως άνω προκύπτει ότι η εταιρεία μας στο [...] % του τζίρου της η ίδια απευθείας βρίσκει τους πελάτες της / λιανέμπορους»<sup>25</sup>.

<sup>13</sup> Επισημαίνεται ότι η καταγγέλλουσα αιτήθηκε κατά την ακροαματική διαδικασία πρόσβαση στο απόρρητο κείμενο του αιτήματος ανάληψης δεσμεύσεων της καταγγελλόμενης. Δεδομένου ότι οι ως άνω δεσμεύσεις απορρίφθηκαν από την ΕΑ, το αίτημα του καταγγέλλοντος κατέστη άνευ αντικειμένου.

<sup>14</sup> Με το υπ' αρ. 9722/12.12.2013 έγγραφο της ΓΔΑ.

<sup>15</sup> Με υπ' αρ. 1316/7.2.2014.

<sup>16</sup> Βλ. το υπ' αρ. 2999/25.4.2014 εισερχόμενο έγγραφο.

<sup>17</sup> Οι αντιπρόσωποι είναι οι εξής εταιρίες: [...]

<sup>18</sup> Βλ. το υπ' αρ. 5716/30.7.2014 έγγραφο της ΓΔΑ.

<sup>19</sup> Βλ. το υπ' αρ. 6117/26.8.2014 έγγραφο της ΓΔΑ.

<sup>20</sup> Βλ. το υπ' αρ. 4977/5.6.2020 έγγραφο της ΓΔΑ.

<sup>21</sup> Βλ. το υπ' αρ. 5727/23.6.2020 έγγραφο.

<sup>22</sup> Με υπ' αρ. 7231/3.10.2014.

<sup>23</sup> Βλ. το υπ' αρ. 8007/5.11.2014 εισερχόμενο έγγραφο.

<sup>24</sup> Η καταγγελλόμενη παραπέμπει στη σελ. 11 της υπ' αρ. 4792/12.6.2013 Δήλωσης [...].

<sup>25</sup> Βλ. το υπ' αρ. 8007/5.11.2014 έγγραφο της καταγγελλόμενης.

19. Όσον αφορά τα μέσα εξυπηρέτησης των πελατών της, η καταγγελλόμενη ανέφερε ότι οι συμφωνίες που συνάπτει η ίδια με τους πελάτες της εξυπηρετούνται από τους διανομείς / χονδρέμπορους, οι οποίοι συνήθως διανέμουν και άλλα προϊόντα<sup>26</sup>. Περαιτέρω, η καταγγελλόμενη ανέφερε ότι δεν έθετε ως προϋπόθεση ή συμβατικό όρο ειδικές επενδύσεις προς του χονδρεμπόρου / διανομείς της. Ωστόσο επισήμανε ότι, λόγω της φύσης του προϊόντος, υφίστανται εκ του νόμου συγκεκριμένες ρυθμίσεις αναφορικά με την αποθήκευση και την διακίνησή του, δεδομένου ότι πρόκειται για εμφιαλωμένο βουτάνιο. Επίσης, κατά την καταγγελλόμενη, η καταγγέλουσα αλλά και όλοι οι λοιποί συνεργάτες της δεν είχαν καμία υποχρέωση διαφημιστικής ή προωθητικής επένδυσης στην περιοχή που δραστηριοποιούνταν ενώ όλα τα σχετικά κόστη καλύπτονταν από την ίδια. Σχετικά με το κόστος μεταφοράς από τις εγκαταστάσεις της στην καταγγέλουσα η καταγγελλόμενη δήλωσε ότι το αναλάμβανε η ίδια, ενώ το κόστος μεταφοράς από την καταγγέλουσα στους πελάτες της το αναλάμβανε η καταγγέλουσα και εν γένει αυτή η πρακτική ακολουθείται για ολόκληρο το δίκτυο στην Ελλάδα. Επιπλέον η καταγγελλόμενη επισήμανε ότι η καταγγέλουσα μαζί με τα δικά της προϊόντα μετέφερε και προϊόντα άλλων εταιριών. Τέλος, η καταγγελλόμενη ανέφερε ότι δεν επέβαλε στην καταγγέλουσα τήρηση αποθέματος.

20. Επιπλέον, η ΓΔΑ απέστειλε επιστολές παροχής στοιχείων προς την καταγγελλόμενη στις 2.12.2016, στις 3.2.2017 και 5.6.2020<sup>27</sup> προς ολοκλήρωση των μέτρων έρευνας και έλαβε σχετικές απαντήσεις<sup>28</sup>.

#### 1.4.3. ΟΙ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΤΗΣ ΓΔΑ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΑΛΛΟΥΣ ΠΑΙΚΤΕΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

##### Διανομείς

21. Η ΓΔΑ απέστειλε το 2015 επιστολές παροχής στοιχείων σε δεκαέξι (16) από τους διανομείς / αντιπροσώπους της RESOUL<sup>29</sup>, με στόχο τη διερεύνηση αφενός της

<sup>26</sup> Αναφέρει επίσης ότι «Συνήθως δεν πωλούν αλλά λαμβάνουν παραγγελία με την σειρά τους από τα καταστήματα των Super Market Τροφίμων με τα οποία η ΔΗΜΚΑ ΑΕ έχει συνάψει εμπορική συμφωνία συνεργασίας και υποστήριξης των προϊόντων της, μαζί ή και όχι, με άλλα προϊόντα που διακινούν. Δεν είναι υπεύθυνοι για την ανεύρεση, εξυπηρέτηση και διατήρηση του πελατολογίου τους. Επίσης, έχουν την ευθύνη της εμπορικής πολιτικής που υπάρχει με το σημείο λιανικής. Το πελατολόγιο είναι ήδη γνωστό στην ΔΗΜΚΑ ΑΕ, αφού το Τμήμα Πωλήσεων της έχει την ευθύνη ανάπτυξης και διατήρησής του», καθώς και ότι [...]. Βλ. το υπ' αρ. 8007/5.11.2014 έγγραφο της καταγγελλόμενης.

<sup>27</sup> Βλ. τις υπ' αρ. 8566/2.12.2016, 707/3.2.2017 και 4978/5.6.2020 επιστολές της ΓΔΑ προς την καταγγελλόμενη.

<sup>28</sup> Βλ. τις υπ' αρ. 9174/22.12.2016, 63/4.1.2017, 233/11.1.2017, 383/20.1.2017, 1251/1.3.2017, 5944/30.6.2020 και 6300/8.7.2020 απαντήσεις της καταγγελλόμενης.

<sup>29</sup> Βλ. επιστολές [...] (υπ' αρ. 2691/30.4.2015), [...] (υπ' αρ. 2692/30.4.2015), [...] (υπ' αρ. 2693/30.4.2015), [...] (υπ' αρ. 2706/30.4.2015), [...] (υπ' αρ. 2694/30.4.2015), [...] (υπ' αρ. 2695/30.4.2015), [...] (υπ' αρ. 2696/30.4.2015), [...] (υπ' αρ. 2697/30.4.2015), [...] (υπ' αρ. 2698/30.4.2015), [...] (υπ' αρ. 2699/30.4.2015), [...] (υπ' αρ. 2701/30.4.2015), [...] (υπ' αρ. 2702/30.4.2015), [...] (υπ' αρ. 2700/30.4.2015), [...] (υπ' αρ. 2703/30.4.2015), [...] (υπ' αρ. 2704/30.4.2015). Επιπλέον, η ΓΔΑ απέστειλε επιστολή παροχής στοιχείων και στο κατάστημα χονδρικής πώλησης ΜΑΡΤ (πρώην ΜΑΚΡΟ). Βλ. απαντητική επιστολή υπ' αρ. 2690/30.4.2015.

φύσης της μεταξύ τους συνεργασίας (εάν δηλαδή πρόκειται για σχέση γνήσιας εμπορικής αντιπροσωπείας ή ανεξάρτητης διανομής) και αφετέρου τη συμβατότητα των εμπορικών πρακτικών της RESOUL και των συνεργατών της με το δίκαιο του ανταγωνισμού.

22. Στη συνέχεια, το 2020, η ΓΔΑ έστειλε επιστολές παροχής στοιχείων σε δεκαπέντε (15) διανομείς της RESOUL<sup>30</sup> προκειμένου να επικαιροποιηθούν τα στοιχεία του φακέλου.

23. Οι διανομείς αυτοί επιλέχθηκαν με βάση τα εξής κριτήρια από την ΓΔΑ: α) το ποσοστό πωλήσεων που κατείχαν σε σχέση με τις συνολικές πωλήσεις της RESOUL προς όλους τους διανομείς/αντιπροσώπους με τους οποίους συνεργάζονταν η εν λόγω εταιρία<sup>31</sup>, β) καθ' υπόδειξη της καταγγέλουσας, και γ) σύμφωνα με τις συμβάσεις που είχε στη διάθεσή της η ΓΔΑ ως συνημμένες της καταγγελίας της ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ και της Δήλωσης [...].

##### Υπεραγορές / σούπερ μάρκετ

24. Εκτός από τους διανομείς, η ΓΔΑ απέστειλε επίσης, το 2015, επιστολές παροχής στοιχείων και στην υπεραγορά με την επωνυμία PRAKTIKER HELLAS ΑΕ<sup>32</sup>, καθώς και στους εξής εννέα ομίλους σούπερ μάρκετ<sup>33</sup>: ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.Γ.Ε., ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε., ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ Ι. & Σ. Α. Ε.Ε., ΜΕΤΡΟ Α.Ε.Β.Ε., ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε., ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΦΟΙ Α.Ε.Β.Ε., ΠΕΝΤΕ Α.Ε., ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ, ΣΥΜΜΕΤΡΟΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ Α.Ε.Β.Ε.<sup>34</sup>.

25. Η ΓΔΑ απέστειλε επίσης επιστολές παροχής στοιχείων σε δύο ομίλους αγορών και συγκεκριμένα στον όμιλο αγορών «ΕΛ.ΕΤ.Α.»<sup>35</sup> καθώς και στον όμιλο αγορών «ΕΛΟΜΑΣ»<sup>36</sup>, με τις οποίες ζητήθηκαν στοιχεία σχετικά με τους όρους συνεργασίας τους με την καταγγελλόμενη, καθώς και οι σχετικές συμβάσεις για τα έτη 2005-2015.

<sup>30</sup> [...] (υπ' αρ. 4983/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4984/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4990/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4992/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4979/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4985/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4986/5.6.2020), [...] (4991/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4988/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4981/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4982/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4987/5.6.2020), [...] (5011/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4980/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4993/5.6.2020).

<sup>31</sup> Το άθροισμα των ποσοστών πωλήσεων του έτους 2012 (συμπεριλαμβανομένης και της καταγγέλουσας) των 16 διανομένων / αντιπροσώπων επί του μερικού συνόλου πωλήσεων της RESOUL προς αυτούς ήταν [...] %.

<sup>32</sup> Βλ. την υπ' αρ. 2715/30.4.2015 επιστολή παροχής στοιχείων της ΓΔΑ. Σημειώνεται ότι το ποσοστό πωλήσεων του έτους 2012 της εν λόγω υπεραγοράς επί του μερικού συνόλου πωλήσεων της RESOUL προς αυτήν ήταν [...] %.

<sup>33</sup> Σημειώνεται ότι το άθροισμα των ποσοστών πωλήσεων του έτους 2012 των επτά από τις εννέα αυτές αλυσίδες σούπερ μάρκετ (εκτός από την ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ και τη ΣΥΜΜΕΤΡΟΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΑΕΒΕ) επί του μερικού συνόλου πωλήσεων της RESOUL προς αυτά, υπολογίζεται περίπου σε [...] %, γεγονός που δικαιολογεί την απόφαση της ΓΔΑ να αποστείλει επιστολές παροχής στοιχείων στα συγκεκριμένα σούπερ μάρκετ.

<sup>34</sup> Οι επιστολές παροχής στοιχείων της ΓΔΑ είχαν ημερομηνία 30.4.2015 και υπ' αρ. 2709, 2710, 2711, 2712, 2713, 2714, 2716, 2722, 2723 αντίστοιχα.

<sup>35</sup> Βλ. την υπ' αρ. 2721/30.4.2015 επιστολή παροχής στοιχείων της ΓΔΑ.

<sup>36</sup> Βλ. την υπ' αρ. 2666/30.4.2015 επιστολή παροχής στοιχείων της ΓΔΑ.

26. Περαιτέρω, το 2016 η ΓΔΑ απέστειλε επιστολές παροχής συμπληρωματικών στοιχείων σε μία (1) προαναφερθείσα υπεραγορά<sup>37</sup>, εννέα (9) ομίλους σούπερ μάρκετ<sup>38</sup>, δύο (2) ομίλους αγορών<sup>39</sup> και στην καταγγελλόμενη<sup>40</sup>, με τις οποίες ζητήθηκαν συμπληρωματικά οι συμβάσεις που δεν είχαν προσκομιστεί κατά την προηγούμενη έρευνα της ΓΔΑ καθώς και πρόσθετα πληροφοριακά στοιχεία για την ίδια χρονική περίοδο των ετών 2005-2015.

27. Εν συνεχεία και στις ίδιες εταιρίες η ΓΔΑ απέστειλε επιστολές παροχής συμπληρωματικών στοιχείων στις 5.6.2020 για τη χρονική περίοδο των ετών 2015-2019. Οι εταιρίες απάντησαν με σχετικές επιστολές τους<sup>41</sup>.

Ανταγωνιστές της καταγγελλόμενης

28. Στις 14.7.2016 η ΓΔΑ απέστειλε επιστολές παροχής στοιχείων σε επτά (7) εταιρίες που αναφέρονται ονομαστικά από την καταγγελλόμενη ως ανταγωνίστριες εταιρίες δραστηριοποιούμενες στον ίδιο κλάδο<sup>42</sup>. Πρόκειται για τις εταιρίες ΠΕΤΡΟΓΚΑΖ Α.Ε., CORAL GAS Α.Ε.Β.Ε.Υ, ΤΑΙ ΑΒΕΕ, COFFEE GAZ ΕΠΕ, ΒΟΣΝΑΚΗΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ & ΣΙΑ Ο.Ε., CAMPER GAS - ΕΜ. ΒΡΥΣΑΝΑΚΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε. και ΖΕΥΚΑΣ HELLAS ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΖΕΥΚΙΛΗΣ & ΣΙΑ Ε.Ε.<sup>43</sup>.

29. Τέλος η ΓΔΑ απέστειλε και επιστολές παροχής συμπληρωματικών στοιχείων στις 5.6.2020 σε ανταγωνιστές της καταγγελλόμενης<sup>44</sup> και έλαβε τις σχετικές απαντήσεις<sup>45</sup>.

<sup>37</sup> Βλ. την υπ' αρ. 8552/02.12.2016 επιστολή παροχής στοιχείων της PRAKTIKER HELLAS ΑΕ.

<sup>38</sup> Ειδικότερα, η ΓΔΑ απέστειλε επιστολές παροχής στοιχείων στα σούπερ μάρκετ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.Γ.Ε. (υπ' αρ. 8546/2.12.2016), ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. (υπ' αρ. 8545/2.12.2016), ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ Ι. & Σ. Α. Ε.Ε. (υπ' αρ. 8544/2.12.2016), ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ (υπ' αρ. 8550/2.12.2016), ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε. (υπ' αρ. 8538/2.12.2016), ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΦΟΙ Α.Ε.Β.Ε. (υπ' αρ. 8549/2.12.2016), ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ (υπ' αρ. 8540/2.12.2016), ΠΕΝΤΕ ΑΕ (υπ' αρ. 8541/2.12.2016), ΣΥΜΜΕΤΡΟΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΑΕΒΕ (υπ' αρ. 8551/2.12.2016).

<sup>39</sup> ΟΜΙΛΟΣ ΑΓΟΡΩΝ «ΕΛ.ΕΤ.Α» (υπ' αρ. 8548/2.12.2016), ΟΜΙΛΟΣ ΑΓΟΡΩΝ «ΕΛΟΜΑΣ» (υπ' αρ. 8543/2.12.2016).

<sup>40</sup> Με το υπ' αρ. 8566/2.12.2016 έγγραφο παροχής στοιχείων της ΓΔΑ.

<sup>41</sup> Βλ. τις υπ' αρ. επιστολές των ομίλων σούπερ μάρκετ Ι&Σ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ Α.Ε.Ε. (υπ' αρ. 6125/3.7.2020), ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ (υπ' αρ. 5308/15.06.2020), ΜΕΤΡΟ Α.Ε.Β.Ε. (5497/17.6.2020), ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε. (υπ' αρ. 5828/25.6.2020), PRAKTIKER HELLAS Α.Ε. (6011/1.7.2020), ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ (υπ' αρ. 5005/5.6.2020), ΟΜΙΛΟ ΑΓΟΡΩΝ ΕΛ.ΕΤ.Α. (υπ' αρ. 5571/18.6.2020), ΠΕΝΤΕ Α.Ε. (υπ' αρ. 5986/30.6.2020), ΣΥΜΜΕΤΡΟΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ Α.Ε.Β.Ε. (υπ' αρ. 5306/15.6.2020), ΟΜΙΛΟΣ ΑΓΟΡΩΝ ΕΛΟΜΑΣ (υπ' αρ. 6146/3.6.2020).

<sup>42</sup> Εστάλησαν επτά επιστολές, γιατί δεν κατέστη δυνατόν να εντοπιστεί το σύνολο των δέκα (10) εταιριών που αναφέρονται στη Δήλωση [...] και έχουν μερίδιο αγοράς [...] %.

<sup>43</sup> Οι επιστολές παροχής στοιχείων της ΓΔΑ εστάλησαν στις 14.7.2016 υπ' αρ. 5062, 5063, 5064, 5065, 5067, 5068, 5069 αντίστοιχα.

<sup>44</sup> Βλ. τις επιστολές υπ' αρ. 4994/5.6.2020 στη ΠΕΤΡΟΓΚΑΖ Α.Ε., 4997/5.6.2020 στη CORAL GAS Α.Ε.Β.Ε.Υ, 4999/5.6.2020 στη ΤΑΙ ΑΒΕΕ, 4989/5.6.2020 στη COFFEE GAZ ΕΠΕ, 4996/5.6.2020 στη ΒΟΣΝΑΚΗΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ & ΣΙΑ Ο.Ε., 4998/5.6.2020 στη CAMPER GAS - ΕΜ. ΒΡΥΣΑΝΑΚΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε. και 4995/5.6.2020 στη ΖΕΥΚΑΣ HELLAS ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΖΕΥΚΙΛΗΣ & ΣΙΑ Ε.Ε.

<sup>45</sup> [...].

## II. ΤΑ ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΑ ΜΕΡΗ

### 2.1. Η ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΗ (ΔΗΜΚΑ, νυν RESOUL)

30. Η εταιρία ΔΗΜΚΑ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΕΣ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΙΕΣ ΕΙΔΩΝ ΕΞΟΧΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ιδρύθηκε το 1982 και εδρεύει στις Αφίδνες Αττικής<sup>46</sup>. Στις 8.3.2001 καταχωρήθηκε στο μητρώο ανωνύμων εταιριών με την επωνυμία RESOUL ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΕΣ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΙΕΣ ΕΙΔΩΝ ΕΞΟΧΗΣ Α.Ε.<sup>47</sup> και διακριτικό τίτλο «ΚΑΜΠΙΝΓΚΑΖ ΑΕ»<sup>48</sup>, και στις 5.7.2013 απορρόφησε τον εμπορικό κλάδο της εταιρίας RESOUL ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ LOGISTICS Α.Ε. με διακριτικό τίτλο «RESOUL LOGISTICS Α.Ε.»<sup>49</sup>. Η πλήρης επωνυμία της εταιρίας, από 1.2.2019<sup>50</sup> είναι «RESOUL ΕΛΛΑΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΙ-ΔΙΑΝΟΜΕΙΣ ΕΙΔΩΝ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΟΥ ΧΡΟΝΟΥ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ (RESOUL HELLAS CREATORS-DISTRIBUTORS OF GOOD TIME EQUIPMENT PRODUCTS S.A.) με διακριτικό τίτλο «RESOUL».

31. Καταστατικός σκοπός της εταιρίας είναι, μεταξύ άλλων, η εισαγωγή, εξαγωγή, εμπορία, διανομή και διάθεση πάσης φύσης ειδών εξοχής (camping), παιχνιδιών, σχολικών ειδών, ηλεκτρικών συσκευών, ειδών ταξιδιού, ειδών αναψυχής, χειμερινών σπορ, θαλάσσιων σπορ και τουρισμού, επίπλων, ειδών υγραερίου και πάσης φύσης προϊόντων, τα οποία σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τα ως άνω αναφερόμενη είδη<sup>51</sup>.

<sup>46</sup> Λεωφόρος Τυρταίου (31 χλμ. ΕΟ Αθηνών Λαμίας), Τ.Κ. 19014, Αφίδνες (Δήμος Ωρωπού, βλ. υπ' αρ. 5944/30.6.2020).

<sup>47</sup> Η σύσταση της εταιρίας έγινε στις 8.3.2001, όπου καταχωρήθηκε στο Μητρώο Ανωνύμων Εταιριών και πήρε αριθμό Μητρώου (αρ. Μ.Α.Ε.) 48440/04/Β/01/37 δυνάμει της με αριθμό ΕΜ 851/2001 απόφασης της Δ/σης Εμπορίου της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Ανατολικής Αττικής, με την οποία δόθηκε η άδεια σύστασης και εγκρίθηκε το Καταστατικό της, όπως αυτό καταρτίστηκε με την υπ' αρ. 22932/2.2.2001 Πράξη του συμβολαιογράφου Αθηνών Κωνσταντίνου Νικολάου Γιαννούλα και τροποποιήθηκε με τις υπ' αρ. 22979/2001 και 22992/2001 πράξεις του ίδιου συμβολαιογράφου.

<sup>48</sup> ΦΕΚ ΑΕ 1581/15.3.2001.

<sup>49</sup> Με την υπ' αρ. 2656/13-5.7.2013 απόφαση της Αντιπεριφερειάρχη Π.Ε. Ανατολικής Αττικής (ΦΕΚ ΑΕ 4628/25.7.2013).

<sup>50</sup> Βλ. ως συνημμένο στην υπ' αρ. 5944/30.6.2020 απαντητική επιστολή το υπ' αρ. 0504344/4.2.2019 έγγραφο της Υπηρεσίας ΓΕΜΗ σχετικά με την Ανακοίνωση Καταχώρησης της εταιρίας στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο.

<sup>51</sup> Σύμφωνα με την παρ. 4.1 του άρθρου 4, του επικαιροποιημένου κωδικοποιημένου καταστατικού της καταγγελλόμενης, σκοπό της εταιρίας αποτελούν: «4.1.1 Η εισαγωγή, εξαγωγή, εμπορία, διανομή και διάθεση πάσης φύσης ειδών εξοχής (camping), παιχνιδιών, σχολικών ειδών, ηλεκτρικών συσκευών, ειδών ταξιδιού, ειδών αναψυχής, χειμερινών σπορ, θαλάσσιων σπορ και τουρισμού, επίπλων, ειδών υγραερίου και πάσης φύσης προϊόντων, τα οποία σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τα ως άνω αναφερόμενα είδη. 4.1.2 Η εισαγωγή, εξαγωγή, εμπορία, διανομή και διάθεση τυποποιημένων τροφίμων και γενικών ειδών διατροφής. 4.1.3 Η εισαγωγή, εξαγωγή, εμπορία, διανομή και διάθεση ειδών ένδυσης, υπόδησης και πάσης φύσης αξεσουάρ αυτών. 4.1.4 Η ανοικοδόμηση, διαχείριση και εκμετάλλευση ακινήτων. 4.1.5 Οι πάσης φύσης ναυτιλιακές και τουριστικές επιχειρήσεις καθώς και η εκμετάλλευση και μίσθωση σκαφών αναψυχής. 4.1.6 Η έρευνα, ανάπτυξη, εφαρμογή και επιχειρηματική εκμετάλλευση λογισμικών συστημάτων. 4.1.7 Η παραγωγή τεχνολογίας και παροχή υπηρεσιών (μεταξύ άλλων και «after sales service») στους προαναφερόμενους τομείς επιχειρηματικής δραστηριότητας. 4.1.8 Η χονδρική και λιανική πώληση όλων των παραπάνω, συμπεριλαμβανομένης της πώλησης μέσω

32. Ειδικότερα, η εταιρία RESOUL<sup>52</sup> επικεντρώνεται στη δημιουργία και εμπορία προϊόντων ευρείας κατανάλωσης υγραερίου υπό τα εμπορικά σήματα Campinggaz, Ελ Γκρέκο και Θεόφιλος, διαθέτοντας τα εξής προϊόντα: α) φιαλίδια υγραερίου διάτρητα (βάρους 190 γραμμαρίων, υπό το εμπορικό σήμα Campinggaz), β) φιαλίδια υγραερίου με βαλβίδα ασφαλείας (βάρους 240 γραμμαρίων και 450 γραμμαρίων)<sup>53</sup>, γ) αυτόνομες συσκευές που λειτουργούν με φιαλίδιο υγραερίου διάτρητου τύπου, δ) αυτόνομες συσκευές που λειτουργούν με φιαλίδιο υγραερίου με βαλβίδα ασφαλείας<sup>54</sup>, ε) ψησταριές υγραερίου, στ) αυτόνομες συσκευές μαγειρέματος ενός καυστήρα<sup>55</sup> και ζ) ψυγεία και ψυγιοστάντες<sup>56</sup>.

33. Η καταγελλόμενη, δραστηριοποιείται σε όλη την Ελλάδα μέσω συμβάσεων με αλυσίδες σούπερ μάρκετ ή υπεραγορών, τις οποίες εξυπηρετεί είτε απευθείας ανά κατάσταση ή μέσω παράδοσης σε κεντρικές αποθήκες, είτε όπου αυτό δεν είναι εφικτό μέσω δικτύου διανομών / αντιπροσώπων. Σχεδόν το σύνολο των προϊόντων που αγοράζονται από τους διαμεσολαβητές, μεταπωλείται στα σούπερ μάρκετ<sup>57</sup>.

34. Στον Πίνακα 1 παρουσιάζεται η μετοχική σύνθεση της εταιρίας για την περίοδο 2005-2020. Ο ελέγχων μέτοχος της RESOUL είναι ο [...] με ποσοστό μετοχικού κεφαλαίου [...] % για την περίοδο (2015-2020)<sup>58</sup>:

Πίνακας 1 Μετοχική Σύνθεση RESOUL για την περίοδο 2005-2020				
Μέτοχοι	2005-2006	2006-2012 <sup>59</sup>	2013-2014	2015-2020
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: RESOUL (υπ' αρ. 383/20.1.2017 και 5944/30.6.2020).

35. Οι μεταβολές στη σύνθεση του Διοικητικού Συμβουλίου (Δ.Σ.) της RESOUL για την περίοδο 2005-2020 παρουσιάζονται στον Πίνακα 2.

Πίνακας 2 Σύνθεση Δ.Σ. της RESOUL για τη χρονική περίοδο 2005-2020				
Σύνθεση Δ.Σ.	2005*-30.6.2007	30.6.2007-4.5.2011	4.5.2011-22.1.2019	23.1.2019-2020**
Άνθιμος Ν. Δημητριάδης	Πρόεδρος Δ.Σ. και Δ/νων Σύμβουλος	Πρόεδρος Δ.Σ. και Δ/νων Σύμβουλος	Πρόεδρος Δ.Σ. και Δ/νων Σύμβουλος	Πρόεδρος Δ.Σ. και Δ/νων Σύμβουλος
Εύχαρις Ν. Δημητριάδου	Αντιπρόεδρος	Αντιπρόεδρος	-	
Σταύρος Ν. Δημητριάδης	-	Μέλος	-	Αντιπρόεδρος
Περικλής Α. Ποτόλιας	-	Μέλος	Μέλος	

ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop), είτε δικού της είτε άλλης εταιρίας. 4.1.9 Η σύναψη συμβάσεων αποκλειστικής συνεργασίας τύπου franchise (σύμβαση δικαιόχρησης) και η εκτέλεση τεχνικών και επιστημονικών μελετών και παροχή συμβουλών και υπηρεσιών επί θεμάτων marketing, οργάνωσης, παραγωγής και ανάπτυξης ομοειδών επιχειρήσεων. 4.1.10 Η απόκτηση από και παραχώρηση προς επιχειρήσεις παντός είδους αδειών χρήσης και εκμετάλλευσης επί δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας, που αφορούν εμπορικά σήματα, σύμβολα ή τεχνολογία σχετιζόμενη με μέθοδο πώλησης, παραγωγής ή διανομής προϊόντων, κυρίως για επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε κάποια από όλες τις ως άνω περιγραφόμενες (ή/και συναφείς) επιχειρηματικές δραστηριότητες. 4.1.11 Η εγκατάσταση και λειτουργία δια της ίδιας ως άνω μεθόδου δικτύου διανομής προϊόντων και εμπορευμάτων στην ημεδαπή και την αλλοδαπή. 4.1.12 Η αντιπροσώπευση και η πρακτόρευση στην ημεδαπή και στην αλλοδαπή, ημεδαπών και αλλοδαπών, εμπορικών, βιομηχανικών και βιοτεχνικών επιχειρήσεων, με όμοιο ή παρεμφερή σκοπό». Βλ. Υπηρεσία ΓΕΜΗ υπ' αρ. 1816322/11.11.2019 «Ανακοίνωση Καταχώρησης της εταιρίας στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο».

<sup>52</sup> Βλ. <http://resoul.gr/site/>.

<sup>53</sup> Με τα εμπορικά σήματα Ελ Γκρέκο (450 γρ.), Θεόφιλος (240 γρ.) και Campinggaz (450 γρ.).

<sup>54</sup> Με το εμπορικό σήμα Ελ Γκρέκο (Εστία, Εστία Micro, Λάμπα), Θεόφιλος (Καμινετάκι, Λάμπα), Campinggaz (καμινέτο, λάμπα).

<sup>55</sup> Για τα προϊόντα υπό ε) και στ), τα οποία λειτουργούν με το εμπορικό σήμα Campinggaz, απαιτούνται φιάλες υγραερίου μεγάλου βάρους (2 kg, 3kg, 10 kg και 13kg), οι οποίες δεν διατίθενται από τη RESOUL.

<sup>56</sup> Βλ. και σελ. 4 της Δήλωσης [...].

<sup>57</sup> Βλ. σελ. 11 της Δήλωσης [...].

<sup>58</sup> Βλ. την υπ' αρ. 5944/30.6.2020 απαντητική επιστολή, σελ. 2.

<sup>59</sup> Επισημαίνεται ότι, προφανώς εκ παραδρομής, στην απάντηση της εταιρίας αναφέρεται το έτος 2014 αντί για 2012.

Ιωάννης Σ. Αναδιώτης	-	Μέλος	Αντιπρόεδρος	Μέλος
Ναταλία Τ. Σταματάκη	Μέλος	-	-	

\*Η συγκεκριμένη σύνθεση Δ.Σ. ίσχυε από την 1.2.2002

\*\*Η θητεία του συγκεκριμένου Δ.Σ. είναι πενταετής και λήγει στις 23.1.2024 ενώ δύναται να παραταθεί μέχρι την πρώτη Τακτική Γενική Συνέλευση μετά το πέρας της θητείας του (βλ. σχετ. 1 της υπ' αρ. 5944/30.6.2020 επιστολής της καταγγελλόμενης).

Πηγή: Εταιρία RESOUL (υπ' αρ. 383/20.1.2017 και 5944/30.6.2020).

36. Ο συνολικός κύκλος εργασιών της εταιρίας για τα έτη 2005 έως και 2018 παρατίθεται στον ακόλουθο πίνακα.

Έτη	Σύνολο
2005	10.221.472,00
2006	12.059.628,64
2007	15.073.463,66
2008	19.348.703,78
2009	21.460.876,05
2010	20.998.681,92
2011	23.046.803,71
2012	20.164.852,40
2013	22.665.867,09
2014	26.003.879,00
2015	22.308.118,00
2016	23.494.611,00
2017	21.575.404,00
2018	21.994.500,00
2019	20.962.802,00

Πηγή: Οι υπ' αρ. 383/20.1.2017 και 5944/30.6.2020 επιστολές τις καταγγελλόμενης.

37. Οι ανωτέρω κύκλοι εργασιών κατά τα έτη 2005-2015 επιμερίζονταν στις κατηγορίες ειδών που πωλούσε η καταγγελλόμενη ως εξής:

Έτος	Μικροσυσκευές υγραερίου (Σχετική αγορά)	Ψησταριές, αξεσουάρ, προσανάμματα	Ψυγεία και ψυγειοτσάντες	Λοιπά	Σύνολο τζίρου Resoul	% τζίρου προϊόντων σχετικής αγοράς
2005	[...]	[...]	[...]	[...]	10.221.472	[...]
2006	[...]	[...]	[...]	[...]	12.059.628	[...]
2007	[...]	[...]	[...]	[...]	15.073.463	[...]
2008	[...]	[...]	[...]	[...]	19.348.704	[...]
2009	[...]	[...]	[...]	[...]	21.460.876	[...]
2010	[...]	[...]	[...]	[...]	20.998.682	[...]
2011	[...]	[...]	[...]	[...]	23.046.803	[...]
2012	[...]	[...]	[...]	[...]	20.164.852	[...]
2013	[...]	[...]	[...]	[...]	22.665.867	[...]
2014	[...]	[...]	[...]	[...]	26.003.879	[...]
2015	[...]	[...]	[...]	[...]	22.308.118	[...]

Πηγή: RESOUL (Η υπ' αρ. 383/20.1.2017 επιστολή).



38. Από τα στοιχεία του ανωτέρω πίνακα προκύπτει ότι κατά τη διάρκεια της περιόδου 2005-2012 οι συνολικές πωλήσεις της καταγγελλόμενης αποτελούνταν σχεδόν αποκλειστικά από τα προϊόντα της αγοράς μικροσυσκευών υγραερίου καθώς το ποσοστό πωλήσεων αυτών ήταν σταθερά άνω του [...]%, θέση η οποία διατηρήθηκε και την επόμενη τριετία 2013-2015 παρά την πτωτική πορεία αυτών, καταλήγοντας το 2015 στο [...]%.

## 2.2. Η ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΥΣΑ (ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ)

39. Η «ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΒΙΟΤΕΧΝΙΚΗ - ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ - ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ» με διακριτικό τίτλο «ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ Α.Ε.» και έδρα το Ηράκλειο Κρήτης, προήλθε από μετατροπή ατομικής επιχείρησης<sup>60</sup> την 13.7.2010 και ο σκοπός της, βάσει του καταστατικού της<sup>61</sup>, είναι, μεταξύ άλλων: «Η χονδρική και λιανική πώληση, εμπορία, εισαγωγή, εξαγωγή, επεξεργασία, τυποποίηση, συσκευασία, κατεργασία, παραγωγή, μεταφορά, αποθήκευση, εκμετάλλευση ψυκτικών και αποθηκευτικών χώρων, παροχή Υπηρεσιών Εφοδιαστικής Αλυσίδας (Logistics)».

40. Η ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ ξεκίνησε να δραστηριοποιείται ως αντιπρόσωπος της RESOUL τουλάχιστον από το έτος 1999<sup>62</sup>, ωστόσο η πρώτη έγγραφη σύμβαση μεταξύ των δύο εταιριών υπογράφηκε το έτος 2008 και η συνεργασία τους σταμάτησε τον Οκτώβριο του 2012. Η ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ αναφέρει ότι η RESOUL ήταν ο μοναδικός προμηθευτής της σε προϊόντα υγραερίου / φιαλίδια μέχρι τη λύση της συνεργασίας τους<sup>63</sup>.

41. Σήμερα η εταιρία εξακολουθεί να δραστηριοποιείται στην παροχή υπηρεσιών προς την εφοδιαστική αλυσίδα<sup>64</sup>. Το Διοικητικό Συμβούλιο που εκλέχθηκε από τη Γενική Συνέλευση της 24ης Ιουνίου του 2016 και θα διοική την εταιρία για 5 έτη (θητεία) και μέχρι τη σύγκληση της Τακτικής Γενικής Συνέλευσης των μετόχων αποτελείται από τους α) Σταματούλη Ευθυμία του Ζαχαρία (ως Πρόεδρος και Διευθ. Σύμβουλος), β) Γεωργιάκη Ειρήνη του Αντωνίου (ως Αντιπρόεδρος) και γ) Μαυρουδή Εμμανουήλ του Γεωργίου (ως μέλος). Τέλος, ο συνολικός κύκλος εργασιών της εταιρίας, σύμφωνα με τις πλέον πρόσφατες οικονομικές καταστάσεις<sup>65</sup>, ήταν για το έτος 2017 5.006.000,29 €.

## III. ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

### 3.1. Η ΣΧΕΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ - ΑΓΟΡΑ ΠΩΛΗΣΗΣ ΜΙΚΡΟΣΥΣΚΕΥΩΝ ΥΓΡΑΕΡΙΟΥ ΓΕΝΙΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ

42. Κατά πάγια πρακτική και νομολογία, η σχετική αγορά προϊόντων περιλαμβάνει το σύνολο των προϊόντων ή υπηρεσιών που θεωρούνται από τον καταναλωτή εναλλάξιμα ή δυνάμενα να υποκατασταθούν μεταξύ τους, λόγω των χαρακτηριστικών τους, της τιμής τους ή της

<sup>60</sup> Βλ. σχετική αναφορά στην καταγγελία, «η εταιρία είναι καθολικός διάδοχος της ατομικής επιχείρησης του Εμμ. Σταματούλη».

<sup>61</sup> ΦΕΚ ΑΕ - ΕΠΕ 8357/23.7.2010.

<sup>62</sup> Στο υπ' αρ. 1316/7.2.2014 υπόμνημα της ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ αναφέρεται ότι η εν λόγω εταιρία δραστηριοποιείται ως αντιπρόσωπος-διανομέας της RESOUL για περισσότερο από 15 χρόνια.

<sup>63</sup> Βλ. το υπ' αρ. 1316/7.2.2014 υπόμνημα της ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ.

<sup>64</sup> Βλ. την υπ' αρ. 1146198/23.2.2018 ανακοίνωση του Επιμελητηρίου Ηρακλείου - Υπηρεσία ΓΕΜΗ σχετικά με το πλέον πρόσφατο καταστατικό της εταιρίας.

<sup>65</sup> Αναρτημένες στον ιστότοπο του ΓΕΜΗ.

σκοπούμενης χρήσης τους<sup>66</sup>. Από οικονομική άποψη, για τον καθορισμό της αγοράς του σχετικού προϊόντος, η υποκατάσταση από την πλευρά της ζήτησης αποτελεί το πλέον άμεσο και αποτελεσματικό μέσο ελέγχου των προμηθευτών ενός δεδομένου προϊόντος, ιδίως όσον αφορά τις αποφάσεις τους για τον καθορισμό των τιμών. Από την άλλη πλευρά, οι περιορισμοί που προκύπτουν αναφορικά με τη δυνατότητα υποκατάστασης από την πλευρά της προσφοράς είναι, κατά κανόνα, λιγότερο άμεσοι και απαιτούν την ανάλυση και άλλων παραγόντων και, ως εκ τούτου, λαμβάνονται πρωτίστως υπόψη σε μεταγενέστερο στάδιο (δηλ. στο στάδιο της ουσιαστικής αξιολόγησης από την άποψη του ανταγωνισμού)<sup>67</sup>.

43. Η σχετική αγορά, στο πλαίσιο της οποίας πρέπει να εξετάζεται ένα συγκεκριμένο πρόβλημα όσον αφορά τον ανταγωνισμό, προσδιορίζεται από τον συνδυασμό της αγοράς του σχετικού προϊόντος και της γεωγραφικής αγοράς. Η αγορά του σχετικού προϊόντος περιλαμβάνει όλα τα προϊόντα ή και τις υπηρεσίες που είναι δυνατόν να εναλλάσσονται ή να υποκαθίστανται αμοιβαία από τον καταναλωτή, λόγω των χαρακτηριστικών, των τιμών και της χρήσης για την οποία προορίζονται.

### 3.1.1. Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΗΣ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΣΧΕΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

44. Κατά την καταγγελλόμενη, ως σχετική αγορά προϊόντων ορίζεται η χονδρική πώληση μικροσυσκευών υγραερίου για γενική χρήση, η οποία μπορεί να διακριθεί περαιτέρω σε δύο υπό-αγορές:

- α) την αγορά συσκευών και φιαλιδίων διάτρητων· και
- β) την αγορά συσκευών και φιαλιδίων με βαλβίδα<sup>68</sup>.

### 3.1.2. Η ΘΕΣΗ ΤΩΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΣΧΕΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

45. Από τις συλλεχθείσες απαντήσεις των επτά κυριότερων ανταγωνιστών προκύπτει ότι τρεις εταιρίες<sup>69</sup> θεωρούν ότι η σχετική αγορά προϊόντος είναι η αγορά της χονδρικής πώλησης μικροσυσκευών υγραερίου για γενική χρήση<sup>70</sup>, ενώ μια εταιρία ανέφερε ότι μπορεί να υπάρχει και περαιτέρω κατάτμηση της αγοράς, σε διακριτές αγορές (α) φιαλιδίων γενικής χρήσης, (β) φιαλών για εστίες, και (γ) συσκευές για φιάλες υγραερίου (εστίες και λάμπες) και ανταλλακτικά και εξαρτήματα για αυτές<sup>71</sup>.

<sup>66</sup> Βλ. ενδεικτικά Ανακοίνωση της Ευρ. Επιτροπής για τον ορισμό της σχετικής αγοράς (97/C 372/03), σημ. 7 και σχετική νομολογία στην οποία παραπέμπει και η απόφαση ΕΑ 520/VI/2011 (Tasty).

<sup>67</sup> Βλ. ενδεικτικά Ανακοίνωση της Επιτροπής για τον ορισμό της σχετικής αγοράς, ό.π. σημ. 13-14.

<sup>68</sup> [...].

<sup>69</sup> Βλ. απαντήσεις των εταιριών [...] υπ' αρ. 5678/4.8.2016, [...] υπ' αρ. 5625/2.8.2016 και [...] υπ' αρ. 5613/2.8.2016.

<sup>70</sup> Βλ. χαρακτηριστικά απάντηση της [...] «Ελλείψει σχετικής νομολογίας αναφορικά ιδίως με τις μικροσυσκευές υγραερίου, τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε ελληνικό επίπεδο, και λαμβάνοντας ενδεικτικά υπόψη τον ορισμό της αγοράς προϊόντος σε υποθέσεις σχετικά με υγραέριο αφενός, και με ηλεκτρικές μικροσυσκευές αφετέρου, καθώς και τα ως άνω αναφερόμενα για τις συνθήκες προσφοράς και ζήτησης μικροσυσκευών υγραερίου, πιθανολογούμε ότι, πράγματι, η χονδρική πώληση μικροσυσκευών υγραερίου για γενική χρήση αποτελεί ενιαία αγορά και δεν θα έπρεπε να διακριθεί περαιτέρω ανάλογα με τις κατηγορίες πελατών».

<sup>71</sup> Βλ. απάντηση της [...], υπ' αρ. 5622/2.8.2016.

Οι υπόλοιπες εταιρίες δεν τοποθετήθηκαν σαφώς στη συγκεκριμένη ερώτηση<sup>72</sup>.

### 3.1.3. Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΣΧΕΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

46. Λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω, καθώς και τις συμβάσεις της καταγγελλόμενης με τους διανομείς/αντιπροσώπους της, οι οποίες αποτελούν βασικό στοιχείο της ίδιας της καταγγελίας, ως σχετική αγορά στην παρούσα ανάλυση μπορεί να θεωρηθεί η αγορά χονδρικής πώλησης μικροσυσκευών υγραερίου για γενική χρήση (τόσο σε εσωτερικούς όσο και σε εξωτερικούς χώρους). Η εν λόγω αγορά αποτελείται από τα προϊόντα: 1) καμινέτα και λάμπες φιαλιδίου καθώς και σχετικά εξαρτήματα, 2) εστίες φιαλιδίου, 3) φιαλίδια για καμινέτα, εστίες και λάμπες, 4) εστίες φιάλης, 5) φιάλες για εστίες, 6) καμινετήρες φιαλιδίου και σχετικά εξαρτήματα, και 7) φιαλίδια για καμινετήρες.

47. Προκειμένου να εκτιμηθεί η υποκατάσταση, τόσο από την πλευρά της ζήτησης όσο και από την πλευρά της προσφοράς, στα ανωτέρω προϊόντα, θα πρέπει να αξιολογηθεί αφενός η χρησιμότητα των μικροσυσκευών υγραερίου από τον καταναλωτή, καθώς και η ποικιλομορφία των συσκευών που προσφέρονται από την καταγγελλόμενη και τους ανταγωνιστές της.

48. Κύρια χαρακτηριστικά αυτών των συσκευών είναι, αφενός η φορητότητα δεδομένου ότι δεν απαιτείται η διασύνδεσή τους με πηγή συνεχούς ροής ενέργειας, και αφετέρου η υποχρεωτική διασύνδεσή τους με κάποια μορφής και μεγέθους φιαλίδιο που περιέχει μείγμα υγρού καυσίμου. Η χρησιμότητα όλων αυτών των συσκευών σχετίζεται με την παρασκευή ροφημάτων και γευμάτων, τον φωτισμό και διάφορες εργασίες που απαιτούν τη χρήση φλόγας. Κοινός παρανομαστής σε όλες αυτές τις συσκευές είναι το υγραέριο. Ακόμη και αν ήθελε θεωρηθεί ότι διαφοροποιούνται τα φιαλίδια ή οι βαλβίδες εξαγωγής που φέρουν κάποια από αυτά λόγω πιθανής ταύτισής τους με διπλώματα ευρεσιτεχνίας του κατασκευαστή τους, η χρησιμότητα των συσκευών που χρησιμοποιούν τα εκάστοτε φιαλίδια, για τον τελικό καταναλωτή παραμένει η ίδια.

49. Ως εκ τούτου, η παρούσα υπόθεση αφορά πρωτίστως τα φιαλίδια υγραερίου και τις αντίστοιχες μικροσυσκευές υγραερίου που προορίζονται για γενική χρήση σε εσωτερικούς ή εξωτερικούς χώρους (οικίες, κήποι σπιτιών, κάμπινγκ κ.λπ.).

### 3.2. Η ΣΧΕΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΠΩΛΗΣΗΣ ΜΙΚΡΟΣΥΣΚΕΥΩΝ ΥΓΡΑΕΡΙΟΥ ΓΕΝΙΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ

50. Η σχετική γεωγραφική αγορά περιλαμβάνει την περιοχή όπου οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις συμμετέχουν στην προμήθεια προϊόντων ή υπηρεσιών ενώ οι όροι του ανταγωνισμού είναι επαρκώς ομοιογενείς και η οποία μπορεί να διακριθεί από γειτονικές κυρίως περιοχές, διότι στις εν λόγω περιοχές οι όροι του ανταγωνισμού διαφέρουν σημαντικά<sup>73</sup>.

<sup>72</sup> Βλ. υπ' αρ. 5934/19.8.2016, 5603/2.8.2016 και 6008/25.8.2016 απαντήσεις των εταιριών αντίστοιχα.

<sup>73</sup> Βλ. Ανακοίνωση της Επιτροπής όσον αφορά τον ορισμό της σχετικής αγοράς για τους σκοπούς του κοινοτικού δικαίου ανταγωνισμού (97/C 372/03), σκ. 8.

51. Εν προκειμένω, και με βάση τις συνθήκες της αγοράς όπως προκύπτουν από τη μελέτη των συμβάσεων και των εμπορικών συμφωνιών μεταξύ της καταγγελλόμενης, των διανομικών/αντιπροσώπων και των σούπερ μάρκετ, καθώς και ότι τα προϊόντα προσφέρονται υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού, κατά την Επιτροπή σχετική γεωγραφική αγορά στην υπό κρίση υπόθεση θεωρείται το σύνολο της ελληνικής επικράτειας.

### 3.3. ΛΟΙΠΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΗΣ

#### 3.3.1. ΨΗΣΤΑΡΙΕΣ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΣΧΕΤΙΚΩΝ ΑΞΕΣΟΥΑΡ

52. Η καταγγελλόμενη δραστηριοποιείται επίσης στην αγορά ψησταριών οικιακής χρήσης και των σχετικών αξεσουάρ.

53. Η εν λόγω αγορά, η οποία διακρίνεται σαφώς από τις μικροσυσκευές υγραερίου, περιλαμβάνει πλήθος προϊόντων που μπορούν από πλευράς ζήτησης και σκοπούμενης χρήσης να θεωρηθούν όμοια όπως π.χ. ψησταριές υγραερίου, κάρβουνου, ηλεκτρικού ρεύματος. Περαιτέρω, το κόστος κτήσης τους ποικίλει ανάλογα με το μέγεθός τους, το υλικό κατασκευής τους, τον κατασκευαστή τους και την πηγή ενέργειας που χρησιμοποιούν. Εκ των ανωτέρω προϊόντων, η καταγγελλόμενη εμπορεύεται ψησταριές υγραερίου και κάρβουνου καθώς και τα αξεσουάρ αυτών. Επιπλέον, εμπορεύεται ψησταριές μιας χρήσης (στιγμής).

54. Σημειώνεται ότι λόγω της απλότητας της κατασκευής των ψησταριών, του πλήθους των προμηθευτών που υπάρχουν στη συγκεκριμένη σχετική αγορά και της μεγάλης ποικιλίας σε καύσιμη ύλη, η οποία διατίθεται στην αγορά, οι εταιρίες που δραστηριοποιούνται στη συγκεκριμένη σχετική αγορά ψησταριών οικιακής χρήσης (και αξεσουάρ) έχουν μικρά μερίδια αγοράς, συνεπώς δεν δύναται να θεωρηθεί ότι, κατά την υπό κρίση περίοδο, κάποια από αυτές κατέχει δεσπόζουσα θέση σε αυτή την αγορά.

#### 3.3.2. ΦΟΡΗΤΑ ΨΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΨΥΓΕΙΟΤΣΑΝΤΕΣ

55. Περαιτέρω, η καταγγελλόμενη δραστηριοποιείται στην αγορά φορητών ψυγείων (συσκευές μεταφοράς τροφίμων και ποτών κατασκευασμένες από άκαμπτο υλικό με ισοθερμικές ιδιότητες ή και με δυνατότητα ψύξης με τη χρήση ηλεκτρικής ενέργειας) και ψυγειοτσαντών (τσάντες μεταφοράς τροφίμων και ποτών κατασκευασμένες από εύκαμπτο ισοθερμικό υλικό). Τα εν λόγω προϊόντα δεν σχετίζονται με τις μικροσυσκευές που χρησιμοποιούν φιαλίδια υγραερίου.

56. Στη συγκεκριμένη αγορά υπάρχει υψηλή κατάτμηση και εξαιτίας του γεγονότος ότι είναι ευρέως διαδεδομένη η χρήση παγοκυψελών. Από τα στοιχεία που έχει στη διάθεσή της η Επιτροπή, εκτιμάται ότι δεν δύναται να θεωρηθεί ότι, κατά την υπό κρίση περίοδο, κατέχει κάποια εταιρία δεσπόζουσα θέση στη συγκεκριμένη αγορά.

#### 3.3.3. ΑΛΛΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

57. Πέραν των ανωτέρω, η καταγγελλόμενη διακινεί μέσω των ίδιων αντιπροσώπων - χονδρεμπόρων της και διάφορα άλλα προϊόντα (αιθέρια έλαια, χόβολη, ανταλλακτική άμμο χόβολης κ.α.). Τα εν λόγω προϊόντα

λόγω της ποικιλομορφίας τους δεν αποτελούν μέρος των ανωτέρω οριζόμενων σχετικών αγορών. Επιπρόσθετα, τα προϊόντα αυτά είτε δεν σχετίζονται με τις μικροσυσκευές που χρησιμοποιούν φιαλίδια υγραερίου (λ.χ. αιθέρια έλαια), είτε σχετίζονται μερικώς (λ.χ. χόβολη). Τα προϊόντα αυτά μπορούν να αποτελέσουν έτερη σχετική αγορά των λοιπών ειδών που διακινεί η καταγγελλόμενη και περιλαμβάνονται στις υπό κρίση συμβάσεις.

58. Λόγω της δραστηριοποίησης πολλών επιχειρήσεων στη συγκεκριμένη αγορά, καθώς και της ύπαρξης πολλών υποκατάστατων, από τα στοιχεία που έχει στη διάθεσή της η Επιτροπή, εκτιμάται ότι δεν δύναται να θεωρηθεί ότι, κατά την υπό κρίση περίοδο, κάποια εταιρία κατέχει δεσπόζουσα θέση στη συγκεκριμένη αγορά.

#### IV. ΔΟΜΗ ΑΓΟΡΑΣ ΠΩΛΗΣΗΣ ΜΙΚΡΟΣΥΣΚΕΥΩΝ ΥΓΡΑΕΡΙΟΥ ΓΕΝΙΚΗΣ ΓΕΝΙΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ

##### 4.1. ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΜΙΚΡΟΣΥΣΚΕΥΩΝ ΥΓΡΑΕΡΙΟΥ ΓΕΝΙΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ

59. [...] <sup>74</sup>. Αυτό καταδεικνύει ότι το πελατολόγιο και των διανομέων/αντιπροσώπων είναι τα σούπερ μάρκετ <sup>75</sup>. Στον Πίνακα 5 κατωτέρω παρατίθεται το ποσοστό πωλήσεων της RESOUL συνολικά ανά κατηγορία πελατών για το χρονικό διάστημα 2005-2019:

Πίνακας 5 Ποσοστό των Πωλήσεων RESOUL ανά κατηγορία πελάτη για το χρονικό διάστημα 2005-2019				
ΕΤΗ	ΔΙΑΝΟΜΕΙΣ	SUPER MARKET	ΛΟΙΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ
2005	[...]	[...]	[...]	100,00%
2006	[...]	[...]	[...]	100,00%
2007	[...]	[...]	[...]	100,00%
2008	[...]	[...]	[...]	100,00%
2009	[...]	[...]	[...]	100,00%
2010	[...]	[...]	[...]	100,00%
2011	[...]	[...]	[...]	100,00%
2012	[...]	[...]	[...]	100,00%
2013	[...]	[...]	[...]	100,00%
2014	[...]	[...]	[...]	100,00%
2015	[...]	[...]	[...]	100,00%
2016	[...]	[...]	[...]	100,00%
2017	[...]	[...]	[...]	100,00%
2018	[...]	[...]	[...]	100,00%
2019	n/a	n/a	n/a	n/a

Πηγή: RESOUL (υπ' αρ. 383/20.1.2017 και 5944/30.6.2020).

60. Από την ανάλυση του Πίνακα 5 ανωτέρω προκύπτει ότι οι πωλήσεις της καταγγελλόμενης προς τους διανομείς για το χρονικό διάστημα 2005-2018 βαίνουν μειούμενες. Ενώ δηλαδή το 2005 αποτελούν περίπου

<sup>74</sup> Βλ. σελ. 13 της Δήλωσης [...]

<sup>75</sup> Βλ. την υπ' αρ. 383/20.1.2017 απάντηση της καταγγελλόμενης.

το [...] % των πωλήσεων της RESOUL, το 2018 φτάνουν μόλις το [...] %. Αντίστροφα, αυξάνονται οι απευθείας (άμεσες) πωλήσεις προς τα σούπερ μάρκετ. Πράγματι, το 2005 το εν λόγω ποσοστό ήταν περίπου [...] %, ενώ το 2018 ξεπέρασε το [...] %. Σημειώνεται ότι το ποσοστό των «λοιπών» πελατών, που αφορά κυρίως σε εξειδικευμένα καταστήματα πώλησης, έως το 2012 κυμαίνονταν περίπου στο [...] %, από το 2013 έως το 2018 κυμαίνεται από [...] % έως [...] % σημειώνοντας σημαντική αύξηση.

61. Συμπερασματικά, τα ποσοστά των πωλήσεων της καταγγελλόμενης προς τους διανομείς μειώθηκαν σταδιακά κατά τη διάρκεια της ερευνώμενης περιόδου, ενώ αντιθέτως αυξήθηκαν τα ποσοστά των απευθείας πωλήσεων της προς τα σούπερ μάρκετ και τους λοιπούς πελάτες της. Συνεπώς, προκύπτει ότι με την πάροδο των ετών, ο μεγαλύτερος όγκος πωλήσεων της καταγγελλόμενης μεταφέρθηκε σταδιακά από τους διανομείς προς τα σούπερ μάρκετ και τους λοιπούς πελάτες. Ειδικότερα για την τελευταία κατηγορία πελατών της RESOUL παρατηρείται έντονη αύξηση του ποσοστού της το έτος 2013, που είναι και το έτος που απαλείφθηκαν οι περισσότεροι από τους υπό διερεύνηση όρους από τις συμβάσεις που είχε συνάψει η RESOUL με τους διανομείς της.

##### 4.1.1. ΓΚΑΜΑ ΜΙΚΡΟΣΥΣΚΕΥΩΝ ΥΓΡΑΕΡΙΟΥ ΓΕΝΙΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ

62. Όπως έχει ήδη αναφερθεί, η αγορά μικροσυσκευών υγραερίου γενικής χρήσης αποτελείται από τα εξής προϊόντα:

- 1) καμινέτα και λάμπες φιαλιδίου καθώς και σχετικά εξαρτήματα,
- 2) εστίες φιαλιδίου,
- 3) φιαλίδια για καμινέτα, εστίες και λάμπες,
- 4) εστίες φιάλης,
- 5) φιάλες για εστίες,
- 6) καμινευτήρες φιαλιδίου και σχετικά εξαρτήματα, και
- 7) φιαλίδια για καμινευτήρες.

##### 4.1.2. ΚΑΝΑΛΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΚΑΙ ΠΩΛΗΣΗΣ ΜΙΚΡΟΣΥΣΚΕΥΩΝ ΥΓΡΑΕΡΙΟΥ ΓΕΝΙΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ

63. Σύμφωνα με τη Δήλωση [...].

64. Περαιτέρω, η ίδια η RESOUL έχει περιγράψει <sup>76</sup> το δίκτυο διανομής των προϊόντων της ως εξής:

(1) Σούπερ μάρκετ τροφίμων / Αλυσίδες πανελλήνιας και τοπικής εμβέλειας (με περισσότερα από δύο ταμεία):  
- με απευθείας επίσκεψη από τους πωλητές της στα καταστήματα και στα κεντρικά και παραγγελιοληψία ανά κατάσταση είτε κεντρικά από το Τμήμα Αγορών τους, ή  
- μέσω συνεργατών της (αντιπρόσωποι / διανομείς, κ.α.), με επίσκεψη και παραγγελιοληψία ανά κατάσταση από τον υπεύθυνο της κατηγορίας των προϊόντων ή τον διευθυντή του καταστήματος.

(2) Υπεραγορές γενικού εμπορίου: με απευθείας επίσκεψη από τους πωλητές της στα καταστήματα και παραγγελιοληψία ανά κατάσταση.

(3) Cash & Carry

- με απευθείας επίσκεψη από τους πωλητές της στα καταστήματα και στα κεντρικά και παραγγελιοληψία είτε ανά κατάσταση είτε κεντρικά από το Τμήμα Αγορών τους, ή

<sup>76</sup> Βλ. υπ' αρ. 8007/5.11.2014 έγγραφο.

- μέσω των συνεργατών της (αντιπρόσωποι / διανομείς, κ.α.) με επίσκεψη ανά κατάσταση και παραγγελιοληψία ανά κατάσταση από τον υπεύθυνο της κατηγορίας των προϊόντων ή τον διευθυντή του καταστήματος.

(4) Μεμονωμένα καταστήματα (ενδεικτικά: καταστήματα υγραερίου, είδη σπιτιού, είδη κήπου, κ.α.): Με απευθείας επίσκεψη από τους πωλητές της ή από τους συνεργάτες της (αντιπρόσωποι / διανομείς, κ.α.) στα καταστήματα και παραγγελιοληψία ανά κατάσταση.

(5) E-shop: Απευθείας πώληση στον τελικό καταναλωτή μέσω του διαδικτυακού καταστήματός της.

65. Σύμφωνα με τις απαντήσεις των διανομέων/αντιπροσώπων<sup>77</sup> σε σχετικό ερώτημα, οι κατηγορίες πελατών τους είναι οι εξής: Υπεραγορές, όμιλοι σούπερ μάρκετ, σούπερ μάρκετ, παντοπωλεία, κρεοπωλεία, ψιλικά, μίνι μάρκετ, καταστήματα εισαγωγών - εμπορίου τροφίμων, ταβέρνες-εστιατόρια, καφετέριες, σνακ - μπαρ, ζαχαροπλαστική, πρατήρια ποτών, καταστήματα ηλεκτρικών ειδών, χρωματοπωλεία, εξειδικευμένα καταστήματα, στρατιωτικά πρατήρια κ.α.

66. Επιπλέον, από τις απαντήσεις των οκτώ (8) διανομέων / αντιπροσώπων<sup>78</sup> που απάντησαν στο ερώτημα σχετικά με το ποιο μέρος των πωλήσεων τους αντιπροσωπεύουν οι πωλήσεις της καταγελλόμενης, εξάγεται το συμπέρασμα ότι δεν διανέμουν μόνο τα προϊόντα της, αλλά και προϊόντα άλλων εταιριών της εφοδιαστικής αλυσίδας. Συγκεκριμένα, οι πωλήσεις των διανομέων/αντιπροσώπων σε προϊόντα της καταγελλόμενης αντιπροσωπεύουν κατά ανώτατο όριο το [...] % των συνολικών τους πωλήσεων για το χρονικό διάστημα 2008-2015.

#### 4.1.3. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΕΛΛΟΜΕΝΗΣ

67. Όπως προαναφέρθηκε, προκειμένου να διερευνηθεί η αγορά που δραστηριοποιείται η καταγελλόμενη, η ΓΔΑ απέστειλε επιστολές παροχής στοιχείων σε ανταγωνίστριες εταιρίες<sup>79</sup>. Κατά το έτος 2012, προ της υποβολής της καταγγελίας, οι εν λόγω εταιρίες (μαζί με την εταιρία [...], [...])<sup>80</sup>, ήταν οι κυριότεροι ανταγωνιστές της καταγελλόμενης με συνολικό μερίδιο αγοράς μόλις [5-10]%<sup>81</sup>.

<sup>77</sup> [...] (υπ' αρ. 3244/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3299/26.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3158/20.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3159/20.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3298/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3233/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3231/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3220/22.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3201/21.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3109/19.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3188/21.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3280/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3280/25.5.2015 και 3284/26.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3225/25.5.2015).

<sup>78</sup> Βλ. επιστολές [...] (υπ' αρ. 3158/20.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3159/20.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3298/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3231/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3220/22.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3201/21.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3109/19.5.2015) και [...] (υπ' αρ. 3280/25.5.2015 και 3284/26.5.2015).

<sup>79</sup> Τις εταιρίες αυτές ανέφερε ως ανταγωνιστές η ίδια η καταγελλόμενη: ΠΕΤΡΟΓΚΑΖ (Με το υπ' αρ. 5062/14.7.2016 έγγραφο παροχής στοιχείων της Γ.Δ.Α.), CORAL GAS (Με το υπ' αρ. 5063/14.7.2016 έγγραφο παροχής στοιχείων της Γ.Δ.Α.), ΤΑΙ (Με το υπ' αρ. 5064/14.7.2016 έγγραφο παροχής στοιχείων της Γ.Δ.Α.), COFFEE GAZ (Με το υπ' αρ. 5065/14.7.2016 έγγραφο παροχής στοιχείων της Γ.Δ.Α.), ΒΟΣΝΑΚΗΣ (Με το υπ' αρ. 5067/14.7.2016 έγγραφο παροχής στοιχείων της Γ.Δ.Α.), CAMPER GAZ (Με το υπ' αρ. 5068/14.7.2016 έγγραφο παροχής στοιχείων της Γ.Δ.Α.) και ZEUCAS HELLAS.

<sup>80</sup> Βλ. Δήλωση [...].

<sup>81</sup> Επισημαίνεται ότι το 2012 τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας είχαν μερίδιο αγοράς σχεδόν [10-15]%, ενώ όλοι οι υπόλοιποι ανταγωνιστές είχαν μερίδιο κάτω του [0-5]%

68. Οι επιχειρήσεις αυτές, όπως και η καταγελλόμενη, διακινούν τα εμπορεύματά τους μέσω χονδρεμπόρων / μεταπωλητών και σούπερ μάρκετ<sup>82</sup>. Στις επόμενες παραγράφους συνοψίζονται τα κύρια σημεία των τοποθετήσεων των ανταγωνιστών της καταγελλόμενης.

69. Η [...], η μεγαλύτερη ανταγωνίστρια της καταγελλόμενης σε όρους μεριδίων αγοράς, ανέφερε<sup>83</sup> ότι οι πελάτες της είναι κατηγοριοποιημένοι σε τρεις διαφορετικές ομάδες, α) τους πελάτες εξαγωγών, β) τις αλυσίδες / υπεραγορές σούπερ μάρκετ, και γ) τους χονδρέμπορους. Κατά τα έτη 2005-2013 οι χονδρέμποροι διακινούσαν τουλάχιστον το [...] του κύκλου εργασιών της εταιρίας έχοντας όμως [...] καταλήγοντας στο [...] % του κύκλου εργασιών της το 2019.

70. Η [...] στις σχετικές επιστολές της<sup>84</sup> για όλη τη χρονική περίοδο 2005-2019, παρόλο που προσκόμισε τις κατηγορίες του πελατολογίου της, δεν είχε καμία αναφορά σε χονδρέμπορους ως κανάλι διανομής των προϊόντων της.

71. Η [...] στις σχετικές επιστολές της<sup>85</sup> ανέφερε ότι από το έτος 2009 έως και το 2019 χρησιμοποιεί χονδρέμπορους για τη διανομή των προϊόντων της. Στο εν λόγω όμως χρονικό διάστημα παρατηρείται ότι ενώ από το 2009 έως το 2015 το ποσοστό του κύκλου εργασιών της που προερχόταν από χονδρέμπορους κινήθηκε [...] (από [...] % το 2009 σε [...] % το 2015), από το 2016 παρατηρείται ότι έχει μια τεράστια [...] του συνολικού κύκλου εργασιών της και παράλληλα μία τεράστια [...] του κύκλου εργασιών της που προέρχεται από χονδρέμπορους (από το [...] % του 2015, [...] σε [...] % το 2016 και [...] % το 2019).

72. Η [...] στις σχετικές επιστολές<sup>86</sup> ανέφερε ότι από το έτος 2011 έως και το 2015 χρησιμοποιεί χονδρέμπορους για τη διανομή των προϊόντων (άλλοι πελάτες της είναι σούπερ μάρκετ και μίνι μάρκετ). Στο εν λόγω όμως χρονικό διάστημα παρατηρείται ότι το ποσοστό του κύκλου εργασιών της που προερχόταν από χονδρέμπορους κινήθηκε [...] (από [...] % το 2011 σε [...] % το 2015).

73. Η [...] στις σχετικές επιστολές της<sup>87</sup> ανέφερε ότι από το έτος 2005 έως και το 2019 [...] χονδρέμπορους για τη διανομή των προϊόντων της, [...] μεταπωλητής διαφόρων εμπορικών σημάτων έως το 2015 και από το 2016 ως μεταπωλητής [...].

74. Η [...] στις σχετικές επιστολές της<sup>88</sup> ανέφερε ότι από το έτος 2015 έως και το 2019 χρησιμοποιεί χονδρέ-

<sup>82</sup> Βλ. τις υπ' αρ. επιστολές της [...] (5613/2.8.2016 και 5825/25.6.2020), [...] (5155/18.7.2016 και 5618/19.6.2020), [...] (5625/2.8.2016 και υπό τη νέα ονομασία της [...] την 5307/15.6.2020), [...] (5603/2.8.2016 και 5616/19.6.2020), [...] (5934/19.8.2016), [...] και γι' αυτό δεν απάντησε στις υποβληθείσες από τη ΓΔΑ ερωτήσεις, [...] (6008/25.8.2016 και υπό την νέα της ονομασία [...] την 6337/9.7.2020), [...] (5678/4.8.2016 και 5409/16.6.2020).

<sup>83</sup> Βλ. τις υπ' αρ. 5678/4.8.2016 και 5409/16.6.2020 επιστολές της.

<sup>84</sup> Βλ. τις υπ' αρ. 5603/2.8.2016 και 5616/19.6.2020 επιστολές της.

<sup>85</sup> Βλ. τις υπ' αρ. 5625/2.8.2016 και 5307/15.6.2020 επιστολές της.

<sup>86</sup> Βλ. τις υπ' αρ. 5613/2.8.2016 και 5825/25.6.2020 επιστολές της.

<sup>87</sup> Βλ. τις υπ' αρ. 6008/25.8.2016 και 6337/9.7.2020 επιστολές της.

<sup>88</sup> Βλ. τις υπ' αρ. 5155/18.7.2016 και 5618/19.6.2020 επιστολές της.

μπόρους για τη διανομή των προϊόντων της. Στο εν λόγω χρονικό διάστημα παρατηρείται ότι ποσοστό του κύκλου εργασιών της που προερχόταν από χονδρεμπόρους κυμάνθηκε περίπου στο [...]%. Σχετικά με τον πιθανό αποκλεισμό της ως αποτέλεσμα της εμπορικής πολιτικής της καταγγελλόμενης, η ερωτώμενη εταιρία ανέφερε ότι το χρονικό διάστημα 2015-2020, για τα μη επαναπληρούμενα φιαλίδια για καμινέτα και καμινευτήρες, σύμφωνα με την έως τώρα εμπειρία της, αντιμετωπίζει δυσκολία πρόσβασης στην τοποθέτηση των ανωτέρω προϊόντων στα σούπερ μάρκετ, ιδιαίτερα στα μεσαίου και μικρού μεγέθους καταστήματα, καθώς οι θέσεις αυτές είναι περιορισμένες και συνήθως ήδη κατειλημμένες από τα προϊόντα της εταιρίας RESOUL. Ως προς τις υπεραγορές μεγάλου μεγέθους η εταιρία ανέφερε ότι η προβολή των προϊόντων της τόσο σε εύρος ραφίου όσο και σε ποιότητα του σημείου προβολής (ορατότητα / πρόσβασης), είναι εμφανώς υποδεέστερη αυτής των προϊόντων της καταγγελλόμενης<sup>89</sup>.

75. Σημειώνεται ότι οι λοιπές εταιρίες, απαντώντας σε σχετικό ερώτημα της ΓΔΑ σχετικά με πιθανό αποκλεισμό τους ως αποτέλεσμα της εμπορικής πολιτικής της καταγγελλόμενης, ανέφεραν ότι δεν είχαν δεχθεί τέτοιο αποκλεισμό ή ότι δεν γνώριζαν κάτι τέτοιο.

#### 4.2. Η ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑ ΘΕΣΗ ΤΗΣ RESOUL ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΠΩΛΗΣΗΣ ΜΙΚΡΟΣΥΣΚΕΥΩΝ ΥΓΡΑΕΡΙΟΥ ΓΕΝΙΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ

##### 4.2.1. ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

76. Νομολογιακά έχει γίνει δεκτό ότι μερίδιο αγοράς που υπερβαίνει το 50% για διάστημα άνω των τριών ετών αποτελεί, πλην εξαιρετικών περιστάσεων, απόδειξη ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης<sup>90</sup>. Σύμφωνα με τη σχετική νομολογία, τόσο υψηλά μερίδια αγοράς επαρκούν ως αποδείξεις κατοχής δεσπόζουσας θέσης, ενώ άλλες ενδείξεις συνεκτιμώνται συμπληρωματικά, προς ενίσχυση του ήδη εξαχθέντος συμπεράσματος.

##### 4.2.2. ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ ΤΗΣ

77. Στους κατωτέρω πίνακες παρατίθενται, κατά σειρά, τα μερίδια αγοράς τόσο σε αξία (Πίνακας 6) όσο και σε όγκο (Πίνακας 7) των εταιριών που δραστηριοποιούνται στην αγορά πώλησης μικροσυσκευών υγραερίου για γενική χρήση (τόσο σε εσωτερικούς όσο και σε εξωτερικούς χώρους) για τη χρονική περίοδο 2004-2019, τα οποία έχουν προσκομιστεί από την καταγγελλόμενη<sup>91</sup>.

Πίνακας 6: Μερίδια αγοράς (%), (σε όρους αξίας), στην αγορά πώλησης μικροσυσκευών υγραερίου για γενική χρήση για τη χρονική περίοδο 2005 έως Α' 5μηνιο 2020																
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Ιαν.- Μαϊ. 2020
Resoul	55-65	55-65	65-75	65-75	75-85	75-85	75-85	75-85	75-85	65-75	65-75	65-75	65-75	65-75	65-75	65-75
Seral	5-10	5-10	5-10	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
coral gaz	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
Petrogaz	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
Tai	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
coffee gaz	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
Olbi	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
Vosnakis	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
Eyrelko	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
Intergaz	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
pitsos	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
camper gaz	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	5-10	5-10	5-10	5-10	10-15
Zeucas	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
bello_bag	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
dobs*	15-25	10-15	10-15	10-15	10-15	10-15	10-15	10-15	10-15	10-15	10-15	10-15	10-15	10-15	10-15	10-15
others	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5

\*Προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (private labels) ή Distributors Own Brands

Πηγή: Εταιρία RESOUL (με τις υπ' αρ. 4792/12.6.2013 και 5944/30.6.2020 επιστολές)

<sup>89</sup> Επισημαίνεται ότι για τις αναφερόμενες πρακτικές η εταιρία δεν προσκόμισε σχετικό αποδεικτικό υλικό.

<sup>90</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΕ C-62/86, AKZO κατά Επιτροπής, EU:C:1991:286, σκ. 60-61. Στην εν λόγω υπόθεση η προσφεύγουσα επιχείρηση κρίθηκε ότι είχε δεσπόζουσα θέση επειδή κατείχε σταθερό επί τριετία μερίδιο αγοράς 50%, διαπίστωση που ενισχύθηκε από το γεγονός ότι επρόκειτο για εταιρία με τεχνολογικό προβάδισμα και πρωτοπορία στην αγορά. Βλ. επίσης ΓενΔΕΕ T-228/97, Irish Sugar κατά Επιτροπής, EU:T:1999:246, σκ. 70, ΔΕφΑθ. 2265/2010, σκ. 30, Ε.Ε. COMP/37.990/13.5.2009 Intel, σκ. 852.

<sup>91</sup> Κατά την εκτίμηση της ΓΔΑ, τα μερίδια αυτά έχουν υπολογισθεί βάσει πωλήσεων λιανικής των σούπερ μάρκετ σε Ηπειρωτική Ελλάδα και Κρήτη σε καταστήματα που διαθέτουν τουλάχιστον δύο ταμεία. Ειδικότερα, τα δεδομένα προέρχονται από την υπ' αρ. 5944/30.6.2020 επιστολή της καταγγελλόμενης χωρίς να διευκρινίζεται η πηγή τους. Με τη Δήλωση [...] Περαιτέρω, οι εταιρίες - ανταγωνιστές της καταγγελλόμενης [...] και [...] εκτιμούν ότι το μερίδιο αγοράς της καταγγελλόμενης στη σχετική αγορά για τα έτη 2015-2019 είναι περίπου [...] (βλ. υπ' αρ. 5409/16.6.2020 και 5619/19.6.2020 επιστολές τους αντίστοιχα).

Πίνακας 7:  
Μερίδια αγοράς (%), (σε όρους όγκου),  
στην αγορά πώλησης μικροσυσκευών υγραερίου για γενική χρήση για τη χρονική περίοδο 2005 έως Α' 5μνηνο 2020

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Ιαν.- Μαϊ. 2020
Resoul	35-45	35-45	35-45	45-55	45-55	45-55	45-55	45-55	35-45	45-55	45-55	45-55	45-55	45-55	35-45	35-45
Seral	5-10	5-10	5-10	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
coral gaz	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	5-10	5-10	5-10	0-5
Petrogaz	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
Tai	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
coffee gaz	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
Olbi	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
Vosnakis	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
Eyrelko	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
Intergaz	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
pitsos	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
camper gaz	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	5-10	5-10	5-10	5-10	5-10	5-10	5-10	10-15
Zeucas	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
bello_bag	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5
dobs*	35-45	35-45	35-45	35-45	35-45	35-45	35-45	35-45	35-45	25-35	25-35	25-35	25-35	25-35	25-35	25-35
others	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	5-10	5-10	5-10

\*Προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (private labels) ή Distributors Own Brands

Πηγή: Εταιρία RESOUL (με τις υπ' αρ. 4792/12.6.2013 και 5944/30.6.2020 επιστολές)

78. Επισημαίνεται ότι, όπως προκύπτει από τα ως άνω στοιχεία, υπάρχει μεγάλη απόκλιση του μεριδίου αγοράς της RESOUL σε αξία από το μερίδιο αγοράς της σε όγκο (τεμάχια). Αυτό καταδεικνύει ότι η λιανική τιμή των προϊόντων της είναι υψηλή, σε αντίθεση π.χ. με τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας.

79. Επίσης από τα στοιχεία των Πινάκων 6 και 7, προκύπτει ότι η καταγγελλόμενη εταιρία RESOUL διατηρεί σταθερά την πρώτη θέση στη χονδρική αγορά πώλησης μικροσυσκευών υγραερίου για γενική χρήση, κατέχοντας δεσπόζουσα θέση με μερίδια άνω του [65-75]% (σε όρους αξίας) και άνω του [35-45]% (σε όρους όγκου) καθ' όλη την περίοδο 2005- Α' 5μνηνο 2020. Οι αμέσως επόμενοι ανταγωνιστές της κατέχουν μερίδιο έως [10-15]% σε όρους αξίας, και [10-15]% σε όρους όγκου.

80. Με βάση τα ανωτέρω στοιχεία, και συνδυάζοντας αυτά με την κατανομή των πωλήσεων της καταγγελλόμενης σε χονδρεμπόρους / διανομείς, σούπερ μάρκετ και λοιπά κανάλια που παρατέθηκε στον Πίνακα 5, αμέσως κατωτέρω τα στοιχεία εκείνου του πίνακα συμπληρώνονται ως ακολούθως:

Πίνακας 8  
Ποσοστό των Πωλήσεων RESOUL ανά κατηγορία πελάτη και μερίδιο αγοράς  
για το χρονικό διάστημα 2005-2019

ΕΤΗ	ΔΙΑΝΟΜΕΙΣ	SUPER MARKET	ΛΟΙΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ	ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ RESOUL	ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ RESOUL ΑΠΟ ΔΙΑΝΟΜΕΙΣ
2005	[... ]%	[... ]%	[... ]%	100,00%	55-65%	25-35%
2006	[... ]%	[... ]%	[... ]%	100,00%	55-65%	25-35%
2007	[... ]%	[... ]%	[... ]%	100,00%	65-75%	25-35%
2008	[... ]%	[... ]%	[... ]%	100,00%	65-75%	35-45%
2009	[... ]%	[... ]%	[... ]%	100,00%	75-85%	35-45%
2010	[... ]%	[... ]%	[... ]%	100,00%	75-85%	25-35%
2011	[... ]%	[... ]%	[... ]%	100,00%	75-85%	25-35%
2012	[... ]%	[... ]%	[... ]%	100,00%	75-85%	15-25%
2013	[... ]%	[... ]%	[... ]%	100,00%	75-85%	15-25%

2014	[...]%	[...]%	[...]%	100,00%	65-75%	15-25%
2015	[...]%	[...]%	[...]%	100,00%	65-75%	10-15%
2016	[...]%	[...]%	[...]%	100,00%	65-75%	15-25%
2017	[...]%	[...]%	[...]%	100,00%	65-75%	10-15%
2018	[...]%	[...]%	[...]%	100,00%	65-75%	10-15%
2019	n/a	n/a	n/a	n/a	65-75%	n/a

Πηγή: RESOUL (υπ' αρ. 4792/12.6.2013, 383/20.1.2017 και 5944/30.6.2020)

81. Από τον ανωτέρω πίνακα εξάγεται το συμπέρασμα ότι το μερίδιο αγοράς της καταγελλόμενης προερχόμενο από πωλήσεις των χονδρεμπόρων / διανομέων της, κατά το διάστημα 2005-2013 κυμαίνεται από [15-25]% έως [35-45]%.

82. Συνεπώς, υπό το φως των ανωτέρω στοιχείων, η καταγελλόμενη RESOUL κατέχει δεσπόζουσα θέση στη συγκεκριμένη αγορά, καθ' όλη την ερευνώμενη περίοδο<sup>92</sup>.

#### 4.2.3. ΑΝΤΙΣΤΑΘΜΙΣΤΙΚΗ ΙΣΧΥΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ (ΙΔΙΩΣ ΤΩΝ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ / ΥΠΕΡΑΓΟΡΩΝ / ΟΜΙΛΩΝ ΑΓΟΡΩΝ)

83. Όπως έχει αναφερθεί και ανωτέρω, οι βασικοί πελάτες των εταιριών που δραστηριοποιούνται στην εν λόγω αγορά είναι τα σούπερ μάρκετ. Μέχρι το 2012, όπως χαρακτηριστικά αναφέρει η καταγελλόμενη, « [...]»<sup>93</sup>. Κατ' επέκταση, η ποσότητα των προϊόντων που πώλησε η RESOUL μέχρι εκείνη τη χρονική στιγμή, ταυτίζεται ουσιαστικά με την ποσότητα των προϊόντων RESOUL που πώλησαν τα σούπερ μάρκετ. Από το 2013 και μετά, το ποσοστό των πωλήσεων της εταιρίας που πραγματοποιείται μέσω σούπερ μάρκετ μειώνεται, ωστόσο παραμένει σε πολύ υψηλά επίπεδα, της τάξης του [...] % έως [...] %.

84. Μια σημαντική ένδειξη της πιθανής αντισταθμιστικής αγοραστικής ισχύος των μεγαλύτερων αλυσίδων σούπερ μάρκετ αποτελεί το μέγεθός τους<sup>94</sup>.

85. Από την πρόσφατη Κλαδική Έρευνα της ΕΑ<sup>95</sup> προκύπτει ότι στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, δραστηριοποιείται μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων, χωρίς κάποια από αυτές να κατέχει ιδιαίτερα σημαντική θέση. Η διαπραγματευτική δύναμη των αλυσίδων σούπερ μάρκετ εξαρτάται από την εμπορική σημασία που έχουν αυτές. Εν προκειμένω, όσο μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεων της καταγελλόμενης διοχετεύεται μέσα από την κάθε αλυσίδα, τόσο μεγαλύτερη η εμπορική σημασία της. Όπως έχει εκτεθεί όμως και ανωτέρω, η καταγελλόμενη πραγματοποιεί αρκετά μεγάλο μέρος των πωλήσεών της μέσω των πέντε μεγαλύτερων αλυσίδων σούπερ μάρκετ. Συνεπώς, όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται στην Κλαδική Έρευνα 2/2020 της ΕΑ, «... η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών του κλάδου ποικίλλει ανάλογα με το προϊόν του προμηθευτή και το μέγεθος του σούπερ μάρκετ. Έτσι, προμηθευτές με ισχυρά σήματα προϊόντων έχουν σημαντικό πλεονέκτημα έναντι των πελατών τους, το οποίο, όμως, αντισταθμίζεται στις περιπτώσεις των μεγάλων αλυσίδων σούπερ μάρκετ, οι οποίες, όπως προαναφέρθηκε, αντιπροσωπεύουν και το μεγαλύτερο μέρος των συνολικών πωλήσεων της αγοράς. ...». Υπό το φως των ανωτέρω, η έννοια της αντισταθμιστικής ισχύος των πέντε μεγαλύτερων σούπερ μάρκετ, χαρακτηρίζεται ως μια αμφίδρομη μεν σχέση με την καταγελλόμενη, η οποία όμως αφήνει περιθώρια ανάκαμψης στην καταγελλόμενη στην περίπτωση που χάσει ένα σούπερ μάρκετ από το πελατολόγιό της.

#### 4.2.4. ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΣΗΜΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΠΙΣΤΗ

86. Η σχετική διαπραγματευτική ισχύς των σούπερ μάρκετ εξαρτάται εξάλλου και από την αναγνωρισιμότητα του σήματος του προμηθευτή. Τα εμπορικά σήματα που διακινεί η καταγελλόμενη, δεδομένων των ανωτέρω μεριδίων αγοράς τους είναι απαραίτητο να βρίσκονται στα ράφια των σούπερ μάρκετ («must have»). Εξάλλου, όπως η ίδια η καταγελλόμενη αναφέρει στη Δήλωση [...]»<sup>96</sup> [...]»<sup>97</sup>. [...].

87. Συμπέρασμα αυτής της συλλογιστικής που παρατίθεται από την ίδια την καταγελλόμενη είναι ότι τα προϊόντα της αφενός χαίρουν μεγάλης αναγνωρισιμότητας, αφετέρου μπορούν να χαρακτηριστούν ως «must have» για τα σούπερ μάρκετ.

88. Συνοψίζοντας τα ανωτέρω, διαπιστώνεται ότι η όποια αντισταθμιστική ισχύς των πελατών-σούπερ μάρκετ έναντι της καταγελλόμενης, μπορεί να θεωρηθεί ότι περιορίζεται από την αναγνωρισιμότητα των προϊόντων της από το καταναλωτικό κοινό και τη δύναμη των σημάτων της (Campingaz, El Greco, Θεόφιλος), καθώς και από τα υψηλά μερίδια αγοράς της, που την καθιστούν αναπόφευκτο εμπορικό εταίρο.

<sup>92</sup> Σημειώνεται ότι η ΓΔΑ απέστειλε επιστολές παροχής στοιχείων στους επτά σημαντικότερους ανταγωνιστές της, προκειμένου μεταξύ άλλων να εκτιμήσει τα μερίδια αγοράς τους στη σχετική υπό εξέταση αγορά. Ωστόσο αυτό δεν κατέστη δυνατό, είτε διότι δεν προσκομίστηκαν στοιχεία είτε διότι προσκομίστηκαν ακατάλληλα στοιχεία για συναγωγή συμπερασμάτων, καθώς κάποιες από τις εταιρίες αυτές προμηθεύουν την αγορά με προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας. Λόγω των ανωτέρω η ΓΔΑ υιοθέτησε τα προσκομιζόμενα από τη ίδια την καταγελλόμενη δεδομένα από τα οποία προκύπτει ότι, για το διάστημα των ετών 2005 έως και 2019 είχε μερίδια αγοράς σε αξία μεταξύ [55-65]%-[75-85] %.

<sup>93</sup> Βλ. σελ. 13 και 14 της Δήλωσης [...].

<sup>94</sup> Βλ. την υπό στοιχεία 583/VI/2013 απόφαση της ΕΑ (ΠΡΟΚΤΕΡ & ΓΚΑΜΠΛ).

<sup>95</sup> Βλ. Τελική Έκθεση κλαδικής έρευνας της ΕΑ στα Βασικά Καταναλωτικά Είδη, παρ. 49.

<sup>96</sup> [...]

<sup>97</sup> [...]

89. Λαμβάνοντας, επομένως, υπόψη την επώνυμη γκάμα προϊόντων της καταγγελλόμενης, την τεχνολογική υπεροχή τους και την καταναλωτική πίστη, αλλά και το μικρό μερίδιο των ανταγωνιστών της, προκύπτει ότι δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι κάποια από τις μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ - πελάτες της καταγγελλόμενης διαθέτει επαρκή αντισταθμιστική ισχύ.

V. ΕΞΕΤΑΣΗ ΤΗΣ ΥΠΟ ΚΡΙΣΗ ΥΠΟΘΕΣΗΣ ΥΠΟ ΤΟ ΠΡΙΣΜΑ ΤΩΝ ΑΡΘΡΩΝ 1 και 2 του ν. 3959/2011 ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ 101 και 102 ΣΛΕΕ

#### 5.1. ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ

90. Με την έναρξη ισχύος του ν. 3959/2011 για την προστασία του ελεύθερου ανταγωνισμού την 20.4.2011, αντικαταστάθηκε ο ν. 703/1977 (Περί ελέγχου μονοπωλίων και ολιγοπωλίων και προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού). Βάσει των αρχών που διέπουν τη διαχρονική εφαρμογή του δικαίου, καθώς και βάσει των αρχών της ασφάλειας δικαίου και της προστασίας της δικαιολογημένης εμπιστοσύνης των διοικουμένων, ισχύει ως γενικός κανόνας ότι εφαρμοστέες είναι οι διατάξεις ουσιαστικού δικαίου, οι οποίες ίσχυαν κατά τον χρόνο επελεύσεως των γεγονότων που συνιστούν την παράβαση, χωρίς να έχει σημασία ο χρόνος κατά τον οποίο εφαρμόζονται οι σχετικές διατάξεις και επιβάλλονται οι σχετικές κυρώσεις<sup>98</sup>. Επομένως, κάθε συμπεριφορά επιχείρησης, η οποία εκδηλώθηκε και έπαυσε προ της 20.4.2011 (ημερομηνία κατάργησης του ν. 703/1977 και θέσης σε ισχύ του ν. 3959/2011) και η οποία πιθανολογείται ότι πληροί τις προϋποθέσεις εφαρμογής των προβλεπόμενων στα άρθρα 1 και 2 του ν. 703/1977 παραβάσεων, αξιολογείται βάσει των προαναφερόμενων άρθρων. Προκειμένου, ωστόσο, περί παραβατικής συμπεριφοράς διαρκείας, με χρονική αφετηρία εκδήλωσης προγενέστερη της θέσης σε ισχύ του ν. 3959/2011, η οποία διαρκεί και μετά τη θέσπιση του νόμου αυτού, ως χρόνος διάπραξης της παράβασης θεωρείται εκείνος κατά τον οποίον εξακολούθει η δημιουργηθείσα από τη συμπεριφορά του δράστη κατάσταση<sup>99</sup> και, επομένως, η συμπεριφορά αυτή καταλαμβάνεται από το ρυθμιστικό πεδίο του νεότερου νόμου που θεσπίστηκε διαρκούσης της παράβασης<sup>100</sup>. Στην υπό κρίση υπόθεση, οι παραβατικές συμπεριφορές της ελεγχόμενης επιχείρησης, εκδηλώθηκαν μεν προ της 20.4.2011, αλλά διήρκεσαν και μετά το χρονικό αυτό σημείο, επομένως αξιολογούνται βάσει των αντίστοιχων άρθρων 1 και 2 του ν. 3959/2011<sup>101</sup>. Σε κάθε περίπτωση, αναφορικά με τις περιοριστικές του ανταγωνισμού συμφωνίες και την καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης, σημειώνεται ότι οι σχετικές διατάξεις του προϊσχύοντος (άρθρα 1 και 2 του ν. 703/1977) και του

<sup>98</sup> Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΕ C-201/09 και C-216/09, ArcelorMittal Luxembourg SA κατά Επιτροπής, EU:C:2011:190, σκ. 67-71.

<sup>99</sup> Κατ' αναλογία προς τις σχετικές διατάξεις του γενικού ποινικού δικαίου περί διαρκούς και στιγμιαίου εγκλήματος.

<sup>100</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις EA 676/2018, σκ. 127, EA663/2018, σκ. 175, EA 639/2017, σκ. 85.

<sup>101</sup> Διάφορο ως ένα βαθμό είναι το ζήτημα της αρμοδιότητας έκδοσης απόφασης περί διαπίστωσης ή μη παράβασης και επιβολής των όποιων κυρώσεων καθώς και των εφαρμοστέων κανόνων για την επιμέτρηση του προστίμου.

διάδοχου αυτού νόμου (άρθρα 1 και 2 του ν. 3959/2011) είναι κατ' ουσίαν όμοιες.

#### 5.2. ΕΦΑΡΜΟΣΤΕΟ ΔΙΚΑΙΟ

##### 5.2.1. ΠΕΡΙΟΡΙΣΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ

91. Σύμφωνα με τη διάταξη 1 παρ. 1 του ν. 3959/2011: «Με την επιφύλαξη της παρ. 3, απαγορεύονται όλες οι συμφωνίες και εναρμονισμένες πρακτικές μεταξύ επιχειρήσεων και όλες οι αποφάσεις ενώσεων επιχειρήσεων, οι οποίες έχουν ως αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα την παρεμπόδιση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ανταγωνισμού στην Ελληνική Επικράτεια, και ιδίως εκείνες οι οποίες συνίστανται: α) στον άμεσο ή έμμεσο καθορισμό των τιμών αγοράς ή πώλησης ή άλλων όρων συναλλαγής, [...] γ) στην κατανομή των αγορών ή των πηγών εφοδιασμού [...]». Επομένως, προϋποθέσεις για την εφαρμογή των εν λόγω απαγορευτικών διατάξεων είναι: i) η ύπαρξη συμφωνίας μεταξύ ανεξάρτητων επιχειρήσεων (ή εναρμονισμένης πρακτικής ή απόφασης ένωσης επιχειρήσεων), και ii) αντικείμενο ή αποτέλεσμα της ανωτέρω συμφωνίας να είναι ο περιορισμός, η παρακώλυση ή η νόθευση του ανταγωνισμού. Αντίστοιχες είναι και οι βασικές προϋποθέσεις που τάσσονται από τον ενωσιακό νομοθέτη για την εφαρμογή της παρ. 1 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ, το οποίο, υπό την επιφύλαξη της πλήρωσης του κριτηρίου του επηρεασμού του διακοινοτικού εμπορίου, είναι εφαρμοστέο και βάσει του άρθρου 3 του Κανονισμού 1/2003<sup>102</sup>. Ουσιαστικά, μοναδική επιπλέον προϋπόθεση εφαρμογής της ενωσιακής διάταξης, σε σχέση με τη διάταξη του εθνικού δικαίου, αποτελεί αυτή της δυνατότητας επίδρασης στο ενδοκοινοτικό εμπόριο<sup>103</sup>.

92. Η παρ. 3 του άρθρου 1 του ν. 3959/2011 προβλέπει εξαίρεση από τους εν λόγω απαγορευτικούς κανόνες για τις συμφωνίες, οι οποίες (α) συμβάλλουν στη βελτίωση της παραγωγής ή της διανομής των προϊόντων ή στην προώθηση της τεχνικής ή οικονομικής προόδου, (β) εξασφαλίζουν συγχρόνως στους καταναλωτές δίκαιο τμήμα από το όφελος που προκύπτει, (γ) δεν επιβάλλουν περιορισμούς που δεν είναι απαραίτητοι για την επίτευξη των στόχων αυτών, και (δ) δεν παρέχουν στις επιχειρήσεις αυτές τη δυνατότητα καταργήσεως του ανταγωνισμού σε σημαντικό τμήμα των σχετικών προϊόντων. Οι τέσσερις προαναφερόμενες προϋποθέσεις πρέπει να συντρέχουν σωρευτικά προκειμένου να τύχει εφαρμογής η ατομική απαλλαγή που προβλέπουν οι ανωτέρω διατάξεις. Εφόσον έστω και μία από αυτές δεν πληρούται, η συμφωνία είναι αυτοδικαίως άκυρη κατά την παρ. 2 του άρθρου 1 ν. 3959/2011<sup>104</sup>. Η επιχείρηση που διεκδικεί τη χορήγηση ατομικής απαλλαγής, φέρει το βάρος να αποδείξει ότι πληρούνται οι σχετικές προϋποθέσεις, με πειστικά

<sup>102</sup> Κανονισμός (ΕΚ) υπ' αρ. 1/2003 του Συμβουλίου, της 16ης Δεκεμβρίου 2002, για την εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού που προβλέπονται στα άρθρα 81 και 82 της Συνθήκης, ΕΕ L 1/1, της 4.1.2003.

<sup>103</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις EA 520/VI/2011, σκ. 133, ΣΤΕ 1731/2001.

<sup>104</sup> Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές για την εφαρμογή της παρ. 3 του άρθρου 81 της Συνθήκης, ΕΕ C 101 της 27.4.2004, σημ. 42 με περαιτέρω παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία.



επιχειρήματα και αποδεικτικά στοιχεία<sup>105</sup>. Αντίστοιχες είναι και οι προβλέψεις της παρ. 3 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ.

93. Στην υπό κρίση υπόθεση, οι πρακτικές της καταγγελλόμενης στην εμπορική συνεργασία της με τους χονδρεμπόρους - μεταπωλητές της περιλαμβάνουν:

(α) ρήτρες καθορισμού από τη RESOUL των τιμών μεταπώλησης των προϊόντων της από τους χονδρεμπόρους·

(β) ρήτρες περιορισμού των παθητικών ή και ενεργητικών (κατά περίπτωση) πωλήσεων των χονδρεμπόρων σε πελάτες οι οποίοι βρίσκονται εκτός της γεωγραφικής περιοχής ως προς την οποία η RESOUL τους έχει παραχωρήσει το (αποκλειστικό κατά περίπτωση) δικαίωμα να μεταπωλούν τα προϊόντα της· καθώς και

(γ) ρήτρες αποκλειστικής προώθησης του σήματος της RESOUL εκ μέρους των χονδρεμπόρων.

94. Οι ως άνω συμβατικοί όροι θα αξιολογηθούν ως «κάθετες συμφωνίες» υπό το πρίσμα των άρθρων 1 του ν. 3959/2011 και 101 ΣΛΕΕ, στο μέτρο που περιλαμβάνουν «κάθετους περιορισμούς» του ανταγωνισμού, όπως η αξιολόγηση αυτή παρατίθεται εκτενώς κατωτέρω (βλ. Τμήμα V, Μέρος Α (α)).

#### 5.2.2. ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑΣ ΘΕΣΗΣ

95. Σύμφωνα με τη διάταξη του άρθρου 2 του ν. 3959/2011 «Απαγορεύεται η καταχρηστική εκμετάλλευση από μία ή περισσότερες επιχειρήσεις της δεσπόζουσας θέσης στο σύνολο ή μέρος της αγοράς της Ελληνικής Επικράτειας. Η καταχρηστική αυτή εκμετάλλευση μπορεί να συνίσταται ιδίως: α) στην άμεση ή έμμεση επιβολή μη εύλογων τιμών αγοράς ή πωλήσεως ή άλλων όρων συναλλαγής, β) στον περιορισμό της παραγωγής, της διάθεσης ή της τεχνολογικής ανάπτυξης με ζημία των καταναλωτών, γ) στην εφαρμογή στο εμπόριο άνισων όρων για ισοδύναμες παροχές, ιδίως στην αδικαιολόγητη άρνηση πώλησης, αγοράς ή άλλης συναλλαγής, με αποτέλεσμα να περιέρχονται ορισμένες επιχειρήσεις σε μειονεκτική θέση στον ανταγωνισμό, δ) στην εξάρτηση της σύναψης συμβάσεων από την αποδοχή, εκ μέρους των συναλλασσόμενων, πρόσθετων παροχών, οι οποίες από τη φύση τους ή σύμφωνα με τις εμπορικές συνθήκες δεν συνδέονται με το αντικείμενο των συμβάσεων αυτών». Επομένως, προϋποθέσεις για την εφαρμογή της εν λόγω απαγορευτικής διάταξης είναι: (i) η κατοχή δεσπόζουσας θέσης στο σύνολο ή μέρος της σχετικής αγοράς (προϊόντος ή γεωγραφικής), και (ii) η καταχρηστική εκμετάλλευση αυτής. Αντίστοιχες είναι και οι βασικές προϋποθέσεις που τάσσονται από τον ενωσιακό νομοθέτη για την εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, εφόσον υπάρχει επηρεασμός του διακοινοτικού εμπορίου.

96. Οι ανωτέρω δύο προϋποθέσεις είναι σωρευτικές, υπό την έννοια ότι οι διατάξεις των άρθρων 2 του ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ δεν απαγορεύουν την κατοχή ή απόκτηση δεσπόζουσας θέσης καθαυτή, αλλά την καταχρηστική εκμετάλλευση αυτής. Κατά πάγια νομο-

<sup>105</sup> Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 267, καθώς και αποφάσεις ΔΕΦΑΘ 559/2010, σκ. 18, ΔΕΦΑΘ 2891/2009, σκ. 19, ΔΕΦΑΘ 1682/2009, σκ. 28 με περαιτέρω παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία.

λογία, καίτοι η διαπίστωση της ύπαρξης δεσπόζουσας θέσεως δεν αποδίδει καθαυτή καμία μομφή στην οικεία επιχείρηση, η επιχείρηση αυτή εντούτοις, ανεξάρτητα από τα αίτια δημιουργίας τέτοιας θέσεως, φέρει ιδιαίτερη ευθύνη να μη βλάπτει με τη συμπεριφορά της την ύπαρξη πραγματικού και ανόθευτου ανταγωνισμού στην αγορά<sup>106</sup>. Η ιδιαίτερη ευθύνη, την οποία συνεπάγεται η κατοχή δεσπόζουσας θέσης δεν αφαιρεί, μεν, από την επιχείρηση που βρίσκεται στη θέση αυτή, το δικαίωμα να διαφυλάξει τα εμπορικά της συμφέροντα και να έχει την ευχέρεια, σε λογικό μέτρο, να ενεργεί κατά τρόπο που κρίνει πρόσφορο για την προστασία των συμφερόντων της, πλην όμως δεν μπορούν να γίνουν δεκτές ενέργειες που αποσκοπούν στη διατήρηση και ενίσχυση αυτής της δεσπόζουσας θέσης και στην καταχρηστική εκμετάλλευσή της<sup>107</sup>.

97. Εισαγωγικά, αναφέρεται ότι η έννοια της καταχρηστικής εκμετάλλευσης δεσπόζουσας θέσης δεν ορίζεται στις διατάξεις των άρθρων 2 του ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ, οι οποίες περιορίζονται στην ενδεικτική απαρίθμηση ορισμένων μορφών κατάχρησης από επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση. Ωστόσο, έχει νομολογηθεί ότι η έννοια της καταχρηστικής εκμετάλλευσης έχει αντικειμενικό χαρακτήρα, καταλαμβάνει δε κάθε συμπεριφορά δεσπόζουσας επιχείρησης, η οποία είναι σε θέση να επηρεάσει τη δομή μιας αγοράς όπου, ακριβώς και λόγω της παρουσίας της εν λόγω επιχείρησης, ο ανταγωνισμός ενδέχεται να είναι ήδη εξασθενημένος και η οποία (συμπεριφορά) έχει ως συνέπεια την παρεμπόδιση της διατήρησης του υφιστάμενου στην αγορά ανταγωνισμού ή της ανάπτυξής του, με την προσφυγή σε μέσα διαφορετικά από εκείνα που διέπουν τον συνήθη ανταγωνισμό μεταξύ των προσφερομένων από τους επιχειρηματίες προϊόντων ή υπηρεσιών<sup>108</sup>.

98. Κάτι τέτοιο συμβαίνει όταν η κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση αποκλείει την αποτελεσματική πρόσβαση των πραγματικών ή δυνητικών της ανταγωνιστών σε προμήθειες ή αγορές, με αποτέλεσμα οι παράμετροι του ανταγωνισμού στην αγορά να είναι πιθανόν να επηρεαστούν εις βάρος των καταναλωτών<sup>109</sup>. Συναφώς, ο εκτοπισμός ενός ανταγωνιστή της δεσπόζουσας επιχείρησης από την αγορά δεν σημαίνει οπωσδήποτε ότι πλήττεται η λειτουργία του ανταγωνισμού (και εμ-

<sup>106</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-322/81, Michelin κατά Επιτροπής (Michelin I), σκ. 57, ΠΕΚ T-219/99, British Airways κατά Επιτροπής, σκ. 242, ΠΕΚ T-201/04, Microsoft κατά Επιτροπής, σκ. 229 και ΔΕΕ C-23/14, Post Danmark A/S v Konkurrencerådet (Post Danmark II), σκ. 70-71.

<sup>107</sup> Βλ. ενδεικτικά ΠΕΚ T-203/01, Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), σκ. 55 με περαιτέρω παραπομπές σε νομολογία καθώς και αποφάσεις ΕΑ 590/2014, σκ. 242 και 581/VII/2013, σκ. 262.

<sup>108</sup> Βλ. ενδεικτικά ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 130, όπου και εκτενής αναφορά σε ενωσιακή νομολογία, καθώς και ΔΕΕ C-549/10 P, Tomra and Others v Commission, σκ. 17, ΔΕΕ C-52/09, TeliaSonera Sverige, σκ. 27. Βλ. επίσης ενδεικτικά, ΔΕΦΑΘ 4055/2017, σκ. 7, ΔΕΦΑΘ 869/2013, σκ. 35.

<sup>109</sup> Βλ. Ανακοίνωση της Επιτροπής - Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις, ΕΕ C 45/02 της 24.2.2009, σημ. 19.

μέσως οι καταναλωτές), αλλά είναι επίσης απαραίτητο ο αποκλεισμός αυτός να φέρει κάποιες αρνητικές συνέπειες για τους καταναλωτές από άποψη τιμών, επιλογών, ποιότητας ή καινοτομίας. Σε κάθε περίπτωση, οι διατάξεις του άρθρου 102 ΣΛΕΕ (αλλά και του άρθρου 2 του ν. 3959/2011) απαγορεύουν, μεταξύ άλλων, σε κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση να εφαρμόζει πρακτικές που οδηγούν σε εκτοπισμό των θεωρούμενων ως εξίσου αποτελεσματικών με αυτήν ανταγωνιστών της από την αγορά και να ενισχύει κατ' αυτόν τον τρόπο τη δεσπόζουσα θέση της, καταφεύγοντας σε άλλα μέσα εκτός από εκείνα που εντάσσονται στο πλαίσιο του υγιούς ανταγωνισμού<sup>110</sup>.

99. Παραδείγματα πρακτικών που ενδεχομένως συνιστούν καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης είναι οι συμφωνίες αποκλειστικότητας, είτε συνοδευόμενες από τη χορήγηση εκπτώσεων είτε όχι, καθώς και (αυτοτελώς) η χορήγηση εκπτώσεων υπό προϋποθέσεις, όπως η χορήγηση εκπτώσεων στόχων ή γκάμας (εκπτώσεων υπέρ πιστών πελατών).

100. Εν προκειμένω, όπως έχει αναλυτικά εκτεθεί ανωτέρω, η καταγελλόμενη εταιρία RESOUL κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά πώλησης μικροσυσκευών υγραερίου για γενική χρήση καθ' όλη τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου, με μερίδια αγοράς που κυμαίνονται σταθερά άνω του [65-75]% σε αξία των σχετικών πωλήσεων. Επομένως, η πρώτη προϋπόθεση κατά τις διατάξεις των άρθρων 2 του ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ πληρούται.

101. Επιπλέον, οι πρακτικές της καταγγελλόμενης RESOUL περιλαμβάνουν ρήτρες αποκλειστικότητας σε συνδυασμό με τη χορήγηση εκπτώσεων στόχων στις συμβάσεις της με τους χονδρεμπόρους - μεταπωλητές της, ενώ οι συμβάσεις της RESOUL με τα σούπερ μάρκετ / ομίλους αγορών / υπεραγορές περιλαμβάνουν τη χορήγηση εκπτώσεων υπό προϋποθέσεις (ιδίως εκπτώσεων στόχων και γκάμας προϊόντων).

102. Οι ως άνω πρακτικές θα αξιολογηθούν ως καταχρήσεις δεσπόζουσας θέσης υπό το πρίσμα των άρθρων 2 του ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ, όπως εκτενώς παρατίθεται η αξιολόγηση αυτή κατωτέρω (βλ. Τμήμα V, Μέρος Α (β) για τις πρακτικές της RESOUL στη σχέση της με τους χονδρεμπόρους, και Τμήμα V, Μέρος Β για τις πρακτικές της RESOUL στη σχέση της με τα σούπερ μάρκετ, αντίστοιχα).

### 5.3. ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΣ ΕΝΔΟΚΟΙΝΟΤΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΩΝ 101 ΚΑΙ 102 ΣΛΕΕ

103. Για την εφαρμογή, παράλληλα προς τις διατάξεις του εθνικού δικαίου, των άρθρων 101 και 102 ΣΛΕΕ βάσει της παρ. 1 του άρθρου 3 του Κανονισμού (ΕΚ) 1/2003, θα πρέπει να εξεταστεί εάν στην κρινόμενη υπόθεση συντρέχει το κριτήριο του επηρεασμού του διακοινοτικού εμπορίου.

104. Το εν λόγω κριτήριο είναι αυτόνομο κριτήριο της ευρωπαϊκής νομοθεσίας, το οποίο εκτιμάται ad hoc<sup>111</sup>,

<sup>110</sup> Βλ. C-209/10, Post Danmark A/S v Konkurrencerådet (Post Danmark I), σκ. 22-25, C-413/14 P, Intel κατά Επιτροπής, σκ. 133-136. Βλ. επίσης και ΕΑ 663/2018, σκ. 315 και ΔΕφΑθ 1611/2020, σκ. 27.

<sup>111</sup> Βλ. Ανακοίνωση της Επιτροπής - Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων

και οριοθετεί το πεδίο εφαρμογής του ευρωπαϊκού δικαίου του ανταγωνισμού. Συγκεκριμένα, για την εφαρμογή του ενωσιακού δικαίου, οι συμφωνίες και μονομερείς πρακτικές πρέπει να δύνανται να έχουν ένα ελάχιστο επίπεδο διασυνοριακών επιπτώσεων στο εσωτερικό της Ένωσης και ως εκ τούτου να δύνανται να επηρεάσουν «αισθητά» το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών<sup>112</sup>.

105. Για να είναι σε θέση μια συμφωνία ή κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης να επηρεάσει αισθητά το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών, θα πρέπει, βάσει ενός συνόλου νομικών και πραγματικών στοιχείων, να μπορεί να πιθανολογηθεί επαρκώς ότι μπορεί να ασκήσει άμεση ή έμμεση, πραγματική ή δυνητική, επίδραση στα εμπορικά ρεύματα μεταξύ κρατών μελών, τούτο δε κατά τρόπο που να προκαλείται φόβος ότι θα μπορούσε να εμποδίσει την πραγματοποίηση ενιαίας αγοράς μεταξύ κρατών μελών<sup>113</sup>.

106. Είναι δε πάγια η νομολογία ότι οι περιοριστικές του ανταγωνισμού πρακτικές που καλύπτουν ολόκληρο το έδαφος ενός εκ των κρατών μελών, ζωτικό δηλαδή τμήμα της κοινής αγοράς, έχουν εξ ορισμού αποτέλεσμα την παρακώλυση της οικονομικής αλληλοδιείσδυσης που επιδιώκεται με τη Συνθήκη και, ως εκ τούτου, πληρούται το κριτήριο επηρεασμού του διακοινοτικού εμπορίου για τους σκοπούς εφαρμογής των άρθρων 101 και 102 ΣΛΕΕ<sup>114</sup>.

107. Ειδικά για τις κάθετες συμφωνίες που καλύπτουν το σύνολο ενός κράτους μέλους, αυτές δύνανται να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών ιδίως όταν δυσχεραίνουν την είσοδο, με εξαγωγές ή με εγκατάσταση, επιχειρήσεων από άλλα κράτη μέλη στη σχετική εθνική αγορά (αποτέλεσμα αποκλεισμού). Όταν κάθετες συμφωνίες έχουν παρόμοια αποτελέσματα αποκλεισμού, συμβάλλουν στον κατακερματισμό των αγορών σε εθνική βάση και εμποδίζουν έτσι την οικονομική αλληλοδιείσδυση που επιδιώκεται από τη Συνθήκη. Επιπλέον, οι κάθετες συμφωνίες οι οποίες καλύπτουν το σύνολο ενός κράτους μέλους και αφορούν προϊόντα που αποτελούν αντικείμενο διασυνοριακών ανταλλαγών δύνανται επίσης να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών, ακόμα και εάν δεν δημιουργούν άμεσα εμπόδια σε αυτό<sup>115</sup>.

108. Αντίστοιχα, όταν μία επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση που καλύπτει το σύνολο κράτους μέλους

81 και 82 της Συνθήκης, ΕΕ C 101/81, της 27.04.2004, σημ. 12 (εφεξής «Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου»), καθώς και αποφάσεις υπό στοιχεία ΕΑ 663/2018, σκ. 187, ΕΑ 590/2014, σκ. 246, ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 271.

<sup>112</sup> Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου, σημ. 13.

<sup>113</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις υπό στοιχεία ΕΑ 663/2018, σκ. 189, ΕΑ 590/2014, σκ. 246, ΔΕΚ C-209/78 Van Landewyck κατά Επιτροπής, σκ. 170, και ΔΕΚ C-219/95P Ferriere Nord κατά Επιτροπής, σκ. 20.

<sup>114</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις υπό στοιχεία ΕΑ 663/2018, σκ. 192, ΕΑ 590/2014, σκ. 246, ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 275, καθώς και αποφάσεις ΔΕΚ 8/72, Vereniging van Cementhandelaren κατά Επιτροπής, σκ. 29, ΔΕΚ 42/84, Remia και λοιποί κατά Επιτροπής, σκ. 22, ΔΕΚ C-35/96 Επιτροπή κατά Ιταλίας, σκ. 48 και ΔΕΕ C-309/99 Wouters και λοιποί, σκ. 95.

<sup>115</sup> Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου, σημ. 86-88.

και η συμπεριφορά της έχει ως αποτέλεσμα τον καταχρηστικό αποκλεισμό ανταγωνιστών από την αγορά, το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών δύναται να επηρεαστεί, διότι η συμπεριφορά αυτή δυσχεραίνει γενικά την είσοδο ανταγωνιστών από άλλα κράτη μέλη στην αγορά. Περαιτέρω, όταν μια επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση που καλύπτει το σύνολο κράτους μέλους, είναι καταρχήν αδιάφορο εάν η κατάχρηση που διαπράττει η δεσπόζουσα επιχείρηση επηρεάζει τμήμα μόνο του εδάφους του κράτους μέλους ή ορισμένους μόνο αγοραστές στο έδαφός του. Μια δεσπόζουσα επιχείρηση μπορεί να εμποδίσει το εμπόριο με ουσιαστικό τρόπο, εάν υιοθετεί καταχρηστική συμπεριφορά σε τομείς ή έναντι πελατών που ενδέχεται να αποτελέσουν στόχο ανταγωνιστών από άλλα κράτη μέλη. Έτσι, κάποιος διάυλος διανομής αποτελούν σε ορισμένες περιπτώσεις ιδιαίτερα σημαντικό μέσο για την απόκτηση πρόσβασης σε μεγάλες κατηγορίες καταναλωτών. Η παρεμπόδιση της πρόσβασης σε παρόμοιους διάυλους μπορεί να έχει σημαντικές επιπτώσεις στο εμπόριο μεταξύ κρατών μελών<sup>116</sup>.

109. Εν προκειμένω, όπως προαναφέρθηκε, οι υπό εξέταση πρακτικές της καταγγελλόμενης RESOUL αφορούν το σύνολο της ελληνικής επικράτειας (εθνική αγορά). Συγκεκριμένα, τα προϊόντα της διανέμονται σε όλη την επικράτεια, κατέχει δεσπόζουσα θέση που καταλαμβάνει την κατά τα ανωτέρω ορισθείσα αγορά των προϊόντων μικροσυσκευών υγραερίου γενικής χρήσης στο σύνολο του κράτους μέλους (της Ελλάδας) και οι πρακτικές της καταλαμβάνουν και επηρεάζουν το σύνολο της ελληνικής αγοράς. Ειδικότερα, η έρευνα της ΓΔΑ καταδεικνύει ότι η συμπεριφορά της RESOUL εκτείνεται στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας και αφορά τη συνεργασία της τόσο με τους χονδρεμπόρους - μεταπωλητές της όσο και με τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ. Οι υπό εξέταση συμβάσεις της με τους χονδρεμπόρους / διανομείς της, στους οποίους παραχωρεί το δικαίωμα να μεταπωλούν τα προϊόντα της κατ' αποκλειστικότητα σε ορισμένες γεωγραφικές περιοχές, καταλαμβάνουν, ως σύνολο, το μεγαλύτερο μέρος της ελληνικής επικράτειας. Αντίστοιχα, οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ, με τις οποίες έχουν συναφθεί τα υπό εξέταση στην παρούσα υπόθεση ιδιωτικά συμφωνητικά, διαθέτουν πολλά καταστήματα τα οποία καλύπτουν το σύνολο της ελληνικής επικράτειας και δύναται να αποτελούν στόχο ανταγωνιστών από άλλα κράτη μέλη, καθώς συνιστούν σημαντικό μέσο για την απόκτηση πρόσβασης σε μεγάλες κατηγορίες καταναλωτών.

110. Ενόψει των ανωτέρω, εκτιμάται ότι οι πρακτικές της RESOUL είναι ικανές να επηρεάσουν αισθητά το ενδοκοινοτικό εμπόριο, κατά την έννοια των ενωσιακών κανόνων ανταγωνισμού και, ως εκ τούτου, τα άρθρα 101 και 102 ΣΛΕΕ τυγχάνουν εφαρμογής στην παρούσα υπόθεση.

**ΜΕΡΟΣ Α: ΟΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΗΣ ΣΤΗΝ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΗΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΟΥΣ / ΔΙΑΝΟΜΕΙΣ**

**5.4. ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ / ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΩΝ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΗΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΔΙΑΝΟΜΕΙΣ**

111. Οι συναφθείσες συμφωνίες / συμβάσεις της RESOUL με τους διανομείς / αντιπροσώπους της κατά

<sup>116</sup> Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου, σημ. 93-96.

την υπό εξέταση χρονική περίοδο, έχουν διάρκεια ενός έτους και είναι είτε διαδοχικές συμβάσεις διάρκειας ενός έτους είτε παρατάσεις των αρχικών συμβάσεων.

112. Στη συνέχεια, αναφέρονται επιγραμματικά, οι συμφωνίες / συμβάσεις της RESOUL με τους διανομείς / αντιπροσώπους της, οι οποίες δύναται να ομαδοποιηθούν ως εξής:

i) Συμφωνία εμπορικής συνεργασίας της RESOUL με την [...] <sup>117</sup>.

ii) Συμφωνία εμπορικής συνεργασίας της RESOUL με τη [...] <sup>118</sup>.

iii) Συμβάσεις εμπορικής συνεργασίας της RESOUL με τους διανομείς για τα έτη 2008<sup>119</sup>-2009<sup>120</sup>.

iv) Συμβάσεις εμπορικής αντιπροσωπείας της RESOUL με τους διανομείς για τα έτη 2010<sup>121</sup>-2011<sup>122</sup>-2012<sup>123</sup>.

<sup>117</sup> Βλ. την υπ' αρ. 3244/25.5.2015 απαντητική επιστολή της [...]. Η 1η χρονικά συμφωνία με την [...] που προσκομίστηκε είναι μία [...] συμφωνία για το 2005 με ημερομηνία [...]. Επισημαίνεται ότι στην υπ' αρ. 3244/2015 επιστολή της εταιρίας αναφέρει ως [...].

<sup>118</sup> Βλ. την υπ' αρ. 3299/26.5.2015 απαντητική επιστολή της [...]. Δεν αναφέρεται ρητά έτος σύναψης, θεωρείται ότι αφορά το έτος 2006. Το 2008 συνήφθη νέα σύμβαση. Αντίστοιχη σύμβαση υπάρχει και για την εταιρία [...].

<sup>119</sup> Οι συμβάσεις της RESOUL με τους διανομείς / αντιπροσώπους της για το έτος 2008 επισυνάπτονται συνημμένες στη Δήλωση [...] της RESOUL (υπ' αρ. 4792/12.6.2013) καθώς και στις υπ' αρ. 63/4.1.2017 και 1251/1.3.2017 επιστολές της, στην καταγγελία της ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ (υπ' αρ. 5490/9.7.2013) και στις κάτωθι απαντητικές επιστολές των εμπλεκόμενων [...] (υπ' αρ. 3284/26.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3201/21.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3299/26.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3280/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3244/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3258/25.5.2015).

<sup>120</sup> Επίσης, οι συμβάσεις της RESOUL με τους διανομείς/ αντιπροσώπους της για το έτος 2009 επισυνάπτονται ως συνημμένες στην καταγγελία της ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ (υπ' αρ. 5490/9.7.2013), στις απαντητικές επιστολές των διανομέων [...] (υπ' αρ. 3284/26.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3201/21.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3299/26.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3280/25.5.2015) και [...] (υπ' αρ. 3244/25.5.2015) και στις υπ' αρ. 63/4.1.2017 και 1251/1.3.2017 επιστολές της RESOUL. Επίσης, η σύμβαση εμπορικής συνεργασίας της [...] με τη RESOUL επισυνάπτεται στην υπ' αρ. 3258/25.5.2015 επιστολή της πρώτης.

<sup>121</sup> Οι συμβάσεις της RESOUL με τους διανομείς / αντιπροσώπους της για το έτος 2010 επισυνάπτονται συνημμένες στη Δήλωση [...] της RESOUL (υπ' αρ. 4792/12.6.2013) καθώς και στις υπ' αρ. 63/4.1.2017 και 1251/1.3.2017 επιστολές της, στην καταγγελία της ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ (υπ' αρ. 5490/9.7.2013), στις απαντητικές επιστολές των διανομέων/ αντιπροσώπων [...] (υπ' αρ. 3284/26.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3201/21.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3299/26.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3280/25.5.2015) και [...] (υπ' αρ. 3244/25.5.2015) καθώς και στις υπ' αρ. 63/4.1.2017 και 1251/1.3.2017 επιστολές της RESOUL.

<sup>122</sup> Οι συμβάσεις της RESOUL με τους διανομείς/ αντιπροσώπους της για το έτος 2011 επισυνάπτονται ως συνημμένες στις απαντητικές επιστολές των εμπλεκόμενων μερών [...] (υπ' αρ. 3284/26.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3201/21.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3299/26.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3280/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3220/22.5.2015), RESOUL (υπ' αρ. 63/4.1.2017), [...] (υπ' αρ. 3233/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3258/25.5.2015).

<sup>123</sup> Οι συμβάσεις της RESOUL με τους διανομείς / αντιπροσώπους της για το έτος 2012 επισυνάπτονται ως συνημμένες στις απαντητικές επιστολές των διανομέων [...] (υπ' αρ. 3284/26.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3299/26.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3280/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3244/25.5.2015) και [...] (υπ' αρ. 3233/25.5.2015) καθώς και στην υπ' αρ. 63/4.1.2017 επιστολή της RESOUL. Επίσης επισυνάπτεται στην απάντηση της [...] (υπ' αρ. 3258/25.5.2015).

ν) Συμβάσεις διαμεσολάβησης της RESOUL με τους διανομείς για τα έτη 2013<sup>124</sup>-2014<sup>125</sup>-2015<sup>126</sup>-2016<sup>127</sup>-2017<sup>128</sup>-2018<sup>129</sup>.

113. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία της Επιτροπής, γίνεται σαφές το εξής: οι αποκαλούμενες «συμφωνίες εμπορικής συνεργασίας» των κατηγοριών (i) και (ii) ανωτέρω, αντικαταστάθηκαν από τις «συμβάσεις εμπορικής συνεργασίας» (υπό (iii) ανωτέρω), οι οποίες αφορούν στη χρονική περίοδο 2008-2009. Στη συνέχεια αυτές αντικα-

<sup>124</sup> Οι συμβάσεις της RESOUL με τους διανομείς / αντιπροσώπους της για το έτος 2013 επισυνάπτονται ως συνημμένες στη Δήλωση [...] της RESOUL καθώς και στην υπ' αρ. 63/4.1.2017 επιστολή της, στις απαντητικές επιστολές των εμπλεκόμενων μερών [...] (υπ' αρ. 3284/26.5.2015), [...] (3299/26.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3201/21.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3225/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3158/20.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3159/20.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3244/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3188/21.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3233/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3109/19.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3220/22.5.2015). Επίσης, υπάρχουν συνημμένες στην απαντητική επιστολή της [...] (υπ' αρ. 3258/25.5.2015).

<sup>125</sup> Οι συμβάσεις της RESOUL με τους διανομείς / αντιπροσώπους της για το έτος 2014 επισυνάπτονται στις απαντητικές επιστολές των διανομμένων [...] (υπ' αρ. 3284/26.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3201/21.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3299/26.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3280/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3225/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3158/20.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3159/20.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3244/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3188/21.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3233/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3220/22.5.2015) καθώς και στην υπ' αρ. 63/4.1.2017 απάντηση της RESOUL. Επίσης, υπάρχουν συνημμένες στην απαντητική επιστολή της [...] (υπ' αρ. 3258/25.5.2015).

<sup>126</sup> Οι συμβάσεις της RESOUL με τους διανομείς / αντιπροσώπους της για το έτος 2015 επισυνάπτονται στις απαντήσεις της RESOUL (υπ' αρ. 63/4.1.2017, 9174/22.12.2016, 5944/30.6.2020), καθώς και των εμπλεκόμενων μερών [...] (υπ' αρ. 3280/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3225/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3158/20.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3159/20.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3233/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3109/19.5.2015) και [...] (υπ' αρ. 3220/22.5.2015 και υπ' αρ. 6616/16.7.2020), [...] (υπ' αρ. 6245/7.7.2020), [...] (υπ' αρ. 6078/2.7.2020), [...] (υπ' αρ. 5580/5580/18.6.2020) [...] (υπ' αρ. 5717/22.6.2020), [...] (υπ' αρ. 6183/6.7.2020).

<sup>127</sup> Οι συμβάσεις της RESOUL με τους διανομείς / αντιπροσώπους της για το έτος 2016 επισυνάπτονται στις εξής απαντητικές επιστολές των εμπλεκόμενων μερών: [...] (υπ' αρ. 6245/7.7.2020), RESOUL (υπ' αρ. 5944/30.6.2020), [...] (υπ' αρ. 6616/16.7.2020), [...] (υπ' αρ. 5685/22.6.2020), [...] (υπ' αρ. 5724/23.6.2020), [...] (υπ' αρ. 5964/30.6.2020), [...] (υπ' αρ. 6078/2.7.2020), [...] (υπ' αρ. 5657/22.6.2020), [...] (υπ' αρ. 5580/18.6.2020), [...] (υπ' αρ. 5717/22.6.2020), [...] (υπ' αρ. 6183/6.7.2020).

<sup>128</sup> Οι συμβάσεις της RESOUL με τους διανομείς / αντιπροσώπους της για το έτος 2017 επισυνάπτονται στις εξής απαντητικές επιστολές των εμπλεκόμενων μερών: [...] (υπ' αρ. 6245/7.7.2020), RESOUL (υπ' αρ. 5944/30.6.2020), [...] (υπ' αρ. 6616/16.7.2020), [...] (υπ' αρ. 5685/22.6.2020), [...] (υπ' αρ. 5724/23.6.2020), [...] (υπ' αρ. 5964/30.6.2020), [...] (υπ' αρ. 6078/2.7.2020), [...] (υπ' αρ. 5657/22.6.2020), [...] (υπ' αρ. 5580/18.6.2020), [...] (υπ' αρ. 5717/22.6.2020), [...] (υπ' αρ. 6183/6.7.2020).

<sup>129</sup> Οι συμβάσεις της RESOUL με τους διανομείς / αντιπροσώπους της για το έτος 2018 επισυνάπτονται στις εξής απαντητικές επιστολές των εμπλεκόμενων μερών: [...] (υπ' αρ. 6245/07.7.2020), RESOUL (υπ' αρ. 5944/30.6.2020), [...] (υπ' αρ. 6616/16.7.2020), [...] (υπ' αρ. 5685/22.6.2020), [...] (υπ' αρ. 5724/23.6.2020), [...] (υπ' αρ. 5964/30.6.2020), [...] (υπ' αρ. 6078/2.7.2020), [...] (υπ' αρ. 5657/22.6.2020), [...] (υπ' αρ. 5580/18.6.2020), [...] (υπ' αρ. 5599/19.6.2020), [...] (υπ' αρ. 5717/22.6.2020), [...] (υπ' αρ. 6183/6.7.2020).

ταστάθηκαν από τις αποκαλούμενες «συμβάσεις εμπορικής αντιπροσωπείας» (υπό (iv) ανωτέρω) που αφορούν στα έτη 2010, 2011 και 2012. Ομοίως, οι συμβάσεις αυτές αντικαταστάθηκαν από τις αποκαλούμενες «συμβάσεις διαμεσολάβησης» των ετών 2013-2015<sup>130</sup> καθώς και των ετών 2016-2018 (υπό (v) ανωτέρω).

114. Από τις ανωτέρω συμβάσεις που τέθηκαν υπόψη της Επιτροπής για το έτος 2008, όλες έχουν ως ημερομηνία υπογραφής και έναρξης ισχύος την 16.5.2008, πλην μίας σύμβασης η οποία υπεγράφη και τέθηκε σε ισχύ μεταγενέστερα<sup>131</sup>. Περαιτέρω οι ανωτέρω συμβάσεις του 2012, που τέθηκαν υπόψη της Επιτροπής, ανεξαρτήτως της συμβατικής τους διάρκειας, η οποία σε ορισμένες περιπτώσεις εκτείνεται χρονικά και στο 2013, έληξαν την 31.12.2012, δεδομένου ότι για όλες τις εν λόγω συμβάσεις, προσκομίσθηκαν νεώτερες συμβάσεις του 2013, οι οποίες προέβλεπαν την αναδρομική ισχύ τους από 1.1.2013. Σημειώνεται ότι η αναφορά γίνεται στις συμβάσεις των ετών 2008 και 2012, καθώς τα εν λόγω έτη οριοθετούν την περίοδο εντός της οποίας εντοπίζονται παραβατικοί όροι στις συμβάσεις της RESOUL έναντι των διανομμένων, όπως θα εκτεθεί αναλυτικά κατωτέρω.

ΜΕΡΟΣ Α (α): ΟΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΗΣ ΣΤΗΝ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΗΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΔΙΑΝΟΜΕΙΣ ΤΗΣ ΥΠΟ ΤΟ ΠΡΙΣΜΑ ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 1 ΤΟΥ ν. 3959/2011 ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ 101 ΣΛΕΕ

5.5. ΚΑΘΕΤΕΣ ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ ΚΑΙ ΚΑΘΕΤΟ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ - ΟΙ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΙ (ΕΚ) 2790/1999 ΚΑΙ (ΕΕ) 330/2010

115. Οι συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε διαφορετική οικονομική βαθμίδα, οι οποίες αφορούν στις προϋποθέσεις υπό τις οποίες τα μέρη δύνανται να προμηθευθούν, πωλούν ή μεταπωλούν αγαθά και υπηρεσίες (εφεξής και «κάθετες συμφωνίες») εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της παρ. 1 του άρθρου 1 ν. 3959/2011 και της παρ. 1 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ, στο μέτρο που περιλαμβάνουν περιορισμούς του ανταγωνισμού υπό την έννοια των ως άνω διατάξεων (εφεξής και «κάθετοι περιορισμοί»). Εν προκειμένω, η καταγγελλόμενη RESOUL και οι χονδρέμποροι - διανομείς της δραστηριοποιούνται σε διαφορετικό επίπεδο στην αλυσίδα πώλησης των προϊόντων υγραερίου γενικής χρήσης, ώστε οι μεταξύ τους συμβάσεις όπως αναφέρθηκαν ανωτέρω, να αποτελούν κάθετες συμφωνίες υπαγόμενες στο πεδίο εφαρμογής της παρ. 1 του άρθρου 1 ν. 3959/2011 και της παρ. 1 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ, στο μέτρο που περιλαμβάνουν κάθετους περιορισμούς του ανταγωνισμού.

116. Οι Κανονισμοί (ΕΚ) 2790/1999<sup>132</sup> και (ΕΕ) 330/2010<sup>133</sup>, σε συνδυασμό με τις ερμηνευτικές κατευ-

<sup>130</sup> Επισημαίνεται ότι η σύμβαση διαμεσολάβησης του έτους 2015 ήταν ίδια με αυτή του έτους 2013 με τη μόνη διαφορά ότι έχει αντικατασταθεί ο όρος «αντιπρόσωπος» από τη λέξη «συνεργάτης».

<sup>131</sup> Πρόκειται για τη συνημμένη στην υπ' αρ. 63/4.1.2017 επιστολή της RESOUL σύμβαση μεταξύ της RESOUL Α.Ε. και του [...].

<sup>132</sup> Κανονισμός (ΕΚ) υπ' αρ. 2790/1999 της Επιτροπής για την εφαρμογή της παρ. 3 του άρθρου 81 της Συνθήκης σε ορισμένες κατηγορίες κάθετων συμφωνιών και εναρμονισμένων πρακτικών, ΕΕ L 336 της 29.12.1999, σελ. 21 (εφεξής και «Κανονισμός απαλλαγής κατά κατηγορίες» ή «Κανονισμός 2790/1999» ή «ΚΑΚ»).

<sup>133</sup> Κανονισμός (ΕΕ) υπ' αρ. 330/2010 της Επιτροπής για την εφαρμογή της παρ. 3 του άρθρου 101 της ΣΛΕΕ σε ορισμένες κατηγορίες

θυντήριες γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τους κάθετους περιορισμούς<sup>134</sup>, εισάγουν τεκμήριο νομιμότητας (ευεργέτημα απαλλαγής) για τις κάθετες συμφωνίες από την απαγορευτική διάταξη του άρθρου 101 ΣΛΕΕ, υπό την προϋπόθεση αφενός ότι οι σχετικές συμφωνίες δεν περιέχουν μορφές ιδιαίτερα σοβαρών περιορισμών και αφετέρου ότι το μερίδιο αγοράς του προμηθευτή και του αγοραστή δεν υπερβαίνει έκαστο το 30% στην οικεία σχετική αγορά<sup>135</sup>.

117. Ειδικότερα, προβλέπονται περιοριστικά συγκεκριμένοι κάθετοι περιορισμοί, που αξιολογούνται ως «ιδιαιτέρως σοβαροί» (εξ αντικειμένου) περιορισμοί του ανταγωνισμού (αποκαλούμενοι και «hardcore restrictions») και οι οποίοι δεν απαλλάσσονται, ακόμη κι όταν τα μερίδια αγοράς προμηθευτή (ή/και διανομέα) υπολείπονται του ανωτέρω ορίου, ενώ συγχρόνως συμπαρασύρουν εκτός πεδίου εφαρμογής της ομαδικής απαλλαγής τη συμφωνία στο σύνολό της<sup>136</sup>. Οι εν λόγω περιορισμοί (όπως για παράδειγμα ο καθορισμός παγίου ή ελάχιστου επιπέδου τιμής μεταπώλησης και ορισμένα είδη εδαφικής προστασίας) δεν καλύπτονται ούτε από τον «ασφαλή λιμένα» που δημιουργείται για τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας με βάση τη σχετική Ανακοίνωση της Ε. Επ., ενώ παράλληλα είναι ελάχιστα πιθανό να πληρούν τις προϋποθέσεις χορήγησης ατομικής απαλλαγής κατά την παρ. 3 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ<sup>137</sup>.

118. Εν προκειμένω, θα αξιολογηθούν σε επόμενες ενότητες ορισμένοι όροι στις συμβάσεις της RESOUL με τους χονδρεμπόρους της ως ρήτρες καθορισμού από τη RESOUL των τιμών μεταπώλησης των προϊόντων της από τους χονδρεμπόρους και ρήτρες περιορισμού των

κάθετων συμφωνιών και εναρμονισμένων πρακτικών, ΕΕ L 102 της 23.4.2010, σελ. 1 (εφεξής και «νέος Κανονισμός απαλλαγής κατά κατηγορίες» ή «Κανονισμός 330/2010» ή «νέος ΚΑΚ»).

<sup>134</sup> Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ΕΕ C 291 της 13.10.2000, σελ. 1 (εφεξής και «προγενέστερες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς») και τη σχετική νομολογία που παραπέμπει. Βλ. επίσης Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ΕΕ C 130 της 19.5.2010, σελ. 1 (εφεξής και «Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς»).

<sup>135</sup> Διευκρινίζεται στο σημείο αυτό ότι ο Κανονισμός (ΕΚ) 2790/1999 αναφέρεται μόνο στο μερίδιο αγοράς του προμηθευτή (βλ. σχετ. προοίμιο σκ. 8 και παρ. 1 του άρθρου 3 αυτού), ενώ ο Κανονισμός (ΕΕ) 330/2010 αναφέρεται τόσο στο μερίδιο αγοράς του προμηθευτή όσο και του αγοραστή, καθένα εκ των οποίων πρέπει να μην υπερβαίνει το 30% στην οικεία σχετική αγορά (βλ. σχετ. προοίμιο σκ. 8 και παρ. 1 του άρθρου 3 αυτού).

<sup>136</sup> Κανονισμός 2790/1999, ό.π. άρθρο 4, Κανονισμός 330/2010, ό.π. άρθρο 4.

<sup>137</sup> Βλ. Ανακοίνωση σχετικά με τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας οι οποίες δεν περιορίζουν σημαντικά τον ανταγωνισμό σύμφωνα με το άρθρο 101 παράγραφος 1 της ΣΛΕΕ (εφεξής και «Ανακοίνωση de minimis»), ΕΕ C 291 της 30.8.2014, παρ. 13, και Commission staff working document, Guidance on restrictions of competition «by object» for the purpose of defining which agreements may benefit from the De Minimis Notice, 25.6.2014, σελ. 3-4, υπό στοιχείο 1 καθώς και υποενότητες 3.1 και 3.4, σελ. 13 και 16 αντίστοιχα. Βλ. επίσης Κατευθυντήριες Γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παράγραφος 3 της συνθήκης, ΕΕ C 101 της 27.4.2004, σελ. 97, παρ. 23 καθώς και προγενέστερες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 46 και Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 47.

παθητικών ή και ενεργητικών (κατά περίπτωση) πωλήσεων των χονδρεμπόρων σε πελάτες, οι οποίοι βρίσκονται εκτός της γεωγραφικής περιοχής ως προς την οποία η RESOUL τους έχει παραχωρήσει το (αποκλειστικό κατά περίπτωση) δικαίωμα να μεταπωλούν τα προϊόντα της.

119. Για τους λοιπούς κάθετους περιορισμούς, οι οποίοι καλύπτονται από την ομαδική απαλλαγή όταν τα μερίδια αγοράς του προμηθευτή (ή/και του διανομέα) υπολείπονται του ορίου του 30% και πληρούνται τυχόν άλλοι όροι που θέτουν οι Κανονισμοί 2790/1999 και 330/2010 (όπως για παράδειγμα η ρήτρα μη ανταγωνισμού/αποκλειστικής προώθησης συγκεκριμένου σήματος), απαιτείται ατομική αξιολόγηση των αποτελεσμάτων τους στον ανταγωνισμό σε περίπτωση που τα μερίδια αγοράς του προμηθευτή (ή/και του διανομέα) υπερβαίνουν το ως άνω όριο (ή οι τυχόν ειδικότεροι όροι που θέτουν οι ως άνω Κανονισμοί δεν πληρούνται).

120. Εν προκειμένω, θα αξιολογηθούν σε επόμενες ενότητες ορισμένοι όροι στις συμβάσεις της RESOUL με τους χονδρεμπόρους της ως ρήτρες αποκλειστικής προώθησης του σήματος της RESOUL εκ μέρους των χονδρεμπόρων (ρήτρες μη ανταγωνισμού) ως προς τα αποτελέσματά τους στον ανταγωνισμό στη σχετική αγορά.

121. Στο πλαίσιο της ομοιόμορφης εφαρμογής του εθνικού και του ενωσιακού δικαίου για την προστασία του ανταγωνισμού, οι κάθετοι περιορισμοί του άρθρου 1 παρ. 1 του ν. 3959/2011 ερμηνεύονται και εξετάζονται σύμφωνα με τις διατάξεις των Κανονισμών 2790/1999 και 330/2010 (οι οποίοι σε κάθε περίπτωση έχουν άμεση εφαρμογή στις περιπτώσεις εφαρμογής εκ μέρους της ΕΑ του άρθρου 101 της ΣΛΕΕ) και σύμφωνα με τις σχετικές Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς. Τούτο προκύπτει ευθέως από το άρθρο 1 παρ. 4 του ν. 3959/2011 αλλά και από τις διατάξεις του Κανονισμού (ΕΚ) 1/2003 περί ομοιόμορφης εφαρμογής του άρθρου 101 ΣΛΕΕ<sup>138</sup>.

#### 5.6. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ «ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ»

122. Όπως αναφέρθηκε και ανωτέρω, για τους σκοπούς της παρ. 1 του άρθρου 1 του ν. 3959/2011 (και αντί-

<sup>138</sup> Σημειώνεται, ότι σύμφωνα με το άρθρο 10 του Κανονισμού (ΕΕ) 330/2010, «Ο παρών Κανονισμός αρχίζει να ισχύει από την 1η Ιουνίου 2010», και σύμφωνα με το άρθρο 13 του Κανονισμού (ΕΚ) 2790/1999 «Ο παρών κανονισμός αρχίζει να ισχύει από την 1η Ιανουαρίου 2000», ενώ στο άρθρο 9 του Κανονισμού (ΕΕ) 330/2010 προβλέπεται μεταβατική περίοδος ενός έτους (έως την 31η Μαΐου 2011) για κάθετες συμφωνίες, οι οποίες, κατά την έναρξη ισχύος του Κανονισμού (ΕΕ) 330/2010 δεν πληρούσαν τους όρους απαλλαγής βάσει αυτού, αλλά οι οποίες πληρούσαν τους όρους απαλλαγής που προβλέπονται στον Κανονισμό (ΕΚ) 2790/1999. Εκ των ως άνω συνάγεται ότι κάθετες συμφωνίες με ισχύ προ της 31.5.2010 (πριν δηλ. την έναρξη ισχύος του Κανονισμού (ΕΕ) 330/2010) όπως οι συμβάσεις της RESOUL με τους διανομείς της των ετών 2008 και 2009 εξετάζονται υπό το πρίσμα του Κανονισμού (ΕΚ) 2790/1999 και των ερμηνευτικών αυτού κατευθυντηρίων γραμμών, με την επιφύλαξη της μεταβατικής περιόδου του άρθρου 9 του Κανονισμού 330/2010. Στις δε περιπτώσεις κάθετων συμφωνιών με ισχύ μετά τη 31.5.2010, όπως οι συμβάσεις της RESOUL με τους διανομείς της των ετών 2010 και εξής, εφαρμόζονται οι διατάξεις του Κανονισμού (ΕΕ) 330/2010 και των ερμηνευτικών αυτού κατευθυντηρίων γραμμών.

στοιχα παρ. 1 του άρθρου 101 της ΣΛΕΕ), απαιτείται η ύπαρξη συμφωνίας που περιορίζει τον ανταγωνισμό, μεταξύ δύο τουλάχιστον ανεξάρτητων οικονομικά μεταξύ τους επιχειρήσεων. Ως «επιχείρηση» νοείται κάθε φυσικό πρόσωπο ή οικονομική ενότητα που ασκεί εμπορική ή άλλη οικονομική δραστηριότητα, νοούμενη ως προσφορά αγαθών ή υπηρεσιών σε μια δεδομένη αγορά, ανεξάρτητα από το νομικό καθεστώς του και από τον τρόπο χρηματοδότησής του (λειτουργικό κριτήριο)<sup>139</sup>. Επιπροσθέτως, η ύπαρξη επιχείρησης προϋποθέτει αυτονομία οικονομικής δράσης και συνακόλουθα πλήρη ανάληψη των οικονομικών κινδύνων που συνεπάγεται η εκάστοτε οικονομική δραστηριότητα<sup>140</sup>.

123. Εν προκειμένω, τόσο η καταγγελλόμενη RESOUL όσο και οι χονδρέμποροι / διανομείς, με τους οποίους η καταγγελλόμενη έχει συμβληθεί, ασκούν οικονομική δραστηριότητα υπό την έννοια της προσφοράς εν προκειμένω μικροσυσκευών υγραερίου γενικής χρήσης στην ελληνική επικράτεια και, ως εκ τούτου λογίζονται ως επιχειρήσεις, κατά την έννοια των διατάξεων περί ελεύθερου ανταγωνισμού.

5.7. Η ΥΠΑΡΞΗ «ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ» ΜΕΤΑΞΥ ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

124. Όπως αναφέρθηκε και ανωτέρω, για την εφαρμογή της παρ. 1 του άρθρου 1 του ν. 3959/2011 καθώς και του άρθρου 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ απαιτείται η ύπαρξη «συμφωνίας» (ή εναρμονισμένης πρακτικής ή απόφασης ένωσης επιχειρήσεων) που περιορίζει τον ανταγωνισμό, μεταξύ δύο τουλάχιστον ανεξάρτητων οικονομικά μεταξύ τους επιχειρήσεων<sup>141</sup>.

125. Προκειμένου να υπάρξει «συμφωνία», αρκεί οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις ρητά ή σιωπηρά να εγκρίνουν από κοινού ένα σχέδιο που περιορίζει ή μπορεί να περιορίσει την κοινή ελευθερία τους, καθορίζοντας μεταξύ τους τις κατευθυντήριες γραμμές της αμοιβαίας δράσης τους (ή αποχής από τη δράση) στην αγορά. Αρκεί, δηλαδή, οι επιχειρήσεις να έχουν εκφράσει την κοινή τους βούληση να συμπεριφερθούν στην αγορά κατά καθορισμένο τρόπο<sup>142</sup>. Η ύπαρξη συμφωνίας μπορεί να προκύπτει άμεσα ή έμμεσα από τη συμπεριφορά των μερών. Είναι αδιάφορος ο γραπτός ή προφορικός χαρακτήρας της σύμβασης, καθώς και ο δεσμευτικός ή

<sup>139</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις υπό στοιχεία ΔΕΚ C-180-184/98, Pavel Pavlov κ.ά. κατά Stichting Pensioenfonds Medische Specialisten, σκ. 74, ΔΕΚ C-55/96, Job Centre coop.arl, σκ. 21 καθώς και ΔΕΚ C-244/94, Federation Francaise des Societes d'Assurance κ.ά. κατά Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, σκ. 14.

<sup>140</sup> Βλ. ενδεικτικά υπόθ. T-23/09 Conseil national de l'Ordre des pharmaciens (CNOP), Conseil central de la section G de l'Ordre national des pharmaciens (CCG) κατά Επιτροπής, σκ. 70-71, C-55/96, ό.π., σκ. 21, συνεκδ. υπόθ. C-180-184/98, ό.π., σκ. 74, υπόθ. C-118/85 Επιτροπή κατά Ιταλίας, σκ. 7, υπόθ. C-41/90 Klaus Höfner and Fritz Elser κατά Macrotron GmbH, σκ. 21, υπόθ. C-35/96 Επιτροπή κατά Ιταλίας (CNSD), σκ. 36, υπόθ. C-244/94 ό.π., σκ. 14, απόφαση ΕΑ 292/IV/2005 υπό 2.1 και 2.2.

<sup>141</sup> Στην παρούσα Ενότητα εξετάζεται μόνο η ύπαρξη «συμφωνίας», ενώ η ανεξάρτητη οικονομική δραστηριότητα του αντιπροσώπου διερευνάται κατωτέρω στην Ενότητα 5.8.

<sup>142</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-41/69, Chemiefarma κατά Επιτροπής, σκ. 111-113 και ΠΕΚ T-1/89, Rhone Poulenc κατά Επιτροπής, σκ. 120, ΠΕΚ T-9/99, HFB Holding κατά Επιτροπής, σκ. 199, ΠΕΚ T-168/01, GlaxoSmithKline Services κατά Επιτροπής, σκ. 76.

μη χαρακτήρας της, δηλαδή δεν απαιτούνται τυπικές διαδικασίες ούτε και κυρώσεις μη συμμόρφωσης ή μέτρα εφαρμογής<sup>143</sup>. Η ύπαρξη της «συμφωνίας», επομένως, στηρίζεται στην ύπαρξη συμπτώσεως των βουλήσεων δύο τουλάχιστον μερών, της οποίας η μορφή εκδηλώσεως δεν είναι σημαντική, εφόσον συνιστά πιστή έκφραση των βουλήσεων αυτών<sup>144</sup>. Η εν λόγω έννοια της συμφωνίας καλύπτει τόσο τις οριζόντιες συμφωνίες που συνάπτονται μεταξύ ανταγωνιστών που δρουν στο ίδιο επίπεδο αγοράς όσο και τις κάθετες συμφωνίες, κατά τον προεκτεθέντα ορισμό αυτών, όπως αποτελούν οι συμβάσεις της καταγγελλόμενης με τους χονδρέμπορους / διανομείς της στην υπό κρίση υπόθεση<sup>145</sup>.

126. Η σύναψη σύμβασης, στην οποία εμπεριέχεται όρος ο οποίος, ρητά και χωρίς επιφυλάξεις ή αιρέσεις, προβλέπει την αντικείμενη στα άρθρα 1 ν. 3959/2011 και 101 ΣΛΕΕ πρακτική, συνιστά σύναψη συμφωνίας μεταξύ των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων κατά την έννοια των ως άνω άρθρων, καθώς με την υπογραφή της σύμβασης οι συμβαλλόμενες επιχειρήσεις εκφράζουν ρητά και ανεπιφύλακτα την κοινή τους βούληση να εφαρμόσουν την προβλεπόμενη αντι-ανταγωνιστική πρακτική. Συμφωνίες, κατά τις διατάξεις του ελεύθερου ανταγωνισμού, είναι κατεξοχήν οι συμβάσεις με την έννοια του αστικού δικαίου.

127. Επιπλέον όμως, απουσία (έστω και κατά φαινόμενο) σύμβασης και γενικότερα «συμφωνίας» υπό την ανωτέρω έννοια, αναζητείται τυχόν «εναρμονισμένη πρακτική» μεταξύ των επιχειρήσεων, δηλαδή μορφή συντονισμού, η οποία, χωρίς να φθάνει μέχρι τη σύναψη συμφωνίας, αντικαθιστά ηθελημένα τους κινδύνους που ενέχει ο ανταγωνισμός με την έμπρακτη συνεργασία των επιχειρήσεων αυτών<sup>146</sup>. Η πλειοψηφία των αποφάσεων τόσο σε ενωσιακό όσο και σε εθνικό επίπεδο για τις προϋποθέσεις στοιχειοθέτησης «εναρμονισμένης πρακτικής» αφορούν συντονισμό μεταξύ ανταγωνιστών, σε οριζόντιο, δηλαδή, επίπεδο<sup>147</sup>. Ωστόσο, «εναρμονισμένη πρακτική» νοείται και σε επίπεδο κάθετων σχέσεων με-

<sup>143</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-209/78 έως 215/78 και 218/78, Van Landewyck κατά Επιτροπής, σκ. 85-86 και ΠΕΚ T-1/89, ό.π., σκ. 43-44 και 97, ΠΕΚ T-9/99, ό.π., σκ. 200-201, ΠΕΚ T-56/99, Marlines κατά Επιτροπής, σκ. 21. Βλ. επίσης ΔΕφαθ 2560/2009, σκ. 6.

<sup>144</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-41/69, Chemiefarma v. Commission, σκ. 112, T-41/96, Bayer v. Commission, σκ. 67-69, T-208/01, Volkswagen v. Commission, σκ. 30-32, ΣτΕ 1677/2014, σκ. 5, καθώς και ΣτΕ 2007/2013, σκ. 17 και ΣτΕ 2780/2012, σκ. 5-6, με περαιτέρω παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία.

<sup>145</sup> Βλ. ενδεικτικά ΣτΕ 2780/2012, σκ. 4 και ΔΕΚ C-56 & 58/64, Consten & Grundig κατά Επιτροπής, σελ. απόφασης 370-371. Βλ. επίσης Κανονισμό (ΕΚ) 2790/1999, ό.π., παρ. 1 του άρθρου 2 καθώς και Κανονισμό (ΕΕ) 330/2010, ό.π., άρθρο 1α).

<sup>146</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ 48/69, Imperial Chemical Industries Ltd. Κατά Επιτροπής, σκ. 64, και ΔΕΚ 40 έως 48, 50, 54 έως 56, 111, 113 και 114/73, Coöperatieve Vereniging "Suiker Unie" UA και λοιποί κατά Επιτροπής, σκ. 26.

<sup>147</sup> Βλ. Α. Αθανασίου, εις ΔικΕλΑντ, β' έκδοση 2020, παρ. 7, 34-68, για την επισκόπηση της νομολογίας των Ευρωπαϊκών οργάνων και της ΕΑ αναφορικά με το αντικειμενικό στοιχείο (τον συντονισμό της συμπεριφοράς των επιχειρήσεων), το υποκειμενικό στοιχείο (τη βούληση συντονισμού) και τον αιτιώδη σύνδεσμο μεταξύ αυτών, καθώς και το αποδεικτικό μέτρο, για τη στοιχειοθέτηση «εναρμονισμένης πρακτικής» μεταξύ ανταγωνιστών σε οριζόντιο επίπεδο.

ταξύ, λ.χ., ενός προμηθευτή και των μεταπωλητών του, όπου συνήθως αναζητείται η συμμόρφωση των μεταπωλητών με τις αποστέλλομενες από τον προμηθευτή οδηγίες, λ.χ. τιμές, η οποία διαπιστώνεται εφόσον αυτές τίθενται σε εφαρμογή, και από την οποία συνάγεται η συναίνεση των μεταπωλητών στις πρακτικές που διαμορφώνει ο προμηθευτής<sup>148</sup>.

128. Στην παρούσα υπόθεση, οι υπό εξέταση συμβάσεις μεταξύ της RESOUL και των χονδρεμπόρων / διανομέων της και οι επιμέρους όροι που εμπεριέχονται σε αυτές εμπίπτουν ευθέως στην έννοια της «συμφωνίας» κατά τα προεκτεθέντα και δη στην έννοια της κάθετης συμφωνίας μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε διαφορετικό επίπεδο στην αλυσίδα διανομής. Συνεπώς, δεν τίθεται θέμα αμφισβήτησης της ύπαρξης συμφωνίας, υπό το πρίσμα του δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού στο βαθμό που οι εξεταζόμενες πρακτικές της καταγγελλόμενης συνίστανται σε όρους που περιλαμβάνονται στις εν λόγω συμβάσεις της με τους χονδρεμπόρους / μεταπωλητές της.

129. Στην Ενότητα που ακολουθεί εξετάζεται η νομική φύση της εμπορικής συνεργασίας της καταγγελλόμενης με τους χονδρεμπόρους και θεμελιώνεται η ανεξαρτησία των τελευταίων ως επιχειρήσεων έναντι της RESOUL ώστε οι υπό εξέταση συμβατικοί όροι (ή ενδεχομένως και εναρμονισμένες πρακτικές) να εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της παρ. 1 του άρθρου 1 του ν. 3959/2011 και της παρ. 1 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ.

5.8. ΝΟΜΙΚΗ ΦΥΣΗ ΤΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΗΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΟΥΣ / ΔΙΑΝΟΜΕΙΣ

5.8.1. ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΗΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΟΥΣ / ΔΙΑΝΟΜΕΙΣ

5.8.1.1. Οι συμβάσεις των ετών 2008-2009

α) Γενικοί όροι της συνεργασίας

130. Η RESOUL υπέγραψε την πρώτη σύμβαση με τη ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ (εφεξής «σύμβαση εμπορικής συνεργασίας») το έτος 2008. Η σύμβαση αυτή είναι πανομοιότυπη με όλες τις συμβάσεις που υπέγραψε η εν λόγω εταιρία με τους διανομείς / αντιπροσώπους της στους οποίους απευθύνθηκε η ΓΔΑ και για αυτό δύναται να θεωρηθεί ως «σύμβαση - πρότυπο». Οι όροι της σύμβασης παρέμειναν ίδιοι και στη σύμβαση εμπορικής συνεργασίας του έτους 2009.

131. Τα μέρη της σύμβασης είναι αφενός η RESOUL η οποία αποκαλείται στη σύμβαση ως «η Εταιρία» και αφετέρου η εταιρία με την επωνυμία «ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ Γ. ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ», η οποία αναφέρεται στη σύμβαση ως «τοπικός αντιπρόσωπος»<sup>149</sup>.

<sup>148</sup> Βλ. I. Lianos, Collusion in Vertical Relations under Article 81 EC, (2008) 45 Common Market Law Review 1027; Δ. Λουκά, Ν. Κοσμίδη, Δ.Ν.Τζουγανάτο, Ν.Ε. Φαραντούρη, εις ΔικΕΛΑντ, β' έκδοση 2020, παρ. 12, 77. Τα στοιχεία αυτά, άλλωστε, διακρίνουν μία φαινομενικά μονομερή συμπεριφορά από την ύπαρξη «συμφωνίας» στο πλαίσιο διαρκών καθετοποιημένων σχέσεων, βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-74/04 P, Επιτροπή κατά Volkswagen AG, σκ. 39 και ΕΑ 639/2017, σκ. 107.

<sup>149</sup> Όπως προαναφέρθηκε, ο τίτλος της σύμβασης μετονομάστηκε σε «σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας» για τα έτη 2010, 2011 και 2012 και «σύμβαση διαμεσολάβησης» για τα έτη 2013, 2014 και 2015.

132. Η Εταιρία αποτελεί αποκλειστικό αντιπρόσωπο - διανομέα των προϊόντων που φέρουν το διακριτικό σήμα CAMPINGAZ και B.B. QUICK που διανέμει στην ελληνική επικράτεια και έχει δικαίωμα να ορίζει τοπικούς αντιπροσώπους της, δεδομένου ότι οι συγκεκριμένοι τοπικοί αντιπρόσωποι διαθέτουν οργανωμένη δομή πωλήσεων, ικανή να προωθήσει κατάλληλα τα προϊόντα της εταιρίας προς πώληση, στις περιοχές<sup>150</sup> για τις οποίες έχουν οριστεί «υπεύθυνοι».

133. Το αντικείμενο της σύμβασης περιγράφεται από το άρθρο 2 της σύμβασης στο οποίο αναφέρονται ρητά τα εξής: «Η Εταιρεία αναθέτει στον Τοπικό Αντιπρόσωπο και ο τελευταίος αναλαμβάνει την εμπορία και διανομή των προϊόντων, υπό τις πρόνοιες και τους όρους της σύμβασης».

β) Επιμέρους συμβατικοί όροι περί καθορισμού της σχέσης εμπορικής συνεργασίας

134. Στις συμβάσεις των υπό εξέταση ετών μεταξύ της RESOUL και των διανομέων / αντιπροσώπων της υπάρχουν σαφείς όροι που καταδεικνύουν ότι πρόκειται για συμβάσεις ανεξάρτητης διανομής και όχι εμπορικής αντιπροσωπείας (όπως υποστηρίζει η RESOUL) οι οποίοι είναι οι εξής:

- ειδικές επενδύσεις σε εξοπλισμό και προσωπικό<sup>151</sup>.
- επενδύσεις / έξοδα για ένταξη στο δίκτυο<sup>152</sup>.
- υποχρεώσεις προώθησης πωλήσεων<sup>153</sup>.
- διατήρηση αποθεμάτων ασφαλείας<sup>154</sup>.
- ανάληψη κυριότητας των προϊόντων<sup>155</sup>.

<sup>150</sup> Ως «Περιοχή» εννοείται σύμφωνα με την παρ. 1.3 της σύμβασης η γεωγραφική και διοικητική περιοχή εντός της οποίας έχει το δικαίωμα και την υποχρέωση να ασκεί εμπορία και διανομή των προϊόντων ο Τοπικός Αντιπρόσωπος.

<sup>151</sup> Βλ. παρ. 5.2 της σύμβασης - πρότυπο: «Ο Τοπικός Αντιπρόσωπος δηλώνει και εγγυάται ότι έχει την εμπειρία, την ικανότητα και την αναγκαία εμπορική και επιχειρηματική δομή [ενδεικτικά αλλά όχι περιοριστικά, προσωπικό, υλικοτεχνική υποδομή, νόμιμες άδειες, κ.λπ.] να αναλάβει την υλοποίηση του συμβατικού αντικείμενου εντός του πλαισίου των όρων της σύμβασης».

<sup>152</sup> Βλ. παρ. 5.3 της σύμβασης - πρότυπο: «Ο Τοπικός Αντιπρόσωπος δηλώνει ρητά ότι οι δαπάνες και τα έξοδα, τα οποία απορρέουν από τις υποχρεώσεις και τα καθήκοντά του σύμφωνα με τη σύμβαση, βαρύνουν αποκλειστικά τον ίδιο και εκτελούνται με δικές του αποκλειστικές δαπάνες».

<sup>153</sup> Μεταξύ των υποχρεώσεων του τοπικού αντιπροσώπου περιλαμβάνονται και οι εξής: «6.1 Φροντίζει για την προβολή και γενικά βελτίωση της εμπορικής θέσης των προϊόντων της Εταιρείας στην περιοχή. 6.2 Φροντίζει για την αύξηση του όγκου πωλήσεων, βελτίωση και διεύρυνση γενικά της διανομής των προϊόντων της Εταιρείας στην περιοχή».

<sup>154</sup> Βλ. παρ. 6.5 της σύμβασης - πρότυπο: «Φροντίζει για την επαρκή τροφοδοσία των αποθηκών και των ραφιών των καταστημάτων διατηρώντας ανάλογα αποθέματα ασφαλείας».

<sup>155</sup> Εκτός από το άρθρο 2 της σύμβασης, το οποίο περιγράφει το συμβατικό αντικείμενο εκ του οποίου προκύπτει και η ανάληψη κυριότητας από τον τοπικό αντιπρόσωπο (δεδομένου ότι γίνεται λόγος για ανάληψη δραστηριότητας εμπορίας από την πλευρά του τοπικού αντιπροσώπου) υπάρχουν και άλλοι όροι στη σύμβαση από τους οποίους προκύπτει το γεγονός αυτό. Συγκεκριμένα, αναφέρεται στην παρ. 6.8 της σύμβασης - πρότυπο ότι ο τοπικός αντιπρόσωπος «υποχρεούται στην άμεση αποστολή των αναλυτικών οικονομικών στοιχείων πωλήσεων (ενν. πωλήσεων του τοπικού αντιπροσώπου), τα οποία αφορούν ενδεικτικά - και όχι περιοριστικά, τζίρο ανά πελάτη και προϊόν, διανομή προϊόντων, αποτελέσματα προωθητικών και λοιπών διαφημιστικών ενεργειών εντός των εύλογων προθεσμιών που έχουν ταχθεί από την Εταιρεία».

- η φύση της συνεργασίας, που περιγράφεται ως σχέση εμπορικής συνεργασίας<sup>156</sup>.

γ) Επιμέρους συμβατικοί όροι περί καθορισμού της εμπορικής πολιτικής

135. Στο άρθρο 9.1 των συμβάσεων των δύο αυτών ετών (2008 και 2009) αναφέρεται ότι η εταιρία υποχρεούται να παρέχει προς τον τοπικό αντιπρόσωπο έκπτωση 12-14%<sup>157</sup> επί τιμολογίου στις τιμές τιμοκαταλόγου της και επιπλέον έκπτωση 10% επί του τζίρου τιμολογίων. Επιπλέον, ο όρος 9.2 ο οποίος αφορά στις παροχές που αποδίδει στους πελάτες του ο διανομέας και έχουν συμφωνηθεί κεντρικά με τη RESOUL. Τέλος, η σύμβαση αναφέρει ως προς τις παροχές και εκπτώσεις προς τον τοπικό αντιπρόσωπο και τον εξής όρο (10.1.1): «10.1.1 Η εξόφληση των τιμολογίων θα γίνεται με επιταγή ενενήντα (90) ημερών, η οποία θα πρέπει να παραδίδεται στην Εταιρία εντός του πρώτου δεκαημέρου εκάστου μήνα και θα καλύπτει τα τιμολόγια του προηγούμενου μήνα».

136. Επισημαίνεται ότι στις εξεταζόμενες συμβάσεις υπάρχουν και άλλοι όροι σχετικοί με την εμπορική πολιτική της καταγγελλόμενης, οι οποίοι, επειδή στοιχειοθετούν παραβάσεις κατά την εκτίμηση της Εισήγησης, αναφέρονται κατωτέρω στις οικείες Ενότητες σχετικά με καθεμία παράβαση αντίστοιχα.

5.8.1.2. Οι συμβάσεις των ετών 2010-2012

α) Γενικοί όροι της συνεργασίας

137. Η «σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας» του έτους 2010 μεταξύ της RESOUL και της εταιρίας ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ, αντικατέστησε τις συμβάσεις εμπορικής συνεργασίας των ετών 2008 και 2009. Η σύμβαση αυτή είναι πανομοιότυπη με όλες τις συμβάσεις που υπέγραψε η εν λόγω εταιρία με τους διανομείς / αντιπροσώπους της και για αυτό δύναται θεωρηθεί ως «σύμβαση - πρότυπο»<sup>158</sup>. Οι όροι της σύμβασης αυτής παρέμειναν σχεδόν ίδιοι και στις συμβάσεις εμπορικής συνεργασίας των ετών 2011<sup>159</sup> και 2012<sup>160</sup>.

<sup>156</sup> Αρ. 8 της σύμβασης - πρότυπο: «Τα μέρη συμφωνούν και δηλώνουν ρητά ότι με την παρούσα σύμβαση εγκαθιδρύουν σχέση εμπορικής συνεργασίας».

<sup>157</sup> Συγκεκριμένα, η σύμβαση αναφέρει ότι «9.1 η Εταιρία υποχρεούται να παρέχει προς τον Τοπικό Αντιπρόσωπο: 9.1.1 έκπτωση δώδεκα τοις εκατό (12%) επί τιμολογίου στις τιμές τιμοκαταλόγου της, για αγορές στους κωδικούς φιαλιδίων». Επίσης, αναφέρει ότι: «9.1.2 έκπτωση δέκα τέσσερα (14%) επί τιμολογίου στις τιμές τιμοκαταλόγου της, για αγορές στους λοιπούς κωδικούς, ήτοι συσκευές και εποχιακά».

<sup>158</sup> Για λόγους συντομίας, ακολουθεί η συνοπτική περιγραφή των όρων της συγκεκριμένης σύμβασης (με την εταιρία ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ), η οποία ισχύει και για τους υπόλοιπους διανομείς/αντιπροσώπους και τα τρία έτη που αναφέρονται στην συγκεκριμένη ενότητα.

<sup>159</sup> Η μόνη διαφοροποίηση στη σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας του 2011 σε σχέση με αυτή του 2010 είναι στον όρο 8.1, ο οποίος αφορά στην πιστωτική πολιτική της εταιρίας και αναφέρει ότι η εξόφληση των τιμολογίων θα γίνεται με επιταγή εβδομήντα πέντε ημερών (ενώ στη σύμβαση του 2010, ο ίδιος όρος αναφέρει ότι η εξόφληση των τιμολογίων θα γίνεται με επιταγή εκατό ημερών).

<sup>160</sup> Οι μόνες διαφοροποιήσεις στη σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας του 2012 σε σχέση με αυτή του 2011 είναι: α) Ο όρος 3.6 της σύμβασης (του 2012) στην οποία αναφέρεται ότι ο εμπορικός αντιπρόσωπος υποχρεούται στην άμεση αποστολή των αναλυτι-

138. Τα μέρη της σύμβασης είναι αφενός η RESOUL η οποία αποκαλείται στη σύμβαση ως «η Εταιρία» και αφετέρου του «εμπορικού αντιπροσώπου». Στο προοίμιο της σύμβασης αναφέρεται ότι πρόκειται για σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας.

139. Ως προς το αντικείμενο της σύμβασης, αυτό περιγράφεται ως εξής: ο εμπορικός αντιπρόσωπος υποχρεούται να διαπραγματεύεται ή/και να συνάπτει συμβάσεις πώλησης με αγοραστές που ανήκουν στην περιοχή που του έχει παραχωρηθεί από την εταιρία<sup>161</sup>. Επίσης, αναφέρεται ότι η αντιπροσώπηση καλύπτει τα προϊόντα CAMPINGAZ, EL GRECO και ΘΕΟΦΙΛΟΣ και ότι: «Σε περίπτωση μεταβολής του παραγωγικού / εισαγωγικού προγράμματος της, δικαιούται η Εταιρία να εξαιρέσει από την αντιπροσώπηση συγκεκριμένα προϊόντα της. Το δικαίωμα αυτό ασκείται με μονομερή έγγραφη δήλωσή της, επιδιδόμενη στον εμπορικό αντιπρόσωπο με δικαστικό επιμελητή ή με συστημένη επιστολή και υπογεγραμμένη απόδειξη παραλαβής της»<sup>162</sup>. Στο ίδιο άρθρο της σύμβασης αναφέρεται επίσης ότι «Ο εμπορικός αντιπρόσωπος δεν έχει το δικαίωμα να εισπράττει στο όνομα και για λογαριασμό της Εταιρίας το τίμημα των συμβάσεων πώλησης που καταρτίζει η τελευταία»<sup>163</sup>.

β) Επιμέρους συμβατικοί όροι περί καθορισμού της σχέσης εμπορικής συνεργασίας

140. Όπως και στις συμβάσεις των ετών 2008 και 2009, έτσι και στις συμβάσεις των ετών 2010 - 2012 μεταξύ της RESOUL και των διανομέων/αντιπροσώπων περιέχονται ορισμένοι όροι που καταδεικνύουν ότι πρόκειται για συμβάσεις ανεξάρτητης διανομής και όχι εμπορικής αντιπροσωπείας, όπως υποστηρίζει η εταιρία RESOUL. Ειδικότερα, οι συμβάσεις αυτές περιεχόμενους ρήτρες σχετικά με:

- ειδικές επενδύσεις σε εξοπλισμό και προσωπικό<sup>164</sup>.

- δαπάνες και έξοδα βαρύνουν τον εμπορικό αντιπρόσωπο<sup>165</sup>.

κών οικονομικών στοιχείων πωλήσεων, κάθε 1η και 16η κάθε μήνα, ενώ ο ίδιος όρος αυτός στη σύμβαση του 2011 δεν αποσαφηνίζει συγκεκριμένες ημερομηνίες για την αποστολή των οικονομικών αυτών στοιχείων και δη δύο φορές τον μήνα όπως η σύμβαση του 2011). β) Στον όρο 7.2, εξαιρεί τα προϊόντα Sizzle & Plus Fire. γ) Στη σύμβαση του 2012 έχουν συγχωνευτεί οι όροι 8.1 και 8.3 στο κεφάλαιο «Πιστωτική Πολιτική της Εταιρίας», όπως προϋπήρχαν στη σύμβαση του 2011 και εξαλείφθηκε ο όρος 8.4 της σύμβασης του έτους 2011.

<sup>161</sup> Βλ. άρθρο 2, παρ. 2.1 της σύμβασης.

<sup>162</sup> Βλ. άρθρο 2, παρ. 2.2 της σύμβασης.

<sup>163</sup> Βλ. άρθρο 2, παρ. 2.3 της σύμβασης.

<sup>164</sup> Παράγραφος 1.7 της σύμβασης - πρότυπο: «Ο εμπορικός αντιπρόσωπος δηλώνει και εγγυάται ότι έχει την εμπειρία, την ικανότητα και την αναγκαία και επαρκή εμπορική και επιχειρηματική δομή [ενδεικτικά και όχι περιοριστικά, προσωπικό, υλικοτεχνική υποδομή, νόμιμες άδειες, εγγραφή στο αρμόδιο επιμελητήριο ως εμπορικός αντιπρόσωπος, κ.λπ.] να αναλάβει την υλοποίηση του συμβατικού αντικειμένου εντός του πλαισίου των όρων της σύμβασης».

<sup>165</sup> Παράγραφος 1.5 της σύμβασης - πρότυπο: «Ο εμπορικός αντιπρόσωπος δηλώνει ρητά ότι οι δαπάνες και τα έξοδα, τα οποία απορρέουν από τις υποχρεώσεις και τα καθήκοντα του σύμφωνα με την παρούσα σύμβαση, βαρύνουν αποκλειστικά τον ίδιο».



- υποχρεώσεις προώθησης πωλήσεων<sup>166</sup>.

γ) Επιμέρους συμβατικοί όροι περί καθορισμού της εμπορικής πολιτικής

141. Η σύμβαση αναφέρει ότι η προμήθεια συνιστάται σε έκπτωση ποσοστού 10% επί του τζίρου τιμολογίων (μικτές αγορές) και επιπλέον σε έκπτωση 10%<sup>167</sup>, 12%<sup>168</sup>, 18%<sup>169</sup>, 20%<sup>170</sup> επί της καθαρής τιμολογιακής αξίας του τιμολογίου αναλόγως του εμπορικού σήματος<sup>171</sup>. Περαιτέρω, η πιστωτική πολιτική της εταιρίας<sup>172</sup> ορίζεται ως εξής: «8.1 Η εξόφληση των τιμολογίων θα γίνεται με επιταγή εκατό (100) ημερών, υπολογιζόμενης της έναρξης του χρονικού αυτού διαστήματος της 15ης και 30ης κάθε ημερολογιακού μήνα αντίστοιχα, η οποία (επιταγή) θα πρέπει να παραδίδεται στην Εταιρία, για τις μεν τιμολογήσεις πρώτου δεκαπενθημέρου εκάστου ημερολογιακού μηνός μέχρι την 25η ιδίου μήνα ενώ για τις τιμολογήσεις δευτέρου δεκαπενθημέρου μέχρι την 10η του επόμενου μήνα»<sup>173</sup>.

142. Επισημαίνεται ότι στις εξεταζόμενες συμβάσεις υπάρχουν και άλλοι όροι σχετικοί με την εμπορική πολιτική της καταγγελλόμενης, οι οποίοι, επειδή στοιχειοθετούν παραβάσεις κατά την εκτίμηση της Εισηγήσης, αναφέρονται κατωτέρω στις οικείες Ενότητες σχετικά με καθεμία παράβαση αντίστοιχα.

5.1.1.1. Οι συμβάσεις των ετών 2013-2018

α) Γενικοί όροι της συνεργασίας

143. Η «σύμβαση διαμεσολάβησης» του έτους 2013<sup>174</sup>,

<sup>166</sup> Μεταξύ των υποχρεώσεων του τοπικού αντιπροσώπου περιλαμβάνονται και οι εξής: «3. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΟΥ... 3.5... ο εμπορικός αντιπρόσωπος φροντίζει για την: 3.5.1 προβολή και τη βελτίωση της εμπορικής θέσης των προϊόντων της Εταιρίας στην περιοχή, 3.5.2 την αύξηση του όγκου πωλήσεων...».

<sup>167</sup> Για «αγορές στους κωδικούς φιαλιδίων βαλβίδας ΕΛ ΓΚΡΕΚΟ, ΘΕΟΦΙΛΟΣ, CV 470 PLUS», βλ. παρ. 7.1.1 του άρθρου 7, της σύμβασης.

<sup>168</sup> Αφορά «στους λοιπούς κωδικούς φιαλιδίων Campingaz» (βλ. παρ. 7.1.2 του άρθρου 7, της σύμβασης).

<sup>169</sup> Αφορά «στους λοιπούς κωδικούς Campingaz ήτοι ψησταριές υγραερίου, αξεσουάρ ψησταριών, λοιπά αξεσουάρ, καμινευτήρες, εστίες μαγειρέματος» (βλ. παρ. 7.1.3 του άρθρου 7, της σύμβασης).

<sup>170</sup> Αφορά «στις συσκευές υγραερίου, εστία ΕΛ ΓΚΡΕΚΟ, καμινετάκι ΘΕΟΦΙΛΟΣ, λάμπα ΕΛ ΓΚΡΕΚΟ, λάμπες Campingaz, καμινέτα Campingaz (bleuet & Bleuet Micro Plus)» (βλ. παρ. 7.1.4 του άρθρου 7, της σύμβασης).

<sup>171</sup> Σημειώνεται ότι η παρ. 7.1 στις συμβάσεις εμπορικής αντιπροσωπείας των διανομέων / αντιπροσώπων υπάρχουν διαφορές ως προς το ύψος της προμήθειας και της έκπτωσης ανά κωδικό προϊόντος.

<sup>172</sup> Σημειώνεται ότι τα ποσοστά εκπτώσεων προς τον εμπορικό αντιπρόσωπο επί του αναγραφόμενου στην εκάστοτε επιταγή ποσού όπως αναφέρονται στις παρ. 8.3 και 8.4 των συμβάσεων εμπορικής αντιπροσωπείας του έτους 2010, διαφέρουν σε κάθε σύμβαση της RESOUL με τον εκάστοτε διανομέα/αντιπρόσωπο.

<sup>173</sup> Στον όρο 8.1 της σύμβασης εμπορικής αντιπροσωπείας του έτους 2012, έχει γίνει η εξής εν μέρει προσθήκη του όρου 8.3 της σύμβασης του 2011: «Η εταιρία, θα παρέχει προς τον εμπορικό αντιπρόσωπο έκπτωση ένα (1,00%) επί του αναγραφόμενου στην εκάστοτε επιταγή ποσού, αφαιρούμενου του αναλογούντος Φ.Π.Α. που ήδη εμπεριέχεται στο ποσό της επιταγής». Επίσης, από τη σύμβαση του 2012 έχει αφαιρεθεί ο όρος 8.4, όπως υπήρχε στο κεφάλαιο «Πιστωτική πολιτική της εταιρίας» της σύμβασης του 2011.

<sup>174</sup> Η σύμβαση αυτή προσκομίστηκε ως συνημμένο στην υπ' αρ. 3299/26.5.2015 απαντητική επιστολή της [...] και ως συνημμένο στη Δήλωση [...].

αντικατέστησε τις συμβάσεις εμπορικής αντιπροσωπείας των ετών 2010, 2011 και 2012. Η σύμβαση αυτή είναι πανομοιότυπη με όλες τις συμβάσεις που υπέγραψε η καταγγελλόμενη εταιρία για το εν λόγω έτος με τους διανομείς / αντιπροσώπους της και για αυτό δύναται να θεωρηθεί ως «σύμβαση - πρότυπο»<sup>175</sup>. Οι όροι της παρέμειναν σχεδόν ίδιοι και στις συμβάσεις διαμεσολάβησης των ετών 2014 έως 2018<sup>176</sup>.

144. Το αντικείμενο της σύμβασης είναι η διανομή των προϊόντων της Προμηθεύτριας (RESOUL), όπως προσδιορίζονται στο Παράρτημα 1 αυτής (Τιμοκατάλογος), το οποίο διατηρεί το δικαίωμα να τροποποιεί σύμφωνα με την εκάστοτε εμπορική πολιτική της.

β) Επιμέρους συμβατικοί όροι περί καθορισμού της σχέσης εμπορικής συνεργασίας

145. Στις συμβάσεις των ετών 2013 έως 2018 μεταξύ της RESOUL και των διανομέων / αντιπροσώπων προκύπτει σαφώς ότι πρόκειται για συμβάσεις ανεξάρτητης διανομής και όχι εμπορικής αντιπροσωπείας βάσει των όρων που ακολουθούν:

- ως προς τη νομική φύση της σύμβασης, στη σύμβαση του έτους 2013 αναφέρεται ότι: «1.1 Ρητά συμφωνείται ότι η σχέση που δημιουργείται μεταξύ των συμβαλλόμενων μερών, στο πλαίσιο της παρούσας σύμβασης, είναι αποκλειστικά αυτή της πωλήτριας (Προμηθεύτρια), και της αγοράστριας (Αντιπροσώπου)»<sup>177</sup>.

- απόκτηση κυριότητας προϊόντων<sup>178</sup>.

- υποχρέωση ειδικών επενδύσεων σε εξοπλισμό και προσωπικό<sup>179</sup>.

<sup>175</sup> Για λόγους συντομίας, ακολουθεί η συνοπτική περιγραφή των όρων της σύμβασης του έτους 2013 (με τη [...]), η οποία ισχύει και για τους υπόλοιπους διανομείς / αντιπροσώπους που έχουν συμπεριληφθεί στην παρούσα καθώς και τα υπόλοιπα έτη συνεργασίας (έως το 2018). Όπου διαπιστώνονται διαφορές με τις συμβάσεις επόμενων ετών, αυτές επισημαίνονται στις υποσημειώσεις και στο κυρίως κείμενο, όταν κρίνονται ουσιώδεις.

<sup>176</sup> Στη σύμβαση του έτους 2015 ο όρος «συνεργάτης» έχει αντικαταστήσει τον όρο «αντιπρόσωπος», ο οποίος προϋπήρχε στις συμβάσεις διαμεσολάβησης των ετών 2013 και 2014.

<sup>177</sup> Βλ. και παρ. 1.2 της σύμβασης - πρότυπο: «Στο πλαίσιο... της παρούσας σύμβασης, τα συμβαλλόμενα μέρη έχουν αποκλειστικά και μόνο την σχέση που περιγράφεται στο οικείο άρθρο και δεν δημιουργείται ή/και συμφωνείται ουδεμία άλλη σχέση μεταξύ τους. Ειδικότερα, καθόλο το χρονικό διάστημα ισχύος της παρούσας σύμβασης, η Αντιπρόσωπος θα ενεργεί ως ανεξάρτητος επαγγελματίας, με σαφώς ανεξάρτητη και πλήρως διακεκριμένη λειτουργική, οργανωτική, εμπορική και επιχειρηματική δομή από αυτήν της Προμηθεύτριας και ούτε η σύναψη της παρούσας σύμβασης ούτε η εκτέλεση οποιουδήποτε από τους όρους αυτής, θα μπορεί να ερμηνευτεί ότι καθιστά την Αντιπρόσωπο, υπάλληλο ή εκπρόσωπο της Προμηθεύτριας για οποιονδήποτε σκοπό, ούτε με αυτήν την σύμβαση δημιουργείται οποιαδήποτε εταιρική ή κοινοπρακτική σχέση».

<sup>178</sup> Βλ. παρ. 1.5 της σύμβασης - πρότυπο: «Η Αντιπρόσωπος αγοράζει τα συμβατικά προϊόντα από την Προμηθεύτρια και τα μεταπωλεί ενεργώντας στο όνομα της και για ίδιο λογαριασμό» και «2.4 Από την παράδοση και παραλαβή των προϊόντων η Αντιπρόσωπος αποκτά την κυριότητα των προϊόντων».

<sup>179</sup> Βλ. παρ. 1.7 της σύμβασης - πρότυπο: «Ο Αντιπρόσωπος δηλώνει και εγγυάται ότι έχει την εμπειρία, την ικανότητα και την αναγκαία και επαρκή εμπορική και επιχειρηματική δομή (ενδεικτικά και όχι περιοριστικά, προσωπικό, υλικοτεχνική υποδομή, νόμιμες άδειες, κ.λπ.) να αναλάβει την υλοποίηση του συμβατικού αντικειμένου εντός του πλαισίου των όρων της σύμβασης».

- συναφώς, παρατίθενται ορισμένοι όροι σχετικά με κινδύνους που αναλαμβάνουν τα μέρη. Ειδικότερα, «2.3. Η Προμηθεύτρια είναι υποχρεωμένη να παραδίδει τα ανωτέρω προϊόντα στην είσοδο της εγκατάστασης / αποθήκης της Αντιπροσώπου ...» και «10.2 Η Προμηθεύτρια υποχρεούται να απαλλάξει την Αντιπρόσωπο από οποιαδήποτε ευθύνη αποζημίωσης έναντι πελατών της ή τρίτων λόγω ελαττωματικών προϊόντων ή έλλειψης συμφωνηθεισών ιδιοτήτων». Επίσης, σύμφωνα με το άρθρο 14, παρ. 14.4 της σύμβασης, η Προμηθεύτρια υποχρεούται να επαναγοράσει τα εμπορεύματα της σύμβασης τα οποία η αντιπρόσωπος δεν κατάφερε να πουλήσει, στην τιμή κτήσης τους<sup>180</sup>.

γ) Επιμέρους συμβατικοί όροι περί καθορισμού της εμπορικής πολιτικής

146. Ως προς την πιστωτική πολιτική, η αντιπρόσωπος είναι υποχρεωμένη να καταβάλλει στην Προμηθεύτρια το τίμημα των συμβατικών προϊόντων που αγόρασε από αυτήν, μέσα σε 45 ημέρες από την έκδοση κάθε τιμολογίου πώλησης. Η έναρξη αυτού του χρονικού διαστήματος υπολογίζεται από τη 15η και 30η ημέρα κάθε μήνα αντίστοιχα και η επιταγή θα πρέπει να παραδίδεται στην εταιρία «...για τις μεν τιμολογήσεις του πρώτου δεκαπενθήμερου εκάστου ημερολογιακού μηνός μέχρι την 25η ιδίου μήνα, ενώ για τις τιμολογήσεις δευτέρου δεκαπενθήμερου μέχρι την 10η επόμενου μήνα»<sup>181</sup>. Στη συνέχεια της σύμβασης αναφέρεται ότι σύμφωνα με τα ανωτέρω, η έγκαιρη λήψη της επιταγής της Αντιπροσώπου από την Προμηθεύτρια αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για την έγκαιρη εκτέλεση των επόμενων παραγγελιών. Συγκεκριμένα, επ' αυτού αναφέρεται στη σύμβαση ότι: «Η Προμηθεύτρια δεν υποχρεούται να εκτελέσει οποιαδήποτε παραγγελία εάν η αντιπρόσωπος δεν έχει τακτοποιήσει εγκαίρως τις προηγούμενες οφειλές προς αυτή»<sup>182</sup>.

147. Στην παρ. 4.1 του άρθρου 4, της σύμβασης αναφέρεται ότι η αντιπρόσωπος αναλαμβάνει την υποχρέωση να προωθήσει την πώληση των συμβατικών προϊόντων με δικά της μέσα. Στην παρ. 5.2 του άρθρου 5, η σύμβαση αναφέρει ότι όσον αφορά τα θέματα προώθησης των συμβατικών προϊόντων, η Προμηθεύτρια είναι αυτή που έχει την υποχρέωση να παρέχει συμβουλές στην Αντιπρόσωπο. Για τον σκοπό αυτό, η Προμηθεύτρια «... οφείλει να θέσει στην διάθεση της Αντιπροσώπου τις αναγκαίες για τη διανομή των συμβατικών προϊόντων

<sup>180</sup> Σημειώνεται ότι ο όρος αυτός δεν υπήρχε στις συμβάσεις των ετών 2005-2012 που είχε συνάψει η RESOUL με τους διανομείς / αντιπροσώπους της και εισήχθη πρώτη φορά στη σύμβαση του 2013 όπου και παρέμεινε μέχρι και το έτος 2015.

<sup>181</sup> Στη συνέχεια της σύμβασης αναφέρεται ότι: «Η προμηθεύτρια θα παρέχει στην Αντιπρόσωπο έκπτωση ένα και μισό (1,5 %) τοις εκατό έκπτωση επί του αναγραφόμενου στην εκάστοτε επιταγή ποσού, αφαιρουμένου του αναλογούντος Φ.Π.Α. που ήδη εμπεριέχεται στο ποσό της επιταγής», βλ. άρθρο 8 της σύμβασης.

<sup>182</sup> Εν συνεχεία, αναφέρεται στη σύμβαση ότι: «Περαιτέρω, η Προμηθεύτρια διατηρεί το δικαίωμα της στην επιβολή τόκου, με την έκδοση σχετικού τιμολογίου, για καθυστερημένες οφειλές της Αντιπροσώπου. Η άσκηση ή μη του εν λόγω δικαιώματος από την Προμηθεύτρια δεν αποκλείει αυτήν ούτε την περιορίζει από την άσκηση και οποιαδήποτε άλλου δικαιώματος της για την ικανοποίηση των απαιτήσεων της εξ αυτού του λόγου», βλ. άρθρο 8 της σύμβασης.

πληροφορίες και έντυπο υλικό (καταλόγους, διαφημιστικό υλικό)»<sup>183</sup>.

148. Στην παρ. 7.1 του άρθρου 7, των συμβάσεων των ετών 2013, 2014 και 2015<sup>184</sup>, αναφέρεται ότι η αντιπρόσωπος θα δικαιούται αμοιβής για τη δραστηριότητά της ως διαμεσολαβητή συνισταμένης σε έκπτωση 10% επί εκάστου τιμολογίου και επί των τιμών πώλησης του ισχύοντος επίσημου τιμοκαταλόγου της Προμηθεύτριας της συγκεκριμένης χρονικής περιόδου ισχύος της σύμβασης. Επιπλέον, η έκπτωση ανέρχεται σε 10%<sup>185</sup>, 12%<sup>186</sup>, 18%<sup>187</sup>, 20%<sup>188</sup>, 35,5%<sup>189</sup> επί της καθαρής τιμολογιακής αξίας εκάστου τιμολογίου αναλόγως του αγοραζόμενου προϊόντος. Επιπλέον στο ίδιο άρθρο της σύμβασης, αναφέρεται ότι: «7.6 Αμφότερα τα συμβαλλόμενα μέρη συμφωνούν για τη διεξαγωγή ενεργειών από την Αντιπρόσωπο (ενδεικτικά, φυλλάδια προβολές, κ.α.) στους μεγάλους πελάτες της περιοχής. Ο αριθμός, των ενεργειών, το εύρος και το περιεχόμενο αυτών θα συμφωνείται από τα μέρη. Για τον λόγο αυτό, σε περίπτωση που πραγματοποιηθούν οι ανωτέρω ενέργειες, η Προμηθεύτρια θα αποδίδει έκπτωση δύο τοις εκατό (2%) επί του καθαρού τιμολογιακού τζίρου (αφαιρουμένου του Φ.Π.Α. και των εκπτώσεων επί τιμολογίου) με έκδοση πιστωτικού σημειώματος, στο τέλος του έτους συνεργασίας».

149. Επισημαίνεται ότι στις εξεταζόμενες συμβάσεις υπάρχουν και άλλοι όροι σχετικοί με την εμπορική πολιτική της καταγγελλόμενης, οι οποίοι λαμβάνονται υπόψη κατά την αξιολόγηση της Εισήγησης στις σχετικές ενότητες με τις επιμέρους παραβάσεις της καταγγελλόμενης.

5.8.2. Η ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΓΔΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΦΥΣΗ ΤΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

5.8.2.1. Η θέση της καταγγέλλουσας

150. Σύμφωνα με υπόμνημα της καταγγέλλουσας<sup>190</sup>, η σχέση μεταξύ των δύο εταιριών δεν ήταν σχέση γνήσιας εμπορικής αντιπροσωπείας, αλλά διανομής. Η ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ αναφέρει επίσης ότι ήταν η ίδια που αναλάμβανε όλο τον κίνδυνο αποπληρωμής των προϊόντων που προμηθευόταν από τη RESOUL και εν συνεχεία τα μεταπωλούσε προς τους πελάτες.

<sup>183</sup> Βλ. παρ. 5.2 του άρθρου 5, της σύμβασης.

<sup>184</sup> [...] (υπ' αρ. 3225/25.5.2015, 4792/12.6.2013), [...] (υπ' αρ. 3244/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3158/20.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3201/21.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3109/19.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3188/21.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3220/22.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3159/20.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3233/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3299/26.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3284/26.5.2015), [...] (3280/25.5.2015), RESOUL (3299/26.5.2015). Σημειώνεται ότι στις συμβάσεις του 2015 έχει αντικατασταθεί ο όρος «αντιπρόσωπος» από την λέξη «συνεργάτης».

<sup>185</sup> Αφορά σε «αγορές στους κωδικούς φιαλιδίων βαλβίδας ΕΛ ΓΚΡΕΚΟ, ΘΕΟΦΙΛΟΣ και CV 470 plus».

<sup>186</sup> Αφορά «στους λοιπούς κωδικούς φιαλιδίων Campingaz».

<sup>187</sup> Αφορά «στους λοιπούς κωδικούς Campingaz, ήτοι ψησταριές υγραερίου, αεσουάρ ψησταριών, λοιπά αεσουάρ, καμινευτήρες εστίες μαγειρέματος».

<sup>188</sup> Αφορά στις συσκευές υγραερίου, εστία ΕΛ ΓΚΡΕΚΟ, εστία ΕΛ ΓΚΡΕΚΟ micro, καμινετάκι ΘΕΟΦΙΛΟΣ, ΧΟΒΟΛΗ ΘΕΟΦΙΛΟΣ, λάμπα ΘΕΟΦΙΛΟΣ, λάμπα ΕΛ ΓΚΡΕΚΟ, λάμπες Campingaz και καμινέτα Campingaz (bluet).

<sup>189</sup> Αφορά στα προϊόντα bbq στιγμής, SIZZLE και PLUS FIRE.

<sup>190</sup> Με υπ' αρ. 1316/7.2.2014.

151. Η καταγγέλλουσα αναφέρει περαιτέρω ότι «η επιβολή τόσο της γεωγραφικής περιοχής του διανομέα, της επιβολής τιμών και της αμοιβής με τιμολόγιο παροχής υπηρεσιών προσομοιάζει στην εμπορική αντιπροσωπεία, αφού σύμφωνα με το εν λόγω έγγραφο, η εταιρία ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ Α.Ε. λειτουργούσε κατ' εντολή και σύμφωνα με τις υποδείξεις της RESOUL. Ωστόσο, δεν χαρακτηρίζεται ως γνήσια καθώς η RESOUL δεν αναλάμβανε επί της ουσίας κανέναν κίνδυνο σε ότι αφορούσε τη διακίνηση των προϊόντων και τα λειτουργικά κόστη της ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ Α.Ε.»<sup>191</sup>.

152. Αντιθέτως, σύμφωνα με το ίδιο υπόμνημα<sup>192</sup>, η καταγγέλλουσα ήταν αυτή που αναλάμβανε τους κινδύνους αφού διατηρούσε τους αποθηκευτικούς χώρους για τα προϊόντα της καταγγελλόμενης, επιβαρυνόταν με το κόστος αποθήκευσής τους, οι επιστροφές των προϊόντων γίνονταν μόνο για τα ελαττωματικά, ενώ τα αδιάθετα προϊόντα παρέμεναν στην κατοχή της. Κατά την καταγγέλλουσα, από το 2008 μέχρι τον Σεπτέμβριο του 2012 που έληξε η συνεργασία της με την καταγγελλόμενη, το κόστος της μεταφοράς των προϊόντων καθώς και το κόστος της διαφήμισης και προώθησης βάρυνε την καταγγελλόμενη, καθώς οι πελάτες εξέδιδαν με τα τιμολόγια παροχής για τις προωθητικές ενέργειες προς την καταγγέλλουσα, η τελευταία όμως εν συνεχεία εξέδιδε ισόποσα τιμολόγια στη RESOUL<sup>193</sup>.

153. Με νεότερο υπόμνημα<sup>194</sup> η καταγγέλλουσα ανέφερε ότι η εταιρία RESOUL αναλάμβανε, όπως αναφερόταν ρητά και στη σύμβαση, το κόστος που «αφορούσε τη μεταφορά των προϊόντων από τις εγκαταστάσεις της προς εμάς και όχι την διακίνηση των εμπορευμάτων εντός της γεωγραφικής περιοχής που όριζε η μεταξύ μας σύμβαση». Το ενδεχόμενο κόστος των ελαττωματικών προϊόντων δεν επιβάρυνε την ίδια αφού «πάντοτε αυτά επιστρέφονταν στην καταγγελλόμενη». Σε ό,τι αφορά τη δημιουργία στοκ εμπορευμάτων, η καταγγέλλουσα αναφέρει ότι δεν είχε την υποχρέωση να διατηρεί αποθέματα. Ωστόσο εξαιτίας των στόχων που έθετε η καταγγελλόμενη, δημιουργούνταν η ανάγκη προμήθειας προϊόντων προκειμένου να επιτευχθεί ο στόχος που είχε τεθεί κάθε φορά. Η καταγγέλλουσα αναφέρει επίσης ότι δεν είχε στη διάθεσή της σχετικά στοιχεία ως προς το ποιος επιβαρυνόταν με το κόστος αποθήκευσης προκειμένου να τα προσκομίσει. Σχετικά με το κόστος ασφάλισης των προϊόντων της RESOUL, η καταγγέλλουσα δήλωσε ότι το επιβαρυνόταν η ίδια από τη στιγμή της παραλαβής των προϊόντων και μέχρι την πώλησή τους.

5.8.2.2. Η θέση της καταγγελλόμενης

154. Στη Δήλωση [...] <sup>195</sup>. [...].

155. Σύμφωνα με τη Δήλωση [...].

156. Σε μεταγενέστερη επιστολή της η RESOUL απάντησε σε σχετικά ερωτήματα της ΓΔΑ που αφορούσαν στους κινδύνους που αναλάμβαναν οι διανομείς της ότι η

ίδια δεν έθετε ως προϋπόθεση για συνεργασία με τους διανομείς τις ειδικές επενδύσεις. Ωστόσο, λόγω της φύσης του προϊόντος (επικίνδυνο υγραέριο) υπάρχουν εκ του νόμου συγκεκριμένες ρυθμίσεις όσον αφορά την αποθήκευση και τη διακίνησή του οι οποίες επιβάλλονται προς τον κατασκευαστή - παραγωγό, εισαγωγέα - διανομέα, μεταφορικές εταιρίες (ολόκληρη δηλαδή την αλυσίδα φορέων διακίνησης του συγκεκριμένου προϊόντος). Η καταγγελλόμενη δήλωσε επίσης ότι οι διανομείς της - συμπεριλαμβανομένης και της καταγγελλουσας - δεν είχαν καμία υποχρέωση διαφημιστικής ή προωθητικής επένδυσης στην περιοχή δραστηριοποίησής τους και πως όλα αυτά τα κόστη καλύπτονταν από τη RESOUL. Προς επίρρωση των ισχυρισμών της η RESOUL προσκόμισε πιστωτικά τιμολόγια ώστε να αποδείξει πως η RESOUL κάλυπτε τις δαπάνες των διανομένων. Επίσης η RESOUL ανέφερε ότι όσον αφορά τον κίνδυνο (ζημιά) από επιστροφές μη ελαττωματικών προϊόντων δεν υφίσταται τέτοια έννοια σε αυτή την περίπτωση λόγω της ειδικής φύσης των προϊόντων (αέριο). Επιπροσθέτως, η RESOUL δήλωσε ότι δεν επέβαλλε ποτέ τήρηση αποθέματος<sup>196</sup> στην καταγγέλλουσα και επίσης προσκόμισε την από 17.10.2020 επιστολή της ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ με την οποία της ζητούσε να διατηρεί μεγάλο απόθεμα ώστε να μπορεί να τροφοδοτεί τους λιανέμπορους κάθε εβδομάδα<sup>197</sup>.

157. Όσον αφορά στα σούπερ μάρκετ, η καταγγελλόμενη δηλώνει ότι συνάπτει κεντρικές συμφωνίες και, εφόσον τα σούπερ μάρκετ διαθέτουν κεντρικές αποθήκες, η εταιρία πωλεί απευθείας σε αυτά, παραδίδοντας το εμπόρευμα στις αποθήκες τους. Σε αντίθετη περίπτωση, όταν δηλαδή τα σούπερ μάρκετ δεν έχουν κεντρικές αποθήκες, ο τοπικός διανομέας αναλαμβάνει την προμήθεια.

5.8.2.3. Η θέση των χονδρεμπόρων

158. Προκειμένου να διαπιστωθεί η ακριβής φύση της συνεργασίας της καταγγελλόμενης με τους διανομείς / αντιπροσώπους, ζητήθηκαν από αυτούς στοιχεία σχετικά με την απόκτηση της κυριότητας των προϊόντων που προμηθεύονται από τη RESOUL, τους σχετικούς κινδύνους που αναλάμβαναν, καθώς και σχετικά με τη συμμετοχή τους σε μη ανακτήσιμες ειδικές επενδύσεις για την προώθηση των συγκεκριμένων προϊόντων. Τα ερωτήματα τέθηκαν από τη ΓΔΑ, τόσο για την περίοδο 2005-2015, όσο και για τη χρονική περίοδο 2015-2020.

159. Ειδικότερα, οι διανομείς / αντιπρόσωποι ερωτήθηκαν σχετικά με το αν, κατά τη διανομή των προϊόντων της RESOUL προς τους πελάτες τους, μεταπωλούν τα προϊόντα της RESOUL για ίδιο λογαριασμό και στο όνομά τους ή για λογαριασμό και στο όνομα της εταιρίας (δηλαδή αν αποκτούν οι ίδιοι οι διανομείς την κυριότητα επί των προϊόντων που αγοράζουν από τη RESOUL). Επιπλέον, οι διανομείς / αντιπρόσωποι απάντησαν σε ερωτήμα-

<sup>191</sup> Παρ. 18 του υπ' αρ. 1316/7.2.2014 υπομνήματος της καταγγέλλουσας.

<sup>192</sup> Υπόμνημα, παρ. 17 και 19.

<sup>193</sup> Ό.π. παρ. 20.

<sup>194</sup> Βλ. το υπ' αρ. 6117/26.8.2014 έγγραφο της ΓΔΑ.

<sup>195</sup> Σελ. 12 της Δήλωσης [...]

<sup>196</sup> Η RESOUL αναφέρει στην επιστολή της ότι η τήρηση των αποθεμάτων σχετίζεται με τη λογική της αμεσότερης και καλύτερης εξυπηρέτησης του τελικού σημείου λιανικής. Η RESOUL δεν επέβαλλε σε κανέναν την τήρηση των αποθεμάτων, οι διανομείς όμως κρατούν αποθέματα από 15 έως 35 ημέρες αναλόγως εποχής, λόγω απόστασης από τις αποθήκες της RESOUL και λόγω του πολύ γρήγορου γυρίσματος των προϊόντων στα ράφια.

<sup>197</sup> Βλ. την υπ' αρ. 8007/5.11.2014 επιστολή της καταγγελλόμενης.

τα που αφορούσαν κυρίως στο αν επιβαρύνονται οι ίδιοι ή η καταγγελλόμενη με την ανάληψη κινδύνων που σχετίζονται με την εμπορία των προϊόντων που προμηθεύονται από αυτήν και ειδικά ως προς: α) τη μεταφορά τους, β) την υποχρέωση τήρησης αποθεμάτων, γ) τις δαπάνες για τη διαφήμιση, δ) τις επενδύσεις και τα λοιπά έξοδα για ένταξη στο δίκτυο, ε) τα ελαττωματικά προϊόντα και στ) το κόστος των μη πωληθέντων προϊόντων καθώς και τον τρόπο υπολογισμού της επιβάρυνσης αυτής. Επίσης, η ΓΔΑ διατύπωσε ερωτήματα προς τους διανομείς / αντιπροσώπους σχετικά με το κατά πόσον αναλαμβάναν επιπρόσθετους κινδύνους που σχετίζονται με τα εν λόγω προϊόντα, πλην των ανωτέρω.

Ως προς την ανάληψη κυριότητας

160. Σε ερώτημα της ΓΔΑ σχετικά με την ανάληψη της κυριότητας των προϊόντων της RESOUL από τους διανομείς για τη χρονική περίοδο 2005-2015, οι δώδεκα από τους δεκατέσσερις (14) διανομείς / αντιπροσώπους απάντησαν ότι αποκτούν την κυριότητα των προϊόντων που αγοράζουν από τη RESOUL, συνεπώς εμπορεύονται τα προϊόντα της RESOUL για λογαριασμό τους και στο όνομά τους. Τρεις από αυτούς προσκόμισαν τιμολόγια τα οποία πιστοποιούν την απόκτηση κυριότητας των προϊόντων της RESOUL. Σημειώνεται ότι η μία (1) από αυτές (η εταιρία [...]) αναφέρει χαρακτηριστικά για την εν λόγω χρονική περίοδο: «Η διαδικασία που ακολουθούνταν ήταν να αγοράζουμε εμείς τα προϊόντα της RESOUL (εξάλλου είχαμε και στόχο αγορών) με δικό μας κίνδυνο και δική μας υποχρέωση απέναντι στη RESOUL και εν συνεχεία να τα μεταπωλούμε στους πελάτες μας χωρίς να έχουμε κανένα δικαίωμα παρέμβασης στην τιμή που είχε ο τιμοκατάλογος τους, ενώ ακόμα και ο τρόπος πληρωμής από τους πελάτες ήταν συμφωνημένος από τη RESOUL»<sup>198</sup>.

161. Σε αντίστοιχο ερώτημα που τέθηκε στους διανομείς για τη χρονική περίοδο 2015-2020, στο σύνολο τους (13) απάντησαν ότι αποκτούν την κυριότητα επί των προϊόντων που αγοράζουν από τη RESOUL και τα μεταπωλούν για ίδιο λογαριασμό και στο όνομά τους ή για λογαριασμό και στο όνομά της.

Ως προς την ανάληψη κινδύνων

162. Επίσης, σε σχετικό ερώτημα της ΓΔΑ όσον αφορά στους κινδύνους που αναλαμβάνουν οι διανομείς για την πραγματοποίηση των πωλήσεων των προϊόντων της RESOUL και ειδικότερα τις μη ανακτήσιμες ειδικές επενδύσεις<sup>199</sup>, απάντησαν οι δέκα, αναφέροντας ότι δεν συμμετείχαν σε τέτοιου είδους επενδύσεις.

163. Επιπροσθέτως, έξι από τους διανομείς απάντησαν ότι δεν υπήρξαν ούτε υπάρχουν δαπάνες - κόστος για αποθήκες. Εντούτοις, επισημαίνεται ότι αυτή η απάντηση των έξι διανομείων δεν συνάδει με τις συμβατικές τους υποχρεώσεις από τις οποίες απορρέει ότι, διενεργούν εμπόριο - μεταπώληση προϊόντων δηλαδή δραστηριότητα άρρηκτα συνδεδεμένη με την ύπαρξη επαγγελματι-

<sup>198</sup> Βλ. [...] (υπ' αρ. 3033/18.5.2015).

<sup>199</sup> Παραδείγματα μη ανακτήσιμων επενδύσεων είναι οι επενδύσεις σε εξοπλισμό που χρησιμεύει για την παραγωγή μόνον ενός συγκεκριμένου προϊόντος ή η ανάπτυξη προϊόντων για συγκεκριμένους πελάτες.

κής έδρας (επαγγελματικής έδρας εκτός χώρου οίκησης λόγω της επικινδυνότητας των ειδών της καταγγελλόμενης). Αντιθέτως η [...] επισημαίνει ότι «... επιβαρύνεται από το κόστος κινδύνων μεταφοράς, πωλήσεων, επενδύσεις κτιρίων και μεταφορικών μέσων καθώς και τις εκπτώσεις έως 12%»<sup>200</sup> και η [...] απάντησε επίσης ότι επιβαρύνεται με μη ανακτήσιμες ειδικές επενδύσεις<sup>201</sup>.

164. Στις επιστολές παροχής στοιχείων που εστάλησαν και αφορούσαν στη χρονική περίοδο 2005-2015 και ειδικότερα όσον αφορά στους κινδύνους που αναλαμβάνουν οι διανομείς της RESOUL οι διανομείς απάντησαν τα εξής:

- Οι 11 από τους 14 διανομείς που ερωτήθηκαν σχετικά με το αν η μεταφορά των προϊόντων από τη RESOUL προς εκείνους γίνεται με δική τους ευθύνη, απάντησαν αρνητικά, ενώ ο ένας από τους 14 διανομείς απάντησε το αντίθετο.

- Οι 12 από τους 14 διανομείς που ερωτήθηκαν σχετικά με το αν η μεταφορά των προϊόντων από εκείνους προς τους τελικούς καταναλωτές γίνεται με δική τους ευθύνη, απάντησαν θετικά.

- Οι 12 από τους 14 διανομείς που ερωτήθηκαν σχετικά με το αν είχαν αναλάβει την υποχρέωση τήρησης αποθεμάτων, απάντησαν αρνητικά ενώ οι 2 από τους 14 απάντησαν ότι αναλάμβαναν το συγκεκριμένο κίνδυνο.

- Οι 12 από τους 14 διανομείς που ρωτήθηκαν αν είχαν αναλάβει οι ίδιοι τις δαπάνες για διαφήμιση των προϊόντων της RESOUL απάντησαν αρνητικά. Επίσης στο αντίστοιχο γενικότερο ερώτημα για το αν ο διανομέας αναλαμβάνει τον κίνδυνο των προωθητικών ενεργειών, μόνο ένας απάντησε και η απάντησή του ήταν αρνητική.

- Οι 7 από τους 14 διανομείς που ρωτήθηκαν εάν επιβαρύνονται οι ίδιοι τις επενδύσεις για ένταξη στο δίκτυο της RESOUL απάντησαν αρνητικά και οι 5 απάντησαν θετικά.

- Οι 9 από τους 14 διανομείς της RESOUL που ρωτήθηκαν εάν επιβαρύνονται οι ίδιοι τα λειτουργικά έξοδα της προώθησης των προϊόντων της RESOUL απάντησαν θετικά. Σε αντίστοιχο ερώτημα για την επιβάρυνση του κόστους πωληθέντων, μόνο ένας διανομέας δήλωσε ότι το αναλαμβάνει ενώ οι υπόλοιποι 13 διανομείς δεν απάντησαν καθόλου στο συγκεκριμένο ερώτημα.

- Σε ερώτημα της ΓΔΑ για το αν οι διανομείς αναλαμβάνουν τον κίνδυνο της συλλογής, αποστολής και αντικατάστασης των ελαττωματικών προϊόντων, 12 από τους 14 που ερωτήθηκαν απάντησαν ότι τον συγκεκριμένο κίνδυνο τον αναλαμβάνει η RESOUL.

- Σε ερώτημα της ΓΔΑ για το αν οι διανομείς επιβαρύνονται με το κόστος πωληθέντων, οι 10 από τους 14 απάντησαν ότι δεν υφίσταται τέτοιο ζήτημα γιατί τα εν λόγω προϊόντα δεν έχουν ημερομηνία λήξης, αλλά παραμένουν στις αποθήκες του διανομέα και πωλούνται αργότερα και επιπλέον, βρίσκονται στην κυριότητά του.

- Σε σχετικό ερώτημα της ΓΔΑ προς τους διανομείς της ως προς τον μηχανισμό τιμολόγησης της RESOUL προς αυτούς και προς τους τελικούς πελάτες αυτών κατά τη χρονική περίοδο 2005-2015, δέκα εταιρίες περιγράφουν

<sup>200</sup> Βλ. [...] (υπ' αρ. 3244/25.5.2015).

<sup>201</sup> Βλ. [...] (υπ' αρ. 3188/21.5.2015, απάντηση στο ερώτημα βί).

την ακριβή διαδικασία ως εξής: α) αποστολή παραγγελίας από τον διανομέα / αντιπρόσωπο στη RESOUL, β) επιβεβαίωση παραγγελίας από τη RESOUL, γ) έκδοση τιμολογίου από τη RESOUL, δ) παράδοση του εμπορεύματος από τη RESOUL στην αποθήκη της εταιρίας χονδρικής πώλησης του διανομέα.

165. Στις επιστολές παροχής στοιχείων που εστάλησαν και αφορούσαν στη χρονική περίοδο 2015-2020 και ειδικότερα όσον αφορά στους κινδύνους που αναλαμβάνουν οι διανομείς της RESOUL οι διανομείς απάντησαν τα εξής:

- οι 10 από τους 13 διανομείς που ερωτήθηκαν, απάντησαν ότι η μεταφορά των προϊόντων από τη RESOUL προς εκείνους δεν γίνεται με δική τους ευθύνη, ενώ τρεις από τους 13 διανομείς είχαν αντίθετη άποψη.

- Από τους 13 διανομείς που ερωτήθηκαν σχετικά με το αν η μεταφορά των προϊόντων από τους ίδιους προς τους τελικούς καταναλωτές ήταν δική τους ευθύνη ή όχι, οι 13 από αυτούς απάντησαν θετικά.

- Οι 9 από τους 13 διανομείς απάντησαν ότι δεν είχαν υποχρέωση να τηρούν αποθέματα ενώ οι 4 απάντησαν ότι είχαν υποχρέωση τήρησης αποθεμάτων.

- Οι 12 από τους 13 διανομείς απάντησαν ότι δεν αναλαμβάνουν τον κίνδυνο που σχετίζεται με την εμπορία των υπό εξέταση προϊόντων και ειδικότερα τις δαπάνες για τη διαφήμιση των προϊόντων αυτών ενώ ο ένας από τους 13 διανομείς απάντησε ότι τον αναλαμβάνει.

- Οι 9 από τους 13 διανομείς απάντησαν ότι δεν αναλαμβάνουν τον κίνδυνο που σχετίζεται με την εμπορία των υπό εξέταση προϊόντων και ειδικότερα τις επενδύσεις και τα λοιπά έξοδα για ένταξη στο δίκτυο ενώ οι 4 από τους 13 διανομείς απάντησαν ότι τον αναλαμβάνουν.

- Οι 12 από τους 13 διανομείς απάντησαν ότι δεν είναι δική τους ευθύνη η συλλογή, αποστολή και αντικατάσταση των ελαττωματικών προϊόντων της RESOUL, ενώ ο ένας από τους 13 διανομείς απάντησε ότι είναι δική του ευθύνη.

- Οι 12 από τους 13 διανομείς απάντησαν ότι δεν επιβαρύνονται με το κόστος των μη πωληθέντων ενώ ο ένας διανομέας από τους 13 απάντησε ότι επιβαρύνεται με αυτό.

- Οι 9 από τους 13 διανομείς απάντησαν ότι δεν αναλάμβαναν κανέναν άλλο κίνδυνο.

166. Επίσης, σε ερώτημα της ΓΔΑ προς τους διανομείς σχετικά με το αν συμμετείχαν σε ειδικές επενδύσεις για την προώθηση των προϊόντων της RESOUL (π.χ. εγκαταστάσεις, εξοπλισμός, εκπαίδευση προσωπικού, μεταφορικά μέσα, αποθηκευτικοί χώροι, διαφημιστικές δαπάνες κ.λπ.) οι οποίες ήταν μη ανακτήσιμες κατά την ίδια χρονική περίοδο, οι 12 από τους 13 διανομείς που ερωτήθηκαν απάντησαν αρνητικά και ο ένας από τους συνολικά ερωτηθέντες απάντησαν θετικά.

5.8.3. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗ ΦΥΣΗ ΤΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΗΣ RESOUL ΜΕ ΤΟΥΣ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΟΥΣ / ΔΙΑΝΟΜΕΙΣ

167. Η εφαρμογή της παρ. 1 του άρθρου 1 του ν. 3959/2011, καθώς και της παρ. 1 του άρθρου 101 της ΣΛΕΕ προϋποθέτει ότι μια συμφωνία συνάπτεται μεταξύ

δύο τουλάχιστον ανεξάρτητων οικονομικά επιχειρήσεων. Κατά πάγια δε νομολογία του ΔΕΕ, όταν οι αντιπρόσωποι δε φέρουν κανέναν κίνδυνο απορρέοντα από τις συμβάσεις τις οποίες διαπραγματεύονται, αυτοί παύουν να έχουν την ιδιότητα του ανεξάρτητου επιχειρηματία<sup>202</sup>. Στις περιπτώσεις αυτές γίνεται λόγος για συμβάσεις εμπορικής αντιπροσωπείας.

Εμπορικός αντιπρόσωπος ονομάζεται το φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο έχει εξουσιοδοτηθεί να διαπραγματεύεται ή/και να συνάπτει συμβάσεις για λογαριασμό άλλου προσώπου (αντιπροσωπευόμενος) είτε στο όνομα του ίδιου του αντιπροσώπου είτε στο όνομα του αντιπροσωπευόμενου α) για την αγορά αγαθών ή υπηρεσιών από τον αντιπροσωπευόμενο ή β) για την πώληση αγαθών ή υπηρεσιών που προμηθεύει ο αντιπροσωπευόμενος<sup>203</sup>.

168. Για τον χαρακτηρισμό μιας συμφωνίας ως συμφωνίας εμπορικής αντιπροσωπείας κατά την εφαρμογή της παρ. 1 του άρθρου 101 της ΣΛΕΕ και της παρ. 1 του άρθρου 1 του ν. 3959/2011 καθοριστικό κριτήριο είναι ο χρηματοοικονομικός ή ο εμπορικός κίνδυνος που φέρει ο αντιπρόσωπος ως προς τις δραστηριότητες για τις οποίες έχει διοριστεί ως τέτοιος από τον αντιπροσωπευόμενο<sup>204</sup>. Ειδικότερα υπάρχουν οι ακόλουθες μορφές κινδύνου: α) οι ειδικοί κίνδυνοι της σύμβασης, οι οποίοι συνδέονται άμεσα με τις συμβάσεις που συνάπτει ή και διαπραγματεύεται ο αντιπρόσωπος για λογαριασμό του αντιπροσωπευόμενου (π.χ. χρηματοδότηση αποθεμάτων), β) οι κίνδυνοι που σχετίζονται με επενδύσεις που αφορούν ορισμένη αγορά και γ) οι κίνδυνοι που σχετίζονται με άλλες δραστηριότητες που ασκούνται στην ίδια αγορά προϊόντων, εφόσον ο αντιπροσωπευόμενος απαιτεί από τον αντιπρόσωπο να ασκεί τις εν λόγω δραστηριότητες, πλην όμως όχι ως αντιπρόσωπος αυτού αλλά με ίδιο κίνδυνο<sup>205</sup>.

169. Κατά κανόνα ως συμφωνία εμπορικής αντιπροσωπείας χαρακτηρίζεται μια συμφωνία, εφόσον ο αντιπρόσωπος δεν αποκτά κυριότητα επί των συμβατικών προϊόντων που αγοράζονται ή πωλούνται ή δεν παρέχει ο ίδιος τις υπηρεσίες που αφορά η σύμβαση και εφόσον α) δε συμβάλλει στις δαπάνες για την προμήθεια / αγορά των αγαθών ή υπηρεσιών που αφορά η σύμβαση, συμπεριλαμβανομένου του κόστους μεταφοράς των αγαθών, β) δε διατηρεί με δικό του κόστος ή κίνδυνο αποθέματα των αγαθών που αφορά η σύμβαση, συμπεριλαμβανομένου του κόστους χρηματοδότησης και απώλειας των αποθεμάτων, και μπορεί να επιστρέφει τα μη πωληθέντα εμπορεύματα στον αντιπροσωπευόμενο χωρίς επιβάρυνση, εκτός αν υπάρχει υπαιτιότητα του αντιπροσώπου

<sup>202</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-266/93, Bundeskartellamt κατά Volkswagen AG και VAG Leasing GmbH, σκ. 19 με περαιτέρω παραπομπές.

<sup>203</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, παρ. 12.

<sup>204</sup> Βλ. Υπόθεση T-325/01, Daimler Chrysler AG v Commission, σκ. 87. Βλ. και I Lianos, 'Commercial Agency Agreements, Vertical Restraints, and the Limits of Article 81(1) EC: Between Hierarchies and Networks' [2007] 3 J Competition L & Economics 625.

<sup>205</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, παρ. 13-14.

(π.χ. δεν έλαβε τα εύλογα μέτρα ασφαλείας για να αποφύγει την απώλεια των αποθεμάτων), γ) δεν αναλαμβάνει ευθύνη έναντι τρίτων για ζημιές που προκαλούνται από το πωλούμενο προϊόν (ευθύνη για το προϊόν), εκτός αν ως αντιπρόσωπος υπέχει ευθύνη για σχετικό ελάττωμα, δ) δεν αναλαμβάνει ευθύνη για τη μη εκτέλεση της σύμβασης από τον εκάστοτε πελάτη, με εξαίρεση την απώλεια της προμήθειας του αντιπροσώπου, εκτός αν υπάρχει υπαιτιότητα του τελευταίου (π.χ. παρέλειψε να λάβει εύλογα μέτρα ή μέτρα προστασίας κατά της κλοπής ή παρέλειψε να λάβει εύλογα μέτρα για την αναφορά της κλοπής στον αντιπροσωπευόμενο ή στην αστυνομία ή δε γνωστοποίησε στον αντιπροσωπευόμενο όλες τις αναγκαίες πληροφορίες που είχε στη διάθεσή του σχετικά με την οικονομική φερεγγυότητα του πελάτη), ε) δεν έχει άμεσα ή έμμεσα την υποχρέωση να επενδύσει στην προώθηση των πωλήσεων, όπως συμμετέχοντας στις διαφημιστικές δαπάνες του αντιπροσωπευόμενου, στ) δεν πραγματοποιεί ειδικές για την αγορά επενδύσεις για τον εξοπλισμό, εγκαταστάσεις ή εκπαίδευση του προσωπικού, εκτός αν οι σχετικές δαπάνες επιστρέφονται πλήρως από τον αντιπροσωπευόμενο, ζ) δεν ασκεί άλλες δραστηριότητες εντός της ίδιας αγοράς προϊόντος που απαιτεί ο αντιπροσωπευόμενος, εκτός εάν οι δαπάνες για τις δραστηριότητες αυτές επιστρέφονται πλήρως από τον αντιπροσωπευόμενο<sup>206</sup>. Επισημαίνεται ότι η ως άνω απαρίθμηση δεν είναι περιοριστική<sup>207</sup>.

170. Όταν ο αντιπρόσωπος αναλαμβάνει έναν ή περισσότερους από τους ανωτέρω κινδύνους ή δαπάνες, πρόκειται για σύμβαση ανεξάρτητου διανομέα και όχι για συμφωνία εμπορικής αντιπροσωπείας<sup>208</sup>. Σε διαφορετική περίπτωση, εφόσον ο εμπορικός αντιπρόσωπος δεν φέρει κανέναν ή ασήμαντο μόνο κίνδυνο ως προς τις συμβάσεις που συνάπτει ή/και διαπραγματεύεται για λογαριασμό του αντιπροσωπευόμενου, ως προς τις επενδύσεις που απαιτούνται στη συγκεκριμένη αγορά για το συγκεκριμένο είδος δραστηριότητας και ως προς άλλες δραστηριότητες που απαιτεί ο αντιπροσωπευόμενος να αναληφθούν στην ίδια αγορά προϊόντος, τότε πρόκειται για σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας<sup>209</sup>. Στην περίπτωση αυτή, οι σχετικές πωλήσεις ή αγορές αποτελούν μέρος των δραστηριοτήτων του αντιπροσωπευόμενου, ο οποίος φέρει τους σχετικούς χρηματοοικονομικούς και εμπορικούς κινδύνους, οι δε υποχρεώσεις που επιβάλλονται στον αντιπρόσωπο, όσον αφορά στις συμβάσεις που διαπραγματεύεται ή και συνάπτει για λογαριασμό του αντιπροσωπευόμενου, δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της παρ. 1 του άρθρου 101 της ΣΛΕΕ<sup>210</sup>.

171. Υπό το φως των προεκτεθέντων, και από την επισκόπηση των όρων των συμβάσεων της RESOUL με τους

<sup>206</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, παρ. 16.

<sup>207</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, παρ. 17.

<sup>208</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, παρ. 17.

<sup>209</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, παρ. 15.

<sup>210</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, παρ. 18.

χονδρεμπόρους για τα έτη 2008-2012 που παρατέθηκε αναλυτικά ανωτέρω, καθώς και λαμβανομένων υπόψη και των απαντήσεων των χονδρεμπόρων σχετικά με τη φύση της εμπορικής συνεργασίας, που επίσης παρατέθηκαν αμέσως ανωτέρω προκύπτει ότι οι ως άνω μεταπωλητές αποτελούν ανεξάρτητες επιχειρήσεις, οι οποίες εμπορεύονται σε επίπεδο χονδρικής τα προϊόντα της καταγγελλόμενης RESOUL στο όνομα και για λογαριασμό τους, δεδομένου ότι διενεργούν αγορά προς μεταπώληση, αποκτώντας κυριότητα επί των συμβατικών προϊόντων. Κατά λογική ακολουθία, συνεπεία της απόκτησης της κυριότητας, φέρουν τον κίνδυνο της τυχαιάς καταστροφής ή χειροτέρευσης των προϊόντων κατά τη διάρκεια της διατήρησής τους στην κατοχή τους, καθώς και τον κίνδυνο αυτά να μην πωληθούν ή να πωληθούν μεν, αλλά σε μεταγενέστερο χρόνο αυτού που υπολόγισαν, οπότε σε αυτή την περίπτωση θα επιβαρύνονται με το κόστος αποθήκευσής τους<sup>211</sup>.

172. Περαιτέρω, ήδη κατά τη σύναψη των συμβάσεων ο χονδρέμπορος προβαίνει σε εγγυοδοτική δήλωση σχετικά με το ότι διαθέτει την εμπειρία, την ικανότητα και την αναγκαία και επαρκή εμπορική και επιχειρηματική δομή (ενδεικτικά προσωπικό, υλικοτεχνική υποδομή κ.λπ.), προκειμένου να αναλάβει την υλοποίηση της σύμβασης. Κατά ρητή δε πρόβλεψη των επίμαχων συμβάσεων ο χονδρέμπορος βαρύνεται με όλες τις δαπάνες και τα έξοδα τα οποία απορρέουν από τις συμβατικές υποχρεώσεις και καθήκοντά του. Μεταξύ δε των εν λόγω υποχρεώσεων περιλαμβάνεται η προβολή και η βελτίωση της εμπορικής θέσης των συμβατικών προϊόντων, καθώς και η αύξηση του όγκου πωλήσεων<sup>212</sup>, επιπλέον δε ειδικά στις συμβάσεις των ετών 2008 και 2009 προβλέπεται η υποχρέωση του χονδρεμπόρου να φροντίζει για την επαρκή τροφοδοσία των αποθηκών και των ραφιών των καταστημάτων, διατηρώντας ανάλογα αποθέματα ασφαλείας. Συναφώς, η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων απήντησε ότι η μεταφορά των συμβατικών προϊόντων προς τους πελάτες τους γινόταν με δικό τους κόστος.

173. Από όλα τα ανωτέρω εξάγεται το συμπέρασμα ότι μεταξύ της καταγγελλόμενης RESOUL και των χονδρεμπόρων που χρησιμοποιεί εγκαθιδρύεται σχέση διανομής, καθώς οι τελευταίοι αποκτούν κυριότητα επί των συμβατικών προϊόντων και αναλαμβάνουν ουσιώδεις κινδύνους που απορρέουν από την εν λόγω δραστηριότητα, όπως τα κόστη μεταφοράς, προώθησης πωλήσε-

<sup>211</sup> Τα ανωτέρω επιρρωνύονται και από τις απαντήσεις των χονδρεμπόρων για την περίοδο 2005-2015 στο ερώτημα αν επιβαρύνονται με το κόστος πωληθέντων, στο οποίο η μεγάλη πλειοψηφία απήντησε ότι δεν υφίσταται τέτοιο ζήτημα, γιατί τα εν λόγω προϊόντα δεν έχουν ημερομηνία λήξης, αλλά παραμένουν στις αποθήκες του διανομέα και πωλούνται αργότερα. Από τα προαναφερόμενα θα μπορούσε μάλιστα να συναχθεί επιπλέον το συμπέρασμα ότι οι χονδρέμποροι δεν έχουν δικαίωμα επιστροφής των αδιάθετων προϊόντων στη RESOUL.

<sup>212</sup> Επισημαίνεται ότι οι διαφημιστικές δαπάνες, με τις οποίες οι περισσότεροι χονδρέμποροι ανέφεραν στις απαντήσεις τους ότι δεν επιβαρύνονταν κατά την περίοδο 2005-2015, αποτελούν μέρος μόνο του κόστους για την προώθηση πωλήσεων (βλ. και Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, παρ. 16 στ. ε).

ων, καθώς και διατήρησης και απώλειας αποθεμάτων. Το γεγονός δε ότι δεν επιβαρύνονταν και με τη δαπάνη μεταφοράς προς τους ίδιους δεν αποτελεί στοιχείο ικανό να μεταβάλει το ως άνω συμπέρασμα, δεδομένου ότι δεν αποτελεί ουσιώδη κίνδυνο σε σχέση με αυτούς που τους βαρύνουν.

174. Επίσης, ουδόλως επιδρά στον χαρακτηρισμό της φύσης της συνεργασίας των χονδρεμπόρων με τη RESOUL το γεγονός ότι στις συμβάσεις των ετών 2008-2009 ο εκάστοτε συμβαλλόμενος χονδρέμπορος καλείται «τοπικός αντιπρόσωπος», στις δε συμβάσεις των ετών 2010-2012, οι οποίες τιτλοφορούνται «συμβάσεις εμπορικής αντιπροσωπείας», ο εκάστοτε συμβαλλόμενος χονδρέμπορος καλείται «εμπορικός αντιπρόσωπος», καθώς το καθοριστικό κριτήριο για τον χαρακτηρισμό μιας σχέσης ως σχέσης εμπορικής αντιπροσωπείας είναι η ανάληψη κινδύνου και όχι το πώς χαρακτηρίζουν τη συμφωνία τους τα μέρη<sup>213</sup>.

175. Λαμβανομένων υπόψη των ανωτέρω, οι διανομείς της ΔΗΜΚΑ αξιολογούνται ως ανεξάρτητες οικονομικά επιχειρήσεις, οι δε όροι των υπό εξέταση συμφωνιών εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής των άρθρων 1 του ν. 3959/2011 και 101 της ΣΛΕΕ.

#### 5.9. ΕΞ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΕΚ ΤΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΟΣ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

176. Όπως αναφέρθηκε και ανωτέρω, προκειμένου να εμπίπτει μια συμφωνία στην απαγόρευση της παρ. 1 του άρθρου 1 ν. 3959/2011 και της παρ. 1 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ πρέπει να έχει ως αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα την παρεμπόδιση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ανταγωνισμού εντός της οικείας αγοράς. Κατά πάγια ενωσιακή νομολογία, ο διαζευκτικός χαρακτήρας αυτής της προϋπόθεσης επιβάλλει, καταρχάς, να εξεταστεί το ίδιο το αντικείμενο της συμφωνίας, λαμβανομένου υπόψη του οικονομικού πλαισίου εντός του οποίου εντάσσεται<sup>214</sup>. Υπό την έννοια αυτή, εάν αποδειχθεί το επιζήμιο για τον ανταγωνισμό αντικείμενο μιας συμφωνίας, τότε παρέλκει η εξέταση των αποτελεσμάτων αυτής επί του ανταγωνισμού. Αν, όμως, από την εξέταση του αντικειμένου της συμφωνίας δεν προκύψει ότι αυτή είναι αρκούντως επιζήμια για τον ανταγωνισμό, θα πρέπει να εξετάζονται τα αποτελέσματα της συμφωνίας και κατά πόσον ο ανταγωνισμός πράγματι παρεμποδίστηκε, περιορίστηκε ή νοθεύτηκε αισθητά<sup>215</sup>.

177. Έτσι, κατά την ενωσιακή νομολογία, στις περιπτώσεις «εξ αντικειμένου» περιορισμού του ανταγωνισμού, αρκεί η σχετική συμφωνία να είναι ικανή να επαχθεί αρνητικά για τον ανταγωνισμό αποτελέσματα, χωρίς να απαιτείται η περαιτέρω έρευνα και απόδειξη

<sup>213</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, παρ. 13.

<sup>214</sup> Βλ., μεταξύ πολλών, ΔΕΚ 56/65, Soci t  Technique Mini re (L.T.M.) v Maschinenbau Ulm GmbH (M.B.U.), σελ. 321, ΔΕΕ C-228/18, Gazdas gi Versenyhivatal κατά Budapest Bank Nyrt. και λοιπών, σκ.33, με περαιτέρω παραπομπές στην ενωσιακή νομολογία.

<sup>215</sup> Βλ. ΔΕΕ 56/65, ό.π., σελ. 321, και ενδεικτικά ΔΕΕ C-32/11, Allianz Hung ria Biztosit  k.λπ., σκ. 33-34 και την εκεί παρατιθέμενη νομολογία, καθώς και ΔΕΕ C-67/13 P, CB κατά Επιτροπής, σκ. 48-49 και 52 και ΔΕΕ C-228/18, ό.π., σκ. 35-38.

κινδύνου βλάβης των καταναλωτών ή επέλευσης άλλων, συγκεκριμένων αποτελεσμάτων, εν δυνάμει βλαπτικών για τον ανταγωνισμό. Ωστόσο, το ερώτημα αν και κατά πόσον παρόμοιο αποτέλεσμα παράγεται όντως, μπορεί να έχει σημασία μόνο για τον υπολογισμό του ύψους των προστίμων και την αποτίμηση των δικαιωμάτων αποζημίωσης<sup>216</sup>.

178. Ομοίως, η ΕΑ έχει επανειλημμένα κρίνει ότι σε περιπτώσεις συμφωνιών που περιορίζουν τον ανταγωνισμό «εξ αντικειμένου», στοιχειοθετείται παράβαση των άρθρων 1 του ν. 3959/2011 και 101 ΣΛΕΕ ανεξάρτητα από το εάν οι εν λόγω συμφωνίες εφαρμόστηκαν στην πράξη ή όχι, ή εάν τα αντι-ανταγωνιστικά αποτελέσματα επήλθαν ή όχι, γεγονός το οποίο λαμβάνεται υπόψη μόνο κατά την επιμέτρηση του προστίμου<sup>217</sup>. Μάλιστα, έχει κριθεί ότι και μόνη η ύπαρξη εξ αντικειμένου περιοριστικών του ανταγωνισμού όρων σε μία σύμβαση μπορεί να συνεπάγεται καθ' εαυτή αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα ανεξάρτητα από την εφαρμογή τους στην πράξη, διότι ασκούν στους συμμετέχοντες «οπτική και ψυχολογική επίδραση»<sup>218</sup>.

179. Συναφώς, επειδή σε περιπτώσεις «εξ αντικειμένου» περιορισμού του ανταγωνισμού, δεν απαιτείται από την Επιτροπή Ανταγωνισμού η περαιτέρω απόδειξη συγκεκριμένων αποτελεσμάτων εν δυνάμει βλαπτικών για τον ανταγωνισμό, η έννοια του «εξ αντικειμένου» περιορισμού του ανταγωνισμού ερμηνεύεται συσταλτικά.

180. Ειδικότερα ως προς τις κάθετες συμφωνίες, όπως αυτές που εξετάζονται στην παρούσα υπόθεση, γίνεται δεκτό ότι, παρά το γεγονός πως συχνά είναι, ως εκ της φύσεώς τους, λιγότερο επιζήμιες για τον ανταγωνισμό σε σχέση με τις οριζόντιες συμφωνίες<sup>219</sup>, μπορούν, υπό ορισμένες περιστάσεις, να εμπεριέχουν περιορισμούς του ανταγωνισμού, και μάλιστα «εξ αντικειμένου».

181. Υπό την έννοια αυτή, όπως έχει αναλυθεί στην Ενότητα 5.5. ανωτέρω, στο πλαίσιο των Κανονισμών 2790/1999 και 330/2010, ορισμένοι κάθετοι περιορισμοί θεωρούνται ιδιαίτερης σοβαρότητας («hardcore restrictions»), ώστε να συνεπάγονται αποκλεισμό της όλης κάθετης συμφωνίας από το πεδίο εφαρμογής των ως άνω Κανονισμών. Έτσι, θεωρείται ότι υφίσταται «αρκούντως αξιόπιστη και σταθερή σχετική πείρα» ότι κάθετοι περιορισμοί ιδιαίτερης σοβαρότητας, υπό την έννοια των ανωτέρω Κανονισμών, όπως ο καθορισμός (πάγιων ή ελάχιστων) τιμών μεταπώλησης ή ο περιορισμός των παθητικών πωλήσεων σε συστήματα αποκλειστικής διανομής, περιορίζουν την ομαλή λειτουργία

<sup>216</sup> Βλ. ΔΕΕ C-32/11, ό.π., σκ. 38 και ΔΕΕ C-8/08, T-Mobile Netherlands BV κ.λπ., σκ. 31.

<sup>217</sup> Βλ. ΕΑ 370/VI/2007, σκ. 4.2-σελ. 38-39, ΕΑ 512/2010, σκ. 159, ΕΑ 580/2013, σκ. 107, ΕΑ 663/2018, σκ. 491, ΕΑ 676/2018, σκ. 288. Βλ. και αποφάσεις ΣτΕ 1677/2014, σκ.4, ΣτΕ2342/2018, σκ. 14 και 16, και ΔΕφΑθ.1611/2020, σκ. 6.

<sup>218</sup> Βλ. ΕΑ 495/VI/2010, σκ. 98. Ομοίως και ΕΑ 676/2018, σκ. 289 με περαιτέρω παραπομπές και σε αποφάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Βλ. και Α. Μικρούλεα, εις ΔικΕΛΑντ, β' έκδοση 2020, παρ. 8, 23.

<sup>219</sup> Βλ. λ.χ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 6 και 98-99, καθώς και θεωρητική ανάλυση σε Δ. Λουκά, Ν. Κοσμίδη, Δ.Ν.Τζουγανάτο, Ν.Ε. Φαραντούρη, εις ΔικΕΛΑντ, β' έκδοση 2020, παρ. 12, 14-38.

του ανταγωνισμού στην αγορά, ώστε να θεωρούνται «εξ αντικειμένου» περιορισμοί.

182. Στις Ενότητες που ακολουθούν, εξετάζονται οι ρήτρες καθορισμού από τη RESOUL των τιμών μεταπώλησης των προϊόντων της από τους χονδρεμπόρους / διανομείς καθώς και οι ρήτρες κατανομής αγορών και περιορισμού των παθητικών (ή και ενεργητικών, κατά περίπτωση) πωλήσεων των χονδρεμπόρων/διανομέων, ως «εξ αντικειμένου» περιορισμοί του ανταγωνισμού.

183. Εν συνεχεία, ακολουθεί εξέταση των ρητρών αποκλειστικής προώθησης του σήματος της RESOUL εκ μέρους των χονδρεμπόρων / διανομέων της (ρήτρες μη ανταγωνισμού), ως «εκ του αποτελέσματος» περιορισμών του ανταγωνισμού.

#### 5.10. ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΙΜΩΝ ΜΕΤΑΠΩΛΗΣΗΣ

##### 5.10.1. ΣΧΕΤΙΚΟΙ ΣΥΜΒΑΤΙΚΟΙ ΟΡΟΙ

##### 5.10.1.1. Οι συμβάσεις των ετών 2008-2009

184. Στις συμβάσεις των ετών 2008-2009 της RESOUL με τους χονδρεμπόρους / διανομείς της περιλαμβάνεται ο ακόλουθος όρος «6.3 Ο Τοπικός Αντιπρόσωπος «φροντίζει για την τήρηση της εμπορικής και τιμολογιακής πολιτικής της εταιρείας στους πελάτες του» (η έμφαση προστέθηκε)<sup>220</sup>.

185. Επιπλέον, στις συμβάσεις των ετών 2008 και 2009 υπάρχει ρήτρα αναφορικά με την ενημέρωση, εντός εύλογων προθεσμιών, της RESOUL από τον χονδρέμπορο / διανομέα, σύμφωνα με την οποία «6.8 Υποχρεώσεις Τοπικού Αντιπροσώπου: [...] Υποχρεούται στην άμεση αποστολή των αναλυτικών οικονομικών στοιχείων πωλήσεων, τα οποία αφορούν ενδεικτικά - και όχι περιοριστικά- τζίρο ανά πελάτη και προϊόν, διανομή προϊόντων, αποτελέσματα προωθητικών και λοιπών διαφημιστικών ενεργειών, εντός των εύλογων προθεσμιών που έχουν ταχθεί από την εταιρεία» (η έμφαση προστέθηκε).

186. Τέλος, στις συμβάσεις των ίδιων ετών αναφέρεται ότι «9.2 Ο Τοπικός Αντιπρόσωπος αναλαμβάνει την ευθύνη να αποδίδει στους πελάτες του, οι οποίοι ανήκουν σε ομίλους αγορών και αλυσίδες λιανικής, τις παροχές που έχει συμφωνήσει κεντρικά η Εταιρία και να καλύπτει από αυτές, παροχή έως δώδεκα τοις εκατό (12%). Την διαφορά άνω των δώδεκα (12) ποσοστιαίων μονάδων, θα την καλύπτει με πιστωτικό η Εταιρία, με την ταυτόχρονη αποστολή των αντίστοιχων παραστατικών και αποδεικτικών στοιχείων ανά τρίμηνο από τον Τοπικό αντιπρόσωπο» (η έμφαση προστέθηκε).

##### 5.10.1.2. Οι συμβάσεις των ετών 2010-2012

187. Στις συμβάσεις των ετών 2010- 2012 περιλαμβάνεται όρος, αντίστοιχος προς τον προαναφερθέντα όρο 6.3 των συμβάσεων των ετών 2008 - 2009: «3.5.3 Επιπλέον ο εμπορικός αντιπρόσωπος φροντίζει για την τήρηση της εμπορικής και τιμολογιακής πολιτικής της Εταιρίας στους πελάτες ως Παράρτημα II (Τιμοκατάλογος 2010 - TIMH EURO, χονδρική χωρίς ΦΠΑ)» (η έμφαση προστέθηκε)<sup>221</sup>.

<sup>220</sup> Σημειώνεται ότι στις συμβάσεις των ετών 2008 - 2009 υπάρχει (κατά κανόνα) συνημμένο Παράρτημα με τίτλο «Τιμοκατάλογος», χωρίς ωστόσο αυτό να προσαρτάται στις προσκομιθείσες στην Υπηρεσία συμβάσεις.

<sup>221</sup> Σημειώνεται ότι στον ως άνω όρο γίνεται ρητή παραπομπή στο Παράρτημα II, που περιλαμβάνει τον τιμοκατάλογο της RESOUL και επισυνάπτεται στις προσκομιθείσες στην Υπηρεσία συμβάσεις.

188. Αντίστοιχα, στις συμβάσεις των ετών 2010, 2011 και 2012, υπάρχει ρήτρα αναφορικά με την άμεση ενημέρωση της RESOUL από τον χονδρέμπορο / διανομέα, σε σχέση με τα οικονομικά στοιχεία πωλήσεων σύμφωνα με την οποία «3.6 Ο Εμπορικός Αντιπρόσωπος υποχρεούται στην άμεση αποστολή των αναλυτικών οικονομικών στοιχείων πωλήσεων, τα οποία αφορούν ενδεικτικά - και όχι περιοριστικά - τζίρο ανά πελάτη και προϊόν, διανομή προϊόντων, αποτελέσματα προωθητικών και λοιπών διαφημιστικών ενεργειών, αποθεμάτων αποθήκης του και πελατών» (η έμφαση προστέθηκε).

189. Τέλος, στις συμβάσεις των ίδιων ετών αναφέρεται ότι: «7.2 Ο εμπορικός αντιπρόσωπος αναλαμβάνει την ευθύνη να αποδίδει στους πελάτες, οι οποίοι ανήκουν σε ομίλους αγορών και αλυσίδες λιανικής, τις παροχές που έχει συμφωνήσει κεντρικά η Εταιρία και να καλύπτει από αυτές, παροχή δώδεκα τοις εκατό (12%). Την όποια διαφορά από τις δώδεκα (12) ποσοστιαίες μονάδες και άνω, θα την καλύπτει με πιστωτικό η Εταιρία, με την ταυτόχρονη αποστολή των αντίστοιχων παραστατικών και αποδεικτικών στοιχείων ανά μήνα από τον εμπορικό αντιπρόσωπο» (η έμφαση προστέθηκε).

##### 5.10.1.3. Οι συμβάσεις των ετών 2013-2018

190. Οι επίμαχοι όροι των συμβάσεων των προηγούμενων ετών που αναφέρθηκαν αμέσως ανωτέρω έχουν απαλειφθεί και αντικατασταθεί στις συμβάσεις των ετών 2013 έως και 2018 από τους κάτωθι όρους: «6. Η Αντιπρόσωπος είναι ελεύθερη στην διαμόρφωση των τιμών μεταπώλησης των συμβατικών προϊόντων στους πελάτες της. Η Προμηθεύτρια σε περίπτωση που συστήνει τιμές ή επιβάλλει μέγιστες τιμές πώλησης, αυτές ουδόλως νοούνται ως πάγιες ή ως ελάχιστες τιμές μεταπώλησης» (η έμφαση προστέθηκε) και «4.2 Η Αντιπρόσωπος / Συνεργάτης [...] ακολουθεί τόσο τις γενικές όσο και τις ειδικές εύλογες οδηγίες της Προμηθεύτριας. Η Αντιπρόσωπος / Συνεργάτης ενημερώνει την Προμηθεύτρια και διαβιβάζει ηλεκτρονικά σ' αυτήν, στο τέλος κάθε μήνα για τις δραστηριότητές της και για εκείνες του ανταγωνισμού στα σημεία πώλησης που εξυπηρετεί, καθώς και στοιχεία που αφορούν την πελατεία (ενδεικτικά ονόματα, επωνυμίες, αγορές, πιστώσεις, ποσότητες, ποιοτικά κριτήρια, όπως Παράρτημα II<sup>222</sup>).

191. Τέλος, στις συμβάσεις των ετών 2013 έως και 2018, ειδικά ως προς τη σχέση του χονδρεμπόρου / διανομέα με πελάτες του, οι οποίοι είναι σούπερ μάρκετ, υπεραγορές ή μέλη ομίλων αγορών, περιλαμβάνονται οι ακόλουθοι όροι: «4.10 Η Αντιπρόσωπος υποχρεούται να υλοποιεί τις κεντρικές συμφωνίες, τις οποίες έχει καταρτίσει η Προμηθεύτρια με μεμονωμένα super market, αλυσίδες super market, υπεραγορές ή και άλλους πελάτες» και «7.2 Η Αντιπρόσωπος αναλαμβάνει την υποχρέωση να αποδίδει στους πελάτες, οι οποίοι ανήκουν σε ομίλους αγορών και αλυσίδες λιανικής, παροχή δώδεκα (12%) τοις εκατό με εξαίρεση τα προϊόντα SIZZLE και PLUS FIRE.

<sup>222</sup> ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ II (στις συμβάσεις 2013-2015 ως «Αιτιολογία διασύνδεσης πληροφοριακών συστημάτων» / στις συμβάσεις 2016-2018 «ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ» με υπότιτλο «ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΩΝ»)



Την όποια διαφορά από τις δώδεκα (12) ποσοστιαίες μονάδες και άνω θα την καλύπτει με πιστωτικό τιμολόγιο η Προμηθεύτρια, με την ταυτόχρονη αποστολή των αντίστοιχων παραστατικών και αποδεικτικών στοιχείων ανά μήνα από την Αντιπρόσωπο».

#### 5.10.2. Η ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΓΔΑ ΠΕΡΙ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΥ ΤΙΜΩΝ ΜΕΤΑΠΩΛΗΣΗΣ

##### 5.10.2.1. Η θέση της καταγγέλλουσας

192. Η καταγγέλλουσα αναφέρει σε υπόμνημά της<sup>223</sup> ότι η καταγγελλόμενη, πέρα από τις συμβάσεις, της έδινε οδηγίες, με καθημερινές εγκυκλίους που της έστελνε, σχετικά με τον τρόπο που έπρεπε να εμπορεύεται και να προωθεί τα προϊόντα της, τις τιμές που έπρεπε να εφαρμόζει, ακόμη και τις ειδικές τιμές που έπρεπε να κάνει σε συγκεκριμένους πελάτες καθώς και τις παροχές προς αυτούς, προκειμένου να προμηθεύονται τα προϊόντα της και να τα έχουν σε προνομιακές θέσεις μέσα στα καταστήματά τους (πολιτική ραφιού).

193. Περαιτέρω συναφές στοιχείο είναι τα τιμολόγια πώλησης - δελτία αποστολής (μεταξύ της καταγγέλλουσας και των πελατών της) για τα έτη 2005 έως και 2012 που προσκομίστηκαν ως συνημμένα στην καταγγελία, από τα οποία προκύπτει ότι οι τιμές μεταπώλησης της καταγγέλλουσας συμπίπτουν με τους τιμοκαταλόγους της RESOUL, όπως επισυνάπτονται ως παραρτήματα των συμβάσεων που συνήφθησαν μεταξύ της καταγγέλλουσας με την καταγγελλόμενη που εξετάστηκαν από την Υπηρεσία.

194. Τέλος, σημαντική είναι η σχετική αλληλογραφία που προσκομίστηκε ως συνημμένη της καταγγελίας, στην οποία ενημερώνονται όλοι οι συνεργάτες (διανομείς) της RESOUL για τον νέο της τιμοκατάλογο που θα ισχύσει από 6.6.2011 (ο οποίος επισυνάπτεται στο ηλεκτρονικό μήνυμα), αναφέροντας ότι θα πρέπει και εκείνοι να ενημερώσουν άμεσα τους πελάτες τους, «ώστε να αποφευχθεί οποιαδήποτε περίπτωση μη ενημέρωσης και διεκδίκησης πώλησης με παλιές τιμές πέραν της 3.6.2011»<sup>224</sup>.

##### 5.10.2.2. Η θέση των χονδρεμπόρων

195. Σε ερώτημα της ΓΔΑ που απευθύνθηκε το 2015 προς δεκατέσσερις διανομείς εάν τους δόθηκαν ποτέ κατευθύνσεις από την πλευρά της RESOUL σχετικά με την εφαρμογή συγκεκριμένης τιμολογιακής (συμπεριλαμβανομένων των εκπτώσεων) και πιστωτικής πολιτικής προς τους πελάτες των διανομικών, προκειμένου να τους χορηγηθούν συγκεκριμένες παροχές ή εκπτώσεις, δέκα εταιρίες απάντησαν αρνητικά, δύο εταιρίες παρέπεμψαν στους όρους των συμβάσεων και δύο μόνον απάντησαν θετικά<sup>225</sup>.

<sup>223</sup> Με υπ' αρ. 1316/7.2.2014.

<sup>224</sup> Ηλεκτρονικό μήνυμα του [...] (Διευθυντή Πωλήσεων της RESOUL) προωθημένο από τον [...] (επίσης στέλεχος της RESOUL) ημερομηνίας 5.5.2011 και θέμα «ΤΙΜΑΡΙΘΜΙΚΕΣ ΑΝΑΠΡΟΣΑΡΜΟΓΕΣ - ΔΗΜΚΑ Α.Ε.» προς κάποιους διανομείς.

<sup>225</sup> Θετικά απάντησαν μόνον οι εταιρίες [...] και [...]. Συγκεκριμένα η [...] απάντησε ότι «Είμαστε υποχρεωμένοι να ακολουθούμε τις κατευθύνσεις της προμηθεύτριας όσον αφορά την τιμολογιακή πολιτική (ενιαίος τιμοκατάλογος ανά την επικράτεια - κεντρικές συμφωνίες ομίλων λιανικής)», (βλ. την υπ' αρ. 3244/25.5.2015 επιστολή της σελ. 3). Η [...] απάντησε ότι ο διανομέας προμηθευόταν

196. Περαιτέρω ζητήθηκε από τους διανομείς να περιγράψουν αναλυτικά τον τρόπο που τιμολογούσαν τα προϊόντα της RESOUL στους πελάτες τους και να διευκρινίσουν αν υπήρξε κάποια μεταβολή στον τρόπο τιμολόγησης από το έτος 2013 και μετά.

197. Η εταιρία [...] αναφέρει στην απάντησή της ότι: «Δεν υπήρχε κατά την τιμολόγηση στους πελάτες μας υπολογισμός του κέρδους μας, καθώς αυτό συνίστατο στην έκπτωση που μας έκανε η RESOUL όταν τιμολογούσε σε μας και η οποία έκπτωση υπολογιζόταν σύμφωνα με την ισχύουσα εμπορική πολιτική. Περαιτέρω και ανάλογα τόσο με την εμπορική πολιτική της RESOUL όσο και με τις επιμέρους συμφωνίες που είχε με συγκεκριμένους πελάτες, εξέδιδαν οι τελευταίοι τιμολόγιο παροχής υπηρεσιών προς εμάς και εν συνεχεία εμείς εκδίδαμε ισόποσο τιμολόγιο προς την RESOUL... Σε ότι αφορά την διαφοροποίηση στην τιμολόγηση αυτή υπήρχε και γινόταν ανάλογα με τις συμφωνίες που είχε η RESOUL με τα σούπερ μάρκετ».<sup>226</sup> Η εταιρία πρόσθεσε ότι δεν υπήρξε καμία μεταβολή στην τιμολόγηση από το 2013 και μετά.

198. Η [...] απάντησε<sup>227</sup> ότι οι πελάτες χωρίζονται σε δύο κατηγορίες τρόπου απόδοσης των εκπτώσεων: στους πελάτες ομίλων και στους ανεξάρτητους πελάτες. Στους πελάτες ομίλων, δηλαδή στους πελάτες που ανήκουν σε ομίλους αγορών, οι οποίοι συμφωνούν τις παροχές τους με τη RESOUL, οι εκπτώσεις αποδίδονται με πιστωτικά σημειώματα στο τέλος κάθε μήνα / τριμήνου / εξαμήνου / έτους. Οι παροχές έως 12% επί του τιμολογίου αποδίδονται από τη [...] αφού ήδη έχουν χορηγηθεί σε αυτήν από τη RESOUL. Όσον αφορά στους ανεξάρτητους πελάτες, αυτοί λαμβάνουν εκπτώσεις επί τιμολογίου<sup>228</sup>. Επιπλέον, ανέφερε στην απάντησή της ότι «Δεν υπάρχει διαφορά στον τρόπο τιμολόγησης μετά το 2013» και προσκόμισε τιμολόγια και τιμοκαταλόγους για την περίοδο 2012-2014, στα οποία διακρίνεται συμφωνία μεταξύ των αρχικών τιμών τιμοκαταλόγων RESOUL και τιμολογίων [...] προς τους πελάτες της<sup>229</sup>. Η [...] απάντησε ότι «Οι πελάτες μας τιμολογούνται με τιμές του εκάστοτε ισχύοντα τιμοκαταλόγου της ΔΗΜΚΑ και με έκπτωση επί τιμολογίου έως 10%. Πελάτες οι οποίοι ανήκουν σε ομίλους και έχουν κεντρικές συμφωνίες παίρνουν τις επιπλέον παροχές με πιστωτικό σημείωμα

τα προϊόντα της RESOUL βάσει του τιμοκαταλόγου που του έστειλε. Επί των τιμολογίων, υπήρχε η έκπτωση που αντικατόπτριζε το κέρδος του διανομέα, το οποίο καθοριζόταν από τις εμπορικές πολιτικές της RESOUL. Ο διανομέας τιμολογούσε προς τους πελάτες του στην ίδια ακριβώς τιμή, χωρίς την έκπτωση, όπως ακριβώς όριζε η πολιτική της RESOUL. Προσθέτει ότι, «Οι τιμοκαταλόγοι της RESOUL ήταν δεσμευτικοί, όπως οριζόταν και στις μεταξύ μας συμβάσεις (βλ. την υπ' αρ. 3280/25.5.2016 επιστολή της εταιρίας [...]). Προς επίρρωση των ισχυρισμών της η [...] προσκόμισε, μεταξύ άλλων, πλέον των συμβάσεων με τη RESOUL των ετών 2008-2015, τιμοκαταλόγους και συμβάσεις με σούπερ μάρκετ που ελάμβανε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου από την καταγγέλλουσα και ήταν, κατά την ίδια, υποχρεωμένη σαν εταιρία διανομέα να ακολουθεί (Πρόκειται για τις συμβάσεις των ετών: [...]) και [...].

<sup>226</sup> Βλ. την υπ' αρ. 3280/25.5.2015 απαντητική επιστολή της εταιρίας.

<sup>227</sup> Με την υπ' αρ. 3299/26.5.2015 απαντητική επιστολή.

<sup>228</sup> Βλ. [...] (υπ' αρ. 3299/26.5.2015).

<sup>229</sup> Βλ. [...] (υπ' αρ. 3299/26.5.2015).

στο τέλος του έτους»<sup>230</sup>. Αντίστοιχα και η [...] απάντησε ότι «Η εταιρεία μας τιμολογεί με βάση τον τιμοκατάλογο χονδρικής της εταιρείας. Στους πελάτες μας δίνονται οι εκπτώσεις που έχουν στην συμφωνία τους με τους ομίλους αγορών που ανήκουν»<sup>231</sup>. Αντίστοιχη είναι και η απάντηση της [...]»<sup>232</sup>.

199. Η [...] αναφέρει ότι «Τιμολογούμε βάση του τιμοκαταλόγου χονδρικής της Δημκα και παρέχουμε έκπτωση 5% στους πελάτες μας. Ξεκινήσαμε [...] και από την αρχή έχουμε την ίδια πρακτική»<sup>233</sup>. Η [...] αναφέρει<sup>234</sup> ότι η τιμολόγηση προς τους πελάτες της γίνεται ανάλογα με την κεντρική συμφωνία που έχει η RESOUL με τον κάθε όμιλο και πρόσθεσε ότι τα τελευταία χρόνια δεν έχει υπάρξει κάποια αλλαγή στον τρόπο τιμολόγησης<sup>235</sup>. Η [...] απάντησε<sup>236</sup> ότι πωλεί τα προϊόντα της RESOUL βάσει τιμοκαταλόγου της εταιρίας. Τυχόν παροχές σε πελάτες που ανήκουν σε όμιλο δίνονται κάθε τρίμηνο με πιστωτικό σημείωμα βάσει συμφωνιών των ομίλων με τη RESOUL. Επίσης αναφέρει ότι οι εκπτώσεις επί τιμολογίου (έως 10%) γίνονται μόνο σε συγκεκριμένους πελάτες ανάλογα με τον τρόπο πληρωμής τους προς τον διανομέα / αντιπρόσωπο<sup>237</sup>. Ο διανομέας / αντιπρόσωπος [...] απάντησε<sup>238</sup> σχετικά με τη διαδικασία τιμολόγησης που ακολουθεί προκειμένου να προωθήσει τα προϊόντα της RESOUL στην αγορά, ότι αρχικά γίνεται η αποστολή της παραγγελίας, η τιμολόγηση, και στη συνέχεια η παραλαβή. Τέλος, η [...] αναφέρει ότι δεν υπήρξε μεταβολή<sup>239</sup> και οι υπόλοιπες εταιρίες, εκτός από την [...] που παραπέμπει στις συμβάσεις, δεν αναφέρουν κάτι σχετικό<sup>240</sup>.

200. Στην ερώτηση της ΓΔΑ<sup>241</sup> προς τους διανομείς εάν η RESOUL τους επέβαλε ευθέως ή εμμέσως να πωλούν τα προϊόντα τους σε συγκεκριμένες τιμές και αν τους πρότεινε ενδεικτικές τιμές μεταπώλησης τις οποίες δεν μπορούσαν να αγνοήσουν, απάντησαν θετικά οι εταιρίες [...] και [...]. Συγκεκριμένα η [...] απάντησε ότι «Μας επέβαλε να πουλάμε σε τιμές τιμοκαταλόγου με ανάλογες παροχές ανά όμιλο, αλλά κατά καιρούς η Resoul πρότεινε ενδεικτικές τιμές - προσφορές δίχως να επιβαρύνει το μικτό μας κέρδος»<sup>242</sup>. Η [...] αναφέρει ότι μεταπωλούσε

<sup>230</sup> Βλ. την υπ' αρ. 3284/26.5.2015 απαντητική επιστολή σελ. 4.

<sup>231</sup> Με την υπ' αρ. 3231/25.5.2015 επιστολή σελ. 4.

<sup>232</sup> Βλ. απαντητική επιστολή της [...] (υπ' αρ. 3220/22.5.2015).

<sup>233</sup> Στην υπ' αρ. 3225/25.5.2015 απάντησή της σελ. 2.

<sup>234</sup> Βλ. απαντητική επιστολή της [...] (υπ' αρ. 3238/25.5.2015).

<sup>235</sup> Βλ. απαντητική επιστολή της [...] (υπ' αρ. 3238/25.5.2015).

<sup>236</sup> Με την υπ' αρ. 3109/19.5.2015 απαντητική επιστολή.

<sup>237</sup> Βλ. απαντητική επιστολή της [...] υπ' αρ. 3109/19.5.2015.

<sup>238</sup> Βλ. απαντητική επιστολή της [...] υπ' αρ. 3188/21.5.2015.

<sup>239</sup> Στην υπ' αρ. 3158/20.5.2015 απαντητική επιστολή.

<sup>240</sup> Η [...] δίνει απάντηση που δεν συνδέεται με τη συγκεκριμένη ερώτηση: «Όπως έχω προαναφερθεί εκπτώσεις που λαμβάνουμε επί τιμολογίου, συμμετοχή 12% σε εκπτώσεις προς πελάτες, άρα μικτό κέρδος ό,τι απομένει από εκπτώσεις επί των αγορών μας συν έκπτωση 1% επί των καθαρών αγορών μας για τρόπο πληρωμής και 2% για επίτευξη στόχου. Από το 2013 έχει αλλάξει ο όρος (ενδεικτικά, φυλλάδια - προβολές)». Βλ. την υπ' αρ. 3244/25.5.2015 επιστολή.

<sup>241</sup> Με τις επιστολές παροχής στοιχείων του 2015.

<sup>242</sup> Βλ. την υπ' αρ. 3244/25.5.2015 απαντητική επιστολή σελ. 3. Σημειώνεται ότι η εν λόγω εταιρία προσκόμισε συναφώς τιμολόγια του 2014 των οποίων οι τιμές είναι σύμφωνες με τον τιμοκατάλογο

τα προϊόντα στους πελάτες της «χωρίς να έχουμε κανένα δικαίωμα παρέμβασης στην τιμή που είχε ο τιμοκατάλογος τους, ενώ ακόμα και ο τρόπος πληρωμής από τους πελάτες ήταν συμφωνημένος με τη RESOUL». Και προσθέτει ότι δεν υπήρχε «καμία περίπτωση να αγνοήσουμε τις τιμές μεταπώλησης. Δεν ήταν ενδεικτικές, στον κατάλογο αναφέρονται ως τιμές χονδρικής βάση των οποίων θα κάναμε εμείς τις πωλήσεις προς τους πελάτες μας. Εξάλλου το μεγαλύτερο ποσοστό των πωλήσεων γινόταν σε αλυσίδες, με τις οποίες είχε ήδη συμφωνήσει η RESOUL τις τιμές και δεν μπορούσαμε να κάνουμε τίποτα»<sup>243</sup>.

201. Όλες οι υπόλοιπες εταιρίες, εκτός από την [...] που παραπέμπει στους συμβατικούς όρους, απάντησαν αρνητικά. Σημειώνεται η απάντηση της [...]»<sup>244</sup> αναφέρει ότι «Οχι δεν επέβαλλε και δεν πρότεινε στους δικούς μας πελάτες», διαφοροποιώντας με αυτόν τον τρόπο τους «πελάτες της» από τους πελάτες που έκλειναν κεντρικές συμφωνίες με τη RESOUL.

202. Σε ερώτηση της ΓΔΑ για το αν απέκλιναν από τις προτεινόμενες τιμές της RESOUL σε ποιο βαθμό και για ποιο λόγο, εφόσον οι διανομείς έχουν απαντήσει σε προηγούμενη ερώτησή τους ότι υπάρχουν προτεινόμενες τιμές, η [...] δεν απαντά ρητά αναφέροντας ότι «Όπως έχω αναφερθεί στις παραπάνω παραγράφους ..., τηρούμε πάντα την ίδια τιμολογιακή και εμπορική πολιτική στους πελάτες μας»<sup>245</sup>.

203. Η ΓΔΑ συνέχισε την έρευνα το 2020 αποστέλλοντας επιστολές παροχής στοιχείων σε 13 εταιρίες διανομικών διατυπώνοντας αντίστοιχες ερωτήσεις σχετικά με την επιβολή τιμών μεταπώλησης από τη RESOUL το χρονικό διάστημα 2015 - 2020.<sup>246</sup> Συγκεκριμένα σε ερώτημα της ΓΔΑ που υποβλήθηκε προς 13 εταιρίες διανομικών για το εάν η RESOUL τους έδινε κατευθύνσεις σχετικά με την εφαρμογή συγκεκριμένης τιμολογιακής (περιλαμβανομένων των εκπτώσεων) και πιστωτικής πολιτικής προς τους πελάτες τους, προκειμένου να τους χορηγηθούν συγκεκριμένες παροχές ή εκπτώσεις, οι κτώ απάντησαν ότι πέραν των κεντρικών συμφωνιών της RESOUL με πελάτες Ομίλων ή σούπερ μάρκετ τις οποίες υλοποιούν αποδίδοντας συγκεκριμένες παροχές (μέχρι 12% και το υπόλοιπο η RESOUL) δεν υπάρχει

που επισυνάπτεται ως συνημμένος στη σύμβαση του ίδιου έτους του συγκεκριμένου διανομέα με τη RESOUL (βλ. συν. 2 της υπ' αρ. 3244/25.5.2015 επιστολής της [...]).

<sup>243</sup> Βλ. την υπ' αρ. 3280/25.5.2005 απαντητική επιστολή σελ. 5.

<sup>244</sup> Βλ. σελ. 6 της υπ' αρ. 3233/25.5.2015 απαντητικής επιστολής της.

<sup>245</sup> Ό.π.

<sup>246</sup> Πρόκειται για τις εξής επιστολές παροχής στοιχείων: [...] (υπ' αρ. 4983/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4984/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4990/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4992/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4979/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4985/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4986/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4988/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4981/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4982/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4987/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4980/5.6.2020), [...] (υπ' αρ. 4993/5.6.2020). Σημειώνεται ότι εστάλησαν και 2 επιστολές στις εταιρίες [...] (υπ' αρ. 5011/5.6.2020) και [...] (υπ' αρ. 4991/5.6.2020), στις οποίες ο πρώτος δεν απάντησε καθόλου και ο δεύτερος δήλωσε ότι [...] συνεπώς δεν είχε στη διάθεσή του κανένα σχετικό στοιχείο για την περίοδο 2015-2020 για την οποία ερωτήθηκε.

κανέναν άλλον περιορισμό, σύσταση, οδηγία ή και κατεύθυνση<sup>247</sup>. Τρεις απάντησαν ότι δεν υπάρχουν κατευθύνσεις<sup>248</sup>. Η [...] αναφέρει ότι «Δεν έχουμε συνάψει ποτέ ιδιαίτερη, ή συγκεκριμένη τιμολογιακή και πιστωτική πολιτική Ακολουθούμε την ίδια εμπορική πολιτική και τον τιμοκατάλογο της RESOUL για όλους τους πελάτες και αναλόγως την εμπορική πολιτική που έχει ο κάθε όμιλος - πελάτης»<sup>249</sup>. Τέλος η [...] παραπέμπει στις συμφωνίες με τη RESOUL, τις οποίες επισυνάπτει. Πρόκειται για συμβάσεις που έχουν υπογραφεί από το 2015 και μετά, στις οποίες αναφέρεται ο όρος σχετικά με την ελεύθερη διαμόρφωση των τιμών μεταπώλησης<sup>250</sup>.

204. Σε ερώτηση της ΓΔΑ σχετικά τον τρόπο που τιμολογούν τα προϊόντα της RESOUL στους πελάτες τους διευκρινίζοντας αν υπήρξε κάποια μεταβολή στον τρόπο τιμολόγησης από το έτος 2015 και εφεξής, οι απαντήσεις των ερωτώμενων διαφέρουν, καταδεικνύοντας ότι δεν υφίστατο συγκεκριμένη κατεύθυνση από την καταγγελλόμενη.

205. Σημειώνεται ότι η συντριπτική πλειοψηφία (12 εταιρίες) απάντησαν ότι οι τιμές μεταπώλησης των προϊόντων τους διαμορφώνονται από τις ίδιες. Διαφορετική ήταν μόνον η άποψη της [...] που αναφέρει ότι η τελική τιμή πώλησης είναι ίδια με την αρχική τιμή του καταλόγου της σύμβασης<sup>251</sup>. Ωστόσο, δεν προσκόμισε κανένα σχετικό στοιχείο που να αποδεικνύει ότι η καταγγελλόμενη την υποχρέωσε να προβεί σε αυτές τις ενέργειες.

### 5.10.3. ΝΟΜΙΚΗ ΘΕΜΕΛΙΩΣΗ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟΝ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟ ΤΙΜΩΝ ΜΕΤΑΠΩΛΗΣΗΣ

206. Η ελευθερία διαμόρφωσης των τιμών αποτελεί έναν από τους βασικότερους στόχους της παρ. 1 του άρθρου 1 ν. 3959/2011 και της παρ. 1 του άρθρου 101 ΣΛΑΕ. Σε αυτό το πλαίσιο και με αυτό το πνεύμα, κάθε επιχείρηση θα πρέπει να προσδιορίζει ανεξάρτητα (αυτόνομα) την οικονομική πολιτική της στη σχετική αγορά, και να έχει τη δυνατότητα να πωλεί ακόμη και με ζημία της, όπως επίσης να έχει και την ευχέρεια παραχώρησης διευκολύνσεων στους πελάτες της (π.χ. εκπτώτική πολιτική). Έτσι, τα εν λόγω άρθρα μνημονεύουν ρητά, ως περιοριστικές του ανταγωνισμού, συμφωνίες ή εναρμονισμένες πρακτικές οι οποίες, άμεσα ή έμμεσα, καθορίζουν τις τιμές ή οποιοσδήποτε άλλους όρους συναλλαγής που σχετίζονται με τη διαμόρφωση τιμών. Κατά πάγια, μάλιστα, νομολογία, ο άμεσος ή έμμεσος καθορισμός τιμών συνιστά πρόδηλο περιορισμό του ανταγωνισμού, και την κυριότερη περίπτωση εξ αντικειμένου νοθεύσεως του ανταγωνισμού.

207. Τα τεκμαιρόμενα αρνητικά αποτελέσματα του καθορισμού τιμών μεταπώλησης για τον ανταγωνισμό

<sup>247</sup> Πρόκειται για τις εταιρίες [...] (υπ' αρ. 5599/19.6.2020), [...] (υπ' αρ. 6183/6.7.2020), [...] (υπ' αρ. 6245/7.7.2020), [...] (υπ' αρ. 5676/22.6.2020), [...] (υπ' αρ. 5677/22.6.2020), [...] (υπ' αρ. 5717/22.6.2020), [...] (υπ' αρ. 5724/23.6.2020), [...] (υπ' αρ. 5685/22.6.2020).

<sup>248</sup> Βλ. [...] (υπ' αρ. 7237/10.8.2020), [...] (υπ' αρ. 5580/18.6.2020), [...] (υπ' αρ. 6078/2.7.2020).

<sup>249</sup> Βλ. την υπ' αρ. 6245/7.7.2020 απαντητική επιστολή.

<sup>250</sup> Βλ. συνημμένο της υπ' αρ. 5964/30.6.2020 απαντητικής επιστολής.

<sup>251</sup> Βλ. την υπ' αρ. 5964/30.6.2020 απαντητική επιστολή σελ. 5-6.

είναι, κυρίως και μεταξύ άλλων, η μείωση του ενδοσηματικού ανταγωνισμού σε επίπεδο τιμών και η μεγαλύτερη διαφάνεια σε επίπεδο τιμών (είτε σε επίπεδο προμηθευτών είτε σε επίπεδο μεταπωλητών / διανομμένων). Στην περίπτωση των πάγιων ή ελάχιστων προκαθορισμένων τιμών μεταπώλησης, οι διανομείς δεν δύνανται πλέον να ανταγωνίζονται ο ένας τον άλλον ως προς την τιμή του οικείου σήματος, με αποτέλεσμα την ολοσχερή εξάλειψη του ενδοσηματικού ανταγωνισμού σε επίπεδο τιμών<sup>252</sup>. Η δε άμεση επίπτωση του καθορισμού τιμών μεταπώλησης είναι η αύξηση των τιμών, υπό την έννοια ότι όλοι ή ορισμένοι διανομείς εμποδίζονται να μειώσουν τις τιμές πώλησής τους<sup>253</sup>. Επιπλέον, όταν ο καθορισμός τιμών μεταπώλησης συμφωνείται από προμηθευτή με αυξημένη ισχύ στην αγορά, ο εν λόγω περιορισμός μπορεί να λειτουργήσει υπέρ του αποκλεισμού μικρότερων ανταγωνιστών του προμηθευτή από την αγορά, καθώς τα αυξημένα περιθώρια που μπορεί να προσφέρει ο καθορισμός τιμών μεταπώλησης στους διανομείς, μπορεί να προτρέπουν τους τελευταίους να ευνοούν το συγκεκριμένο σήμα έναντι ανταγωνιστικών σημάτων<sup>254</sup>.

208. Σε περίπτωση συμβατικών διατάξεων με τις οποίες καθορίζεται απευθείας ορισμένη ή ελάχιστη τιμή μεταπώλησης, ο περιορισμός του ανταγωνισμού είναι εμφανής. Σε περίπτωση δε πρόδηλων συμβατικών όρων καθορισμού τιμών μεταπώλησης, παρέλκει η εξέταση της εφαρμογής ή μη αυτών των όρων στην πράξη, δεδομένου ότι και μόνη η ύπαρξη της συμφωνίας μπορεί να επηρεάσει ψυχολογικά τη συμπεριφορά των συμμετεχόντων διανομμένων και να τους αποτρέψει από το να εφαρμόσουν μειωμένες τιμές, όπως έχει κριθεί ότι συμβαίνει γενικότερα σε «εξ αντικείμενου» περιορισμούς του ανταγωνισμού, όπως έχει αναφερθεί και ανωτέρω.

209. Αυτό επιβεβαιώθηκε σε τρεις, πλέον πρόσφατες, αποφάσεις της ΕΑ αναφορικά με καθορισμό τιμών μεταπώλησης, και συγκεκριμένα στις υποθέσεις ΕΑ 657/2018 (ΜΙΝΕΡΒΑ)<sup>255</sup>, ΕΑ 663/2018 (ΕΛΑΪΣ-UNILEVER)<sup>256</sup>, και ΕΑ

<sup>252</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 223 και 224. Βλ. επίσης ΕΑ 663/2018, σκ. 495 (υποσημ. 711).

<sup>253</sup> Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 224.

<sup>254</sup> Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 224.

<sup>255</sup> Βλ. σκ. 119-120, 133-134, και ιδίως 143.

<sup>256</sup> Βλ. σκ. 520. Στην εν λόγω απόφαση, ωστόσο, από τη διατύπωση του συμβατικού όρου δεν ήταν πρόδηλο εάν επρόκειτο για καθορισμό πάγιων τιμών μεταπώλησης, ή για υπόδειξη ανώτατων τιμών μεταπώλησης, καθώς οι διανομείς είχαν την υποχρέωση να μην τιμολογούν τους πελάτες τους σε τιμή πέραν της ισχύουσας των τιμοκαταλόγων, ενώ, από ένα χρονικό σημείο και μετά, είχαν και τη δυνατότητα να εκπίπτουν μέρος της προμήθειάς τους. Συνεπώς, εξετάστηκε η εφαρμογή των συμβατικών όρων στην πράξη, και η πλειοψηφία της ΕΑ στηρίχθηκε στη σύγκριση των τιμολογίων των διανομμένων της ΕΛΑΪΣ - UNILEVER προς τους πελάτες τους με τους τιμοκαταλόγους της ΕΛΑΪΣ - UNILEVER, τα οποία και ταυτιζόνταν. Βλ. σκ. 448, 452, 461, 467, 473, 516. Ως προς το ζήτημα αυτό, η απόφαση ΕΑ 663/2018 επικυρώθηκε με την απόφαση ΔΕφΑΘ 1611/2020, σκ. 15-17, 31-32 και ιδίως 33-34.

676/2018 (FRIESLAND CAMPINA)<sup>257</sup>. Επισημαίνεται μάλιστα ότι στην απόφαση ΕΑ 657/2018 (MINEPBA), όπου οι κρινόμενοι συμβατικοί όροι καθορισμού τιμών μεταπώλησης ήταν πρόδηλοι κατά τη διατύπωσή τους, διαπιστώθηκε παράβαση, παρότι «στην πλειοψηφία τους οι χονδρέμποροι επικαλούνται την ελευθερία τους να καθορίζουν κατά το δοκούν την τιμολογιακή και εκπτωτική τους πολιτική απέναντι στους ανεξάρτητους πελάτες τους»<sup>258</sup>.

210. Ο καθορισμός των τιμών μεταπώλησης μπορεί, επίσης, να επιτευχθεί με έμμεσο τρόπο. Τέτοια παραδείγματα αποτελούν, μεταξύ άλλων, οι συμφωνίες για καθορισμό του περιθωρίου κέρδους του διανομέα, του ανωτάτου επιπέδου έκπτωσης που ο διανομέας μπορεί να χορηγήσει από ένα καθορισμένο επίπεδο τιμών και η εξάρτηση της χορήγησης εκπτώσεων ή της επιστροφής των δαπανών προώθησης εκ μέρους του προμηθευτή από την τήρηση συγκεκριμένου επιπέδου τιμών<sup>259</sup>. Περαιτέρω, τόσο οι άμεσοι όσο και οι έμμεσοι τρόποι για την επίτευξη του καθορισμού των τιμών μπορούν να γίνουν πιο αποτελεσματικοί όταν συνδυαστούν με τη λήψη «συνοδευτικών» μέτρων για τον εντοπισμό διανομέων που εφαρμόζουν μειωμένες τιμές, όπως η εφαρμογή συστήματος παρακολούθησης τιμών, η επιβολή υποχρέωσης στους λιανοπωλητές να καταγγέλλουν άλλα μέλη του δικτύου διανομής που παρεκκλίνουν από το καθορισμένο επίπεδο τιμών ή μέτρων που μπορεί να αποθαρρύνουν τον αγοραστή να μειώσει τις τιμές μεταπώλησης<sup>260</sup>, χωρίς βεβαίως τέτοια «συνοδευτικά» μέτρα να αντίκεινται αφ'εαυτών στις διατάξεις των άρθρων 1 ν. 3959/2011 και 101 ΣΛΕΕ<sup>261</sup>.

211. Με τους ίδιους έμμεσους τρόπους και εφαρμόζοντας τα ίδια «συνοδευτικά» μέτρα και οι ανώτατες ή συνιστώμενες τιμές μπορεί να λειτουργούν ως καθορισμός των τιμών μεταπώλησης, χωρίς, ωστόσο, ο εφοδιασμός του αγοραστή από τον πωλητή με κατάλογο συνιστώμενων ή ανώτατων τιμών να θεωρείται αφ'εαυτού ότι οδηγεί σε καθορισμό των τιμών μεταπώλησης. Αντιθέτως, οι συνιστώμενες / προτεινόμενες ή οι μέγιστες τιμές είναι καταρχήν συμβατές με τις απαγορευτικές διατάξεις των άρθρων 1 του ν. 3959/2011 και 101 ΣΛΕΕ, στο μέτρο που ο παραγωγός ή προμηθευτής περιορίζεται στην ανακοίνωση των τιμών αυτών στους διανομείς / μεταπωλητές

<sup>257</sup> Βλ. σκ. 282-290 (ιδίως 288-289), για τη χρονική περίοδο όπου ο καθορισμός τιμών μεταπώλησης αποτυπώνεται ρητά σε συμβατικούς όρους. Η απόφαση, ωστόσο, διαπιστώνει παράβαση και για χρονικό διάστημα μετά την απαλοιφή του σχετικού ρητού συμβατικού όρου, βάσει της (μερικής τουλάχιστον) εξακολούθησης εφαρμογής στην πράξη των καθορισμένων συμβατικά, προ της απαλοιφής του σχετικού όρου, τιμών μεταπώλησης - βλ. σκ. 222, 291-299.

<sup>258</sup> ΕΑ 657/2018, σκ. 143.

<sup>259</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 48, και ΕΑ 657/2018, σκ. 495 με περαιτέρω παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία.

<sup>260</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 48.

<sup>261</sup> Βλ. Βλ. Frank Wijckmans, Filip Tuytschaever, Vertical Agreements in EU Competition Law, 3rd Edition, Oxford University Press, 2018, σελ. 195, παρ. 6.74.

και δεν προκύπτει άμεση ή έμμεση δέσμευση των τελευταίων για την τήρησή τους<sup>262</sup>.

212. Συγκεκριμένα, ο πιθανός κίνδυνος για τον ανταγωνισμό των μέγιστων ή συνιστώμενων τιμών είναι ότι ενδέχεται να λειτουργούν ως εστιακό σημείο (focal point) για τους μεταπωλητές και, όταν εφαρμόζονται από τους περισσότερους ή και από όλους τους μεταπωλητές, ενδέχεται να αμβλύνουν τον ενδοσηματικό ανταγωνισμό ή να διευκολύνουν την αθέμιτη σύμπραξη μεταξύ των προμηθευτών<sup>263</sup>. Αυτό δε το απευκαίτιο αντί-ανταγωνιστικό αποτέλεσμα επιτείνεται στις περιπτώσεις εκείνες που ο καθορισμός ανώτατων ή συνιστώμενων τιμών δεν λειτουργεί για μικρό χρονικό διάστημα, αλλά εφαρμόζεται για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, με σαφή σταθερότητα και συστηματικότητα. Επιπλέον, όσο ισχυρότερη είναι η θέση του προμηθευτή στην αγορά, τόσο μεγαλύτερος είναι ο κίνδυνος μια μέγιστη ή μια συνιστώμενη τιμή μεταπώλησης να οδηγήσουν σε μια κατά το μάλλον ή ήττον ομοιόμορφη εφαρμογή αυτού του επιπέδου τιμών από τους μεταπωλητές διότι θα χρησιμοποιούνται από αυτούς ως εστιακό σημείο (focal point). Οι μεταπωλητές ενδέχεται να δυσκολεύονται να αποκλίνουν από τις προτεινόμενες ή μέγιστες τιμές μεταπώλησης, εφόσον θεωρούν ότι είναι αυτές που προτιμά ένας ιδιαίτερα ισχυρός προμηθευτής<sup>264</sup>.

213. Έτσι, στις περιπτώσεις προτεινόμενων ή ανώτατων τιμών μεταπώλησης πρέπει να εξετάζεται και να αποδεικνύεται, λαμβάνοντας υπόψη το σύνολο των συμβατικών ρητρών εντός του οικονομικού και νομικού τους πλαισίου, αλλά και τη συμπεριφορά των μερών στην πράξη, εάν ο μεταπωλητής έχει, όντως, πραγματική δυνατότητα να μειώσει την προτεινόμενη ή μέγιστη τιμή πώλησης ή εάν, αντιθέτως, αυτή η τιμή πώλησης των συμβατικών προϊόντων επιβάλλεται στο μεταπωλητή εν ειδει πάγιας ή ελάχιστης τιμής, με έμμεσο τρόπο ή με συγκεκριμένα μέσα, όπως π.χ. με τον καθορισμό του σχετικού περιθωρίου κέρδους του ή του ανώτατου ορίου των μειώσεων που μπορεί να χορηγήσει με βάση την προτεινόμενη τιμή, με απειλές, με εκφοβισμό, με προειδοποιήσεις, με κυρώσεις ή με καταγγελία συμβάσεων σε συνάρτηση με την τήρηση συγκεκριμένου επιπέδου τιμών<sup>265</sup> με πρακτικές δηλαδή που κατατείνουν σε αυστηρή καθοδήγηση ως προς τον καθορισμό των τιμών μεταπώλησης<sup>266</sup>. Σε κάθε δε περίπτωση εξεταζόμενης παράβασης, κατά πάγια νομολογία, «εναπόκειται στην Επιτροπή να συλλέγει επαρκώς ακριβή και συγκλίνοντα

<sup>262</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 226, και ενδεικτικά ΠΕΚ Τ-67/01, JCB Service κατά Επιτροπής, σκ. 126, 130-133 με περαιτέρω αναφορές στην ενωσιακή νομολογία, ΔΕΚ C-260/07, Pedro IV Servicios SL κατά Total España SA, σκ. 78-80.

<sup>263</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 227

<sup>264</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 228.

<sup>265</sup> Βλ. ΔΕΚ C-260/07, ό. π., σκ. 79-80 και ΔΕΚ C-279/06, CEPSA, σκ. 71. Βλ. και Βλ. Δ. Λουκά, Ν. Κοσμίδη, Δ.Ν.Τζουγανάτο, Ν.Ε. Φαραντούρη, εις ΔικΕΛΑντ, β' έκδοση 2020, παρ. 12, 77.

<sup>266</sup> Βλ. απόφαση της ΕΑ 676/2018 (FRIESLAND CAMPINA).

αποδεικτικά στοιχεία για να στηρίζει τη σταθερή πεποίθηση ότι διαπράχθηκε η προβαλλόμενη παράβαση»<sup>267</sup>.

#### 5.10.4. ΥΠΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΑΝΩΤΕΡΩ ΤΩΝ ΣΥΜΒΑΤΙΚΩΝ ΟΡΩΝ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟΝ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟ ΤΙΜΩΝ ΜΕΤΑΠΩΛΗΣΗΣ

Ως προς τις συμβάσεις των ετών 2008-2009 και 2010-2012

214. Εν προκειμένω, στις συμβάσεις της RESOUL με τους χονδρεμπόρους / διανομείς της για τα έτη 2008 έως και 2012 υπάρχει ρητός όρος περί καθορισμού της τιμής μεταπώλησης των προϊόντων της καταγγελλόμενης από τους διανομείς στους πελάτες τους, όπως έχει περιγραφεί ανωτέρω στη σχετική ενότητα στην οποία καταγράφονται οι κύριοι όροι των συμβάσεων.

215. Συγκεκριμένα, στις συμβάσεις των ετών 2010 έως και 2012, η διατύπωση του όρου 3.5.3 είναι απολύτως σαφής περί της υποχρέωσης του διανομέα να εφαρμόζει την τιμολογιακή πολιτική της εταιρίας στους πελάτες του, και η παραπομπή στο Παράρτημα II (που τιτλοφορείται Τιμοκατάλογος 2010 - ΤΙΜΗ EURO, χονδρική χωρίς ΦΠΑ), δεν καταλείπει καμία αμφιβολία ότι η τιμολογιακή πολιτική της RESOUL ταυτίζεται με τον εκάστοτε τιμοκατάλογο χονδρικής αυτής. Στις συμβάσεις των δύο προηγούμενων ετών (2008 και 2009), η διατύπωση του σχετικού όρου 6.3. περί της υποχρέωσης του διανομέα να εφαρμόζει την τιμολογιακή πολιτική της εταιρίας στους δικούς του πελάτες είναι εξίσου σαφής, και λείπει μόνο η ρητή παραπομπή στο αντίστοιχο Παράρτημα VI (Τιμοκατάλογος), το οποίο όμως υφίσταται ως μέρος των συμβάσεων, και μάλιστα χωρίς να γίνεται ρητή αναφορά σε αυτό (ή στην τιμολογιακή πολιτική της εταιρίας) σε κανένα άλλο σημείο των συμβάσεων (πλην του όρου 6.3 ως προς την τιμολογιακή πολιτική της εταιρίας).

216. Έτσι, ο όρος 3.5.3 των συμβάσεων των ετών 2010 έως και 2012 παρίσταται ως μετεξέλιξη του όρου 6.3. των συμβάσεων των ετών 2008 - 2009, και στις δύο δε περιπτώσεις είναι σαφές ότι η RESOUL υποχρέωνε τους διανομείς της να εφαρμόζουν την τιμολογιακή της πολιτική και στους δικούς τους πελάτες. Συνεπώς, ως εκ του περιεχομένου τους, οι ανωτέρω συμβατικοί όροι συνιστούν καθορισμό τιμών μεταπώλησης, και συνεπώς συνιστούν «διαίτερης σοβαρότητας» (hardcore restrictions) περιορισμούς του ανταγωνισμού υπό την έννοια των Κανονισμών 2790/1999 και 330/2010 και «εξ αντικειμένου» περιορισμούς του ανταγωνισμού υπό την παρ. 1 του άρθρου 1 του ν. 3959/2011 και την παρ. 1 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ.

217. Επιπλέον, στις συμβάσεις των ετών 2008 έως και 2012 υφίστανται όροι σχετικά με την υποχρέωση των διανομέων της RESOUL να ενημερώνουν την τελευταία, αποστέλλοντας της αναλυτικά οικονομικά στοιχεία, μεταξύ άλλων, και για τον τζίρο τους «ανά πελάτη και

<sup>267</sup> Βλ. ενδεικτικά ΠΕΚ Τ-368/00, General Motors Nederland BV και Opel Nederland BV κατά Επιτροπής, σκ. 81-88 (με περαιτέρω παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία), όπου το Πρωτοδικείο ακύρωσε απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, στον βαθμό που η τελευταία δεν είχε αποδείξει ότι το εξεταζόμενο μέτρο περιορισμού των εισαγωγών - εξαγωγών (στο πλαίσιο κάθεται σχέσεων) δεν είχε καν ανακοινωθεί από τον προμηθευτή στους διανομείς του.

προϊόν». Από τα στοιχεία αυτά, ευχερώς, η καταγγελλόμενη θα μπορούσε να εξαγάγει την τιμή στην οποία οι διανομείς της μεταπώλουν τα προϊόντα της και, συνεπώς, να παρακολουθεί την τήρηση εκ μέρους των διανομέων της υποχρέωσής τους να εφαρμόζουν την τιμολογιακή πολιτική της εταιρίας στους πελάτες τους.<sup>268</sup> Οι συμβατικοί όροι αυτοί, καίτοι αφ' εαυτών δεν συνιστούν περιορισμούς του ανταγωνισμού, αξιολογούνται ως «συνοδευτικά» μέτρα, τα οποία καθιστούν τον καθορισμό των τιμών μεταπώλησης από την καταγγελλόμενη πιο αποτελεσματικό.

218. Περαιτέρω, ειδικά για τους πελάτες των διανομέων οι οποίοι είναι σούπερ μάρκετ / μέλη ομίλων αγορών ή υπεραγορών, υφίστανται όροι, στις συμβάσεις της RESOUL με τους διανομείς της, που καθορίζουν και το περιθώριο κέρδους των τελευταίων, υποχρεώνοντάς τους να μετακυλύουν, για τα έτη 2008-2009 στους πελάτες τους, έκπτωση 12% κατ' ανώτατο όριο (δια της μέγιστης έκπτωσης καθορίζεται επιπλέον ελάχιστο περιθώριο κέρδους), και για τα έτη 2010-2012, καθορισμένη έκπτωση 12%. Οι όροι αυτοί, σε συνδυασμό με τους όρους περί υποχρεωτικής τήρησης της τιμολογιακής πολιτικής της εταιρίας (δηλαδή περί τήρησης των τιμών χονδρικής της εταιρίας), συνιστούν έμμεσο καθορισμό τιμών μεταπώλησης, στη μεν περίπτωση των ετών 2008-2009 καθορισμό ελάχιστων τιμών μεταπώλησης, στη δε περίπτωση των ετών 2010-2012 καθορισμό πάγιων τιμών μεταπώλησης, ως προς τους συγκεκριμένους πελάτες των διανομέων που καταλαμβάνονται από τους εν λόγω όρους.

219. Τέλος, η παράβαση της παρ. 1 του άρθρου 1 ν. 3959/2011 και της παρ. 1 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ στοιχειοθετείται εκ του περιεχομένου των ανωτέρω όρων στις συμβάσεις της RESOUL με τους διανομείς της για τα έτη 2008 έως και 2012, χωρίς να απαιτείται περαιτέρω απόδειξη περί της εφαρμογής των όρων αυτών ή των αποτελεσμάτων τους στον ανταγωνισμό, σύμφωνα με όσα έχουν προεκταθεί για τους «εξ αντικειμένου» περιορισμούς του ανταγωνισμού.

220. Ωστόσο, επισημαίνεται για πληρότητα, ότι από την έρευνα της Υπηρεσίας (ιδίως από τη σύγκριση των τιμολογίων [...] με τους τιμοκαταλόγους της καταγγελλόμενης, καθώς και την αλληλογραφία [...] και από τις απαντήσεις των διανομέων που παρατέθηκαν στη σχετική ενότητα ανωτέρω, προκύπτει ότι η πλειοψηφία των διανομέων ακολουθούσαν στην πράξη τον τιμοκατάλογο χονδρικής της καταγγελλόμενης κατά τη μεταπώληση των προϊόντων της στους δικούς τους πελάτες. Η απάντησή τους, μάλιστα, δεν διαφοροποιείται για τα έτη 2008-2009 και 2010-2012, γεγονός που επιβεβαιώνει ότι και στις συμβάσεις των ετών 2008-2009, ως τιμολογιακή πολιτική της εταιρίας RESOUL νοείται ο τιμοκατάλογος χονδρικής αυτής, παρότι στον σχετικό συμβατικό όρο δεν γίνεται ρητή παραπομπή στο οικείο Παράρτημα. Επιπλέον, από τις απαντήσεις των διανομέων προκύπτει ότι,

<sup>268</sup> Βλ. όρους 6.8 και 3.6 στις συμβάσεις των ετών 2008-2009 και 2010-2012, αντιστοίχως, οι οποίοι περιγράφονται αναλυτικά ανωτέρω στη σχετική ενότητα στην οποία καταγράφονται οι κύριοι όροι των συμβάσεων.

τουλάχιστον εν μέρει, οι διανομείς αντιλαμβάνονταν την τήρηση αυτή του τιμοκαταλόγου χονδρικής της RESOUL ως υποχρέωσή τους εκ των συμβάσεων τους με την καταγγελλόμενη, και ως μέτρο που τους το επέβαλλε η τελευταία<sup>269</sup>. Επομένως, από τις απαντήσεις των διανομέων προκύπτει ότι οι συμβατικοί όροι περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης εφαρμόστηκαν και στην πράξη, οπωσδήποτε από μέρος τουλάχιστον των διανομέων, κατά τη διάρκεια των ετών 2008 έως και 2012.

Ως προς τις συμβάσεις των ετών 2013-2018

221. Στις συμβάσεις των ετών 2013 έως και 2018, οι όροι περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης απαλείφονται και, μάλιστα, αντικαθίστανται από το άρθρο 6 που προβλέπει ρητά ότι ο διανομέας είναι ελεύθερος να καθορίζει την τιμή μεταπώλησης των προϊόντων της καταγγελλόμενης, ενώ σε περιπτώσεις που η τελευταία συστήνει ή επιβάλλει μέγιστες τιμές μεταπώλησης, «σε καμία περίπτωση αυτές δεν νοούνται ως πάγιες ή ελάχιστες τιμές. Κατά δε την εκτίμηση της Επιτροπής, η τροποποίηση των συμβάσεων έγινε με αφορμή την καταγγελία της εταιρίας ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ στην ΕΑ το 2013, [...] αφού ένα μήνα προ της καταγγελίας, η ίδια η καταγγελλόμενη υπέβαλε στην ΕΑ τη Δήλωση [...].

222. Όπως έχει προαναφερθεί, η ΓΔΑ διενήργησε εκτεταμένο έλεγχο για την περίοδο από το 2013 και μετά αποστέλλοντας πληθώρα ερωτηματολογίων στους διανομείς προς τους οποίους απευθύνθηκε η Υπηρεσία (σύμφωνα με τα κριτήρια που προεκτέθηκαν). Οι περισσότερες απαντήσεις αναφέρουν ότι δεν υποχρεώνονταν να ακολουθήσουν συγκεκριμένες τιμές, αλλά δύο εξ αυτών ισχυρίστηκαν ότι, παρά την απαλοιφή των συμβατικών όρων περί καθορισμού τιμών μεταπώλησης, εξακολούθησαν να εφαρμόζουν στην πράξη τον τιμοκατάλογο χονδρικής της RESOUL και μετά το 2012.

223. Ωστόσο, ακόμα και αν ήθελε θεωρηθεί ότι όντως στην πράξη διανομείς της καταγγελλόμενης εξακολούθησαν να εφαρμόζουν τον τιμοκατάλογο χονδρικής της RESOUL ως προς τους δικούς τους πελάτες, από κανένα στοιχείο του φακέλου δεν έχει προκύψει ότι κάτι τέτοιο έγινε ύστερα από σύσταση ή αυστηρή καθοδήγηση της καταγγελλόμενης, ούτε καν ότι η καταγγελλόμενη τους είχε υποδείξει τον τιμοκατάλογο χονδρικής της ως ενδεικτικό. Απεναντίας, σε σχετική ερώτηση της ΓΔΑ προς τους διανομείς που απευθύνθηκε η Υπηρεσία για το διάστημα 2015-2020, ως προς το αν η καταγγελλόμενη είτε καθόριζε είτε τους πρότεινε ως ενδεικτικές τιμές μεταπώλησης, η πλειονότητα αυτών απάντησε αρνητικά, οι δε διανομείς που απάντησαν θετικά, όπως προαναφέρθηκε, δεν προσκόμισαν κανένα σχετικό αποδεικτικό στοιχείο, παρότι είχε ζητηθεί αυτό ρητά.

224. Περαιτέρω, ούτε η καταγγέλλουσα αναφέρθηκε σε σχετικά στοιχεία ούτε προσκόμισε τέτοια, παρόλο που

<sup>269</sup> Ενδεικτικά, παρατίθεται η άποψη του διανομέα [...]: «Οι τιμοκατάλογοι της RESOUL ήταν δεσμευτικοί, όπως οριζόταν και στις μεταξύ μας συμβάσεις», βλ. την υπ' αρ. 3280/25.5.2016 επιστολή της εταιρίας [...]. Βλ. και την απάντηση του διανομέα [...], «Είμαστε υποχρεωμένοι να ακολουθήσουμε τις κατευθύνσεις της προμηθεύτριας όσον αφορά την τιμολογιακή πολιτική (ενιαίος τιμοκατάλογος ανά την επικράτεια - κεντρικές συμφωνίες ομίλων λιανικής», βλ. απαντητική επιστολή της εταιρίας [...] υπ' αρ. 3244/25.5.2015.

ρητώς ερωτήθηκε κατά την ακροαματική διαδικασία επ' αυτού.

225. Επομένως, οι όποιες ενδείξεις υπάρχουν αφορούν, κατά την εκτίμηση της Επιτροπής, μονομερείς ενέργειες των διανομέων της καταγγελλόμενης και δεν επαρκούν για να τεκμηριώσουν, κατά το απαιτούμενο από την προεκτεθείσα νομολογία αποδεικτικό μέτρο, εναρμονισμένη πρακτική για καθορισμό τιμών μεταπώλησης από το 2013 και μετά μεταξύ αυτών και της καταγγελλόμενης<sup>270</sup>.

5.11. ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΑΓΟΡΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΑΘΗΤΙΚΩΝ (Η ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΩΝ, ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ) ΠΩΛΗΣΕΩΝ

5.11.1. ΣΧΕΤΙΚΟΙ ΣΥΜΒΑΤΙΚΟΙ ΟΡΟΙ

5.11.1.1. Οι συμβάσεις των ετών 2008-2009

226. Οι συμβάσεις των ετών 2008 και 2009 περιέχουν τον εξής όρο: «3. Ο Τοπικός Αντιπρόσωπος αναλαμβάνει την εμπορία και διανομή των προϊόντων αποκλειστικά εντός των γεωγραφικών και διοικητικών ορίων των νομών [...]. Οποιαδήποτε τροποποίηση της συμφωνίας των μερών περί της περιοχής θα αποδεικνύεται αποκλειστικά από ενυπόγραφη τροποποίηση της σύμβασης» (η έμφαση προστέθηκε).

227. Επιπλέον, στις συμβάσεις των ετών 2008 και 2009 περιλαμβάνεται και ο ακόλουθος όρος: «6. Υποχρεώσεις Τοπικού Αντιπροσώπου [...] 6.9. Υποχρεούται στην αποκλειστική προμήθεια των προϊόντων από την Εταιρία καθώς και στην τήρηση και συμμόρφωσή του με τις κατευθυντήριες οδηγίες της Εταιρίας» (η έμφαση προστέθηκε).

228. Σημειώνεται ότι από τις συμβάσεις των ετών αυτών δεν προκύπτει ότι η καταγγελλόμενη αναλαμβάνει την υποχρέωση να εφοδιάζει μόνο ένα διανομέα/ χονδρέμπορο σε συγκεκριμένη και σαφώς οριοθετημένη γεωγραφική περιοχή, και επομένως η καταγγελλόμενη RESOUL φαίνεται να διατηρεί το δικαίωμα να εφοδιάζει και άλλους διανομείς στις περιοχές δραστηριοποίησης. Δηλαδή, ο εκάστοτε συμβαλλόμενος διανομέας/ χονδρέμπορος δεν φαίνεται να απολαμβάνει απόλυτης εδαφικής προστασίας υπό την έννοια της αποκλειστικής παραχωρηθείσας περιοχής και, υπό την έννοια αυτή, οι συμβάσεις των ετών 2008 και 2009 δεν φέρουν τα χαρακτηριστικά συμβάσεων αποκλειστικής διανομής.

5.11.1.2. Οι συμβάσεις των ετών 2010-2012

229. Αντίθετα, στις συμβάσεις των ετών 2010 έως και 2012, περιλαμβάνεται όρος σύμφωνα με τον οποίο «1.1. Η Εταιρεία αναθέτει στον εμπορικό αντιπρόσωπο την αποκλειστική αντιπροσώπευσή της στην περιοχή που ορίζεται ρητά και περιοριστικά με το Παράρτημα Ι της παρούσας, το οποίο, όπως και κάθε άλλο εν συνεχεία παράρτημά της, αποτελεί ενιαίο και αναπόσπαστο τμήμα της. Η επιχείρηση επιφυλάσσεται του δικαιώματος της να

<sup>270</sup> Η RESOUL, τουλάχιστον τύποις, απάλειψε τους επίμαχους συμβατικούς όρους προκειμένου να συμμορφωθεί προς το δικαίω του ανταγωνισμού, εξέφρασε συμβατικά (δυνάμει του νέου άρθρου 6 των συμβάσεων των ετών 2013 έως και 2018) τη βούλησή της να αφήσει ελεύθερους τους διανομείς να τιμολογούν τους πελάτες τους, κάτι αντίθετο προς την εκπεφρασμένη τα προηγούμενα χρόνια βούλησή της, και δεν έχει προσκομισθεί στην Υπηρεσία κανένα στοιχείο που να αναιρεί αυτή τη νέα, συμβατικά εκπεφρασμένη, βούλησή της.

δρα η ίδια στην περιοχή. Απαγορεύεται στον εμπορικό αντιπρόσωπο να δραστηριοποιείται ενεργητικά εκτός περιοχής» (η έμφαση προστέθηκε). Δηλαδή, οι συμβάσεις της καταγγελλόμενης με τους χονδρεμπόρους / διανομείς της, από το 2010 έως και το 2012, έχουν τα χαρακτηριστικά συμβάσεων αποκλειστικής διανομής και ο χονδρέμπορος / διανομέας απολαμβάνει απόλυτης εδαφικής προστασίας στις παραχωρηθείσες σε αυτόν γεωγραφικές περιοχές.

230. Στο πλαίσιο αυτό, πέραν της απαγόρευσης του διανομέα να δραστηριοποιείται ενεργητικά εκτός της παραχωρηθείσας περιοχής που προαναφέρθηκε (όρος 1.1), οι συμβάσεις των ετών 2010 έως και 2012 περιέχουν και τους εξής όρους: «2.1 Ο εμπορικός αντιπρόσωπος υποχρεούται να διαπραγματεύεται ή/και να καταρτίζει συμβάσεις πώλησης με αγοραστές που ανήκουν στην παραχωρηθείσα περιοχή», «3.4 Σε περίπτωση που ο εμπορικός αντιπρόσωπος διαπιστώσει ζήτηση των προϊόντων της Εταιρίας εκτός της περιοχής του, οφείλει να γνωστοποιεί αυτήν άνευ υπαίτιας βραδύτητας στην Εταιρία. Μόνη η τήρηση της υποχρέωσης αυτής του εμπορικού αντιπροσώπου δεν ιδρύει υπέρ αυτού αξίωση καταβολής προμήθειας», και τέλος «6.1 Ο εμπορικός αντιπρόσωπος δικαιούται προμήθειας για όλες τις συμβάσεις πώλησης που καταρτίζονται κατά τη διάρκεια της παρούσας σύμβασης με πελάτες που ανήκουν στην παραχωρηθείσα περιοχή. Για τη γέννηση της αξίωσης προμήθειας είναι αδιάφορος ο τόπος κατάρτισης της σύμβασης και εκείνος της εκτέλεσής της» (η έμφαση προστέθηκε).

#### 5.11.1.3. Οι συμβάσεις των ετών 2013-2018

231. Στις συμβάσεις των ετών 2013 έως και 2018 οι επίμαχοι όροι έχουν απαλειφθεί και αντικατασταθεί ως ακολούθως: «3.1 Η συμβατική περιοχή περιλαμβάνει ενδεικτικά τις περιοχές [...] χωρίς να αποκλείεται το δικαίωμα του/ της Αντιπροσώπου / Συνεργάτιδας να δραστηριοποιείται και εκτός της συμβατικής περιοχής. 5.3 Η Προμηθεύτρια υποχρεούται να διαβιβάζει αμελλητί στην Αντιπρόσωπο / Συνεργάτη όλα τα περιερχόμενα σε αυτήν αιτήματα και παραγγελίες για πώληση των συμβατικών προϊόντων από πελάτες της συμβατικής περιοχής».

232. Σημειώτεον ότι στις συμβάσεις των ετών αυτών, η καταγγελλόμενη ρητά διατηρεί το δικαίωμα να διανέμει τα προϊόντα της στην εκάστοτε συμβατική περιοχή αφενός μέσω τρίτων διανομέων και αφετέρου η ίδια απευθείας<sup>271</sup>.

#### 5.11.2. Η ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΓΔΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΑΓΟΡΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΚΑΙ ΤΟΝ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟ ΤΩΝ ΠΑΘΗΤΙΚΩΝ Ή ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

##### 5.11.2.1. Η θέση της καταγγέλλουσας

233. Σε υπόμνημά της<sup>272</sup>, η καταγγέλλουσα αναφέρει ότι δεν έχει προβεί σε πωλήσεις των εμπορευμάτων της

<sup>271</sup> Βλ. όρους «1.3 Η προμηθεύτρια έχει το δικαίωμα να διαθέσει/διανείμει τα συμβατικά προϊόντα στη συμβατική περιοχή μέσω άλλων διαμεσολαβητικών προσώπων (ενδεικτικά εμπορικών αντιπροσώπων, διανομέων κ.τ.λ.) και «1.4 Η Προμηθεύτρια δικαιούται να προμηθεύει απευθείας πελάτες με τα συμβατικά προϊόντα που δραστηριοποιούνται στη συμβατική περιοχή».

<sup>272</sup> Υπ' αρ. 1316/7.2.2014.

καταγγελλόμενης εκτός της γεωγραφικής περιοχής των Νομών Ηρακλείου και Λασιθίου, στην οποία η καταγγέλλουσα οριζόταν διανομέας ή αποκλειστικός διανομέας, αναλόγως το έτος) της RESOUL.

234. Η καταγγέλλουσα αναφέρει συγκεκριμένα ότι «όπως αναφέρεται σε όλες τις συμβάσεις, δεν μας επιτρεπόταν κάτι τέτοιο και σε περίπτωση που γινόταν, δεν δικαιούμασταν προμήθεια (Σύμβαση 2010 άρθρο 3.4 και άρθρο 6.1 όπου ορίζεται ότι δικαιούμαστε αμοιβή μόνο για τους πελάτες του γεωγραφικού μας χώρου, Σύμβαση 2009 και 2008 άρθρο 3)»<sup>273</sup>.

##### 5.11.2.2. Η θέση των χονδρεμπόρων / διανομέων

Ως προς τους γεωγραφικούς περιορισμούς

235. Σε ερώτημα της ΓΔΑ προς τους διανομείς / αντιπροσώπους σχετικά με το αν τους είχε παραχωρηθεί κατ' αποκλειστικότητα συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή, εντός της οποίας ήταν υποχρεωμένοι να μεταπωλούν τα προϊόντα της RESOUL, κατά τη χρονική περίοδο 2005-2015, καθώς και εάν ο περιορισμός αυτός τηρήθηκε στην πράξη, απάντησαν 6 από τις 14 ερωτηθείσες εταιρίες και ανέφεραν ότι παλαιότερα, στην περιοχή όπου δραστηριοποιούνται εκτός από τις ίδιες, υπήρχε πρόβλεψη να πουλάει και η RESOUL κυρίως σε αλυσίδες σούπερ μάρκετ, βάσει της κεντρικής συμφωνίας τους, ενώ πλέον δεν υπάρχει αυτή η πρόβλεψη. Προς επίρρωση αυτών των απαντήσεων, η [...] σημειώνει ότι στις συμβάσεις που έχει συνάψει με τη RESOUL αναφέρεται συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή στην οποία έχει εφαρμογή η σύμβαση αυτή<sup>274</sup> ενώ η [...] αναφέρει ότι έως και το έτος 2012 της είχε παραχωρηθεί από τη RESOUL κατά αποκλειστικότητα γεωγραφική περιοχή πωλήσεων. Παράλληλα, η εταιρία [...] αναφέρει ότι: «Μπορούσαμε να κάνουμε πωλήσεις μόνο μέσα στα γεωγραφικά πλαίσια που όριζαν οι συμβάσεις. Απαγορευόταν ρητά η πώληση εκτός της γεωγραφικής περιοχής. Μόνο με τη σύμβαση του 2014 άλλαξε αυτή η απαγόρευση»<sup>275</sup>. Περαιτέρω, η εταιρία [...] αναφέρει ότι: «Όπως το αναφέρουν και οι συμβάσεις είμαστε τοπικοί αντιπρόσωποι [...]»<sup>276</sup>.

236. Σχετικά με τις απαντήσεις των διανομέων στο ερώτημα εάν τους είχε παραχωρηθεί κατ' αποκλειστικότητα συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή εντός της οποίας ήταν υποχρεωμένοι να μεταπωλούν τα προϊόντα της RESOUL κατά τη χρονική περίοδο 2015-2020, οι 9 από τους 13 διανομείς που ερωτήθηκαν απάντησαν αρνητικά. Επίσης, η εταιρία [...] ανέφερε ότι τους είχε παραχωρηθεί παλαιότερα συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή, αλλά όχι πλέον.

##### Παθητικές πωλήσεις

237. Σε ερώτημα της ΓΔΑ σχετικά με το κατά πόσον οι διανομείς / αντιπρόσωποι εξυπηρετούσαν τη ζήτηση που εκφράζεται αυτόβουλα από μεμονωμένους πελάτες<sup>278</sup> κατά τη χρονική περίοδο 2005-2015, έξι (6) από

<sup>273</sup> Απαντητικό υπόμνημα υπ' αρ. 1316/7.2.2014, παρ. 15.

<sup>274</sup> Υπ' αρ. 3244/25.5.2015 επιστολή της [...].

<sup>275</sup> Βλ. [...] (υπ' αρ. 3280/25.5.2015).

<sup>276</sup> Βλ. [...] (υπ' αρ. 3233/25.5.2015).

<sup>277</sup> [...] (υπ' αρ. 6078/2.7.2020).

<sup>278</sup> Ως μεμονωμένοι νοούνται οι πελάτες με τους οποίους δεν υπήρχε σταθερή εμπορική συνεργασία.

τους δεκατέσσερις διανομείς που ρωτήθηκαν υποστήριξαν ότι εξυπηρετούσαν τη ζήτηση από μεμονωμένους πελάτες εφόσον είχαν απόθεμα, στην πραγματικότητα όμως δεν υπήρχε ζήτηση αυτού του είδους.

238. Όσον αφορά στη χρονική περίοδο 2015-2020, οι δώδεκα από τους δεκατρείς διανομείς που ερωτήθηκαν σχετικά με το αν τους είχε τεθεί οποιοσδήποτε περιορισμός από τη RESOUL αναφορικά με τους προμηθευτές τους ή τους πελάτες προς τους οποίους μπορούσαν να πωλούν τα προϊόντα που τους προμήθευε, απάντησαν αρνητικά ενώ ένας μόνο (...) απάντησε θετικά, αναφέροντας ότι υπήρχε περιορισμός ως προς τους πελάτες της<sup>279</sup>.

#### 5.11.3. ΝΟΜΙΚΗ ΘΕΜΕΛΙΩΣΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΥ ΤΩΝ ΠΑΘΗΤΙΚΩΝ (Ή ΚΑΙ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ) ΠΩΛΗΣΕΩΝ

239. Η παρ. 1 του άρθρου 1 του ν. 3959/2011 και η παρ. 1 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ μνημονεύουν ρητά, ως περιοριστικές του ανταγωνισμού, συμφωνίες ή εναρμονισμένες πρακτικές οι οποίες συνίστανται στην κατανομή των αγορών ή των πηγών εφοδιασμού. Οι συμφωνίες περί γεωγραφικής κατανομής αγορών, είτε σε οριζόντιο είτε σε κάθετο επίπεδο, πέραν του σοβαρού περιορισμού του ανταγωνισμού που συνήθως ενέχουν, συχνά επιφέρουν και στεγανοποίηση των εθνικών αγρών, και θεωρείται ότι αντίκεινται στην ολοκλήρωση της ενιαίας αγοράς<sup>280</sup>.

240. Σύμφωνα με την υποπερ. (i) της περ. (β) του άρθρου 4, «Η απαλλαγή που προβλέπεται στο άρθρο 2 δεν ισχύει για τις κάθετες συμφωνίες οι οποίες, άμεσα ή έμμεσα, μεμονωμένα ή σε συνδυασμό με άλλους παράγοντες που υπόκεινται στον έλεγχο των μερών, έχουν ως αντικείμενο: [...] (β) τον περιορισμό όσον αφορά την περιοχή στην οποία, ή τους πελάτες στους οποίους, ένας αγοραστής που συμμετέχει στη συμφωνία δύναται, με την επιφύλαξη περιορισμού στον τόπο της εγκατάστασής του, να πωλεί τα αναφερόμενα στη σύμβαση αγαθά ή υπηρεσίες, εκτός αν πρόκειται: (i) για περιορισμό των ενεργητικών πωλήσεων στην αποκλειστική περιοχή ή σε αποκλειστική πελατεία που προορίζεται για τον προμηθευτή ή έχει παραχωρηθεί από τον προμηθευτή σε άλλο αγοραστή, εφόσον ο περιορισμός αυτός δεν περιορίζει τις πωλήσεις από τους πελάτες του αγοραστή [...]»<sup>281</sup>. Δηλαδή, η εδαφική κατανομή σε κάθετες συμφωνίες επιτρέπεται, κατ' εξαίρεση, σε συμφωνίες αποκλειστικής διανομής, υπό τον όρο, όμως, ότι δεν περιορίζονται, σε καμία περίπτωση, οι παθητικές πωλήσεις. Με άλλα λόγια, ο περιορισμός των παθητικών πωλήσεων σε κάθετες συμφωνίες αποτελεί, πάντοτε, περιορισμό «ιδιαίτερης σοβαρότητας» του ανταγωνισμού ενώ, εφόσον μία κάθετη συμφωνία δεν έχει τον χαρακτήρα αποκλειστικής διανομής, τότε και ο περιορισμός των ενεργητικών πω-

<sup>279</sup> Βλ. [...] (υπ' αρ. 6245/7.7.2020). Συγκεκριμένα δεν τιμολογεί στους πελάτες [...]. Οι πελάτες αυτές τιμολογούνται από τη RESOUL.

<sup>280</sup> Βλ. ενδεικτικά C-167/04 P, JCB Service κατά Επιτροπής, σκ. 217.

<sup>281</sup> Αντίστοιχο είναι και το άρθρο 4 περίπτωση (β) του προγενέστερου Κανονισμού (ΕΚ) 2790/1999.

λήσεων αποτελεί περιορισμό «ιδιαίτερης σοβαρότητας» του ανταγωνισμού.

241. Στο πλαίσιο της εφαρμογής του άρθρου 4 περίπτωση (β) των ως άνω Κανονισμών, η Επιτροπή ερμηνεύει τις «ενεργητικές» και τις «παθητικές» πωλήσεις ως ακολούθως:

- Ως «ενεργητικές» πωλήσεις νοούνται: (1) η ενεργητική προσέγγιση μεμονωμένων πελατών εντός της αποκλειστικής περιοχής ή εντός της αποκλειστικής ομάδας πελατών ενός άλλου διανομέα, για παράδειγμα με απευθείας ταχυδρομικές αποστολές ή επισκέψεις, ή (2) η ενεργητική προσέγγιση μιας συγκεκριμένης ομάδας πελατών ή πελατών σε μια συγκεκριμένη περιοχή που έχει παραχωρηθεί κατ' αποκλειστικότητα σε άλλο διανομέα, μέσω διαφημίσεων στα μέσα μαζικής ενημέρωσης ή άλλων ενεργειών προώθησης που στοχεύουν ειδικά σε αυτήν την ομάδα πελατών ή σε πελάτες που βρίσκονται στη συγκεκριμένη περιοχή, ή (3) η εγκατάσταση αποθηκών ή πρατηρίου διανομής στην αποκλειστική περιοχή ενός άλλου διανομέα.

- Ως «παθητικές» πωλήσεις νοούνται η ανταπόκριση στη ζήτηση που εκφράζεται αυτοβούλως από μεμονωμένους πελάτες, περιλαμβανομένης της διανομής αγαθών ή της παροχής υπηρεσιών σε αυτούς. Η γενική διαφήμιση ή η προώθηση με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ή μέσω του Internet, που προσεγγίζει πελάτες που βρίσκονται στις αποκλειστικές περιοχές ή που ανήκουν στις ομάδες πελατών άλλων διανομέων αλλά που αποτελεί εύλογο τρόπο για την προσέγγιση πελατών εκτός αυτών των περιοχών ή ομάδων πελατών, για παράδειγμα για την προσέγγιση πελατών σε μη αποκλειστικές περιοχές ή στην περιοχή του ίδιου του διαφημιζόμενου, αποτελούν παθητικές πωλήσεις<sup>282</sup>.

242. Σε εθνικό επίπεδο, ως προς τη διάκριση του περιορισμού των παθητικών και του περιορισμού των ενεργητικών πωλήσεων, η ΕΑ πρόσφατα επιβεβαίωσε ότι, σε συμβατικό όρο περί περιορισμού των πωλήσεων σε μία ορισμένη γεωγραφική περιοχή, «η γενική αναφορά στον όρο «πωλήσεις», χωρίς να γίνεται περαιτέρω διάκριση μεταξύ ενεργητικών και παθητικών πωλήσεων, δεν δύναται σε καμία περίπτωση και ελλείψει άλλων στοιχείων να ερμηνευτεί προς τη μία ή την άλλη κατεύθυνση. Τουναντίον, κρίνεται ότι δια της μη εξειδίκευσής της, η διατύπωση αυτή περιλαμβάνει όλα τα είδη πωλήσεων και συνεπώς και τις ενεργητικές και παθητικές πωλήσεις»<sup>283</sup>.

<sup>282</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 51 και προγενέστερες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 50.

<sup>283</sup> Βλ. ΕΑ 657/18, σκ. 164-165. Ωστόσο, αναφορικά με τη μεταγενέστερη ΕΑ 663/2018, σκ. 573-574, επικυρωθείσα με την ΔΕ-ΦΑΘ 1611/2020, σκ. 35-37, το Διοικητικό Εφετείο ρητά απέρριψε σχετικό ισχυρισμό της προσφεύγουσας, ότι στην ΕΑ 657/18 έγινε δεκτό, από τις μαρτυρίες των διανομέων, πως στην πράξη δεν υπήρχε περιορισμός των παθητικών πωλήσεων παρά την ύπαρξη ρητής συμβατικής απαγόρευσης, κρίνοντας ότι, εν προκειμένω, όσοι διανομείς δήλωσαν ότι είχαν τη δυνατότητα να διενεργήσουν, και τελικώς διενεργήσαν, ενεργητικές ή παθητικές πωλήσεις σε άλλη περιοχή, δεν απέδειξαν τους ισχυρισμούς τους (λ.χ. προσκομίζοντας σχετικά τιμολόγια). Βλ. επίσης, και την παλαιότερη ΕΑ 455/V/2009, σελ. 39-40.



243. Οι κατά τα ανωτέρω εδαφικοί περιορισμοί με ταπώλησης μπορεί να προκύπτουν είτε από άμεσες υποχρεώσεις (όπως λ.χ. η υποχρέωση μη πώλησης σε πελάτες σε ορισμένες περιοχές ή η υποχρέωση γνωστοποίησης των παραγγελιών από τους πελάτες αυτούς σε άλλους διανομείς) είτε από έμμεσου χαρακτήρα μέτρα που αποσκοπούν στο να αποτρέψουν το διανομέα από το να πωλεί σε ορισμένες περιοχές (όπως λ.χ. η άρνηση ή μείωση των πριμ ή των εκπτώσεων, η άρνηση εφοδιασμού, η μείωση των παραδιδόμενων ποσοτήτων ή ο περιορισμός των παραδιδόμενων ποσοτήτων στη ζήτηση που διαπιστώνεται στην παραχωρηθείσα περιοχή)<sup>284</sup>. Οι ενδεικτικώς αναφερόμενες πρακτικές είναι ακόμη πιθανότερο να θεωρηθούν ως περιορισμός των πωλήσεων που πραγματοποιεί ο αγοραστής με τη μορφή κατανομής των αγορών κατά περιοχές, όταν αυτές συνδυάζονται με την εφαρμογή ενός συστήματος παρακολούθησης για να ελέγχει τον πραγματικό προορισμό των παραδοθέντων αγαθών<sup>285</sup>.

244. Έτσι, έχει κριθεί ότι «συγκαλυμμένη απαγόρευση των παθητικών πωλήσεων εκτός περιοχής τεκμαίρεται ότι περιέχει και μία συμβατική ρήτρα που επιβάλλει στον αποκλειστικό αντιπρόσωπο / διανομέα να διαβιβάζει στον παραγωγό ή προμηθευτή του πληροφορίες ειδικά και αποκλειστικά για κάθε αίτηση που προέρχεται από πελάτες εκτός της περιοχής ισχύος της συμφωνίας»<sup>286</sup>.

245. Υπενθυμίζεται ότι, εφόσον πρόκειται για «εξ αντικειμένου» περιορισμό του ανταγωνισμού, παρέλκει η περαιτέρω εξέταση από την εκάστοτε Αρχή ανταγωνισμού των αποτελεσμάτων στον ανταγωνισμό (ιδίως εφόσον η επιχείρηση δεν έχει παρουσιάσει κατά την διαδικασία σχετικά πειστικά επιχειρήματα ως προς το γεγονός ότι δεν υπάρχουν αντι-ανταγωνιστικά αποτελέσματα) ενός συμβατικού όρου περί κατανομής αγορών και περιορισμού των παθητικών (ή και των ενεργητικών, κατά περίπτωση) πωλήσεων, ενώ τυχόν εφαρμογή του στην πράξη λαμβάνεται υπόψη κατά την επιμέτρηση του προστίμου. Τα τεκμαιρόμενα αποτελέσματα της γεωγραφικής κατανομής αγορών και του περιορισμού των παθητικών πωλήσεων (εφόσον πρόκειται για αποκλειστική διανομή) ή και των ενεργητικών πωλήσεων (εφόσον πρόκειται για διανομή) είναι η άμβλυση του ενδοσηματικού (intra brand) ανταγωνισμού μεταξύ των διανομμένων του ίδιου σήματος, η οποία ενδέχεται περαιτέρω να διευκολύνει την εφαρμογή διακρίσεων λόγω της τιμής<sup>287</sup>. Η άμβλυση του ενδοσηματικού ανταγωνισμού επιρρωννύεται όταν οι ως άνω περιορισμοί συνδυάζονται με υποχρεώσεις αποκλειστικής προμήθειας, στο πλαίσιο της οποίας οι διανομείς οφείλουν να πραγματοποιούν τις προμήθειές τους για ένα συγκεκριμένο σήμα απευθείας από τον παραγωγό, καθώς καταργείται η οποία

<sup>284</sup> Βλ. σχετικά Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 50 και προγενέστερες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 49.

<sup>285</sup> Βλ. σχετικά Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 50 και προγενέστερες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 49.

<sup>286</sup> Βλ. ΔΕΦΑΘ 1611/2020, σκ. 7.

<sup>287</sup> Βλ. προγενέστερες Κατευθυντήριες Γραμμές για του κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 103 (iii), 113 και 114.

δυνατότητά τους να αγοράζουν από άλλους διανομείς του συστήματος<sup>288</sup>.

5.11.4. ΥΠΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΑΝΩΤΕΡΩ ΤΩΝ ΣΥΜΒΑΤΙΚΩΝ ΟΡΩΝ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟΝ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟ ΤΩΝ ΠΑΘΗΤΙΚΩΝ (Η ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ) ΠΩΛΗΣΕΩΝ

246. Κατόπιν μελέτης των στοιχείων που συγκεντρώθηκαν και έχουν καταγραφεί και περιγραφεί σε ανωτέρω ενότητες, προκύπτει ότι η καταγγελλόμενη, από το έτος 2008 έως και το έτος 2012, επέβαλλε στους αντισυμβαλλόμενους χονδρεμπόρους / διανομείς της, περιορισμό δραστηριοποίησης αποκλειστικά εντός ορισμένης γεωγραφικής περιοχής, συμβατικώς παραχωρηθείσας, απαγορεύοντας κατ' αυτόν τον τρόπο τόσο τις ενεργητικές όσο και τις παθητικές πωλήσεις.

247. Ειδικότερα στις συμβάσεις των ετών 2008 και 2009 περιλαμβάνεται όρος (βλ. τον όρο 3), σύμφωνα με τον οποίο ο διανομέας αναλαμβάνει τη διανομή και εμπορία των προϊόντων της καταγγελλόμενης «αποκλειστικά εντός των γεωγραφικών και διοικητικών ορίων» ορισμένης περιοχής (νομών). Η διατύπωση του παραπάνω όρου είναι γενική / καθολική και, εξ αντιδιαστολής, προκύπτει αντίστοιχη γενική / καθολική απαγόρευση του διανομέα να διανέμει τα προϊόντα της καταγγελλόμενης οπουδήποτε αλλού, πλην της ορισμένης γεωγραφικής περιοχής που του έχει παραχωρηθεί. Όπως προαναφέρθηκε στην αμέσως ανωτέρω ενότητα, σε περίπτωση γενικής απαγόρευσης πωλήσεων εκτός της ορισθείσας περιοχής και ελλείψει άλλων στοιχείων, έχει κριθεί ότι, δια της μη εξειδίκευσης, η απαγόρευση καταλαμβάνει τόσο τις ενεργητικές όσο και τις παθητικές πωλήσεις.

248. Εν προκειμένω, επομένως, δια του γενικού όρου των συμβάσεων των ετών 2008 και 2009 και ελλείψει άλλων στοιχείων, η καταγγελλόμενη απαγόρευσε στους διανομείς της να πωλούν, είτε ενεργητικά είτε παθητικά, τα προϊόντα της εκτός της παραχωρηθείσας γεωγραφικής περιοχής. Ούτε, άλλωστε, από τις δηλώσεις των διανομμένων προκύπτει κάποιο άλλο στοιχείο, δεδομένου ότι όσοι εξ αυτών ισχυρίστηκαν ότι εξυπηρετούσαν ζήτηση από μεμονωμένους πελάτες εκτός της ορισθείσας γεωγραφικής περιοχής, δεν προσκόμισαν σχετικά αποδεικτικά στοιχεία, και επιπλέον η συντριπτική πλειοψηφία τους δήλωσαν ότι, εν τοις πράγμασι, δεν υφίστατο τέτοιου είδους ζήτηση.

249. Δεδομένου ότι οι συμβάσεις διανομής των ετών 2008 και 2009 δεν έχουν τα χαρακτηριστικά συμβάσεων αποκλειστικής διανομής, κατά τα όσα προαναφέρθηκαν στη σχετική ενότητα, η απαγόρευση πωλήσεων εκτός της συμβατικής περιοχής δια του όρου 3 των συμβάσεων των ετών αυτών, κατά το μέρος που αφορά τις παθητικές αλλά και κατά το μέρος που αφορά τις ενεργητικές πωλήσεις, συνιστά «ιδιαιτέρως σοβαρότητας» περιορισμό του ανταγωνισμού υπό τους Κανονισμούς 2790/1999 και 330/2010 και, κατ' επέκταση, συνιστά «εξ αντικειμένου» περιορισμό του ανταγωνισμού.

250. Άλλωστε, η τεκμαιρόμενη άμβλυση του ενδοσηματικού ανταγωνισμού μεταξύ των διανομμένων της

<sup>288</sup> Βλ., κατ' αναλογία, και Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 162.

καταγγελλόμενης συνεπεία της απαγόρευσης να προβαίνουν σε πωλήσεις, είτε ενεργητικές είτε παθητικές, εκτός της συμβατικής τους περιοχής, επιτείνεται και από τον όρο 6.9 των εν λόγω συμβάσεων περί της υποχρέωσης των διανομέων να προμηθεύονται τα προϊόντα της RESOUL αποκλειστικά από την ίδια. Δηλαδή, να μην η καταγγελλόμενη μπορεί θεωρητικά να διαθέσει τα προϊόντα της σε περισσότερους του ενός διανομείς εντός της συμβατικής περιοχής, αλλά οι διανομείς αυτοί δεν μπορούν να προμηθευτούν τα προϊόντα της RESOUL ο ένας από τον άλλο εντός της συμβατικής περιοχής, και φυσικά ούτε από διανομείς εκτός της συμβατικής περιοχής, με αποτέλεσμα ο περιορισμός του ενδο-σηματικού ανταγωνισμού για τα προϊόντα της καταγγελλόμενης να είναι ολικός.

251. Εν συνεχεία, τα έτη 2010, 2011 και 2012, η καταγγελλόμενη τροποποίησε τον τύπο των συμβάσεων που χρησιμοποιούσε με τους διανομείς της, ώστε να πρόκειται για συμβάσεις αποκλειστικής διανομής, δυνάμει των οποίων η καταγγελλόμενη δεσμεύεται να προμηθεύει αποκλειστικά έκαστο διανομέα εντός ορισμένης γεωγραφικής περιοχής, και παράλληλα έκαστος διανομέας περιορίζεται στις ενεργητικές πωλήσεις του εντός της ίδια αυτής περιοχής (βλ. όρο 1.1. των συμβάσεων των ετών 2010-2012). Συγχρόνως, απαλείφθηκε η υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας των διανομέων από την καταγγελλόμενη (δεν υπάρχει κάποιος όρος αντίστοιχος με τον όρο 6.9 των συμβάσεων των ετών 2008 και 2009), ώστε εμμέσως να συνάγεται ότι οι διανομείς της καταγγελλόμενης μπορούν να προβαίνουν σε παθητικές πωλήσεις εκτός της γεωγραφικής τους περιοχής, και αντίστοιχα να έχουν το δικαίωμα να προμηθευτούν τα προϊόντα της RESOUL από διανομείς της σε άλλες γεωγραφικές περιοχές.

252. Ωστόσο οι εν λόγω συμβάσεις, πέρα από την ρητή απαγόρευση των ενεργητικών πωλήσεων, η οποία είναι καθόλα επιτρεπτή στο πλαίσιο συμβάσεων αποκλειστικής διανομής υπό τους Κανονισμούς 2790/1999 και 330/2010, όπως εξηγήθηκε ανωτέρω, περιέχουν, επίσης, και απαγόρευση παθητικών πωλήσεων, η οποία προκύπτει από τη συνδυαστική ανάγνωση των όρων 2.1, 3.4 και 6.1 των συμβάσεων των ετών 2010 έως και 2012. Συγκεκριμένα, ο συγκεκριμένος περιορισμός των παθητικών πωλήσεων προκύπτει από την υποχρέωση του αποκλειστικού διανομέα να ενημερώνει την καταγγελλόμενη για τυχόν ζήτηση των προϊόντων της εκτός της συμβατικής περιοχής, για την οποία, επιπλέον, διευκρινίζεται στις συμβάσεις ότι δεν θα δικαιούται αμοιβής (ούτε για τη γνωστοποίηση της ζήτησης ούτε για την ικανοποίηση της ζήτησης εκτός συμβατικής περιοχής).

253. Κατά τα ως άνω, και οι συμβάσεις των ετών 2010 έως και 2012 περιλαμβάνουν απαγόρευση των παθητικών πωλήσεων από τους αποκλειστικούς διανομείς της καταγγελλόμενης, η οποία συνιστά «ιδιαίτερης σοβαρότητας» περιορισμό του ανταγωνισμού υπό τους Κανονισμούς 2790/1999 και 330/2010 και, κατ' επέκταση, συνιστά «εξ αντικειμένου» περιορισμό του ανταγωνισμού. Αντιθέτως, η απαγόρευση των ενεργητικών πωλήσεων δια του όρου 1.1 των εν λόγω συμβάσεων είναι νόμιμη,

δεδομένου ότι πρόκειται για συμβάσεις αποκλειστικής διανομής.

254. Σημειώνεται ότι υπάρχουν όροι στις συμβάσεις της καταγγελλόμενης με τους χονδρεμπόρους / διανομείς της, τόσο των ετών 2008-2009 (όρος 6.8) όσο και των ετών 2010-2012 (όρος 3.6), σχετικά με την υποχρέωση των διανομέων να ενημερώνουν την καταγγελλόμενη αποστέλλοντας της αναλυτικά οικονομικά στοιχεία, μεταξύ άλλων, και για τον τζίρο τους «ανά πελάτη και προϊόν». Από τα στοιχεία αυτά, ευχερώς, η καταγγελλόμενη θα μπορούσε να παρακολουθεί αν ο πελάτης των διανομέων της βρίσκεται εντός ή εκτός της εκάστοτε συμβατικής περιοχής, και επομένως κατά πόσον τηρούνται από τους διανομείς της οι απαγορεύσεις των παθητικών πωλήσεων (ή και των ενεργητικών πωλήσεων, για τα έτη 2008-2009). Τέλος, όπως προαναφέρθηκε στη σχετική ενότητα ανωτέρω, από τις απαντήσεις των διανομέων σε σχετική ερώτηση της ΓΔΑ για όλο το διάστημα 2005-2015, όσοι εξ αυτών ισχυρίστηκαν ότι εξυπηρετούσαν ζήτηση από μεμονωμένους πελάτες εκτός της ορισθείσας γεωγραφικής περιοχής, δεν προσκόμισαν σχετικά αποδεικτικά στοιχεία, και επιπλέον η συντριπτική πλειοψηφία τους δήλωσαν ότι, εν τοις πράγμασι, δεν υφίστατο τέτοιου είδους ζήτηση.

5.12. ΠΗΤΡΕΣ ΜΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ (SINGLE BRANDING)

5.12.1. ΣΧΕΤΙΚΟΙ ΣΥΜΒΑΤΙΚΟΙ ΟΡΟΙ

5.12.1.1. Οι συμβάσεις των ετών 2008-2009

255. Στις συμβάσεις των ετών 2008 και 2009 της καταγγελλόμενης με τους χονδρεμπόρους / διανομείς της περιλαμβάνεται ο κάτωθι όρος: «12.1 Ο Τοπικός Αντιπρόσωπος αναλαμβάνει την υποχρέωση όπως προμηθεύεται αποκλειστικά τα προϊόντα της Εταιρίας. Ως εκ τούτου δεν επιτρέπεται να συνεργάζεται με ανταγωνιστριες εταιρείες των προϊόντων της Εταιρίας» (η έμφαση προστέθηκε).

5.12.1.2. Οι συμβάσεις των ετών 2010-2012

256. Αντίστοιχα, στις συμβάσεις των ετών 2010 έως και 2012 περιλαμβάνεται ο κάτωθι όρος: «5.1 Καθόλη τη διάρκεια της σύμβασης υποχρεούται ο εμπορικός αντιπρόσωπος να παραλείπει πράξεις ανταγωνισμού, βλαπτικές των συμφερόντων της Εταιρίας» (η έμφαση προστέθηκε). Και εν συνεχεία: «5.2 Ειδικότερα απαγορεύεται στον εμπορικό αντιπρόσωπο να αναλαμβάνει άμεσα ή έμμεσα, είτε εντός είτε εκτός της περιοχής δράσης του, την αντιπροσώπευση, διανομή ή απλή μεταπώληση προϊόντων όμοιων ή παρεμφερών προς εκείνα της σύμβασης, ανεξάρτητα αν πρόκειται περί καινούργιων ή μεταχειρισμένων. Σε περίπτωση που ο εμπορικός αντιπρόσωπος τελεί σε αμφιβολία σχετικά με το αν η σκοπούμενη ανάληψη δραστηριότητας συμβιβάζεται ή όχι με την υποχρέωσή του να επιμελείται τα συμφέροντα της Εταιρίας, υποχρεούται να γνωστοποιήσει εγγράφως σε αυτήν την εν λόγω δραστηριότητα πριν την αναλάβει και να αναμείνει για χρονικό διάστημα τουλάχιστον είκοσι (20) εργάσιμων ημερών την έκφραση γνώμη της επ' αυτής», και «5.3 Ο εμπορικός αντιπρόσωπος δήλωσε στην Εταιρία ότι ουδεμία άλλη επιχείρηση με ομοειδή ή ανταγωνιστικά προϊόντα αντιπροσωπεύει».

257. Στις συμβάσεις των ετών 2013-2018 οι επίμαχοι όροι έχουν απαλειφθεί.

## 5.12.2. Η ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΓΔΑ

## 5.12.2.1. Η θέση της καταγγέλλουσας

258. Σε ερώτημα της ΓΔΑ προς τη ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ σχετικά με το αν έχει συνάψει συμφωνίες προμήθειας προϊόντων με άλλες εταιρίες - προμηθευτές της πλην της RESOUL, η καταγγέλλουσα απάντησε ότι έχει συμφωνίες (συνήθως έγγραφες) με άλλους προμηθευτές<sup>289</sup> για προϊόντα που δεν είναι ανταγωνιστικά της RESOUL. Η καταγγέλλουσα δηλώνει επίσης ότι προμηθευόταν όλη τη γκάμα των προϊόντων της RESOUL ως προς τον συγκεκριμένο τύπο προϊόντων, και ότι δεν είχε κάποιον άλλον προμηθευτή για αυτά τα είδη, δεδομένου ότι αυτό απαγορευόταν από τις συμβάσεις<sup>290</sup>.

## 5.12.2.2. Η θέση των χονδρεμπόρων

259. Ως προς τυχόν σχετικούς περιορισμούς που έθετε η RESOUL στους διανομείς της σχετικά με τους προμηθευτές τους, 9 από τους 14 διανομείς ανέφεραν ότι δεν τους είχε τεθεί ποτέ περιορισμός σε σχέση με τους προμηθευτές ή τους πελάτες τους προς τους οποίους μπορούσαν να πωλούν τα προϊόντα που προμηθεύονταν από τη RESOUL, ενώ δύο εταιρίες ανέφεραν ότι τους είχαν τεθεί ορισμένοι περιορισμοί<sup>291</sup>. Στην αντίστοιχη ερώτηση που τέθηκε από τη ΓΔΑ προς τους διανομείς για τη χρονική περίοδο 2015-2020, οι 12 από τους 13 απάντησαν αρνητικά και μόνο μία εταιρία απάντησε θετικά<sup>292</sup>.

## 5.12.3. ΝΟΜΙΚΗ ΘΕΜΕΛΙΩΣΗ ΤΩΝ ΡΗΤΡΩΝ ΜΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

260. Η υποχρέωση μη άσκησης ανταγωνισμού υπό τη μορφή της «προώθησης συγκεκριμένου σήματος» (single branding) καλύπτει τις συμφωνίες που έχουν ως κύριο χαρακτηριστικό ότι ο αγοραστής υποχρεώνεται ή παρακινείται να συγκεντρώνει τις παραγγελίες του για συγκεκριμένο είδος προϊόντος σε έναν προμηθευτή. Το στοιχείο αυτό ανευρίσκεται κατεξοχήν σε ρήτρες μη ανταγωνισμού, σύμφωνα με τις οποίες ο αγοραστής αναλαμβάνει την υποχρέωση να μην αγοράζει και να μην μεταπωλεί, ούτε να ενσωματώνει ανταγωνιστικά αγαθά ή υπηρεσίες<sup>293</sup>. Σύμφωνα με το άρθρο 5 του Κανονισμού 330/2010, η προώθηση συγκεκριμένου σήματος απαλλάσσεται από την απαγόρευση της παρ. 1 του άρθρου 1 ΣΛΕΕ (και του άρθρου 1 του ν. 3959/2011, αντίστοιχα), όταν τα μερίδια αγοράς του προμηθευτή και του αγοραστή δεν υπερβαίνουν έκαστο το 30% και η ισχύς της υποχρέωσης μη άσκησης ανταγωνισμού δεν

υπερβαίνει σε διάρκεια τα πέντε έτη.<sup>294</sup> Στην περίπτωση που το μερίδιο αγοράς στη σχετική αγορά υπερβαίνει το 30% ή υπάρχει υπέρβαση του χρονικού ορίου των πέντε ετών, δεν εφαρμόζεται η ως άνω προβλεπόμενη ομαδική απαλλαγή και αξιολογείται κατά περίπτωση ο περιορισμός του ανταγωνισμού υπό την παρ. 1 του άρθρου 1 ν. 3959/2011 και την παρ. 1 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ.<sup>295</sup>

261. Για τη διαπίστωση της ύπαρξης περιορισμού του ανταγωνισμού εκ του αποτελέσματος εκτιμάται ο βαθμός αποκλεισμού από την αγορά ανταγωνιζόμενων προμηθευτών και δυνητικών προμηθευτών καθώς και ο βαθμός περιορισμού του διασηματικού (inter-brand) ανταγωνισμού<sup>296</sup>. Ειδικότερα, κατά την ατομική αξιολόγηση των αρνητικών επιπτώσεων στον ανταγωνισμό, σύμφωνα με την παρ. 1 του άρθρου 1 ν. 3959/2011 και την παρ. 1 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ, λαμβάνονται ιδίως υπόψη η θέση του προμηθευτή στη σχετική αγορά και αντίστοιχα η θέση των ανταγωνιστών του, η διάρκεια ισχύος της υποχρέωσης μη άσκησης ανταγωνισμού καθώς και η έκταση της, δηλαδή το ποσοστό κάλυψης της αγοράς από τις ρήτρες μη ανταγωνισμού<sup>297</sup>. Όσο ισχυρότερη θέση έχει ο προμηθευτής έναντι των ανταγωνιστών του, όσο μεγαλύτερη η διάρκεια της υποχρέωσης και όσο μεγαλύτερο το δεσμευμένο από τις υποχρεώσεις μη ανταγωνισμού μερίδιο αγοράς, τόσο υψηλότερος είναι και ο κίνδυνος αποκλεισμού της αγοράς. Αντιστρόφως, όσο ισχυρότεροι ή/και περισσότεροι είναι οι καθιερωμένοι ανταγωνιστές, τόσο μικρότερη είναι η απειλή ο καθένας μεμονωμένα να μπορεί να προκαλέσει αποκλεισμό και τόσο μικρότερος ο κίνδυνος άμβλυνσης του διασηματικού ανταγωνισμού. Επιπλέον, κατά την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων των ρητρών μη ανταγωνισμού λαμβάνονται υπόψη οι φραγμοί εισόδου σε δυνητικούς ανταγωνιστές του προμηθευτή, όπως λ.χ. τα ισχυρά σήματα φήμης (must have brands), τυχόν αντισταθμιστική ισχύς των αγοραστών, η οποία ενδεικνύεται και από αντισταθμίσιμα (λ.χ. χρηματικές παροχές) που τους προσφέρει ο προμηθευτής για να δεχθούν τον περιορισμό, καθώς και το επίπεδο εμπορίου, χονδρικής ή λιανικής, που θίγεται από την υποχρέωση αποκλειστικότητας<sup>298</sup>. Τους ανωτέρω παράγοντες λαμβάνει παγίως υπόψη της και η ΕΑ στη νομολογία της για την αξιολόγηση των ρητρών μη ανταγωνισμού υπό τα άρθρα 1 του ν. 3959/2011 και 101 ΣΛΕΕ.<sup>299</sup> Ειδικά ως

<sup>294</sup> Αντίστοιχη είναι και η πρόβλεψη υπό το άρθρο 5 του προγενέστερου Κανονισμού (ΕΚ) 2790/1999, με τη διαφορά ότι, υπό τον Κανονισμό αυτό, αρκεί (και απαιτείται) το μερίδιο αγοράς μόνο του προμηθευτή να μην υπερβαίνει το 30%.

<sup>295</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 131 και προγενέστερες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 139.

<sup>296</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 130 και προγενέστερες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 138.

<sup>297</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 132-135 και προγενέστερες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 140-143.

<sup>298</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 136-139 και προγενέστερες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 144-146.

<sup>299</sup> Βλ. ενδεικτικά ΕΑ520/2011, σκ. 204-218, ΕΑ 663/2018, σκ. 593-597, ΕΑ 676/2018 σκ. 349-361.

<sup>289</sup> Ήτοι [...].

<sup>290</sup> Βλ. ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ Α.Ε. (υπ' αρ. 1316/7.2.2014).

<sup>291</sup> Βλ. [...] υπ' αρ. 3299/26.5.2015), η οποία αναφέρει στην απάντησή της ότι της είχε τεθεί περιορισμός ως προς τους προμηθευτές και τους πελάτες προς τους οποίους μπορούσε να πωλεί τα προϊόντα της μέχρι το έτος 2012, καθώς και [...] (υπ' αρ. 3033/18.5.2015), η οποία απάντησε ότι μοναδικός προμηθευτής της ήταν η RESOUL και συμπλήρωσε ειδικότερα τα εξής: «Βάσει των συμβάσεων δεν είχαμε δικαίωμα να συνεργαστούμε με άλλο προμηθευτή για τα συγκεκριμένα προϊόντα».

<sup>292</sup> Βλ. [...] (υπ' αρ. 6245/7.7.2020).

<sup>293</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 129 και προγενέστερες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 138.

προς ρήτρες μη ανταγωνισμού που αφορούν την προμήθεια τελικού προϊόντος σε επίπεδο χονδρικής, για την αξιολόγησή τους, η ΕΑ έχει εξετάσει κατά πόσον οι συγκεκριμένοι χονδρέμποροι που δεσμεύονται από τις ρήτρες μη ανταγωνισμού αντιπροσωπεύουν σημαντικό μερίδιο των πωλήσεων του τελικού προϊόντος εν γένει, δηλαδή σημαντικό μέρος της ζήτησης<sup>300</sup>. Επιπλέον, η ΕΑ έχει εξετάσει κατά πόσον οι χονδρέμποροι είναι σε θέση ή όχι να λειτουργούν αποδοτικά μόνο με το προϊόν που αφορά η συμφωνία ή είναι αποδοτικότερο για αυτούς να εμπορεύονται ευρύτερο φάσμα προϊόντων, καθώς, στην τελευταία περίπτωση, δεν συμφέρει έναν προμηθευτή που πουλάει μονάχα ένα προϊόν να συγκροτήσει δικό του μηχανισμό χονδρικής πώλησης<sup>301</sup>. Περαιτέρω, παγίως συνεκτιμάται και ο τυχόν συνδυασμός της ρήτρας μη ανταγωνισμού με αποκλειστική διανομή ή με ρήτρα αποκλειστικής προμήθειας, ώστε να αξιολογείται αν τυχόν περιοριστικό του ανταγωνισμού αποτέλεσμα επιτείνεται από την ύπαρξη περισσότερων παραβατικών πρακτικών και συμβατικών όρων<sup>302</sup>.

262. Τέλος, ειδικής μνείας χρήζει η περίπτωση ρητρών μη ανταγωνισμού, ως προς τις οποίες ο προμηθευτής κατέχει δεσπόζουσα θέση στη σχετική αγορά. Όπως προαναφέρθηκε, η θέση του προμηθευτή στην αγορά αποτελεί παράγοντα ιδιαίτερα σημαντικό για την αξιολόγηση των ενδεχόμενων αντιανταγωνιστικών επιπτώσεων που έχουν οι υποχρεώσεις προώθησης συγκεκριμένου σήματος<sup>303</sup> και κατά τη νομολογία, η δεσπόζουσα θέση μιας επιχείρησης αποτελεί τον ασφαλέστερο δείκτη για την εκτίμηση του κινδύνου πρόκλησης αρνητικών επιπτώσεων στον ανταγωνισμό (ιδίως με τη μορφή αποκλεισμού των ανταγωνιστών)<sup>304</sup>. Με δεδομένα, ωστόσο, τα ανωτέρω και χωρίς να αμφισβητούνται, σημειώνεται ότι οι ρήτρες αποκλειστικότητας με προμηθευτή κατέχοντα δεσπόζουσα θέση αντιμετωπίζονταν ιδιαίτερος αυστηρά υπό το άρθρο 101 ΣΛΕΕ και 1 ν. 3959/2011, ακριβώς γιατί και υπό τα άρθρα 102 ΣΛΕΕ και 2 ν. 3959/2011 αποτελούσαν εξ ορισμού καταχρήσεις δεσπόζουσας θέσης (και άρα παραβάσεις).<sup>305, 306</sup> Κατ' αναλογία εφαρμόζεται

<sup>300</sup> Βλ. ΕΑ 520/2011, σκ. 210.

<sup>301</sup> Βλ. ΕΑ 520/2011, σκ. 212.

<sup>302</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π. παρ. 161, και ΕΑ 520/2011, σκ. 214, ΕΑ 663/2018, σκ. 597, και ΕΑ 676/2018 σκ. 360.

<sup>303</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π. παρ. 132.

<sup>304</sup> Βλ. ΕΑ 520/2011, σκ. 208, ΕΑ 676/2018, σκ. 351.

<sup>305</sup> Έτσι, λ.χ. οι προγενέστερες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς προβλέπουν ότι οι επιχειρήσεις που κατέχουν δεσπόζουσα θέση δεν επιτρέπεται να επιβάλλουν υποχρεώσεις μη άσκησης ανταγωνισμού στους αγοραστές τους, εκτός αν μπορούν να επικαλεστούν αντικειμενικές δικαιολογίες για την αιτιολόγηση μιας τέτοιας εμπορικής πρακτικής. Βλ. προγενέστερες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 141.

<sup>306</sup> Καίτοι η ΕΑ, κατά περίπτωση, προβαίνει σε μία εξέταση των λοιπών παραγόντων, πέραν της δεσπόζουσας θέσης του προμηθευτή, όπως οι παράγοντες αυτοί προαναφέρθηκαν, λ.χ. του ποσοστού κάλυψης της αγοράς, της διάρκειας των ρητρών, του επιπέδου του εμπορίου, χονδρικής ή λιανικής, στο οποίο αφορά η ρήτρα, βλ. ΕΑ 520/2011, σκ. 210-213, ΕΑ 676/2018, σκ. 355-360.

η νομολογία σχετική με τις πρακτικές αποκλειστικής προμήθειας<sup>307</sup>.

#### 5.12.4. ΥΠΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΑΝΩΤΕΡΩ ΤΩΝ ΣΥΜΒΑΤΙΚΩΝ ΡΗΤΡΩΝ ΜΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

263. Εν προκειμένω, για τα έτη 2008 έως και 2012, με διαφοροποιημένη μεν διατύπωση μεταξύ των ετών 2008-2009 και 2010-2012, όπως εκτέθηκε στη σχετική ενότητα ανωτέρω, αλλά κατ' ουσίαν ίδιοι, υφίστανται όροι μη ανταγωνισμού (προώθησης συγκεκριμένου σήματος / αποκλειστικότητας) στις συμβάσεις της καταγγελλόμενης με τους χονδρεμπόρους / διανομείς της, που προβλέπουν ότι οι εν λόγω διανομείς θα εμπορευτούν αποκλειστικά τα προϊόντα της καταγγελλόμενης. Βάσει των κριτηρίων που προαναφέρθηκαν στην αμέσως προηγούμενη ενότητα, κατά την εκτίμηση της Επιτροπής, προκύπτει αυξημένος κίνδυνος αποκλεισμού των ανταγωνιστών της RESOUL από την αγορά πώλησης μικροσυσκευών υγραερίου γενικής χρήσης συνεπεία των όρων μη ανταγωνισμού που υπάρχουν στις συμβάσεις της RESOUL με τους διανομείς της τα έτη 2008 έως και 2012, και συνεπώς, περιορισμού του διασηματικού ανταγωνισμού.

264. Συγκεκριμένα, η καταγγελλόμενη τα κρίσιμα έτη 2008 έως και 2012 διαθέτει υπερδεσπόζουσα θέση στη σχετική αγορά πώλησης μικροσυσκευών υγραερίου γενικής χρήσης, με μερίδια αγοράς που υπερβαίνουν σε αξία το [65-75]%<sup>308</sup>. Όπως προαναφέρθηκε, η δεσπόζουσα θέση του προμηθευτή αποτελεί τον ασφαλέστερο δείκτη για την εκτίμηση του κινδύνου πρόκλησης αρνητικών επιπτώσεων στον ανταγωνισμό (ιδίως με τη μορφή αποκλεισμού των ανταγωνιστών) των ρητρών προώθησης συγκεκριμένου σήματος. Πολλώ μάλλον όταν, εν προκειμένω, το υπολειπόμενο μερίδιο αγοράς των ανταγωνιστών της RESOUL είναι [...]. Ενδεικτικά, το δεύτερο μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς (μετά της καταγγελλόμενης) είναι συγκεντρωμένο σε [...] και φτάνει το [10-15]% κατ' ανώτατο (το έτος 2011), ενώ πέραν [...], ο ανταγωνιστής με το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς τα κρίσιμα έτη (μετά την καταγγελλόμενη) είναι η εταιρία [...] με μερίδιο αγοράς περίπου [0-5]% κατ' ανώτατο το έτος 2008 και [...] μέχρι το 2012 (οπότε το μερίδιο αγοράς της είναι μόλις [0-5])<sup>309</sup>. Όλοι δε οι υπόλοιποι ανταγωνιστές της καταγγελλόμενης έχουν μερίδια αγοράς κατά τα κρίσιμα έτη 2008-2012 της τάξης του [0-5]%<sup>310</sup>.

265. Επιπλέον, υφίστανται ισχυροί φραγμοί εισόδου στη σχετική αγορά, δεδομένου ότι τα σήματα της καταγγελλόμενης χαιρούν ιδιαίτερης φήμης και έχουν χαρακτηριστικά «must have», όπως έχει εξηγηθεί ανωτέρω. Έτσι, ένας δυνητικός, αλλά και ένας υφιστάμενος, ανταγωνιστής της καταγγελλόμενης είναι δύσκολο στην πράξη να διεκδικήσει τους δεσμευμένους με αποκλειστικότητα χονδρεμπόρους που χρησιμοποιεί η RESOUL για τη διανομή των προϊόντων της, λόγω της δεσπόζου-

<sup>307</sup> Υπόθεση C-85/76, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής, EU:C:1979:36. Βλ. επίσης απόφαση της Ε. Επ. ΑΤ.40411 - Google Search (AdSense), σκ.344.

<sup>308</sup> Βλ. Πίνακα 6, ανωτέρω.

<sup>309</sup> Βλ. Πίνακα 6, ανωτέρω. Σημειωτέον ότι η εν λόγω εταιρία [...].

<sup>310</sup> Ομοίως, βλ. Πίνακα 6.

σας θέσης της καταγγελλόμενης και της ισχυρής φήμης των σημάτων της, που συνεπάγεται απροθυμία των χονδρεμπόρων να σταματήσουν να συναλλάσσονται με το πλέον δημοφιλές και επικερδές χαρτοφυλάκιο προϊόντων μικροσυσκευών υγραερίου γενικής χρήσης υπέρ κάποιου σημαντικά ασθενέστερου ανταγωνιστή της RESOUL. Αλλά, εξίσου ασύμφορη είναι για έναν ανταγωνιστή, υφιστάμενο ή δυνητικό, της καταγγελλόμενης και η συγκρότηση νέου, δικού του μηχανισμού χονδρικής πώλησης, δεδομένου ότι είναι αποδοτικότερο για έναν χονδρέμπορο να εμπορεύεται περισσότερα προϊόντα και όχι αποκλειστικά και μόνο προϊόντα μικροσυσκευών υγραερίου γενικής χρήσης. Υπενθυμίζεται ότι μόνο το [...] % του κύκλου εργασιών των χονδρεμπόρων που εξετάστηκαν από την Υπηρεσία αφορά προϊόντα της καταγγελλόμενης, ποσοστό που ενδεικνύει ότι οι εν λόγω χονδρέμποροι εμπορεύονται μία γκάμα προϊόντων ευρύτερη των μικροσυσκευών υγραερίου γενικής χρήσης.

266. Άλλωστε, κατά την εκτίμηση και τους υπολογισμούς της ΓΔΑ (βλ. Πίνακα 8, ανωτέρω), το μερίδιο κάλυψης της αγοράς από τις εξεταζόμενες εδώ ρήτρες μη ανταγωνισμού καλύπτει ένα εύρος ποσοστών από, κατά προσέγγιση, [35-45] % της συνολικής ζήτησης το 2008 έως [15-25] % της συνολικής ζήτησης το 2012. Δεδομένου ότι λ.χ. το 2008 η καταγγελλόμενη έχει μερίδιο στη σχετική αγορά περίπου [65-75] % σε αξία (βλ. Πίνακα 6 ανωτέρω) και οι πωλήσεις της προς χονδρεμπόρους αποτελούν περίπου το [...] % των συνολικών πωλήσεων της (βλ. Πίνακα 5 ανωτέρω), οι πωλήσεις της προς χονδρεμπόρους αντιπροσωπεύουν το [35-45] % κατά προσέγγιση της συνολικής ζήτησης. Αντίστοιχα, για το 2012, προκύπτει ότι η καταγγελλόμενη είχε μερίδιο αγοράς κατά προσέγγιση [75-85] % σε αξία (βλ. Πίνακα 6 ανωτέρω) και οι πωλήσεις της προς χονδρεμπόρους αποτελούν περίπου το [...] % των συνολικών πωλήσεων της (βλ. Πίνακα 5 ανωτέρω). Επομένως, οι πωλήσεις της προς χονδρεμπόρους αντιπροσωπεύουν το [...] % κατά προσέγγιση της συνολικής ζήτησης. Υπενθυμίζεται ότι από τους χονδρεμπόρους που εξετάστηκαν από την ΓΔΑ, όσοι είχαν συμβάσεις με την καταγγελλόμενη τα κρίσιμα έτη (2008-2012), δεσμεύονταν από ρήτρες μη ανταγωνισμού. Επομένως, μη αμελητέο κομμάτι της συνολικής ζήτησης (δηλαδή, περίπου από το [...] αυτής το 2008 έως το [...] αυτής το 2012) έχει αδιαμφισβήτητη επηρεαστεί από την εφαρμογή των εξεταζόμενων ρητρών αποκλειστικότητας στις συμβάσεις της καταγγελλόμενης με τους χονδρεμπόρους της<sup>311</sup>. Άλλωστε, κατά τις Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, «Για μια επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση, ακόμη και

<sup>311</sup> Στην υπόθεση της Intel το ποσοστό κάλυψης της αγοράς από τις επίμαχες εκπώσεις αποκλειστικότητας ήταν 14%, το οποίο, ως ένα στοιχείο που λαμβάνεται υπόψη κατά την αξιολόγηση των εκπώσεων αποκλειστικότητας, επικυρώθηκε από το ΔΕΕ. Το ΔΕΕ ακύρωσε την απόφαση του Γενικού Δικαστηρίου στην υπόθεση επειδή το τελευταίο δεν εξέτασε το σύνολο των επιχειρημάτων της Intel σχετικά με το κριτήριο του «εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή». Βλ. C-413/14 P, ό.π., σκ. 116 και 139-144. Το αντίστοιχο μερίδιο κάλυψης της αγοράς στις υποθέσεις Tomra και Van den Bergh Foods ήταν 39% και 40%, αντίστοιχα. Βλ. C-413/14 P, ό.π., σκ. 116.

ένα μικρό δεσμευμένο μερίδιο αγοράς είναι πιθανό να οδηγήσει σε σοβαρή υπονόμευση του ανταγωνισμού», εφόσον πρόκειται για τελικό προϊόν σε επίπεδο λιανικής πώλησης<sup>312</sup>. Εν προκειμένω, οι εξεταζόμενες ρήτρες μη ανταγωνισμού αφορούν τελικά προϊόντα αλλά βρίσκονται σε συμβάσεις που σχετίζονται με τη χονδρική πώληση αυτών των προϊόντων. Ωστόσο, τα ανωτέρω ποσοστά κάλυψης της αγοράς ([35-45] % της το 2008 έως [15-25] % το 2012, κατά προσέγγιση) έχουν προκύψει με αναγωγή στην συνολική ζήτηση (δεδομένου ότι τα μερίδια αγοράς της καταγγελλόμενης έχουν υπολογισθεί βάσει των πωλήσεων λιανικής των σούπερ μάρκετ, όπως έχει εξηγηθεί στη σχετική ενότητα), και άρα αφορούν το επίπεδο λιανικής πώλησης, σε καμία δε περίπτωση δεν είναι αμελητέα, όπως προαναφέρθηκε.

267. Το περιοριστικό του ανταγωνισμού αποτέλεσμα των εξεταζόμενων ρητρών αποκλειστικότητας (πάντα σε επίπεδο τελικής ζήτησης) επιτείνεται έτι περαιτέρω από τις εκπώσεις στόχου που υπάρχουν στις κεντρικές συμβάσεις της καταγγελλόμενης με τα σούπερ μάρκετ, τις οποίες οφείλουν να εκτελούν και οι διανομείς/ χονδρέμποροι της<sup>313</sup>. Ειδικότερα, λαμβανομένου υπόψη (α) [...], και β) του δεσμευμένου από εκπώσεις στόχου μεριδίου αγοράς των σούπερ μάρκετ, το οποίο είναι μη αμελητέο<sup>314</sup>, καθίσταται σαφές ότι τα σούπερ μάρκετ, προκειμένου να επιτύχουν τους στόχους πωλήσεων, αναμένεται να αυξάνουν τις αγορές τους σε προϊόντα της RESOUL, τα οποία προμηθεύονται και μέσω των χονδρεμπόρων. Συνεπώς, το περιοριστικό του ανταγωνισμού αποτέλεσμα από τις εξεταζόμενες ρήτρες μη ανταγωνισμού των χονδρεμπόρων επιτείνεται και, τρόπον τινά, μετακυλιέται στο επόμενο επίπεδο αγοράς, μέσω των εκπώσεων στόχου των συμβάσεων της καταγγελλόμενης με τα σούπερ μάρκετ.

268. Τέλος, το περιοριστικό του ανταγωνισμού αποτέλεσμα των εξεταζόμενων ρητρών μη ανταγωνισμού επιτείνεται από τον συνδυασμό των εν λόγω ρητρών με

<sup>312</sup> Κατευθυντήριες Γραμμές για του κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 140.

<sup>313</sup> Στις συμβάσεις των ετών 2008 και 2009 της καταγγελλόμενης με τους χονδρεμπόρους / διανομείς της υπάρχει όρος σύμφωνα με τον οποίο «6. Υποχρεώσεις Τοπικού Αντιπροσώπου [...] 6.4 Φροντίζει για την τήρηση των συμβάσεων με τις Αλυσίδες & ομίλους αγορών (Προβολές - Φυλλάδια - νέοι κωδικοί - Ράφι - Γκάμα - Διανομή) στα καταστήματα αυτών». Βλ. επίσης τους όρους 6.3 των συμβάσεων των ετών 2008 και 2009 και 3.5.3 των συμβάσεων των ετών 2010 έως και 2012 σχετικά με την τήρηση της εμπορικής και τιμολογιακής πολιτικής της εταιρίας από τους διανομείς στους δικούς του πελάτες αλλά και τις απαντήσεις των διανομικών.

<sup>314</sup> Κατά τους υπολογισμούς της Υπηρεσίας, μερίδιο αγοράς της τάξης του [...] % το 2008 και [...] % το 2012 βάσει των πωλήσεων των σούπερ μάρκετ έχει επηρεαστεί από εκπώσεις στόχου που περιλαμβάνονται στις συμβάσεις της καταγγελλόμενης με σούπερ μάρκετ (βλ. πίνακα 11 κατωτέρω). Υπενθυμίζεται ότι οι υπολογισμοί της Υπηρεσίας για τα ως άνω δεσμευμένα μερίδια αγοράς από εκπώσεις στόχων βάσει των πωλήσεων των σούπερ μάρκετ είναι συντηρητικές (δηλαδή, μόνο υψηλότερα μπορεί, στην πραγματικότητα, να είναι τα εν λόγω μερίδια), καθώς δεν έχουν ληφθεί υπόψη οι όμιλοι αγορών, στις συμβάσεις των οποίων περιλαμβάνονται εκπώσεις στόχου αλλά δεν προσκόμισαν σχετικά οικονομικά στοιχεία στην Υπηρεσία.

συμβατικούς όρους περί αποκλειστικής προμήθειας και περιορισμού τόσο των ενεργητικών όσο και των παθητικών πωλήσεων (τα έτη 2008-2009), περί αποκλειστικής διανομής και περιορισμού των παθητικών πωλήσεων (τα έτη 2010-2012), και περί καθορισμού των τιμών μεταπώλησης. Από το πλέγμα των όρων αυτών δημιουργείται ένα σύστημα διανομής που περιορίζει τους μεταπωλητές υπέρμετρα, επιτείνοντας στον μέγιστο βαθμό τον περιορισμό του ενδοσηματικού και διασηματικού ανταγωνισμού, αφού οι μεταπωλητές περιορίζονται ως προς την περιοχή δραστηριοποίησής τους, ως προς την αγορά συμβατικών προϊόντων από οποιαδήποτε άλλη πηγή, ακόμη και από άλλους διανομείς (περιορισμός ενδοσηματικού ανταγωνισμού), τις τιμές στις οποίες μεταπωλούν (περιορισμός του ανταγωνισμού αναφορικά με τις τιμές) καθώς και ως προς την αγορά προς μεταπώληση ανταγωνιστικών της RESOUL προϊόντων (περιορισμός διασηματικού ανταγωνισμού-αποκλεισμός ανταγωνιστών).

5.13. ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΑΠΑΛΛΑΓΗΣ ΒΑΣΕΙ ΤΗΣ ΠΑΡ. 3 ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 1 ΤΟΥ ν. 703/1977 ΚΑΙ ΤΟΥ ν. 3959/2011 ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΑΡ. 3 ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 81 ΣΥΝΘΕΚ ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΑΡ. 3 ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 101 ΣΛΕΕ

#### 5.13.1. ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

269. Επισημαίνεται καταρχήν ότι στο παρόν τμήμα εξετάζεται η δυνατότητα χορήγησης ατομικής απαλλαγής από την απαγόρευση της παρ. 1 του άρθρου 1 ΣΛΕΕ και της παρ. 1 του άρθρου 1 του ν. 3959/2011, και όχι η δυνατότητα ομαδικής απαλλαγής (βάσει των Κανονισμών 2790/1999 και 330/2010 για τις κάθετες συμφωνίες). Όπως προαναφέρθηκε, χορήγηση τέτοιας ομαδικής απαλλαγής δεν είναι δυνατή εν προκειμένω, πρωτίστως γιατί το μερίδιο αγοράς της καταγγελλόμενης (που αποτελεί τον προμηθευτή) στη σχετική αγορά (χονδρικής) πώλησης μικροσυσκευών υγραερίου για γενική χρήση υπερβαίνει κατά πολύ το όριο του 30% της παρ. 1 του άρθρου 3 των εν λόγω Κανονισμών. Επιπλέον, γιατί ο καθορισμός τιμών μεταπώλησης και ο περιορισμός των παθητικών (και των ενεργητικών, κατά περίπτωση) πωλήσεων κατά περιοχές, που περιλαμβάνονται στις συμβάσεις τις καταγγελλόμενης με τους χονδρεμπόρους / διανομείς της, συνιστούν ιδιαίτερα σοβαρούς περιορισμούς του ανταγωνισμού, μη απαλασσόμενους βάσει του άρθρου 4 των ως άνω Κανονισμών. Η συμπερίληψη δε ιδιαίτερα σοβαρών περιορισμών του ανταγωνισμού σε μια κάθετη συμφωνία, συνεπάγεται την αδυναμία χορήγησης ομαδικής απαλλαγής για το σύνολο της κάθετης συμφωνίας και όχι μόνο για τους επίμαχους προβληματικούς όρους<sup>315</sup>, και επομένως συμπαράσχει και άλλους όρους που περιλαμβάνονται στις συγκεκριμένες κάθετες συμφωνίες, όπως οι ρήτρες προώθησης συγκεκριμένου σήματος (ρήτρες μη ανταγωνισμού / αποκλειστικότητας)<sup>316</sup>.

<sup>315</sup> Βλ. προγενέστερες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 66 και Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 70.

<sup>316</sup> Εάν δεν υπάρχουν περιορισμοί ιδιαίτερης σοβαρότητας σε μία κάθετη συμφωνία, μία ρήτρα μη ανταγωνισμού ενδεχομένως να αποκλείεται από το ευεργέτημα της ομαδικής απαλλαγής αν

270. Η χορήγηση απαλλαγής σε ατομική βάση για κάθετες συμφωνίες που περιέχουν κάθετους περιορισμούς σύμφωνα με την παρ. 3 του άρθρου 1 του ν. 3959/2011 και την παρ. 3 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ προϋποθέτει τη συνδρομή των ουσιαστικών προϋποθέσεων των εν λόγω διατάξεων. Ειδικότερα, η εξαίρεση των ως άνω άρθρων υπόκειται σε τέσσερις προϋποθέσεις, δύο θετικές και δύο αρνητικές:

α) η συμφωνία πρέπει να συμβάλλει στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας ή της διανομής των προϊόντων ή στην προώθηση της τεχνικής - οικονομικής προόδου,

β) πρέπει να εξασφαλίζει δίκαιο τμήμα στους καταναλωτές από το όφελος που προκύπτει,

γ) οι περιορισμοί πρέπει να είναι απαραίτητοι για την επίτευξη των στόχων αυτών και

δ) η συμφωνία δεν πρέπει να παρέχει στα μέρη τη δυνατότητα κατάργησης του ανταγωνισμού.

271. Οι τέσσερις προϋποθέσεις της παρ. 3 του άρθρου 1 του ν. 3959/2011 και της παρ. 3 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ είναι σωρευτικές και πρέπει να πληρούνται όλες για να έχει εφαρμογή η απαλλαγή. Η απαρίθμηση των εν λόγω προϋποθέσεων είναι, επίσης, εξαντλητική. Εφόσον πληρούνται σωρευτικά οι ανωτέρω προϋποθέσεις, η απαλλαγή ισχύει και δεν μπορεί να εξαρτηθεί από καμία άλλη προϋπόθεση<sup>317</sup>. Επιπλέον, σύμφωνα με την παρ. 2 του άρθρου 3 του Κανονισμού 1/2003, η εφαρμογή της εθνικής νομοθεσίας ανταγωνισμού δεν μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα την απαγόρευση συμφωνιών, οι οποίες μπορούν να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών, αλλά δεν περιορίζουν τον ανταγωνισμό κατά την έννοια της παρ. 1 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ ή οι οποίες πληρούν τις προϋποθέσεις της παρ. 3 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ.

272. Πάντως, επισημαίνεται ότι η ύπαρξη περιορισμών ιδιαίτερης σοβαρότητας σε μια συμφωνία καθιστά ιδιαίτερα δύσκολη στην πράξη την επίκληση ατομικής απαλλαγής με βάση την παρ. 3 του άρθρου 1 του ν. 3959/2011 καθώς και την παρ. 3 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ, δεδομένου ότι οι εν λόγω περιορισμοί θεωρούνται κατά κανόνα ιδιαίτερα βλαπτικοί για τον ανταγωνισμό<sup>318</sup>. Ωστόσο, οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να αποδείξουν την ύπαρξη θετικών συνεπειών για τον ανταγωνισμό (αποτελεσματικότητας) βάσει των ως άνω διατάξεων σε μια συγκεκριμένη περίπτωση<sup>319</sup>. Εφόσον οι επιχειρήσεις

πληρούνται οι όροι του άρθρου 5 των Κανονισμών (ΕΚ) 2790/1999 και (ΕΕ) 330/2010, χωρίς να συμπαράσχει το σύνολο της κάθετης συμφωνίας στον αποκλεισμό από το σχετικό ευεργέτημα, βλ. προγενέστερες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 67 και Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 71.

<sup>317</sup> Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παράγραφος 3 της Συνθήκης, ό.π., παρ. 42 και εκεί αναφερόμενη νομολογία.

<sup>318</sup> Βλ. προγενέστερες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 46 και Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 47.

<sup>319</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 106-109 και 223 επ. Σε σχέση με το πλαίσιο της ανάλυσης για την εφαρμογή των κανόνων σε ατομικές περιπτώσεις, βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 96 επ. Ειδικότερα, την εφαρμογή ορισμένων κάθετων περιορισμών θα μπορούσε να δικαιολογήσει το άνοιγμα ή διεύδυση ενός

τεκμηριώσουν ότι η πιθανή αποτελεσματικότητα προκύπτει από την εισαγωγή του ιδιαίτερης σοβαρότητας περιορισμού στη συμφωνία και αποδείξουν ότι γενικώς πληρούνται όλες οι προϋποθέσεις της παρ. 3 του άρθρου 1 του ν. 3959/2011 και της παρ. 3 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ, η ΕΑ είναι υποχρεωμένη να αξιολογήσει πραγματικά τις ενδεχόμενες αρνητικές συνέπειες στον ανταγωνισμό προτού αποφανθεί οριστικά κατά πόσον πληρούνται οι προϋποθέσεις των εν λόγω άρθρων<sup>320</sup>.

273. Σε περίπτωση εξέτασης μίας συμφωνίας σε ατομική βάση από την ΕΑ, η τελευταία φέρει το βάρος απόδειξης ότι η εν λόγω συμφωνία παραβιάζει την παρ. 1 του άρθρου 1 του ν. 3959/2011 και την παρ. 1 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ. Ακολούθως, εφόσον αποδειχθεί ο αντι-ανταγωνιστικός χαρακτήρας της συμφωνίας, η επιχείρηση που επικαλείται το ευεργέτημα της απαλλαγής φέρει και το βάρος απόδειξης ότι πληρούνται οι προαναφερόμενες σωρευτικές προϋποθέσεις<sup>321</sup>. Κατά συνέπεια, η επιχείρηση που επικαλείται την παρ. 3 του άρθρου 1 του ν. 703/1977, την παρ. 3 του άρθρου 1 του ν. 3959/2011 καθώς και την παρ. 3 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ πρέπει και να αποδείξει ότι πληρούνται οι σχετικές προϋποθέσεις με πειστικά επιχειρήματα και αποδεικτικά στοιχεία<sup>322</sup>. Στο πλαίσιο αυτό, λαμβάνονται υπόψη μόνο αντικειμενικά πλεονεκτήματα, πράγμα που σημαίνει ότι η τυχόν επικαλούμενη βελτίωση της αποτελεσματικότητας δεν εκτιμάται με βάση την υποκειμενική άποψη των μερών<sup>323</sup>.

#### 5.13.2. ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΥΠΟ ΚΡΙΣΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ

274. Εν προκειμένω, για κανέναν από τους τρεις περιορισμούς του ανταγωνισμού που έχουν διαπιστωθεί στις συμβάσεις της καταγγελλόμενης με τους χονδρεμπόρους / διανομείς της (δηλαδή, για α) τον καθορισμό τιμών μεταπώλησης, β) την κατανομή της αγοράς κατά περιοχές και τον περιορισμό των παθητικών, ή και των ενεργητικών κατά περίπτωση, πωλήσεων, και γ) τις ρήτρες μη ανταγωνισμού / αποκλειστικότητας), δεν έχουν εισφερθεί, από την καταγγελλόμενη ή τους χονδρεμπόρους / διανομείς της, στοιχεία που να αποδεικνύουν ότι οι εν λόγω περιορισμοί πληρούν τις δύο πρώτες προϋ-

προμηθευτή σε νέες αγορές, στο πλαίσιο του οποίου παρέχεται γεωγραφική προστασία σε έναν διανομέα ώστε να μπορέσει να αποσβέσει το κόστος των επενδύσεων, χρεώνοντας προσωρινά υψηλότερες τιμές, ή η επίλυση του προβλήματος του παρασιτισμού, όταν ένας διανομέας δρέπει ανέξοδα τα οφέλη από τις προσπάθειες πρόωθησης κάποιου άλλου διανομέα, πρόβλημα στην αποφυγή του οποίου συμβάλλουν η αποκλειστική διανομή ή παρόμοιοι περιορισμοί. Βλ. και Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 225.

<sup>320</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 47.

<sup>321</sup> Βλ. άρθρο 2 του Κανονισμού (ΕΚ) 1/2003, ό.π., καθώς και προγενέστερες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 62 και Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 96.

<sup>322</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΦΑΘ 559/2010, σκ. 18, ΔΕΦΑΘ 2891/2009, σκ. 19, καθώς και ΔΕΦΑΘ 2803/2011, σκ. 17, όπου και παραπομπές σε πάγια ενωσιακή νομολογία.

<sup>323</sup> Βλ. ΕΑ 495/VI/2010, σκ. 156 και 580/VII/2013, σκ. 159, καθώς και Κατευθυντήριες Γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ. 3 της Συνθήκης, ό.π., παρ. 49.

ποθέσεις της παρ. 3 του άρθρου 1 του ν. 3959/2011 και της παρ. 3 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ. Ειδικά δε ως προς τους υπό (α) και (β) περιορισμούς, κατά κανόνα θεωρείται ότι αυτοί, ως ιδιαίτερα σοβαροί περιορισμοί του ανταγωνισμού υπό τους Κανονισμούς 2790/1999 και 330/2010, δεν συμβάλλουν στη βελτίωση της παραγωγής ή της διανομής των προϊόντων ή στην προώθηση της τεχνικής - οικονομικής προόδου, δεν δημιουργούν αντικειμενικά οικονομικά πλεονεκτήματα, και δεν προσπορίζουν οφέλη στους καταναλωτές, ούτε στη συγκεκριμένη περίπτωση εισφέρθηκαν στοιχεία που να αποδεικνύουν το αντίθετο.

275. Σε κάθε περίπτωση, τόσο για τους δύο περιορισμούς ιδιαίτερης σοβαρότητας του ανταγωνισμού (καθορισμό τιμών μεταπώλησης και τον περιορισμό των παθητικών, ή και των ενεργητικών κατά περίπτωση, πωλήσεων), όσο και για τις ρήτρες μη ανταγωνισμού, ελλείπει εν προκειμένω η τελευταία - αρνητική - προϋπόθεση της παρ. 3 του άρθρου 1 του ν. 3959/2011 και της παρ. 3 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ (ήτοι, η συμφωνία να μην παρέχει στα μέρη τη δυνατότητα κατάρτησης του ανταγωνισμού). Όπως αναλυτικά εκτέθηκε ανωτέρω, διαπιστώθηκαν στην υπό εξέταση υπόθεση τα δυσμενή αποτελέσματα στον ανταγωνισμό, υπό τη μορφή περιορισμού του διασηματικού ανταγωνισμού και στεγανοποίησης της σχετική αγορά προϊόντων μικροσυσκευών υγραερίου γενικής χρήσης, των ρητρών μη ανταγωνισμού. Η συνύπαρξη των όρων αυτών με του άλλους, ιδιαίτερης σοβαρότητας, περιορισμούς του ανταγωνισμού δημιουργεί ένα πλέγμα διατάξεων που περιορίζει υπέρμετρα τους μεταπωλητές, επιτείνοντας στο μέγιστο βαθμό τον περιορισμό τόσο του διασηματικού όσο και του ενδοσηματικού ανταγωνισμού.

276. Με βάση τις προαναφερόμενες σκέψεις, κανένας από τους περιοριστικούς του ανταγωνισμού συμβατικούς όρους που εντοπίστηκαν στο πλαίσιο της παρούσας δεν πληροί τις σωρευτικές προϋποθέσεις ατομικής απαλλαγής της παρ. 3 του άρθρου 1 του ν. 3959/2011 και της παρ. 3 του άρθρου 101 ΣΛΕΕ.

ΜΕΡΟΣ Α(β): ΟΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΗΣ RESOUL ΣΤΗΝ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΗΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΔΙΑΝΟΜΕΙΣ ΤΗΣ ΥΠΟ ΤΟ ΠΡΙΣΜΑ ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 2 ΤΟΥ ν. 3959/2011 ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ 102 ΣΛΕΕ

#### 5.14. ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟΧΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

##### 5.14.1. ΣΧΕΤΙΚΟΙ ΣΥΜΒΑΤΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΓΔΑ

277. Στις συμβάσεις των ετών 2008 έως και 2012 της καταγγελλόμενης με τους χονδρεμπόρους / διανομείς της περιλαμβάνονται ρήτρες μη ανταγωνισμού / αποκλειστικότητας, οι οποίες έχουν περιγραφεί αναλυτικά ανωτέρω, και έχουν επίσης αξιολογηθεί υπό τα άρθρα 101 ΣΛΕΕ και 1 του ν. 3959/2011. Στην παρούσα ενότητα, οι ίδιοι συμβατικοί όροι μη ανταγωνισμού / αποκλειστικότητας αξιολογούνται και υπό το πρίσμα των άρθρων 102 ΣΛΕΕ και 2 του ν. 3959/2011, για το λεκτικό των οποίων γίνεται παραπομπή στις ανωτέρω αντίστοιχες ενότητες προς αποφυγή επαναλήψεων.

278. Επιπλέον, η καταγγελλόμενη για τα ίδια έτη (2008 έως και 2012) περιέλαβε στις συμβάσεις της με τους χον-

δρεμπόρους / διανομείς της και εκπώσεις στόχου, οι οποίες, απουσία των ρητών όρων περί αποκλειστικότητας, ενδεχομένως θα λειτουργούσαν αυτοτελώς ως εκπώσεις πίστης ή εκπώσεις αποκλειστικότητας, και θα έπρεπε να αξιολογηθούν ως ενδεχόμενη καταχρηστική εκμετάλλευση δεσποζουσας θέσης. Ωστόσο, όπως έχει ήδη εξηγηθεί, στη συγκεκριμένη περίπτωση, υφίσταται ρητή ανάληψη (ανεξαρτήτως της έκπτωσης) από τους διανομείς της RESOUL της υποχρέωσης να μην εμπορεύονται προϊόντα κάποιου ανταγωνιστή της, με την οποία συνυπάρχουν στις ίδιες συμβάσεις οι εν λόγω εκπώσεις.

279. Στις περιπτώσεις αυτές, το ΔΕΕ ήδη από την απόφασή του στην υπόθεση Hoffman la Roche έχει κρίνει, *obiter*, ότι «σε περίπτωση αποκλειστικότητας που γίνει ρητά αποδεκτή, η χορήγηση ή μη εκπώσεων δεν είναι, σε τελευταία ανάλυση, σημαντική».<sup>324</sup> Η αντιμετώπιση αυτή είναι εύλογη, δεδομένου ότι το περιοριστικό του ανταγωνισμού αποτέλεσμα, με τη μορφή του δυνητικού αποκλεισμού των ανταγωνιστών του προμηθευτή, επέρχεται ολοκληρωτικά ήδη με την συμφωνία περί αποκλειστικής προώθησης από τον διανομέα του σήματος του προμηθευτή, ανεξαρτήτως του ύψους των παραγγελιών του πρώτου από τον δεύτερο. Με άλλα λόγια, ο διανομέας έχει ήδη αποδεχθεί την αποκλειστικότητα με αντάλλαγμα ένα μίνιμουμ προμήθειας, δηλαδή την προμήθεια που θα λάβει χωρίς την επίτευξη του τιθέμενου από τον προμηθευτή στόχου. Για αυτό άλλωστε, όταν δεν συνυπάρχουν, οι ρητές υποχρεώσεις αποκλειστικής συνεργασίας θεωρούνται σαφώς πιο παρεμβατικές απ' ό,τι οι εκπώσεις υπό τον όρο της αποκλειστικότητας. Οι πρώτες στερούν παντελώς τη δυνατότητα του διανομέα να ικανοποιήσει έστω και ένα μικρό μέρος των αναγκών του από τους ανταγωνιστές του προμηθευτή του, ενώ οι δεύτερες αρνούνται την έκπτωση εάν ο διανομέας στραφεί σε ανταγωνιστή, καθώς και επιτρέπουν στους ανταγωνιστές του προμηθευτή να προσπαθήσουν να αντισταθμίσουν την απώλεια της έκπτωσης μέσω δικών τους προσφορών και εκπώσεων προς τον πελάτη.<sup>325</sup>

280. Ενόψει των ανωτέρω, αξιολογούνται πρωτίστως οι ρητές αποκλειστικότητας στις συμβάσεις της RESOUL υπό τα άρθρα 102 ΣΛΕΕ και 2 του ν. 3959/2011, και στο πλαίσιο μόνον αυτής της αξιολόγησης λαμβάνονται υπόψη και οι εκπώσεις στόχου ως συμβατικοί όροι που ενδεχομένως επιτείνουν το αποτέλεσμα αποκλεισμού των ανταγωνιστών της καταγγελλόμενης από τη σχετική αγορά.<sup>326</sup>

<sup>324</sup> Βλ. ΔΕΕ 85/76, ό.π., σκ. 95. Αντίστοιχα, στην ίδια απόφαση, σκ. 89, αναφέρεται ότι «Το ίδιο [σο καταχρηστική εκμετάλλευση δεσποζουσας θέσεως] συμβαίνει όταν η εν λόγω επιχείρηση, χωρίς να δεσμεύει τους αγοραστές με ρητή υποχρέωση, εφαρμόζει, είτε βάσει συμφωνιών με τους αγοραστές αυτούς, είτε μονομερώς, σύστημα εκπώσεων υπέρ πιστών πελατών», από το οποίο προκύπτει σαφώς ότι η αξιολόγηση των εκπώσεων πίστης ως καταχρηστικής εκμετάλλευσης δεσποζουσας θέσης ομοίως προς τις ρητές δεσμεύσεις αποκλειστικότητας χωρεί όταν τα δύο (εκπτώσεις πίστης και ρητή αποκλειστικότητα) δεν συνυπάρχουν στην ίδια σύμβαση.

<sup>325</sup> Βλ. απόφαση της Ε. Επ. της 20ης Μαρτίου 2019, ΑΤ.40411 - Google Search (AdSense), σκ.344.

<sup>326</sup> Πρόσφατα, στην υπόθεση ΑΤ. 40608 - Broadcom, Απόφαση της 16ης Οκτωβρίου 2019, ΕΕ C (2019), 7406 final (απόφαση προ-

281. Σημειώνεται ότι τα έτη κατά τα οποία οι συμβάσεις της καταγγελλόμενης περιλαμβάνουν εκπώσεις στόχου συμπίπτουν με εκείνα κατά τα οποία οι συμβάσεις περιλαμβάνουν ρητές αποκλειστικότητας, δηλαδή είναι τα έτη 2008 έως και 2012. Το 2013 απαλείφονται τόσο οι ρητές αποκλειστικότητας όσο και οι εκπώσεις στόχου.

5.14.1.1. Οι συμβάσεις των ετών 2008-2009

282. Στις συμβάσεις των ετών 2008 - 2009, και ιδίως στον όρο 9.3, αυτών αναφέρεται ότι «...η Εταιρία θα παρέχει προς τον Τοπικό Αντιπρόσωπο έκπτωση ένα τοις εκατό (1%) επί του μικτού τζίρου εκδίδοντας πιστωτικό σημείωμά της, στο τέλος κάθε έτους για την επίτευξη του τεθέντος από αυτήν ετήσιου στόχου πωλήσεων».

5.14.1.2. Οι συμβάσεις των ετών 2010-2012

283. Στις συμβάσεις των ετών 2010-2012 περιλαμβάνεται ο εξής όρος: «7.3 Τέλος, η Εταιρία θα παρέχει στον εμπορικό αντιπρόσωπο έκπτωση δύο (2%) τοις εκατό επί του καθαρού τιμολογιακού κύκλου εργασιών, εκδίδοντας πιστωτικό σημείωμά της, στο τέλος κάθε έτους για την επίτευξη του αμοιβαία συμφωνηθέντος ετήσιου στόχου πωλήσεων από τον εμπορικό αντιπρόσωπο, ως Παράρτημα IV».<sup>327</sup>

284. Σημειώνεται ότι ο όρος αυτός απαλείφθηκε στις συμβάσεις των ετών 2013-2018.

5.14.1.3. Η θέση της καταγγέλλουσας

285. Η καταγγέλλουσα αναφέρει ότι η RESOUL της απέστειλε την εμπορική πολιτική που έπρεπε να ακολουθηθεί, στην οποία συμπεριλαμβάνονταν και οι στόχοι πωλήσεων της.<sup>328</sup> Η καταγγέλλουσα λάμβανε και πρόσθετες συμφωνημένες αμοιβές αν «έπιανε» τους στόχους πωλήσεων ή αγορών.<sup>329</sup> Ως περαιτέρω στοιχείο τεκμηρί-

ωρινών μέτρων βάσει του άρθρου 8 του Κανονισμού (ΕΚ) 1/2003, η Ε. Επ. φαίνεται να επιβεβαιώνει την πρωτεύουσα σημασία των πρακτικών αποκλειστικότητας μη τιμολογιακού χαρακτήρα όταν αυτές συνυπάρχουν με τιμολογιακού χαρακτήρα αποκλειστικότητα, καθώς αξιολόγησε όλες αυτές τις πρακτικές αποκλειστικότητας (μη τιμολογιακού και τιμολογιακού χαρακτήρα) ενιαία ως καταχρηστικές, όπως δηλαδή παραδοσιακά αξιολογούνται, σύμφωνα με τη νομολογία, οι ρητές αποκλειστικότητας μη τιμολογιακού χαρακτήρα και διευκρινίζοντας ότι το νομικό τεστ του ΔΕΕ στην Intel αφορά πρακτικές τιμολογιακού χαρακτήρα (εκπτώσεις), βλ. σκ. 346 και 352. Ωστόσο επισημαίνεται ότι η Ε. Επ. στην υπόθεση αυτή, δεν αρκέστηκε στον κατά τεκμήριο περιοριστικό χαρακτήρα των πρακτικών αποκλειστικότητας, αλλά εξέτασε ως εκ περισοῦ τα αποτελέσματά τους στον ανταγωνισμό βάσει των κριτηρίων που έθεσε η Intel, όλων πλην του ποσοτικού (βάσει τιμών - κόστους) τεστ του αποκλεισμού «εξίσου αποτελεσματικών» ανταγωνιστών - βλ. ιδίως παρ. 349-350 της απόφασης.

<sup>327</sup> Ο όρος αυτός δεν έχει προσκομιστεί με το συν. 4 της απαντητικής επιστολής της υπ' αρ. 3220/22.5.2015 επιστολής της [...], ενώ στο συν. 2 της υπ' αρ. 3299/26.5.2015 απαντητικής επιστολής της [...] διατυπώνεται ως εξής: «Τέλος, η Εταιρία θα παρέχει στον εμπορικό αντιπρόσωπο έκπτωση ενάμιση (1,5%) τοις εκατό επί του καθαρού τιμολογιακού κύκλου εργασιών, εκδίδοντας πιστωτικό σημείωμά της, στο τέλος κάθε έτους για την επίτευξη του αμοιβαία συμφωνηθέντος ετήσιου στόχου πωλήσεων από τον εμπορικό αντιπρόσωπο, ως Παράρτημα IV» (όρος 7.5). Επίσης, ο όρος αυτός δεν έχει προσκομιστεί με το συν. 2 της υπ' αρ. 3284/26.5.2015 επιστολής της [...].

<sup>328</sup> Συνημμένο 6 της υπ' αρ. 5490/9.7.2013 καταγγελίας.

<sup>329</sup> Μεγάλος αριθμός των ανωτέρω παραστατικών έχουν προσκομιστεί από την καταγγέλλουσα στη ΓΔΑ ως συνημμένα της καταγγελίας.



ωσης της συγκεκριμένης παράβασης, η ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ προσκόμισε ως συνημμένο της καταγγελίας της αλληλογραφία της καταγγελλόμενης προς την καταγγέλλουσα με θέμα «προωθητική ενέργεια» στην οποία αναφέρεται ότι η RESOUL παρέχει τη δυνατότητα στη ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ να αποδώσει «extra έκπτωση 3% επί τιμολογίου στους πελάτες» της «για τις αγορές που θα κάνουν την ως άνω χρονική περίοδο (ήτοι από 18 Μαΐου έως 19 Ιουνίου 2009), σε όλους τους κωδικούς συσκευών και φιαλιδίων εκτός ... της συσκευασίας φιαλ. C206 3+1 που τρέχει παράλληλα». Στο ίδιο έγγραφο αναφέρεται επίσης ως προϋπόθεση απόδοσης: «Εκτιμούμε ότι η έξτρα αυτή παροχή είναι ένα σημαντικό κίνητρο προς την αγορά ειδικά όταν πριμοδοτούμε πέρα των συσκευών, τη βάση της καφεστίας και το φιαλίδιο Θεόφιλου. Για το λόγο αυτό θεωρούμε απαραίτητη προϋπόθεση την επίτευξη του επισυναπτόμενου στόχου αγορών σας για το μήνα Μάιο και Ιούνιο». Στις παρατηρήσεις της η RESOUL αναφέρει ότι: «επιστημαίνουμε ότι είναι καλό να πουλάτε όλη τη γκάμα των προϊόντων εστιάζοντας περισσότερο στους κωδικούς που δεν έχετε την «ανάλογη» ανάπτυξη». Στο συγκεκριμένο ηλεκτρονικό μήνυμα επισυνάπτεται πίνακας με τον αναθεωρημένο στόχο της ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ για τους μήνες Μάιο και Ιούνιο του έτους 2009 ο οποίος προφανώς και έχει τεθεί από τη RESOUL καθώς και πίνακας πωλήσεων τετραμήνου 2009 σε σύγκριση με το 2008 και σε σύγκριση με το στόχο που της έχει τεθεί από την RESOUL.

286. Για περαιτέρω τεκμηρίωση της παράβασης εκπτώσεων στόχου έχουν προσκομιστεί πιστωτικά τιμολόγια έκπτωσης από RESOUL προς ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ για τα έτη 2007-2012<sup>330</sup>.

5.14.2. Η θέση των χονδρεμπόρων / διανομέων

Ως προς την εκπωτική και πιστωτική πολιτική της RESOUL προς τους διανομείς

287. Κατόπιν ερωτήματος της ΓΔΑ προς τους διανομείς / αντιπροσώπους ως προς την εκπωτική και πιστωτική που εφάρμοσε η RESOUL για τα προϊόντα που τους προμήθευε κατά τη χρονική περίοδο 2005-2015, όλοι παραπέμπουν στις σχετικές συμβάσεις.

Ως προς τις εκπτώσεις στόχου πωλήσεων

288. Σε ερώτημα της ΓΔΑ προς τους διανομείς / αντιπροσώπους σε σχέση με το κατά πόσον υπήρχε συμφωνία για χορήγηση έκπτωσης προς αυτούς από τη RESOUL στις περιπτώσεις επίτευξης συγκεκριμένου στόχου αύξησης των πωλήσεων, οι πέντε από τις δεκατέσσερις ερωτηθείσες εταιρίες απάντησαν ότι μέχρι το 2012, η έκπτωση ήταν 1,8% επί του καθαρού τζίρου. Από το 2013 και μετά δεν υπήρχε τέτοιου είδους συμφωνία. Επιπλέον, η [...] απάντησε ότι υπήρχε συμφωνία για χορήγηση προς αυτήν έκπτωσης, στις περιπτώσεις επίτευξης συγκεκριμένου στόχου αύξησης πωλήσεων. Συγκεκριμένα αναφέρει στην επιστολή της ότι λάμβανε έκπτωση «...2% για επίτευξη στόχου»<sup>331</sup>, ενώ από τις συμβάσεις της με την καταγγελλόμενη διαφαίνεται ότι ο εν λόγω στόχος ήταν ετήσιος και αποδιδόταν στο τέλος

<sup>330</sup> Συν. της υπ' αρ. 5490/9.7.2013 καταγγελίας.

<sup>331</sup> Βλ. απαντητική επιστολή της εταιρίας [...] υπ' αρ. 3244/25.5.2015.

εκάστου έτους. Η [...] σημειώνει πως «υπήρξε συμφωνία για χορήγηση εκπτώσεων σε περίπτωση επίτευξης συγκεκριμένων στόχων, αλλά δεν επιτεύχθηκαν ποτέ»<sup>332</sup>. Επιπροσθέτως, έως και το 2012 η RESOUL παρείχε στη [...] έκπτωση (2%) επί του καθαρού τζίρου με πιστωτικό σημείωμα στο τέλος κάθε έτους για επίτευξη «αμοιβαίου» συμφωνηθέντος ετήσιου στόχου<sup>333</sup>. Επίσης η [...] αναφέρει ότι «Από το 2013 δεν υπήρχε συμφωνία για χορήγηση προς την εταιρία μας έκπτωσης στις περιπτώσεις επίτευξης συγκεκριμένου στόχου των πωλήσεων»<sup>334</sup>. Εξάλλου, η εταιρία [...] αναφέρει ότι «Η εταιρία μας λάμβανε και εξτρά συμφωνημένες αμοιβές αν έπιανε τους στόχους πωλήσεων ή αγορών είτε σε ετήσια βάση είτε σε τρίμηνη ή ακόμα και επιμέρους στόχους για συγκεκριμένους πελάτες»<sup>335</sup>, ενώ η [...] απάντησε πως κάτι τέτοιο δεν ίσχυσε ποτέ<sup>336</sup> δεδομένου ότι η συνεργασία της με την καταγγελλόμενη άρχισε τον [...].

289. Σε ερώτημα της ΓΔΑ όσον αφορά στις συμφωνηθείσες εκπτώσεις στόχου, τα έτη επίτευξης αυτών και τη λήψη της προβλεφθείσας έκπτωσης, έξι από τους δεκατέσσερις διανομείς / αντιπροσώπους απάντησαν ότι σε κάποια έτη πέτυχαν τους θεθέντες στόχους και έλαβαν την προβλεπόμενη έκπτωση. Η εταιρία [...] αναφέρει σχετικά ότι: «Οι εκπτώσεις - παροχές δεν αφορούσαν μόνο το στόχο πωλήσεων σε ετήσια βάση αλλά και σε μικρότερα χρονικά διαστήματα (τρίμηνο). Επίσης υπήρχαν και επιμέρους στόχοι για την επίτευξη πωλήσεων σε συγκεκριμένους πελάτες αλλά και άλλες περιπτώσεις, όπως η ανάπτυξη του δικτύου, η ολοκλήρωση των προωθητικών ενεργειών»<sup>337</sup>. Η [...] απάντησε ότι δεν πέτυχε ποτέ τον στόχο<sup>338</sup> και οι υπόλοιπες έξι εταιρίες δεν απάντησαν καθόλου<sup>339</sup>.

290. Επιπλέον, σε ερώτημα της ΓΔΑ προς τους διανομείς / αντιπροσώπους για το κατά πόσον η επίτευξη του στόχου αύξησης πωλήσεων για τα προϊόντα της RESOUL αποτελούσε βασική επιδίωξή τους, οκτώ από τις ερωτηθείσες εταιρίες απάντησαν αρνητικά. Αντιθέτως, η εταιρία [...] αναφέρει στην επιστολή της ότι: «Πάντοτε επιδιώκαμε να επιτύχουμε τους στόχους που μας έθετε η εταιρία προκειμένου να αυξηθεί το κέρδος»<sup>340</sup>, και προσκόμισε σχετικά πιστωτικά τιμολόγια έκπτωσης για τα έτη 2008 και 2011 αντίστοιχα. Επίσης, η [...] προσκό-

<sup>332</sup> Βλ. απαντητική επιστολή της εταιρίας [...] υπ' αρ. 3220/22.5.2015.

<sup>333</sup> Βλ. απαντητική επιστολή της εταιρίας [...] υπ' αρ. 3299/26.5.2015.

<sup>334</sup> Βλ. απαντητική επιστολή της εταιρίας [...] υπ' αρ. 3109/19.5.2015.

<sup>335</sup> Βλ. απαντητική επιστολή της εταιρίας [...] υπ' αρ. 3033/18.5.2015.

<sup>336</sup> Βλ. απαντητική επιστολή της εταιρίας [...] υπ' αρ. 3225/25.5.2015.

<sup>337</sup> Βλ. απαντητική επιστολή της εταιρίας [...] υπ' αρ. 3033/18.5.2015. Η εν λόγω εταιρία προσκόμισε ενδεικτικά πιστωτικά τιμολόγια έκπτωσης για τα έτη 2004-2008 και 2011.

<sup>338</sup> Βλ. [...] (υπ' αρ. 3220/22.5.2015).

<sup>339</sup> Βλ. [...] (υπ' αρ. 3244/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3238/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3233/25.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3201/21.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3109/19.5.2015), [...] (υπ' αρ. 3188/21.5.2015).

<sup>340</sup> Βλ. απαντητική επιστολή της εταιρίας [...] υπ' αρ. 3033/18.5.2015.

μισε την από 17.11.2011 αλληλογραφία της RESOUL προς τους διανομείς της με θέμα: «ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΕΛΕΤΑ 2011, ΣΥΜΠΛΗΡΩΜ. ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΕΛΕΤΑ» και το εξής περιεχόμενο: «Αγαπητοί συνεργάτες, σας κοινοποιώ τη συμφωνία με τον όμιλο ΕΛΕΤΑ για το 2011. Η βασική συμφωνία είναι ίδια με του 2010, μικρή διαφοροποίηση παροχής υπάρχει στη συμπληρωματική για τα μέλη πάνω από [...]€ και [...]»<sup>341</sup>. Επιπροσθέτως, προσκόμισε το υπ' αρ. 30.10.2013 ηλεκτρονικό μήνυμα του [...] (Διευθυντή Πωλήσεων της RESOUL) προς τους διανομείς το οποίο αναφέρει τα εξής: «Αγαπητοί συνεργάτες σας κοινοποιώ την συμφωνία του 2013 με τον όμιλο ΕΛΕΤΑ. Ο κορμός της συμφωνίας είναι κατά βάση ο ίδιος με το 2012 και οι βασικές αλλαγές που υπάρχουν είναι η μείωση των ημερών πίστωσης από 60 σε 50 από τιμολόγιο όπως και η μείωση της παροχής για τα νέα καταστήματα»<sup>342</sup> στο οποίο επισυνάπτονται οι συμφωνίες που αναφέρει.

291. Σε ερώτημα της ΓΔΑ προς τους διανομείς/αντιπροσώπους σχετικά με το αν προέβαιναν σε συμπλήρωση των παραγγελιών τους με επιπλέον ποσότητες προϊόντων, προκειμένου να επιτύχουν τους τεθέντες στόχους, οι οκτώ από τις δεκατέσσερις ερωτηθείσες εταιρίες απάντησαν αρνητικά.

#### 5.14.3. ΝΟΜΙΚΗ ΘΕΜΕΛΙΩΣΗ ΤΩΝ ΣΥΜΦΩΝΙΩΝ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΚΠΤΩΣΕΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

292. Η επιβολή υποχρεώσεων αποκλειστικότητας από μία επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση συνιστά παραδοσιακά παράβαση των άρθρων 102 ΣΛΕΕ και 2 του ν. 3959/2011, εκτός αν η επιχείρηση ισχυρισθεί και αποδείξει ότι οι ρήτρες αποκλειστικότητας δικαιολογούνται αντικειμενικά: κατά πάγια νομολογία, οι ρήτρες αποκλειστικής αγοράς, όταν επιβάλλονται από δεσπόζουσες επιχειρήσεις, από τη φύση τους κατατείνουν στη διατήρηση ή/και ενίσχυση του δεσμού εξάρτησης που υφίσταται μεταξύ της δεσπόζουσας επιχείρησης και των πελατών της, ανεξαρτήτως του αν η εν λόγω αποκλειστικότητα συμφωνήθηκε χωρίς περαιτέρω παροχές ή σε αντάλλαγμα χορηγούμενης έκπτωσης, ή αν συμφωνήθηκε μετά από αίτημα των ίδιων των αγοραστών<sup>343</sup>.

293. Έτσι, κατά την ίδια νομολογία, οι ρήτρες αποκλειστικότητας από τη φύση τους έχουν τη δυνατότητα αποκλεισμού, χωρίς να απαιτείται να αποδειχθεί ο πραγματικός αντίκτυπος των εν λόγω πρακτικών στην αγορά. Δεν απαιτείται, συνεπώς, να αποδειχθεί αν ο σκοπούμενος αποκλεισμός των ανταγωνιστών όντως έλαβε χώρα, ποιο είναι το ποσοστό της αγοράς που δεσμεύεται από τις υπό εξέταση ρήτρες αποκλειστικότητας, αν δημιουργούνται σημαντικά εμπόδια στην είσοδο και επέκταση στην αγορά μελλοντικών ή υφιστάμενων ανταγωνιστών κ.λπ. Και τούτο διότι, λόγω ακριβώς της δεσπόζουσας θέσης που κατέχει ο προμηθευτής, ο ανταγωνισμός στην εν λόγω

αγορά είναι ήδη περιορισμένος και η δομή αυτής μη φυσιολογική<sup>344</sup>.

294. Έτσι, στην υπόθεση Tomra, το ΔΕΕ έκρινε ότι «ο αποκλεισμός του ανταγωνισμού σε ουσιώδες μέρος της αγοράς από επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση δεν μπορεί να δικαιολογείται με την απόδειξη του ότι το ανοικτό στον ανταγωνισμό τμήμα της αγοράς εξακολουθεί να αρκεί για να δρα σε αυτό περιορισμένος αριθμός ανταγωνιστών. Πράγματι, αφενός, οι πελάτες που βρίσκονται στο κλειστό στον ανταγωνισμό τμήμα της αγοράς έπρεπε να έχουν τη δυνατότητα να επωφελοούνται πλήρως από τις υφιστάμενες στην αγορά δυνατότητες ανταγωνισμού και οι ανταγωνιστές να μπορούν να ανταγωνίζονται αλλήλους με βάση το κριτήριο της αποδόσεώς τους στο σύνολο της αγοράς και όχι μόνο σε τμήμα της. Αφετέρου, ο ρόλος της επιχειρήσεως με δεσπόζουσα θέση δεν είναι να προσδιορίζει σε πόσους βιώσιμους ανταγωνιστές παρέχεται η δυνατότητα να την ανταγωνιστούν στο ανοικτό στον ανταγωνισμό τμήμα της ζητήσεως»<sup>345</sup>.

295. Σημειώνεται ότι στην, μετά Intel<sup>346</sup>, στην απόφασή της στην υπόθεση Google (AdSense)<sup>347</sup>, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η Ε. Επ. θεώρησε ότι η απόφαση του Δικαστηρίου στην Intel διευκρίνισε τη νομολογία Hoffmann-La Roche μόνο στις περιπτώσεις που η υποχρέωση αποκλειστικότητας ενός πελάτη της δεσπόζουσας επιχείρησης αναλαμβάνεται μέσω του ανταλλάγματος της χορήγησης έκπτωσης. Όπου όμως η υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας ορίζεται συμβατικά, αποτελεί κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης κατά την έννοια του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, εκτός εάν η δεσπόζουσα επιχείρηση αποδείξει ότι: (i) μια τέτοια αποκλειστική υποχρέωση εφοδιασμού δικαιολογείται αντικειμενικά, ή (ii) το αποτέλεσμα αποκλεισμού που προκύπτει από την ρήτρα αποκλειστικότητας, η οποία έχει δυσμενείς επιπτώσεις στον ανταγωνισμό, αντισταθμίζεται ή υπερκαλύπτεται από πλεονεκτήματα όσον αφορά την οικονομική αποδοτικότητα, τα οποία μπορεί επίσης να ωφελούν τον καταναλωτή<sup>348</sup>.

296. Τέλος, στην υπόθεση Broadcom<sup>349</sup>, όπου η Ε. Επ. ανέφερε ότι το νομικό τεστ της Intel αφορά μόνο σε πρακτικές αποκλειστικότητας τιμολογιακού χαρακτήρα, ενώ στη συγκεκριμένη υπόθεση εκπτώσεις συνυπήρχαν με πρακτικές αποκλειστικότητας μη τιμολογιακού χαρακτήρα. Οπότε, η Ε.Επ., προτεραιοποιώντας τις υποχρεώσεις αποκλειστικότητας μη τιμολογιακού χαρακτήρα, αξιολόγησε ενιαία όλες τις πρακτικές της Broadcom ως καταρχήν καταχρηστικές έστω και εάν, σε κάθε περι-

<sup>344</sup> Βλ. ενδεικτικά ΠΕΚ Τ-65/89,ό.π., σκ. 67, καθώς και ΔΕΚ C-310/93 P, BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής, σκ. 11, και ΕΑ 590/2014, σκ. 343, η οποία επικυρώθηκε από ΔΕΦΑΘ. 4055/2017, σκ.28-29 και ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 194.

<sup>345</sup> C-549/10P, Tomra Systems ASA κ.α. κατά Επιτροπής, σκ. 46.

<sup>346</sup> Υπόθεση C-413/14 P, Intel κατά Επιτροπής.

<sup>347</sup> Απόφαση της Ε. Επ. της 20ης Μαρτίου 2019, ΑΤ.40411 - Google Search (AdSense), σκ. 343-344.

<sup>348</sup> Απόφαση της Ε. Επ. της 20ης Μαρτίου 2019, ΑΤ.40411 - Google Search (AdSense), σκ. 344.

<sup>349</sup> Απόφαση της Ε. Επ. της 16ης Οκτωβρίου 2019, ΑΤ. 40608 - Broadcom, C (2019), 7406 final.

<sup>341</sup> Βλ.[...] (υπ' αρ. 3280/25.5.2015).

<sup>342</sup> Βλ. [...] (υπ' αρ. 3280/25.5.2015).

<sup>343</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕΚ 85/76, ό.π., σκ. 89, ΠΕΚ Τ-65/89 BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής Συλλ. 1993 σελ. ΙΙ-389, σκ. 68, ΠΕΚ Τ-65/98 Van den Bergh Foods κατά Επιτροπής, Συλλ. 2003 σελ. ΙΙ-4653, σκ. 160, ΓενΔικ Τ-155/06 Tomra Systems κατά Επιτροπής, Ψηφιακή Συλλ., σκ. 208-209, και ΕΑ 590/2014, σκ. 342 και ΕΑ 520/2011, σκ. 192-193.

πτωση, εξέτασε, χωρίς όμως αυτό να θεωρείται πάντοτε αναγκαίο, και τα αποτελέσματά τους στον ανταγωνισμό βάσει των παραγόντων που έθεσε η απόφαση Intel, πλην του ποσοτικού (βάσει τιμών - κόστους) τεστ του αποκλεισμού «εξίσου αποτελεσματικών» ανταγωνιστών.

#### 5.14.4. ΥΠΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΑΝΩΤΕΡΩ ΤΩΝ ΣΥΜΦΩΝΙΩΝ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΚΠΤΩΣΕΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

297. Ενόψει των ανωτέρω, και δεδομένης της πρωτεύουσας σημασίας των ρητρών αποκλειστικότητας, έναντι των εκπτώσεων πίστης, όταν αυτές οι πρακτικές συνυπάρχουν σύμφωνα με όσα προαναφέρθηκαν, κατά την εκτίμηση της Επιτροπής στην παρούσα υπόθεση δεν αρμόζει, ούτε και απαιτείται, ποσοτική ανάλυση των εκπτώσεων στόχου που υπάρχουν στις υπό εξέταση συμβάσεις της καταγγελλόμενης με τους χονδρεμπόρους / διανομείς της. Ωστόσο, για λόγους πληρότητας, η Επιτροπή θα εξετάσει το αποτέλεσμα των εν λόγω ρητρών αποκλειστικότητας της καταγγελλόμενης με τους χονδρεμπόρους / διανομείς της στον ανταγωνισμό, βάσει παραγόντων όπως ο βαθμός της δεσπόζουσας θέσης της καταγγελλόμενης, το ποσοστό κάλυψης της αγοράς από τις ρήτρες αποκλειστικότητας (και τις εκπτώσεις στόχου), τη διάρκειά τους, τις συνθήκες συνομολόγησής τους κτλ.

298. Εν προκειμένω, η ανάλυση αυτή για τις ρήτρες αποκλειστικότητας έχει ήδη πραγματοποιηθεί στο πλαίσιο της αξιολόγησής τους υπό τα άρθρα 101 ΣΛΕΕ και 1 του ν. 3959, και προς αποφυγή επαναλήψεων γίνεται παραπομπή στη σχετική ως άνω ενότητα, υπενθυμίζοντας ότι το περιοριστικό του (διασηματικού) ανταγωνισμού αποτέλεσμα αυτών, ιδίως με τη μορφή του αποκλεισμού υφιστάμενων ή και δυνατικών ανταγωνιστών της καταγγελλόμενης, θεμελιώνεται στους ακόλουθους παράγοντες: (α) η RESOUL κατά τα κρίσιμα έτη 2008 έως και 2012 είχε υπερδεσπόζουσα θέση στην αγορά χονδρικής πώλησης μικροσυσκευών υγραερίου γενικής χρήσης, την οποία διατηρεί μέχρι και σήμερα (με μερίδια αγοράς άνω του [65-75]%), (β) οι ανταγωνιστές της στη συντριπτική τους πλειοψηφία έχουν αμελητέα μερίδια αγοράς ([0-5]%, πλην [...]), των οποίων το μερίδιο φθάνει το [10-15]% κατά προσέγγιση κατ' ανώτατο), (γ) η RESOUL διαθέτει πολύ ισχυρά σήματα (must have bands), (δ) μόνο το [...] % του κύκλου εργασιών των διανομέων της καταγγελλόμενης που εξετάστηκαν από την Υπηρεσία προέρχεται από προϊόντα μικροσυσκευών υγραερίου γενικής χρήσης, και (ε) οι επίμαχες ρήτρες αποκλειστικότητας και οι εκπτώσεις στόχου καλύπτουν το [35-45]% για το έτος 2008 και το [15-25]% για το έτος 2012 της συνολικής ζήτησης, με αναγωγή δηλαδή στις πωλήσεις λιανικής των προϊόντων της RESOUL, ποσοστά διόλου αμελητέα. Ειδικά για τη διάρκεια των συμβάσεων της καταγγελλόμενης με τους χονδρεμπόρους/διανομείς της που περιέχουν τις εξεταζόμενες ρήτρες αποκλειστικότητας (και τις εκπτώσεις στόχου), σημειώνεται ότι είναι μικρή (μονοετής). Ωστόσο, ακριβώς επειδή η RESOUL αποτελεί αναπόφευκτο εμπορικό εταίρο για τους χονδρεμπόρους στην αγορά προϊόντων υγραερίου γενικής χρήσης, εκτιμάται ότι ακόμη και μία μονοετής συμφωνία αποκλειστικότητας μπορεί να οδηγήσει σε αποκλεισμό των ανταγωνιστών της, κατά τα όσα προαναφέρθηκαν.

299. Οι ανωτέρω παράγοντες αξιολόγησης αφορούν εξίσου και τις εκπτώσεις στόχου, που υπάρχουν στις συμβάσεις της καταγγελλόμενης με τους διανομείς της που εξετάστηκαν από την Επιτροπή ακριβώς για τα ίδια έτη και με τα ίδια χαρακτηριστικά όπως οι ρήτρες αποκλειστικότητας. Υπενθυμίζεται ότι το 2013 που απαλείφθηκαν από τις συμβάσεις της RESOUL οι ρήτρες αποκλειστικότητας, απαλείφθηκαν και οι εκπτώσεις στόχου.

300. Τέλος, από τον συνδυασμό των ρητρών αποκλειστικότητας με τις εκπτώσεις στόχου, κατά την εκτίμηση της Επιτροπής, προκύπτει μία ενιαία στρατηγική αποκλεισμού των ανταγωνιστών της καταγγελλόμενης από τη χονδρική αγορά πώλησης μικροσυσκευών υγραερίου γενικής χρήσης. Η ενιαία αυτή στρατηγική υλοποιείται μέσω του συνόλου των εξεταζόμενων συμβάσεων της καταγγελλόμενης με τους διανομείς της τα κρίσιμα έτη 2008 έως και 2012, οι οποίες περιλαμβάνουν τόσο ρήτρες αποκλειστικότητας όσο και εκπτώσεις στόχου, και η υλοποίησή της καθίσταται δυνατή, ακριβώς λόγω της μοναδικής (υπερδεσπόζουσας) θέσης της καταγγελλόμενης στην ανωτέρω αγορά.

ΜΕΡΟΣ Β: ΟΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΗΣ RESOUL ΣΤΗΝ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΗΣ ΜΕ ΤΑ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ / ΥΠΕΡΑΓΟΡΕΣ / ΟΜΙΛΟΥΣ ΑΓΟΡΩΝ ΥΠΟ ΤΟ ΠΡΙΣΜΑ ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 2 ΤΟΥ ν. 3959/2011 ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ 102 ΣΛΕΕ

#### 5.15. ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΗΣ RESOUL ΜΕ ΤΑ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ / ΥΠΕΡΑΓΟΡΕΣ / ΟΜΙΛΟΥΣ ΑΓΟΡΩΝ - Η ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΓΔΑ

301. Όπως ήδη προαναφέρθηκε, η ΓΔΑ απέστειλε επιστολές παροχής στοιχείων σε: α) εννέα σούπερ μάρκετ και ομίλους αγορών με τα υψηλότερα ποσοστά πωλήσεων σε σχέση με το σύνολο των πωλήσεων της εταιρίας RESOUL προς όλα τα σούπερ μάρκετ και τους ομίλους αγορών με τους οποίους είχε συνεργασία, β) δύο ομίλους αγορών που της υπέδειξε η καταγγέλλουσα και γ) μία υπεραγορά, της οποίας η σύμβαση είχε προσκομιστεί με την υποβολή Δήλωσης [...] από τη RESOUL. Από την επεξεργασία των απαντήσεων που έδωσαν οι εταιρίες προκύπτουν τα ακόλουθα.

302. Η συνεργασία της καταγγελλόμενης με την υπό εξέταση ομάδα πελατών της διεπτόταν από συμβάσεις συνεργασίας, ετήσιες, ως επί το πλείστον, διάρκειας.

303. Η ΓΔΑ έθεσε στις ερωτώμενες εταιρίες ερωτήματα που αναφέρονταν α) σε τυχόν κατευθύνσεις που έχουν δοθεί από την πλευρά της RESOUL σχετικά με την εφαρμογή συγκεκριμένης εκπτωτικής / τιμολογιακής πολιτικής όσον αφορά στη διάθεση των προϊόντων της, β) στην άμεση ή έμμεση (π.χ. μέσω του καθορισμού του περιθωρίου κέρδους) επιβολή συγκεκριμένων τιμών ή/και τιμών μεταπώλησης των προϊόντων της, και γ) στην απόκλιση ή όχι από τις προτεινόμενες τιμές της RESOUL, τον βαθμό και τον λόγο για τον οποίο συνέβαινε αυτό. Όλες οι ερωτώμενες εταιρίες απάντησαν αρνητικά σ' αυτά τα ερωτήματα. Πέραν των ανωτέρω, τέθηκε στις αναφερόμενες εταιρίες ερώτημα σχετικά με τον τρόπο που τις τιμολογούσε η καταγγελλόμενη.

304. Όλες οι εταιρίες ανέφεραν ότι η τιμολόγηση της RESOUL γινόταν βάσει του τιμοκαταλόγου χονδρικής της σε συνδυασμό πάντα με τα ειδικότερα συμφωνηθέντα στο πλαίσιο των μεταξύ τους συμβάσεων - εμπορικών συμφωνιών.

305. Από την επεξεργασία των απαντήσεων που έδωσαν οι εταιρίες στις οποίες απευθύνθηκε η ΓΔΑ με ερώτημά της ως προς την εκπωτική πολιτική που εφάρμοσε η RESOUL για τα προϊόντα που τους προμήθευε, προκύπτει ότι η πολιτική αυτή αποτυπώνεται αναλυτικά ανά έτος στις γραπτές συμφωνίες μεταξύ των συνεργαζόμενων μερών.

#### 5.15.1. Ο ΒΑΘΜΟΣ ΔΙΕΙΣΔΥΣΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΗΣ

306. Προκειμένου να αναδειχθεί η σημασία των συμβατικών όρων που διείπαν τη σχέση της καταγγελλόμενης με τα σούπερ μάρκετ, παρουσιάζονται κατωτέρω συνοπτικά, για τα έτη όπου υπήρχαν διαθέσιμα δεδομένα, η αξία (σε ευρώ) και ο όγκος (σε τεμάχια) των αγορών προϊόντων της καταγγελλόμενης από τις εταιρίες στις οποίες απευθύνθηκε η ΓΔΑ καθώς και ποσοστό αυτών επί του συνόλου των αγορών που έχουν κάνει αυτές από το σύνολο των προμηθευτών τους, στην υπό εξέταση σχετική αγορά, κατά την περίοδο 2005 - Μάιος 2020 και για κάθε έτος ξεχωριστά. Όπως προκύπτει από την επεξεργασία των στοιχείων που παρείχαν οι εν λόγω εταιρίες, προμηθεύονταν τα εμπορεύματα στις ποσότητες και αξίες που αναφέρονται στον επόμενο πίνακα.

Πίνακας 9: Ποσοστά Όγκου και Αξίας αγορών των Σούπερ Μάρκετ από τη RESOUL ως προς τις συνολικές αγορές τους σε όγκο (τεμάχια) και αξία (€) στη σχετική αγορά																
Έτος	ΑΒ		ΣΚΑΒΕΝΙΤ.		ΜΕΤΡΟ		ΜΑΣΟΥΤΗΣ		ΠΡΑΚΤΙΚΕΡ		ΠΕΝΤΕ		ΒΕΡΟΠΟΥΛ.		ΜΑΡΙΝΟΠ.	
	% Όγκου	% Αξίας	% Όγκου	% Αξίας	% Όγκου	% Αξίας	% Όγκου	% Αξίας	% Όγκου	% Αξίας	% Όγκου	% Αξίας	% Όγκου	% Αξίας	% Όγκου	% Αξίας
2005	n/a	n/a	n/a	n/a	[...]	[...]	[...]	[...]	n/a	n/a	[...]	[...]	n/a	n/a	n/a	n/a
2006	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	n/a	n/a
2007	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	n/a	n/a
2008	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2009	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2010	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2011	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2012	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2013	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2014	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2015	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2016	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]				
2017	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]				
2018	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]				
2019	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]				
2020 Ιαν-Μαΐ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	n/a	n/a			

Πηγή: Επεξεργασία από τη ΓΔΑ επιστολών των εταιριών<sup>350</sup>

<sup>350</sup> ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ υπ' αρ. 3253/25.5.2015 και 5005/5.6.2020, ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ 3259/25.5.2015 και 6125/3.7.2020, ΜΕΤΡΟ 3242/25.5.2015 και 5497/17.6.2020, ΜΑΣΟΥΤΗΣ 3051/15.5.2015 και 5828/25.6.2020, ΠΕΝΤΕ ΑΕ 3248/25.5.2015 και 5986/30.6.2020, ΠΡΑΚΤΙΚΕΡ 3451/2.6.2015 και 6011/1.7.2020, ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ 3295/26.5.2015 και ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ 3257/25.5.2015). Για τις εταιρίες ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ και ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία διότι έχουν εξαγοραστεί, το 2016 η πρώτη και το 2017 η δεύτερη, από τις εταιρίες ΜΕΤΡΟ και ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗ αντίστοιχα. Η έμφαση αφορά το ελάχιστο και το μέγιστο ποσοστό κάθε στήλης.

307. Ειδικότερα, από τον ως άνω πίνακα προκύπτουν τα εξής:

- Η εταιρία ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ προσκόμισε στοιχεία όγκου και αξίας αγορών για τα έτη 2006 έως και Μάιο 2020. Για όλο αυτό το χρονικό διάστημα, ο μέσος όρος αγορών της από την καταγγελλόμενη ήταν περίπου [...] % σε ποσότητα (από [...] % έως [...] %) και σχεδόν [...] % σε αξία (από [...] % έως [...] %), για την υπό εξέταση σχετική αγορά.

- Η εταιρία ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ προσκόμισε επίσης στοιχεία όγκου και αξίας αγορών για τα έτη 2006 έως και Μάιο 2020. Για όλο αυτό το χρονικό διάστημα, ο μέσος όρος των αγορών της από την καταγγελλόμενη ήταν άνω του [...] % σε όρους τεμαχίων (από [...] % έως [...] %) και άνω του [...] % σε όρους αξίας (από [...] % έως [...] %).

- Η εταιρία ΜΕΤΡΟ προσκόμισε στοιχεία όγκου (τεμάχια) και αξίας αγορών για τα έτη 2005 έως και Μάιο 2020. Για όλο αυτό το χρονικό διάστημα, ο μέσος όρος των αγορών της από την καταγγελλόμενη ήταν άνω του [...] % σε όρους τεμαχίων (από [...] % έως [...] %) και σχεδόν [...] % σε όρους αξίας (από [...] % έως [...] %).

- Η εταιρία ΜΑΣΟΥΤΗΣ προσκόμισε επίσης στοιχεία όγκου (τεμάχια) και αξίας αγορών για τα έτη 2005 έως και Μάιο 2020. Για όλο αυτό το χρονικό διάστημα, ο μέσος όρος των αγορών της από την καταγγελλόμενη ήταν [...] % σε όρους τεμαχίων (από [...] % έως [...] %) και σχεδόν [...] % σε όρους αξίας (από [...] % έως [...] %).

- Η εταιρία ΠΡΑΚΤΙΚΕΡ προσκόμισε στοιχεία όγκου και αξίας αγορών για τα έτη 2006 έως και τον Μάιο του 2020. Σημειώνεται ότι, κατά το πρώτο τρίμηνο του 2015 και έως και το 2016, η εταιρία διέκοψε τη συνεργασία της με την καταγγελλόμενη. Για όλο αυτό το χρονικό διάστημα, ο μέσος όρος των αγορών της από την καταγγελλόμενη ήταν [...] % σε όρους τεμαχίων (από [...] % έως [...] %) και [...] % σε όρους αξίας (από [...] % έως [...] %).

- Η εταιρία ΠΕΝΤΕ προσκόμισε στοιχεία όγκου (τεμάχια) και αξίας αγορών για τα έτη 2005 έως και 2019. Για όλο αυτό το χρονικό διάστημα, ο μέσος όρος των αγορών της από την καταγγελλόμενη ήταν [...] % σε όρους τεμαχίων ([...] % έως [...] %) και [...] % σε όρους αξίας (από [...] % έως [...] %).

- Η εταιρία ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ προσκόμισε στοιχεία όγκου (τεμάχια) και αξίας αγορών για τα έτη 2006 έως και 2015. Η εταιρία τον Ιανουάριο του 2016 εξαγοράστηκε από την ΜΕΤΡΟ ΑΕ. Για όλο το αναφερθέν χρονικό διάστημα, ο μέσος όρος δεκαετίας στις αγορές της από την καταγγελλόμενη ήταν σχεδόν [...] % σε όρους τεμαχίων (από [...] % έως [...] %) και σχεδόν [...] % σε όρους αξίας (από [...] % έως [...] %).

- Η εταιρία ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ προσκόμισε στοιχεία όγκου και αξίας αγορών για τα έτη 2008 έως και 2015. Η εταιρία τον Ιανουάριο του 2017 εξαγοράστηκε από την ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΥΠΕΡΑΓΟΡΕΣ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ ΑΕ. Για όλο αυτό το χρονικό διάστημα, ο μέσος όρος οκταετίας στις αγορές της από την καταγγελλόμενη ήταν σχεδόν [...] % σε όρους τεμαχίων (από [...] % έως [...] %) και σχεδόν [...] % σε όρους αξίας (από [...] % έως [...] %).

- Τέλος οι εταιρίες ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ COOP Α.Ε., ΟΜΙΛΟΣ ΑΓΟΡΩΝ ΕΛΕΤΑ, ΟΜΙΛΟΣ ΑΓΟΡΩΝ ΕΛΟΜΑΣ και ΣΥΜΜΕΤΡΟΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ δεν παρείχαν αναλυτικά στοιχεία.

#### 5.15.2. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΚΠΤΩΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΗΣ

308. Σύμφωνα με την καταγγέλλουσα, η RESOUL απέστειλε τις εμπορικές συμφωνίες που είχε συνάψει με τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ στη ΣΤΑΜΑΤΟΥΛΗΣ, τις οποίες η τελευταία έπρεπε να τηρεί πιστά. Επομένως, η συνεργασία της καταγγέλλουσας με τα σούπερ μάρκετ καθοριζόταν από την εμπορική πολιτική της RESOUL. Η καταγγέλλουσα έχει προσκομίσει συνημμένες στην καταγγελία της συμβάσεις της καταγγελλόμενης με αλυσίδες σούπερ μάρκετ, με τις οποίες η ίδια συνεργαζόταν<sup>351</sup>.

309. Η ΓΔΑ απευθύνθηκε στα μεγαλύτερα σούπερ μάρκετ - πελάτες της καταγγελλόμενης, με ερώτημά της ως προς την εκπτωτική πολιτική που εφάρμοσε η RESOUL για τα προϊόντα που τους προμήθευε. Από την επεξεργασία των απαντήσεών τους, προκύπτει ότι η εκπτωτική πολιτική της RESOUL αποτυπώνεται αναλυτικά σε γραπτές συμβάσεις ετήσιας διάρκειας. Συγκεκριμένα, οι ερωτηθείσες εταιρίες σούπερ μάρκετ προσκόμισαν συμβάσεις συνεργασίας με την καταγγελλόμενη για τα έτη που καταγράφονται στον κάτωθι πίνακα.

Πίνακας 10 Συμβάσεις συνεργασίας με την καταγγελλόμενη (2005-2019)															
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-	-	-	-
ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ	μ/δ	μ/δ	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-	-	-	-
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ	μ/δ	μ/δ	μ/δ	μ/δ	μ/δ	μ/δ	μ/δ	μ/δ	μ/δ	X	X	X	X	X	X
COOP ΕΛΛ. ΔΙΑΤΡΟΦΗ	X	X	X	X	X	X	X	-	X	X	X	X	X	-	-
ΜΕΤΡΟ	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
ΜΑΣΟΥΤΗΣ	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

<sup>351</sup> Πέραν των συνεργαζόμενων σούπερ μάρκετ, όπως χαρακτηριστικά αναφέρει η καταγγέλλουσα στην υπ' αρ. 1316/7.2.2014 επιστολή της, έχει προσκομίσει στη ΓΔΑ και άλλες συμβάσεις της RESOUL με σούπερ μάρκετ με τα οποία η ίδια δεν συνεργαζόταν διότι δεν είχαν κατάστημα στην περιοχή της.

PRAKTIKER	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-	-	X	X	X
ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
ΕΛ.ΕΤ.Α.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	***X	***X
ΠΕΝΤΕ	X	X	X	X	X	***X	***X	X	***X	X	X	X	X	X	***X
ΣΥΜΜΕΤΡΟΝ	-	X	X	X	X	X	X	X	-	-	-	-	-	-	-
ΕΛΟΜΑΣ	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	***X
*.: δεν υπάρχει σύμβαση, **μ/δ: δεν προσκομίστηκε σύμβαση, ***X: ισχύει η προηγούμενη															

Πηγή: Επεξεργασία από τη ΓΔΑ επιστολών των εταιριών<sup>352</sup>

310. Από την εξέταση των συμβάσεων προκύπτει ότι σε όλες τις εταιρίες σούπερ μάρκετ και καθ' όλο το χρονικό διάστημα που καλύπτει η καθεμία από τις προσκομισθείσες συμβάσεις συνεργασίας, δίνεται έκπτωση επί του συνολικού τζίρου των αγορών τους, ενώ ορισμένες εταιρίες επωφελούνται επιπρόσθετων εκπτώσεων.

311. Οι επιπρόσθετες εκπτώσεις και παροχές δίνονται από την καταγγελλόμενη προς τις ερωτώμενες εταιρίες κατά περίπτωση και συνοψίζονται ως ακολούθως:

- Έκπτωση επί του εκάστοτε τιμολογίου για συγκεκριμένη γκάμα εμπορευμάτων ή παροχή χρηματικού ποσού στο τέλος εκάστου έτους·

- Έκπτωση ανάπτυξης ή έκπτωση επίτευξης συγκεκριμένου στόχου αγορών (ενίοτε αναφέρεται και ως στόχος πωλήσεων)·

- Έκπτωση ή χρηματικό ποσό για την προβολή των προϊόντων της RESOUL σε διαφημιστικά φυλλάδια·

- Έκπτωση όταν τα προϊόντα της καταγγελλόμενης παραδίδονταν στις κεντρικές αποθήκες·

- Παροχή έκπτωσης ή χρηματικού ποσού για τα νέα καταστήματα που θα διαθέσουν προϊόντα της RESOUL. Σε ορισμένες περιπτώσεις η παροχή αυτή αφορά σε έκπτωση επί του κύκλου εργασιών των προϊόντων, για τις περισσότερες δε των περιπτώσεων, αφορά χρηματικά ποσά που παρέχονται στις εταιρίες που συνεργάζονται με τη RESOUL·

- Επιπλέον χρηματικό ποσό ή έκπτωση για προϊοντική γκάμα<sup>353</sup> όταν ανοίγονται νέα καταστήματα (παρέχεται σε δύο εταιρίες)·

- Έκπτωση επί του καθαρού κύκλου εργασιών νέων προϊόντων της καταγγελλόμενης·

- Έκπτωση για περιόδους αγορών<sup>354</sup> επί του κύκλου εργασιών·

- Έκπτωση ως ποσοστό ή παροχή χρηματικού ποσού για την εφαρμογή / τήρηση / υλοποίηση ειδικών προωθητικών ενεργειών·

- Εφάπαξ παροχή ποσού [...]€ (παρέχεται σε μία εταιρία<sup>355</sup>)·

- Έκπτωση [...] % έως [...] % σε κλίμακα για την αύξηση αγοράς φιαλιδίων (παρέχεται σε μία εταιρία<sup>356</sup>)·

- Έκπτωση [...] % έως [...] % για την υλοποίηση πλανογραμμάτων (παρέχεται σε δύο εταιρίες<sup>357</sup>)·

312. Εκ των ανωτέρω αναφερόμενων εκπτώσεων και παροχών κρίνονται ως ιδιαίτερου ενδιαφέροντος από πλευράς δικαίου του ανταγωνισμού οι εκπτώσεις που σχετίζονται με την επίτευξη ορισμένου ύψους αγορών ή αλλιώς εκπτώσεις στόχου και οι εκπτώσεις που σχετίζονται με την προϋπόθεση αγοράς συγκεκριμένης προϊοντικής γκάμας, εφόσον στη συγκεκριμένη γκάμα η καταγγελλόμενη κατέχει δεσπόζουσα θέση.

### 5.15.3. ΣΥΜΒΑΤΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΠΑΡΟΧΗ ΕΚΠΤΩΣΕΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

313. Σε ερώτημα της ΓΔΑ προς εταιρίες/σούπερ μάρκετ/ομίλους αγορών αναφορικά με το κατά πόσον υπήρχε συμφωνία για χορήγηση έκπτωσης από τη RESOUL προς αυτές στην περίπτωση επίτευξης συγκεκριμένου στόχου αύξησης των αγορών τους, η πλειονότητα απάντησε θετικά. Συγκεκριμένα, από τα διαθέσιμα στοιχεία και κυρίως από τις συμβάσεις που υπέγραφε η καταγγελλόμενη με τους πελάτες της, προκύπτει ότι χορηγούσε εκπτώσεις στόχου (ανάπτυξης αγορών) σε συγκεκριμένα σούπερ μάρκετ και ομίλους αγορών τουλάχιστον κατά το χρονικό διάστημα των ετών 2005 - 2015, και σε ένα σούπερ μάρκετ τουλάχιστον έως και το 2019, με βάση συγκεκριμένη κάθε φορά κλίμακα, υπό την προϋπόθεση επίτευξης ορισμένου ύψους αγορών (στόχου) που καθοριζόταν ξεχωριστά (εξατομικευμένα) για κάθε συνεργαζόμενη εταιρία.

<sup>352</sup> Βλ. τις επιστολές (ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ υπ' αρ. 3253/25.5.2015 και 5005/5.6.2020, ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ 3259/25.5.2015 και 6125/3.7.2020, ΜΕΤΡΟ 3242/25.5.2015 και 5497/17.6.2020, ΜΑΣΟΥΤΗΣ 3051/15.5.2015 και 5828/25.6.2020, ΠΕΝΤΕ ΑΕ 3248/25.5.2015 και 5986/30.6.2020, PRAKTIKER 3451/2.6.2015 και 6011/1.7.2020, ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ 3295/26.5.2015 και ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ 3257/25.5.2015), ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ COOP Α.Ε. 3245/25.5.2016 και 5308/15.6.2020, ΟΜΙΛΟΣ ΑΓΟΡΩΝ ΕΛΟΜΑΣ 3292/26.5.2016 και 6146/3.6.2020, ΣΥΜΜΕΤΡΟΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΑΕΒΕ 2778/6.5.2016 και 5306/15.6.2020, ΟΜΙΛΟΣ ΑΓΟΡΩΝ ΕΛ.ΕΤ.Α. 3251/25.5.2015 και 5571/18.6.2020 καθώς και την υπ' αρ. 6300/8.7.2020 επιστολή της καταγγελλόμενης.

<sup>353</sup> Ως «προϊοντική γκάμα» ορίζεται η συμφωνημένη ομάδα ή ομάδες προϊόντων.

<sup>354</sup> Ως «περίοδος αγορών» νοείται η εκάστοτε προσυμφωνημένη περίοδος εντός της οποίας ίσχυαν συμφωνημένες τιμές ή παροχές.

<sup>355</sup> Πρόκειται για την εταιρία [...].

<sup>356</sup> Πρόκειται για την εταιρία [...].

<sup>357</sup> Ως «πλανόγραμμα» γενικά ονομάζεται η τοποθέτηση των προϊόντων σε συγκεκριμένη θέση.

314. Περαιτέρω, από τη μελέτη των συμβάσεων καθώς και των σχετικών απαντήσεων των πελατών σούπερ μάρκετ και ομίλων αγορών της καταγγελλόμενης, προκύπτει ότι οι εκπτώσεις εν γένει περιλαμβάνονταν σε συμβάσεις που ως επί το πλείστον ανέφεραν την προϊοντική γκάμα την οποία αφορούσαν (κυρίως από το 2008 και μετά). Από τις ίδιες συμβάσεις προκύπτει επίσης, ότι σε ορισμένες, λίγες, περιπτώσεις η προϊοντική γκάμα δεν αφορούσε μόνο τα προϊόντα της υπό εξέταση σχετικής αγοράς (στην οποία η RESOUL κατέχει δεσπόζουσα θέση) αλλά και τα είδη και αξεσουάρ ψησίματος ή και διάφορα άλλα είδη που πωλούσε η καταγγελλόμενη (λ.χ. προσανάμματα, χόβολη και, κατά τα έτη 2018-2019, ελληνικό καφέ), σε αγορές στις οποίες η καταγγελλόμενη δεν κατείχε δεσπόζουσα θέση. Ανεξάρτητα πάντως από το ποια προϊοντική γκάμα περιλαμβάνονταν στην εκάστοτε σύμβαση, οι πωλήσεις της καταγγελλόμενης σε προϊόντα της εξεταζόμενης σχετικής αγοράς υπερτερούσαν σταθερά κατά πολύ των πωλήσεών της σε όλα τα υπόλοιπα είδη που εμπορευόταν τουλάχιστον κατά τα έτη 2005-2015, για τα οποία υπάρχουν στοιχεία, όπως αυτά παρουσιάζονται αναλυτικά ανωτέρω στον Πίνακα 4. Μάλιστα, το ποσοστό πωλήσεων της καταγγελλόμενης σε προϊόντα της υπό εξέταση αγοράς ήταν διαχρονικά κατά την εν λόγω περίοδο τόσο υψηλό σε σχέση με τις συνολικές πωλήσεις της, ώστε ειδικά κατά τα έτη 2005-2012 οι συνολικές πωλήσεις της να αποτελούνται σχεδόν αποκλειστικά από τα εν λόγω προϊόντα. Λαμβανομένων υπόψη των προαναφερόμενων, εξάγεται το συμπέρασμα ότι αντίστοιχα και οι αγορές των σούπερ μάρκετ και ομίλων αγορών-πελατών της, στους οποίους πωλείται κατά κύριο λόγο το σύνολο των προϊόντων της άμεσα ή έμμεσα (μέσω των χονδρεμπόρων), αποτελούνταν κατά την ως άνω περίοδο κυρίως από προϊόντα της υπό εξέταση σχετικής αγοράς και δευτερευόντως από τα λοιπά προϊόντα που εμπορεύεται η RESOUL. Συνεπώς, ανεξάρτητα από την προϊοντική γκάμα που καταλαμβάνει κάθε σύμβαση και επί της οποίας εφαρμόζονται οι προβλεπόμενες εκπτώσεις, μεταξύ των οποίων και οι εκπτώσεις στόχου, καθίσταται σαφής η ιδιαίτερη σημασία των προϊόντων στα οποία η RESOUL κατείχε δεσπόζουσα θέση για την επίτευξη του εκάστοτε τιθέμενου στόχου.

#### 5.15.3.1. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΠΙ ΤΩΝ ΕΚΤΩΣΕΩΝ ΣΤΟΧΩΝ

315. Από την επισκόπηση των συμβατικών όρων που περιέχονταν στις συμβάσεις ανάμεσα στα σούπερ μάρκετ και την RESOUL μπορούν να συναχθούν τα εξής συμπεράσματα για κάθε σούπερ μάρκετ σχετικά με τις παρεχόμενες εκπτώσεις στόχου:

• **ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ:** Τα έτη 2005-2009 παρέχεται κλιμακωτή έκπτωση στόχου με δύο κατώφλια ανά έτος (π.χ. [...] % έκπτωση επί του τιμολογιακού τζίρου εφόσον οι αγορές ξεπεράσουν τα [...] € και επιπλέον [...] % εφόσον οι αγορές ξεπεράσουν τα [...] €). Τα συγκεκριμένα ποσά αυξάνονταν από χρονιά σε χρονιά. Τα ίδια ποσοστά έκπτωσης ισχύουν και για το 2010 με τη διαφορά ότι τα δύο κατώφλια αποτελούν ποσοστό επί των αγορών του προηγούμενου έτους. Από το 2011 έως το 2015, με

εξαίρεση το 2013 όπου δεν προσκομίσθηκαν σχετικά στοιχεία, συνεχίζεται η ίδια πολιτική με σημαντική όμως μείωση των κατώφλιών τα οποία κινήθηκαν στα επίπεδα του 2008, με μεγαλύτερο όμως ποσοστό έκπτωσης, κινήθηκαν ανοδικά το 2012 και παρέμειναν ίδια με το 2012 τη διετία 2014-2015 με μεγαλύτερο όμως ποσοστό έκπτωσης στο δεύτερο κατώφλι αυτά τα δύο έτη.

• **ΜΑΣΟΥΤΗΣ:** Τα έτη 2005-2010 παρέχεται κλιμακωτή έκπτωση στόχου με δύο κατώφλια ανά έτος (π.χ. [...] % έκπτωση επί του τιμολογιακού τζίρου εφόσον οι αγορές ξεπεράσουν τα [...] € και επιπλέον [...] % εφόσον οι αγορές ξεπεράσουν τα [...] €). Τα συγκεκριμένα ποσά αυξάνονταν από χρονιά σε χρονιά. Το ίδιο ισχύει και για το 2011 με τη διαφορά ότι τα δύο κατώφλια είναι ίδια με του προηγούμενου έτους δίνοντας όμως μεγαλύτερο ποσοστό έκπτωσης. Το 2012 και το 2013 παρατηρείται μείωση των κατώφλιών με μικρή αύξηση του ποσοστού έκπτωσης. Το 2014 τα κατώφλια αυξάνονται ενώ το ποσοστό έκπτωσης παραμένει ίδιο με το προηγούμενο έτος και διατηρούνται ίδια έως το 2019.

• **ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ:** Αντίστοιχη κλιμακωτή στοχοθεσία απαντάται και στην εν λόγω εταιρία κατά τα έτη 2007-2013, με εξαίρεση τα έτη 2010 και 2011 για τα οποία δεν προσκομίσθηκαν επαρκή στοιχεία. Το 2014 (ενδεχομένως λόγω προβλημάτων που αντιμετώπιζε η εταιρία), τα κατώφλια μειώθηκαν σημαντικά.

• **ΡΑΚΤΙΚΕΡ:** Δίνεται έκπτωση στόχου μόνο για τα έτη 2005-2006.

• **ΟΜΙΛΟΙ ΑΓΟΡΩΝ:** Ομοίως με τις προηγούμενες εταιρίες και στους Ομίλους Αγορών ΕΛΕΤΑ, ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ και ΕΛΟΜΑΣ, είτε τα κατώφλια ήταν ποσοστό αύξησης αγορών σε σχέση με το προηγούμενο έτος είτε συγκεκριμένο ποσό αγορών, από το 2005 μέχρι και το 2014<sup>358</sup> λειτουργούσαν επαυξητικά σε σχέση πάντα με το προηγούμενο έτος.

• **ΠΕΝΤΕ:** Οι συμβάσεις της εν λόγω εταιρίας για τα έτη 2005-2011 χαρακτηρίζονται από κλιμακωτή στοχοθεσία. Κατά τα έτη 2012-2014 παρεχόταν οι ίδιες εκπτώσεις στόχου.

• **ΣΥΜΜΕΤΡΟΝ:** Στο ίδιο μοτίβο περί κλιμακωτής στοχοθεσίας κινούνται και οι συμβάσεις του Ομίλου Αγορών ΣΥΜΜΕΤΡΟΝ από το 2006 έως το 2008. Το 2009 δεν προβλεπόταν από τη σύμβαση έκπτωση στόχου και το διάστημα 2010-2012 παρέχονταν έκπτωση στόχου αλλά δεν μπορεί να εκτιμηθεί η κλιμακωσή της από τα διαθέσιμα στοιχεία.

• **ΜΕΤΡΟ:** Στην εν λόγω εταιρία τα έτη 2006-2008 παρέχονταν ποσοστό έκπτωσης στόχου για ανάπτυξη πωλήσεων. Αντίστοιχο ποσοστό παρεχόταν και στα έτη 2009-2013 υπό την αιτιολογία όμως της ανάπτυξης και έξτρα ενεργειών χωρίς περαιτέρω διευκρίνιση για τις ενέργειες αυτές.

• **ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ:** Δεν διαπιστώθηκε η ύπαρξη εκπτώσεων στόχου.

• **ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ:** Καταγράφεται έκπτωση στόχου μόνο στη σύμβαση του 2012.

<sup>358</sup> Με εξαίρεση ως προς την ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ για το 2012, έτος κατά το οποίο δεν είχε υπογράψει σχετική σύμβαση.

316. Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι, με εξαίρεση τον ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗ, όλα τα ερωτώμενα σούπερ μάρκετ για τα έτη που ερευνήθηκαν ανέφεραν ότι οι συμβάσεις τους με την καταγγελλόμενη περιείχαν ρήτρες σχετικά με εκπτώσεις στόχου. Η πρακτική επιβολής εκπτώσεων στόχου πωλήσεων, η οποία όπως θα καταδειχθεί κατωτέρω είναι καταχρηστική, διήρκησε σύμφωνα με τα προαναφερόμενα από το 2005 και συνεχίστηκε (για ορισμένα σούπερ μάρκετ) μέχρι το 2014 και για ένα συγκεκριμένο σούπερ μάρκετ (ΜΑΣΟΥΤΗΣ) μέχρι και το 2019.

317. Ειδικότερα, οι παλαιότερες συμβάσεις, στις οποίες περιλαμβάνεται ο επίμαχος όρος, εντοπίζονται στο έτος 2005, ανεξάρτητα δε από την ημερομηνία υπογραφής έκαστης αυτών, από το περιεχόμενό τους συνάγεται ότι η ημερομηνία έναρξης ισχύος τους είναι η 1.1.2005, καθώς η συντριπτική πλειοψηφία αυτών έχει ως τίτλο «Συμφωνία εμπορικής συνεργασίας 2005 / Εμπορική συμφωνία 2005», ενώ σε κάποιες αναφέρεται και ρητά ότι η ισχύς τους καταλαμβάνει όλο το ημερολογιακό έτος 2005. Περαιτέρω, η πιο πρόσφατη σύμβαση, στην οποία προβλέπεται έκπτωση στόχου, είναι η από 24.6.2019 σύμβαση της RESOUL με τον ΜΑΣΟΥΤΗ. Η εν λόγω σύμβαση έχει αναδρομική ισχύ, η οποία ανατρέχει στην 1.1.2019 και λήγει στις 31.12.2019.

#### 5.15.4. ΤΟ ΔΕΣΜΕΥΜΕΝΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ ΜΕ ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟΧΟΥ

318. Ο Πίνακας 11 κατωτέρω παρουσιάζει το μερίδιο αγοράς ανά σούπερ μάρκετ στην υπό εξέταση σχετική αγορά, σε επίπεδο ελληνικής επικράτειας για τη χρονική περίοδο 2008-2014<sup>359</sup>, καθώς και το μερίδιο αγοράς ανά σούπερ μάρκετ στη σχετική αγορά, που προέρχεται αποκλειστικά από τις πωλήσεις τους σε προϊόντα της καταγγελλόμενης<sup>360</sup>.

Πίνακας 11 Ποσοστά πωλήσεων επιλεγμένων Σούπερ Μάρκετ στη σχετική αγορά							
ΕΤΑΙΡΙΑ	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ - Συνολικά	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ - ΔΗΜΚΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ - Συνολικά	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ - ΔΗΜΚΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ - Συνολικά	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ - ΔΗΜΚΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΜΕΤΡΟ - Συνολικά	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΜΕΤΡΟ - ΔΗΜΚΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ - Συνολικά	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ - ΔΗΜΚΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΜΑΣΟΥΤΗΣ - Συνολικά	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΜΑΣΟΥΤΗΣ - ΔΗΜΚΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΡΡΑΚΤΙΚΕΡ - Συνολικά	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΡΡΑΚΤΙΚΕΡ - ΔΗΜΚΑ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΑΝΩΤΕΡΩ S/M	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΛΟΙΠΟΙ - Συνολικά	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Μερίδιο αγοράς Resoul από τα ανωτέρω	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Ποσοστό πωλήσεων σούπερ μάρκετ που συνδέονται με εκπτώσεις στόχου της Resoul	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: Επεξεργασία από τη ΓΔΑ επιστολών των εταιριών<sup>361</sup>

<sup>359</sup> Για παράδειγμα, κατά το έτος 2008 το μερίδιο αγοράς, στην εξεταζόμενη σχετική αγορά της ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ήταν [...], της ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ [...], της ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ [...], της ΜΕΤΡΟ [...], της ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ [...], της ΜΑΣΟΥΤΗΣ [...], και της ΡΡΑΚΤΙΚΕΡ [...].

<sup>360</sup> Δεδομένων των εκπτώσεων στόχου που περιγράφηκαν στην προηγούμενη ενότητα, καθώς και των περιορισμών στο πλήθος των προσκομισθεισών συμβάσεων, στην παρούσα ενότητα επιχειρείται η προσέγγιση του μεριδίου αγοράς των σούπερ μάρκετ, τόσο στην υπό εξέταση σχετική αγορά συνολικά όσο και ως προς την ίδια την καταγγελλόμενη. Προκειμένου να υπάρχει συνεχής χρονοσειρά και δεδομένου ότι κάποιες εταιρίες δεν κατέστη δυνατό να παρέχουν πλήρη στοιχεία, η παρούσα ανάλυση εστιάζει στο χρονικό διάστημα των ετών 2008 - 2014.

<sup>361</sup> Βλ. επιστολές των εταιριών, Μαρινόπουλος ΑΕΓΕ (υπ' αρ. 3257/25.4.2015), Α.Β. ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. (υπ' αρ. 3253/25.5.2015, 3254/25.5.2015, 3255/25.5.2015, 3256/25.5.2015 και 3351/25.5.2015), ΣΚΑΒΕΝΙΤΗΣ Ι. & Σ. Α.Ε. Ε. (υπ' αρ. 3259/25.5.2015 και 3260/25.5.2015), ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ (υπ' αρ. 3242/25.5.2015), ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε. (υπ' αρ. 3051/15.5.2015), ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΦΟΙ Α.Ε.Β.Ε. (υπ' αρ. 3295/26.5.2015), ΡΡΑΚΤΙΚΕΡ ΗΕΛΛΑΣ Α.Ε. (υπ' αρ. 3068/18.5.2015, 3395/29.5.2015 και 3451/3.6.2015), Όμιλος Αγορών ΕΛ.ΕΤ.Α. (υπ' αρ. 3251/25.5.2015), Ελληνική Διατροφή COOP Α.Ε. (υπ' αρ. 3245/25.5.2015), Όμιλος Αγορών «ΕΛΟΜΑΣ» (υπ' αρ. 3292/26.5.2015 και 3293/26.5.2015), ΠΕΝΤΕ Α.Ε. (υπ' αρ. 3248/25.5.2015), ΣΥΜΜΕΤΡΟΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ Α.Ε.Β.Ε. (υπ' αρ. 2778/6.5.2015) και RESOUL ΑΕ (υπ' αρ. 5944/30.6.2020).



319. Αντιστοίχως, στον ανωτέρω πίνακα παρουσιάζεται το μερίδιο αγοράς των σούπερ μάρκετ, προς τα οποία απευθύνθηκε η Υπηρεσία για τη συλλογή στοιχείων, στη σχετική αγορά που προέρχεται αποκλειστικά από πωλήσεις τους σε προϊόντα της καταγγελλόμενης από την υπό εξέταση σχετική αγορά. Πρόκειται δηλαδή για υποσύνολα του πανελλαδικού μεριδίου αγοράς της RESOUL<sup>362</sup>.

320. Στον ανωτέρω πίνακα εμφανίζονται με έμφαση οι πωλήσεις των σούπερ μάρκετ που έχουν υπογεγραμμένη σύμβαση με την καταγγελλόμενη, η οποία προβλέπει εκπτώσεις στόχου, ήτοι οι ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ, ΜΕΤΡΟ, ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ και ΜΑΣΟΥΤΗΣ. Συνεπώς, όπως προκύπτει από τον Πίνακα 11, για το χρονικό διάστημα 2008-2014 οι εταιρίες σούπερ μάρκετ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ, ΜΕΤΡΟ, ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ και ΜΑΣΟΥΤΗΣ, κατείχαν όλες μαζί μερίδιο αγοράς στη σχετική αγορά, προερχόμενο αποκλειστικά από πωλήσεις προϊόντων της καταγγελλόμενης και συνδεδεμένο με εκπτώσεις στόχου, ύψους [15-25]% το 2008, [25-35]% το 2009, [25-35]% το 2010, [25-35]% το 2011, [25-35]% το 2012, [15-25]% το 2013<sup>363</sup> και [15-25]% το 2014<sup>364</sup>.

#### 5.15.5. ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ ΣΥΝΔΕΔΕΜΕΝΕΣ ΜΕ ΠΡΟΪΟΝΤΙΚΗ ΓΚΑΜΑ

321. Επιπλέον των ανωτέρω εκπτώσεων στόχου που παρείχε η καταγγελλόμενη σε πελάτες της, η RESOUL παρείχε επιπλέον εκπτώσεις και χρηματικές παροχές συνδεδεμένες με την αγορά συγκεκριμένης προϊόντικής γκάμας.

322. Αυτής της κατηγορίας οι εκπτώσεις και παροχές αφορούσαν τους Ομίλους αγορών ΕΛΕΤΑ, ΕΛΟΜΑΣ, ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ και ΣΥΜΜΕΤΡΟΝ και τα σούπερ μάρκετ ΠΕΝΤΕ και ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ. Οι εκπτώσεις αυτού του είδους λαμβάνονταν από το εκάστοτε σούπερ μάρκετ εφόσον τηρούσε την εκάστοτε συμβατικά συμφωνημένη προϊόντική γκάμα.

#### 5.15.6. ΝΟΜΙΚΗ ΘΕΜΕΛΙΩΣΗ ΤΩΝ ΕΚΠΤΩΣΕΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

323. Σύμφωνα με πάγια ενωσιακή νομολογία, παρεμποδιστική κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης μπορεί να

<sup>362</sup> Π.χ. μερίδιο σούπερ μάρκετ 1 από προϊόντα RESOUL στη σχετική αγορά + σούπερ μάρκετ 2 ομοίως + ... = πανελλαδικό μερίδιο αγοράς RESOUL στη σχετική αγορά. Ενδεικτικά, κατά το έτος 2008 το μερίδιο αγοράς των εν λόγω σούπερ μάρκετ που προερχόταν μόνο από πωλήσεις σε προϊόντα της υπό εξέταση σχετικής αγοράς και συγκεκριμένα σε προϊόντα της καταγγελλόμενης, διαμορφώθηκε ως εξής: ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ [...], ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ [...], ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ [...], ΜΕΤΡΟ [...], ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ [...], ΜΑΣΟΥΤΗΣ [...] και ΠΡΑΚΤΙΚΕΡ [...].

<sup>363</sup> Για το 2013 η εταιρία ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ προσκόμισε ελλιπώς τη σχετική σύμβαση και ενώ για όλα τα έτη υπήρχαν στις συμβάσεις τις εκπτώσεις στόχου, για το εν λόγω έτος δεν είμαστε σε θέση να γνωρίζουμε αν εξακολουθούσε να τις λαμβάνει ή όχι. Στο ενδεχόμενο που και το 2013 προβλεπόταν έκπτωση στόχου το ποσοστό πωλήσεων των σούπερ μάρκετ που συνδέονται με εκπτώσεις στόχου θα ήταν σχεδόν [...].

<sup>364</sup> Επιστημαίνεται ότι τα προαναφερόμενα μερίδια διαμορφώνονται στο εν λόγω ύψος υπό την αυστηρότερη εκδοχή, καθώς σε αυτά δεν περιλαμβάνεται το μερίδιο αγοράς των ομίλων αγορών (ΕΛΕΤΑ, ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ, ΕΛΟΜΑΣ και ΣΥΜΜΕΤΡΟΝ), στους οποίους παρέχονταν κατά τα ανωτέρω εκπτώσεις στόχου, πλην όμως δεν προσκόμισαν τα απαραίτητα οικονομικά στοιχεία.

συνιστούν συστήματα εκπτώσεων, τα οποία δεν συνδέονται ρητά με κάποια δέσμευση του πελάτη να προμηθεύεται το σύνολο ή σημαντικό μέρος των αναγκών του από την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση, ωστόσο έμμεσα τον χειραγωγούν προς την ίδια κατεύθυνση, καθώς αυτός αναλαμβάνει να εκπληρώνει ένα στόχο αύξησης αγορών ή πωλήσεων σε προϊόντα της δεσπόζουσας επιχείρησης, ατομικώς καθορισμένο γι' αυτόν για μια δεδομένη χρονική περίοδο, σε σύγκριση συνήθως με τις αγορές ή πωλήσεις του σε μία προηγούμενη χρονική περίοδο (έκπτωση στόχων πωλήσεων ή στόχου ή ανάπτυξης / target rebates)<sup>365</sup>. Ο δικαιολογητικός λόγος για τον οποίο ελέγχεται υπό το πρίσμα της καταχρηστικής εκμετάλλευσης δεσπόζουσας θέσης η εφαρμογή τέτοιων συστημάτων εκπτώσεων είναι το γεγονός ότι η χορήγησή τους υπό τις προϋποθέσεις που τίθενται από τα εκπτώτικα αυτά συστήματα λειτουργεί ως κίνητρο για τον πελάτη να παραμείνει πιστός στη δεσπόζουσα επιχείρηση, δηλαδή να διατηρήσει ή να αυξήσει τις αγορές του σε προϊόντα της, άλλως να υποστεί την απώλεια της έκπτωσης και για τον λόγο αυτό τείνει να εμποδίσει, μέσω της χορήγησης ενός οικονομικού πλεονεκτήματος που δεν αντισταθμίζεται από οικονομικώς δικαιολογημένη αντιπαροχή, τον εφοδιασμό από ανταγωνιστές της επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση και να αποτρέψει την είσοδο νέων δυναμικών ανταγωνιστών στην αγορά<sup>366</sup>.

324. Υπό το πρίσμα αυτό οι ως άνω τύποι εκπτώσεων, όταν χορηγούνται ως επιβράβευση σε πελάτες υπό την προϋπόθεση τήρησης εκ μέρους τους μιας αγοραστικής συμπεριφοράς «πίστης» προς την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση, αντιστρατεύονται το σκοπό της διατήρησης ανόθευτου ανταγωνισμού στην αγορά, καθώς δύνανται να λειτουργήσουν με τη δημιουργία δεσμού εξάρτησης των πελατών έναντι της δεσπόζουσας επιχείρησης ως εργαλείο στεγανοποίησης της αγοράς δια του αποκλεισμού των ανταγωνιστών ή της αποτροπής νέας εισόδου<sup>367</sup> προς ενίσχυση της δεσπόζουσας θέσης τεχνητά, κατά τρόπο που δε συνάδει με τις μεθόδους που είναι διαθέσιμες στα πλαίσια της συνήθους ανταγωνιστικής διαδικασίας και, συνακόλουθα, προς βλάβη της ευημερίας του καταναλωτή<sup>368</sup>. Όταν μάλιστα επιχείρηση εφαρμόζει σύστημα εκπτώσεων στόχων πωλήσεων, το οποίο χωρίς μεν να δεσμεύει τυπικά τους πελάτες έναντι της με την επιβολή συγκεκριμένης υποχρέωσης, καθιστά μολαταύτα δυσχερέστερο τον εφοδιασμό τους

<sup>365</sup> Βλ. σχετικά αποφάσεις ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 281, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 310, ΕΑ 434/VI/2009 σκ. 42, καθώς και υπόθεση ΔΕΕ C-322/81 Michelin I κατά Επιτροπής, σκ. 73-85, ΓενΔΕΕ T-228/97 Irish Sugar κατά Επιτροπής, σκ.196 επ., ΔΕΕ C-95/04 P British Airways κατά Επιτροπής, σκ. 65, ΓενΔΕΕ T-203/01 Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), σκ. 57, ΓενΔΕΕ T- 155/06 Tomra Systems ASA κατά Επιτροπής, σκ. 211.

<sup>366</sup> Βλ. απόφαση ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 281, ΔΕΕ C-23/14, Post Danmark A/S κατά Konkurrencerådet, (Post Danmark II), σκ. 31, ΔΕΚ 85/76 Hoffmann- La Roche κατά Επιτροπής, σκ. 90, και ΓενΔΕΕ T- 155/06 Tomra Systems ASA κατά Επιτροπής, σκ. 209-210.

<sup>367</sup> Βλ. ενδεικτικά ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 312, ΔεφΑθ 2265/2010, σκ. 31 και 34, ΔεφΑθ 2116/2004, σκ. 13.

<sup>368</sup> Βλ. απόφαση ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 282, ΓενΔΕΕ T-203/01 Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), σκ. 57, 65-66, ΓενΔΕΕ T- 155/06 Tomra Systems ASA κατά Επιτροπής, σκ. 209-211.

από ανταγωνίστριες επιχειρήσεις, τότε το σύστημα αυτό έχει επιζήμιο για τον ανταγωνισμό εκτοπιστικό αποτέλεσμα<sup>369</sup>.

325. Σύμφωνα με πάγια νομολογία, για να διαπιστωθεί ο ενδεχόμενος καταχρηστικός χαρακτήρας ενός συστήματος εκπτώσεων στόχων πωλήσεων, είναι απαραίτητο να εκτιμηθεί το σύνολο των περιστάσεων, και ιδίως τα κριτήρια και οι λεπτομέρειες που προβλέπονται για τη χορήγηση των εκπτώσεων (αναδρομικός χαρακτήρας, περίοδος αναφοράς κ.α.), η θέση της δεσπόζουσας επιχείρησης, το μέγεθος των ανταγωνιστών της και η δυνατότητά τους να προσφέρουν αντίστοιχες εκπτώσεις, καθώς και να εξετασθεί εάν οι συγκεκριμένες εκπτώσεις αποβλέπουν, με τη χορήγηση πλεονεκτήματος που δε στηρίζεται σε καμία οικονομική παροχή που να το δικαιολογεί, στο να αφαιρέσουν ή να περιορίσουν για τον αγοραστή τη δυνατότητα επιλογής, όσον αφορά τις πηγές εφοδιασμού του, να παρεμποδίσουν την είσοδο ανταγωνιστών στην αγορά, να εφαρμόσουν σε εμπορικό συναλλασσομένους άνισους όρους για ισοδύναμες παροχές ή να ενισχύσουν τη δεσπόζουσα θέση<sup>370</sup>.

326. Συνακόλουθα, μία εκπωτική πρακτική επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση, ιδίως, ένα σύστημα εκπτώσεων επίτευξης στόχων, δεν συνιστά *prima facie* καταχρηστική εκμετάλλευση της θέσης της, αλλά, προκειμένου να εξακριβωθεί εάν είναι σύμφωνο ή αντίκειται προς το άρθρο 102 της ΣΛΕΕ και το άρθρο 2 του ν. 3959/2011, πρέπει να εξετασθεί, κατόπιν εκτιμήσεως των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών και της φύσης του εκπωτικού συστήματος, αλλά και του συνόλου των περιστάσεων εντός των οποίων λειτουργεί, επομένως και των γενικών συνθηκών της αγοράς στο πλαίσιο της οποίας εντάσσονται οι επίμαχες συμφωνίες, εάν οι πρακτικές αυτές τείνουν ή είναι ικανές να περιορίσουν τον ανταγωνισμό στην οικεία αγορά<sup>371</sup>.

327. Ειδικότερα, τα συστήματα εκπτώσεων που χορηγούνται ως αντάλλαγμα της υποχρέωσης του πελάτη να αυξήσει τις αγορές του σε προϊόντα της δεσπόζουσας επιχείρησης ή ως αντάλλαγμα για την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων πωλήσεων (εκπτώσεις επίτευξης στόχου) μπορεί να συνιστούν μορφές κατάχρησης κατά την έννοια των άρθρων 2 του ν. 3959/2011 και 102 της ΣΛΕΕ<sup>372</sup>.

<sup>369</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΕ C-23/14, Post Danmark A/S κατά Konkurrencerådet, (Post Danmark II), σκ. 42, καθώς και ΔΕΕ C-549/2010 P Tomra Systems ASA κατά Επιτροπής, ο.π., σκ.72.

<sup>370</sup> Βλ. αποφάσεις ΔΕφΑθ 4055/2017, σκ. 7, ΔΕφΑθ 2458/2017, σκ. 8 ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 283, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 311 και καθώς και ΔΕΕ C-23/14, Post Danmark A/S κατά Konkurrencerådet, (Post Danmark II), ECLI:EU:C:2015:651, σκ. 29, ΔΕΚ C-95/04 P British Airways κατά Επιτροπής, σκ. 67, ΔΕΕ C-549/2010 P Tomra Systems ASA κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 71, ΔΕΚ C- 322/81 Michelin I κατά Επιτροπής, σκ. 73, ΠΕΚ T-203/01 Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), σκ. 59-60, ΓενΔΕΕ T-219/99 British Airways plc κατά Επιτροπής, σκ. 270 και ΓενΔΕΕ T-228/97 Irish Sugar κατά Επιτροπής, σκ. 114 και 197, ΓενΔΕΕ T- 155/06 Tomra Systems ASA κατά Επιτροπής, σκ. 213-214.

<sup>371</sup> Βλ. απόφαση ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 284, ΔΕΕ C-23/14, Post Danmark A/S κατά Konkurrencerådet, (Post Danmark II), σκ. 30, ΓενΔΕΕ T- 155/06, Tomra Systems ASA κατά Επιτροπής, σκ. 215 επ. Επίσης βλ. και ΔΕΕ C-412/14P, Intel κατά Επιτροπής.

<sup>372</sup> Βλ. αποφάσεις ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 285, ΔΕΚ C-95/04 P British Airways κατά Επιτροπής, Σκ. 65, ΔΕΚ C- 322/81 Michelin I κατά Επιτροπής, σκ. 73-85.

328. Τα συνήθη χαρακτηριστικά των εκπτώσεων αυτού του τύπου, τα οποία, προβλεπόμενα σωρευτικά<sup>373</sup>, αποτελούν ισχυρή ένδειξη του καταχρηστικού χαρακτήρα τους, διότι συντελούν καθεαυτά στην προσφορότητα του εκπωτικού συστήματος να προκαλεί δέσμευση των πελατών της δεσπόζουσας επιχείρησης ή/και φραγμό στην είσοδο και επέκταση των ανταγωνιστών, ενώ συγχρόνως το διαφοροποιούν από άλλες θεμιτές εκπωτικές πρακτικές είναι σύμφωνα με πάγια νομολογία ιδίως τα εξής:

- Συνδέονται με την επίτευξη ενός ποσοτικού στόχου, ήτοι με την επίτευξη ορισμένου ύψους αγορών ή πωλήσεων, ή ορισμένου ποσοστού αύξησης αγορών ή πωλήσεων σε προϊόντα της δεσπόζουσας επιχείρησης (στόχος).

- Ο στόχος καθορίζεται στην αρχή κάθε οικονομικού έτους ή άλλης σχετικά μεγάλης χρονικής περιόδου και η έκπτωση καταβάλλεται στο τέλος της περιόδου ή κατά διαστήματα εντός της περιόδου (μακρά περίοδος αναφοράς).
- Το ύψος των εκπτώσεων εξαρτάται ή/και συνήθως κλιμακώνεται με βάση τις ποσότητες που θα αγοραστούν κατά τη διάρκεια αυτής της σχετικά μεγάλης περιόδου αναφοράς σε συνάρτηση και σε σύγκριση με τις αγορές που πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια μιας προηγούμενης περιόδου αναφοράς από τον συγκεκριμένο αγοραστή, επιβραβεύοντας τη μεγέθυνση των αγορών ενός εκάστου των αγοραστών σε προϊόντα της δεσπόζουσας (εξατομικευμένος χαρακτήρας).

- Η έκπτωση μετακυλιέται στο σύνολο των ποσοτήτων που αγοράστηκαν καθ' όλη τη διάρκεια της περιόδου αναφοράς και όχι μόνο στις ποσότητες που ξεπερνούν το συγκεκριμένο κατώφλι αγορών που τέθηκε σαν στόχος (αναδρομικός χαρακτήρας)<sup>374</sup>.

329. Σύστημα που φέρει τα ανωτέρω χαρακτηριστικά έχει κριθεί ότι έχει ως συνέπεια την αύξηση της πίεσης στον αγοραστή, ιδίως κατά το τέλος της περιόδου αναφοράς, να πραγματοποιήσει τον αριθμό εκείνου των αγορών που είναι αναγκαίος, προκειμένου να λάβει το όφελος (ή να μην υποστεί τη ζημία) που προβλέπεται για το σύνολο των παραγγελιών της χρονικής περιόδου αναφοράς<sup>375</sup>. Ειδικότερα, αυτό που αυξάνει την εν λόγω πίεση είναι το γεγονός ότι, έστω και μία τελευταία μεμονωμένη παραγγελία του σε προϊόντα της δεσπόζουσας επιχείρησης, μπορεί να θέσει σε κίνηση το εκπωτικό πρόγραμμα ή, εφόσον προβλέπεται προοδευτική κλιμάκωση της έκπτωσης, να επιτρέψει την ανέλιξη στην κλίμακα της έκπτωσης, με αποτέλεσμα το όφελος να μετακυλιέται στο σύνολο του κύκλου εργασιών που πραγματοποίησε με τη δεσπόζουσα και να αντανakλάται στο σχετικό περιθώριο κέρδους του επί των πωλήσεων

<sup>373</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕφΑθ 2458/2017, σκ. 27, ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 286.

<sup>374</sup> Βλ. σχετικά αποφάσεις ΔΕΕ C-23/14, Post Danmark A/S κατά Konkurrencerådet, (Post Danmark II), ECLI:EU:C:2015:651, σκ. 28 και 32 ΠΕΚ T- 203/01 Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), σκ. 85- 88 και ΔΕΚ C-95/04 P British Airways κατά Επιτροπής, σκ. 74.

<sup>375</sup> Βλ. σχετικά αποφάσεις ΔΕφΑθ 4055/2017, σκ. 7, ΔΕφΑθ 869/2013, σκ. 41, ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 287, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 312, ΔΕΕ C-23/14, Post Danmark A/S κατά Konkurrencerådet, (Post Danmark II), σκ. 34, ΔΕΚ C- 322/81 Michelin I κατά Επιτροπής, σκ. 81.

που πραγματοποιήσε κατά τη διάρκεια μιας μεγάλης περιόδου. Υπό τους όρους αυτούς έχει κριθεί ότι ακόμη και μικρές διακυμάνσεις στο ποσοστό της έκπτωσης μπορούν να ασκούν αισθητή πίεση στους αγοραστές<sup>376</sup>.

330. Στο βαθμό μάλιστα που υπάρχει ευρεία απόκλιση μεταξύ των μεριδίων αγοράς της δεσπόζουσας επιχείρησης και των ανταγωνιστών της, οι τελευταίοι πολύ δύσκολα θα μπορούσαν να αντισταθμίσουν με εκπτώσεις, τις οποίες οι ίδιοι θα ήταν σε θέση να προσφέρουν<sup>377</sup>, το όφελος ή την ευκαιρία κέρδους που υπόσχεται η επίμαχη έκπτωση στους πελάτες, με αποτέλεσμα να ενδυναμώνεται το κίνητρο πρόσδεσης στους στόχους του εκπτώτικου συστήματος, καθώς αυξάνεται τεχνητά το κόστος αλλαγής προμηθευτή για τον πελάτη, ακόμη και για μικρό αριθμό μονάδων προϊόντος<sup>378</sup>.

331. Ειδικότερα, ο αναδρομικός χαρακτήρας των εκπτώσεων αυτού του τύπου καταδεικνύει ότι δε συνδέονται αντικειμενικά με τον όγκο των προϊόντων που αγοράζει ο αντισυμβαλλόμενος της επιχείρησης που κατέχει δεσπόζουσα θέση<sup>379</sup> και ο σκοπός τους δεν είναι η εύλογη και οικονομικά δικαιολογημένη ανταμοιβή του για την αγορά των επιπλέον ποσοτήτων που θέτουν σε κίνηση το εκπτώτικό πρόγραμμα<sup>380</sup>. Συγκεκριμένα, το γεγονός ότι μερικές από τις εκπτώσεις αυτού του τύπου υπολογίζονται με βάση την επίτευξη ποσοτικών στόχων (στόχων ορισμένου ύψους) δεν τις καθιστά γνήσια ποσοτικές εκπτώσεις - εκπτώσεις όγκου. Οι τελευταίες καταβάλλονται κατά κανόνα σε μεμονωμένες παραγγελίες (δηλαδή κατά τρόπο που δε σχετίζεται με τις αγορές του πελάτη κατά τη διάρκεια μιας χρονικής περιόδου) και σε αντάλλαγμα για την εξοικονόμηση δαπανών του προμηθευτή, είναι δε συνήθως γραμμικές σε συνάρτηση με τις ποσότητες. Αντίθετα, στις εκπτώσεις στόχου το όφελος του πελάτη, το οποίο συνδέεται με την προσέγγιση ή/και υπέρβαση ενός ορίου πριμοδοτήσεως, αντανακλάται σε όλες τις αγορές του κατά τη διάρκεια μιας περιόδου αναφοράς και όχι αποκλειστικά στον όγκο αγορών που υπερβαίνουν το όριο αυτό, ενδυναμώνοντας έτσι το κίνητρο διατήρησης πιστής πελατειακής σχέσης με τη δεσπόζουσα επιχείρηση<sup>381</sup> και στεγανοποιώντας την οικεία αγορά.

<sup>376</sup> Βλ. αποφάσεις ΕΑ 581/VI/2013, σκ. 287, ΔΕΕ C-23/14, Post Danmark A/S κατά Konkurrencerådet, (Post Danmark II), σκ. 33, ΔΕΚ C-95/04 P British Airways κατά Επιτροπής, σκ. 73 και ΔΕΚ C-322/81 Michelin I κατά Επιτροπής σκ. 81.

<sup>377</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 312, ΔΕφαΘ 2116/2004, σκ. 13 καθώς και ΔΕΕ C-23/14, Post Danmark A/S κατά Konkurrencerådet, (Post Danmark II), σκ. 40, ΔΕΚ C-322/81 Michelin I κατά Επιτροπής, σκ. 81 και 85.

<sup>378</sup> Βλ. αποφάσεις ΕΑ 581/VI/2013, σκ. 288, ΓενΔΕΕ T-155/06 Tomra Systems ASA κατά Επιτροπής, σκ. 260.

<sup>379</sup> Βλ. απόφαση ΓενΔΕΕ T-219/99 British Airways plc κατά Επιτροπής, σκ. 282-283.

<sup>380</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕφαΘ 4055/2017, σκ. 7, ΔΕφαΘ 2116/2004, σκ. 13, ΕΑ 581/VI/2013, σκ. 289, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 313 καθώς και ΠΕΚ T-203/01 Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), σκ. 58 και νομολογία στην οποία παραπέμπει, καθώς και σκ. 100, ΓενΔΕΕ T-219/99 British Airways plc κατά Επιτροπής, σκ. 282-283.

<sup>381</sup> Βλ. αποφάσεις ΕΑ 581/VI/2013, σκ. 289-290, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 310 καθώς και αποφάσεις ΔΕΕ C-23/14, Post Danmark A/S κατά Konkurrencerådet, (Post Danmark II), σκ. 28, ΓενΔΕΕ T-155/06 Tomra Systems ASA κατά Επιτροπής, σκ. 260 και Επιτροπής IV/34.621 και 35.059/F-3 Irish Sugar plc, ΕΕ 1997 L 258/1, σκ. 152-153 και IV/34.780 Virgin/British Airways, ΕΕ 2000 L30/1.

332. Είναι δε χαρακτηριστικό ότι λόγω του εξατομικευμένου χαρακτήρα του η εφαρμογή του εν λόγω εκπτώτικου συστήματος μπορεί να συνεπάγεται για το ίδιο ύψος αγορών ή πωλήσεων που πραγματοποιούνται από δύο πελάτες κατά την περίοδο αναφοράς τον αποκλεισμό του ενός από τη χορήγηση της έκπτωσης ή τη χορήγηση διαφορετικών ποσοστών έκπτωσης στον καθένα, εφόσον τα αντίστοιχα στοιχεία πωλήσεων ή αγορών εκάστου και κατά συνέπεια το ποσοστό αυξήσεως ήταν διαφορετικά σε σύγκριση με την προγενέστερη περίοδο αναφοράς<sup>382</sup>. Για τον λόγο αυτό έχει κριθεί ότι η εφαρμογή εκπτώτικών προγραμμάτων με την εν λόγω φυσιογνωμία συνιστά παράλληλα διακριτική τιμολόγηση έναντι των πελατών της δεσπόζουσας επιχείρησης κατά παράβαση της παρ. 2 στ. γ του άρθρου 2 του ν. 3959/2011, καθώς και της περ. γ του άρθρου 102 της ΣΛΕΕ<sup>383</sup>. Ειδικότερα, σε αντίθεση με τις εκπτώσεις βάσει ποσότητας, που είναι οικονομικά δικαιολογημένες κατά τα προαναφερόμενα, οι εκπτώσεις που δε συνδέονται με τις ποσότητες έχουν επικριθεί στη νομολογία, μεταξύ άλλων, και επειδή καταλήγουν στη διακριτική μεταχείριση των εμπορικών συναλλασσομένων με τη δεσπόζουσα επιχείρηση<sup>384</sup>.

333. Συγχρόνως, ο εξατομικευμένος χαρακτήρας, ήτοι ο σχεδιασμός του εκπτώτικου συστήματος και ο προσδιορισμός των ορίων του, βάσει του όγκου των αγορών, στις οποίες έκαστος των πελατών είχε προβεί στο παρελθόν, ή/και βάσει των εκτιμώμενων αναγκών και της απορροφητικής του ικανότητας, ιδιαίτερα όταν αυτή είναι ευχερώς προβλέψιμη, καταδεικνύει ότι η έκπτωση δεν εξαρτάται από ποσότητες που καθορίζονται αντικειμενικά και ισχύουν για το σύνολο των ενδεχόμενων αγοραστών αλλά από εκτιμήσεις που διενεργούνται κατά περίπτωση για κάθε πελάτη, σχετικά με την ικανότητα απορρόφησής του<sup>385</sup>. Συνεπώς, η λογική του εκπτώτικου συστήματος συνίσταται στην ενθάρρυνση των πελατών για την κάλυψη του μεγαλύτερου δυνατού ποσοστού των αναγκών τους από τη δεσπόζουσα επιχείρηση και κατά τούτο κατατείνει στην αποκλειστική προμήθεια<sup>386</sup>.

334. Το σχετικά μεγάλο εύρος της περιόδου αναφοράς, αξιολογούμενο σε σχέση με τις λοιπές λεπτομέρειες χορήγησης της έκπτωσης και τις συνθήκες της οικείας αγοράς συμβάλλει στη δυνατότητα του συστήματος να δημιουργεί κύκλους πιστής πελατείας<sup>387</sup>.

<sup>382</sup> Βλ. αποφάσεις ΕΑ 581/VI/2013, σκ. 291, ΓενΔΕΕ T-219/99 British Airways plc κατά Επιτροπής, σκ. 235.

<sup>383</sup> Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΕΑ 581/VI/2013, σκ. 297, ΓενΔΕΕ T-219/99 British Airways plc κατά Επιτροπής, Συλλ. 2003, σελ. II-5917, σκ. 233-240.

<sup>384</sup> Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΕΑ 581/VI/2013, σκ. 298. Επίσης, βλ. σχετ. ΔΕΕ C-95/04 British Airways plc κατά Επιτροπής, σκ. 144-145, καθώς και ΔΕΕ C-23/14, Post Danmark A/S κατά Konkurrencerådet, (Post Danmark II), σκ. 37-38 για τη διαφοροποίηση τυποποιημένων από εξατομικευμένων εκπτώσεων, ιδίως δε σκ. 38. Πρβλ. και προτάσεις της Γενικής Εισαγγελέως Kokott της 21.5.2015 στην υπόθεση ΔΕΕ C-23/2014, Post Danmark A/S κατά Konkurrencerådet, ECLI:EU:C:2015:343, σκ. 40.

<sup>385</sup> Βλ. απόφαση ΔΕφαΘ 2458/2017, σκ. 27 και ΔΕΚ 85/76 Hoffmann- La Roche κατά Επιτροπής, σκ. 100.

<sup>386</sup> Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΕΑ 581/VI/2013, σκ. 293.

<sup>387</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕφαΘ 2458/2017, σκ. 27, ΕΑ 581/VI/2013, σκ. 294, ΓενΔΕΕ T-203/01 Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), σκ. 88, ΔΕΕ C-322/81 Michelin I κατά Επιτροπής,

335. Σύμφωνα με τη σχετική νομολογία, σταθμίζονται και άλλα χαρακτηριστικά του εκπωπωτικού συστήματος, τα οποία κρίνεται ότι επιτείνουν το αντιανταγωνιστικό αποτέλεσμα αποκλεισμού και στεγανοποίησης της αγοράς<sup>388</sup>, μέσω της δημιουργίας κύκλου πιστής πελατείας, όπως, μεταξύ άλλων:

- Το γεγονός ότι η έκπτωση υπολογίζεται στη βάση των συνδυασμένων αγορών ή πωλήσεων μιας γκάμας προϊόντων τα οποία διαθέτει στην αγορά η επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση, μεταξύ των οποίων και τα προϊόντα στα οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση, ενόσω οι ανταγωνιστές της δεν διαθέτουν ανάλογο portfolio προϊόντων στην αγορά, ώστε να είναι σε θέση να παράσχουν ανάλογες εκπτώσεις (across-the-board rebates)<sup>389</sup>.

- Η επίπτωση της σώρευσης και της αλληλεπίδρασης διαφορετικών εκπωπωτικών προγραμμάτων, τα οποία εφαρμόζονται παράλληλα, είτε είναι όλα αυτοτελώς καταχρηστικά είτε όχι, γεγονός που συμβάλλει στην ενίσχυση των επιπτώσεών τους και κατά συνέπεια στην ενίσχυση του καταχρηστικού χαρακτήρα του συστήματος στο σύνολό του<sup>390</sup>.

- Ο βαθμός στον οποίο το εκπωπωτικό σύστημα παρουσιάζει διαφάνεια ως προς τις λεπτομέρειες και τα κριτήρια χορήγησης των εκπτώσεων. Κρίνεται ότι, σε περίπτωση έλλειψης διαφάνειας, εντείνεται η δημιουργούμενη ανασφάλεια του υποψηφίου λήπτη της έκπτωσης ως προς το ποσοστό της έκπτωσης που εν τέλει θα καρπωθεί και η αβεβαιότητα ως προς τον πιθανό κίνδυνο απώλειας ολόκληρης ή μέρους της έκπτωσης. Κατά συνέπεια αυξάνεται η πίεση που ασκείται σ' αυτόν να εφοδιάζεται από τον ίδιο προμηθευτή<sup>391</sup>. Εξάλλου, από την ίδια τη φύση τους οι εκπτώσεις αυτού του τύπου

καθώς και υποθέσεις, στις οποίες η περίοδος αναφοράς των εκπτώσεων είναι κατά πολύ συντομότερη, όπως α) απόφαση της Επιτροπής IV/34.780 Virgin/British Airways (E.E. 2000 L 30/1), σκ. 20 (Global Agreements με τετράμηνη περίοδο αναφοράς) και σκ. 24 (Performance Reward Scheme με μηνιαία περίοδο αναφοράς). Η απόφαση επικυρώθηκε από το ΓενΔΕΕ (T- 219/99), β) απόφαση της Επιτροπής IV/34.621 και 35.059/F-3 Irish Sugar pls (E.E. 1997 L 258/1) σκ. 153 (εκπτώσεις επί εβδομαδιαίων, μηνιαίων και ετήσιων στόχων). Η απόφαση επικυρώθηκε από το ΓενΔΕΕ (T-228/97).

<sup>388</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕφΑθ 2458/2017, σκ. 27, ΕΑ 581/VI/2013, σκ. 295.

<sup>389</sup> Βλ. σχετικά ΔΕφΑθ 2458/2017, σκ. 27, όπου το Δικαστήριο έκρινε ότι «[...] ο ισχυρισμός της προσφεύγουσας ότι το εκπωπωτικό πρόγραμμα πολλαπλών προϊόντων διαφοροποιείτο από το εκπωπωτικό πρόγραμμα μοναδικού προϊόντος είναι απορριπτέος ως αβάσιμος, αφού ούτε από τις σχετικές διατάξεις ούτε από τη νομολογία προκύπτει ότι ένα εκπωπωτικό πρόγραμμα πολλαπλών προϊόντων δεν μπορεί να προκαλεί καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης, κατά τα βασίμως προβαλλόμενα τόσο από την Ε.Α. όσο και από την παρεμβαίνουσα» και ΔΕΕ 85/76 Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής, Συλλ. 1979, σελ 461, σκ. 110, ΔΕΕ C-322/81 Michelin I κατά Επιτροπής, σκ. 66.

<sup>390</sup> Βλ. απόφαση ΓενΔΕΕ T-203/01 Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), Συλλ. 2003, σελ. II-4071, σκ. 111, Απόφαση της Επιτροπής E-2/36.041/PO -Michelin, ΕΕ 2002 L 143/1, σκ. 274.

<sup>391</sup> Βλ. ΔΕΕ C- 322/81 Michelin I κατά Επιτροπής, Συλλ. 1983, σελ 3461, σκ. 83, ΓενΔΕΕ T-203/01 Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), Συλλ. 2003 σελ. II-4071, σκ. 141, Απόφαση της Επιτροπής E-1/38113/ Prokent- Tomra, σκ. 324, ΠΕΚ-203/01 Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), Συλλ. 2003, σελ. II-4071, σκ. 111.

συναρτώνται με έναν βαθμό αδιαφάνειας που δημιουργεί κατάσταση αβεβαιότητας και πλέγμα εξάρτησης του αντισυμβαλλομένου, καθώς ο τελευταίος είναι αδύνατο να υπολογίσει την ακριβή τιμή των προϊόντων που αγοράζει κατά τη στιγμή πραγματοποίησης των αγορών του, η οποία (τιμή) λόγω του εκπωπωτικού συστήματος διαμορφώνεται στο τέλος της περιόδου αναφοράς, όταν οριστικοποιείται το ποσοστό της έκπτωσης<sup>392</sup>.

- Το γεγονός ότι οι εκπτώσεις παραχωρούνται σε πελάτες στρατηγικής σημασίας για τη δεσπόζουσα επιχείρηση με σκοπό να εξασφαλίζεται ότι αυτοί θα παραμείνουν πιστοί δικοί της πελάτες<sup>393</sup>.

336. Ο καταχρηστικός χαρακτήρας των εκπτώσεων αυτού του τύπου έγκειται στο γεγονός ότι με την εφαρμογή τους χειραγωγείται η βούληση των πελατών και έτσι παρεμποδίζονται από το να μπορούν να επιλέγουν ανά πάσα στιγμή σε συνάρτηση με τις συνθήκες της αγοράς (και όχι αποκλειστικά σε συνάρτηση με τη βούληση του προμηθευτή τους) την ευνοϊκότερη προσφορά από εκείνες των διαφόρων ανταγωνιστών και να αλλάζουν προμηθευτή χωρίς σημαντικές δυσμενείς οικονομικές συνέπειες<sup>394</sup>. Ως εκ τούτου, περιορίζουν τη δυνατότητα επιλογής των πελατών όσον αφορά τις πηγές εφοδιασμού τους, στεγανοποιούν την αγορά και καθιστούν δυσχερέστερη για τους ανταγωνιστές την είσοδο ή/και επέκταση τους σε αυτή<sup>395</sup>.

337. Κατά πάγια δε νομολογία, για τη στοιχειοθέτηση της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης δια της χορήγησης εκπτώσεων επίτευξης στόχου δεν απαιτείται η απόδειξη πραγματικών ή άμεσων αποτελεσμάτων αποκλεισμού πραγματικών ή δυνητικών ανταγωνιστών, τα οποία να έχουν ήδη επέλθει στην οικεία αγορά, αλλά αρκεί η απόδειξη δυνητικού αποτελέσματος αποκλεισμού λόγω της εφαρμοζόμενης πρακτικής<sup>396</sup>. Συναφώς, εφόσον αποδειχθεί ότι το εν λόγω σύστημα εκπτώσεων κατατείνει στον περιορισμό του ανταγωνισμού, μέσω της στεγανοποίησης της αγοράς και του αποκλεισμού των ανταγωνιστών, δεν απαιτείται να εξετασθεί εάν επέρχεται άμεση βλάβη στον καταναλωτή, διότι οι σχετικές διατάξεις αποβλέπουν στην προστασία της δομής της οικείας αγοράς εν γένει από τεχνητές στρεβλώσεις, προστατεύοντας έτσι

<sup>392</sup> Βλ. απόφαση ΓενΔΕΕ T-203/01 Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), σκ. 111.

<sup>393</sup> Βλ. απόφαση της Επιτροπής E-1/38113/ Prokent-Tomra, σκ. 180, 240. Η απόφαση της Επιτροπής επικυρώθηκε από την απόφαση του ΓενΔΕΕ T- 155/06 Tomra Systems ASA κατά Επιτροπής, σκ. 263.

<sup>394</sup> Βλ. απόφαση ΔΕΕ C- 322/81 Michelin I κατά Επιτροπής, σκ. 85, ΓενΔΕΕ T-203/01 Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), σκ. 110.

<sup>395</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕφΑθ 2458/2017, σκ. 27, ΕΑ 581/VI/2013, σκ. 296.

<sup>396</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕφΑθ 4055/2017, σκ. 7, ΔΕφΑθ 2458/2017, σκ. 27, ΔΕφΑθ 869/2013 σκ. 35 και 41, ΔΕφΑθ 2265/2010, σκ. 34 και ΔΕφΑθ 2116/2004, σκ. 8 και ΕΑ 581/VI/2013, σκ. 300, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 314, καθώς και ΔΕΕ C-23/14, Post Danmark A/S κατά Konkurrenserådet, (Post Danmark II), σκ. 31, 66-69, ΔΕΚ C-95/04 British Airways plc κατά Επιτροπής, σκ. 68-69, ΓενΔΕΕ T-203/01 Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), σκ. 239, ΓενΔΕΕ T-219/99 British Airways plc κατά Επιτροπής, σκ. 293 και 297, ΓενΔΕΕ T- 155/06, Tomra Systems ASA κατά Επιτροπής, σκ. 289-290.

τα μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα συμφέροντα των καταναλωτών<sup>397</sup>. Εξάλλου, όταν πρόκειται για συμπεριφορές επιχειρήσεων που κατέχουν δεσπόζουσα θέση σε αγορά, στην οποία για το λόγο αυτό η ανταγωνιστική δομή είναι ήδη εξασθενημένη, κάθε πρόσθετος περιορισμός αυτής της ανταγωνιστικής δομής μπορεί να αποτελέσει καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης<sup>398</sup>, επομένως ο βαθμός του δυνητικού αποκλεισμού δεν είναι καταρχήν κρίσιμος για την αξιολόγηση της παράβασης της καταχρηστικής εκμετάλλευσης δεσπόζουσας θέσης. Συναφώς έχει κριθεί νομολογιακά ότι για την αξιολόγηση ενός συστήματος εκπτώσεων δεν είναι κρίσιμο εάν το σύστημα αυτό εφαρμοζόταν στην πλειονότητα των πελατών στην οικεία αγορά<sup>399</sup>.

338. Εξάλλου, επισημαίνεται ότι για τη στοιχειοθέτηση της παράβασης δεν απαιτείται να αποδειχθεί ότι οι επίμαχες παροχές ελήφθησαν στη πράξη. Η εφαρμογή των εκπτώτικών προγραμμάτων αποδεικνύεται από τη συμπερίληψή τους στις συμφωνίες συνεργασίας της δεσπόζουσας επιχείρησης με τους πελάτες της. Η αναγγελία των εκπτώτικών προγραμμάτων και του τρόπου υπολογισμού τους εκ μέρους της δεσπόζουσας επιχείρησης αρκούν ώστε να κριθεί ότι το εκπτώτικό πρόγραμμα εφαρμόστηκε στην πράξη<sup>400</sup>. Συναφώς, έχει κριθεί ότι, όταν μια επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση θέτει όντως σε εφαρμογή μια πρακτική, η οποία έχει ως αποτέλεσμα τον παραμερισμό των ανταγωνιστών της, το γεγονός ότι το αναμενόμενο αποτέλεσμα δεν επετεύχθη δεν αρκεί για να αντικρουσθεί ο χαρακτήρας της πρακτικής ως καταχρηστικής εκμετάλλευσης δεσπόζουσας θέσεως<sup>401</sup>.

339. Ωστόσο, σημειώνεται ότι μια εκπτώτική πολιτική δεν μπορεί να θεωρηθεί καταχρηστική εάν δικαιολογείται αντικειμενικά, διότι στηρίζεται σε οικονομικώς δικαιολογημένο αντιστάθμισμα<sup>402</sup> και εξ αυτού του λόγου συνάδει προς έναν συνήθη ανταγωνισμό με βάση τις παροχές των επιχειρήσεων. Το σχετικό βάρος φέρει, πάντως, η επιχείρηση που την εφαρμόζει. Η δε αντικειμενική δικαιολόγηση μιας καθ' υπόθεση καταχρηστικής εκπτώτικής πρακτικής προϋποθέτει την απόδειξη, βάσει μετρήσιμων και επαληθεύσιμων στοιχείων, ότι τα οφέλη που προκύπτουν από άποψη αποτελεσματικότητας για την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση εξαρτώνται ευθέως από την εφαρμογή της συγκεκρι-

μένης πρακτικής<sup>403</sup>, καθώς και ότι αυτή δεν υπερβαίνει το αναγκαίο μέτρο για την επίτευξη ενός νομίμως επιδιωκόμενου σκοπού, κατά τρόπο ώστε τα τυχόν οφέλη αποτελεσματικότητας που απορρέουν από τις εκπτώσεις να αντισταθμίζουν τους δυνητικούς ή πραγματικούς κινδύνους για τον ανταγωνισμό από την εφαρμογή τους (αρχή της αναλογικότητας)<sup>404</sup>. Σημειώτεον ότι αναφορικά με αναδρομικές εξατομικευμένες εκπτώσεις επίτευξης στόχου ουδέποτε έχουν γίνει δεκτά από τη νομολογία επιχειρήματα αντικειμενικής δικαιολόγησης εν γένει, λαμβανομένης πάντα υπόψη της ιδιαίτερης ευθύνης που φέρει η δεσπόζουσα επιχείρηση να μην παρεμποδίζει τη λειτουργία του ανταγωνισμού<sup>405</sup>.

#### 5.15.7. ΥΠΑΓΩΓΗ ΤΩΝ ΕΚΠΤΩΣΕΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΤΑ ΑΝΩΤΕΡΩ

340. Υπό το πρίσμα των ανωτέρω εξετάζεται λεπτομερώς αμέσως κατωτέρω η εκπτώτική πολιτική επίτευξης στόχων πωλήσεων που εφαρμόσε η καταγγελλόμενη βάσει των στοιχείων του φακέλου σχετικά με τα προβλεπόμενα κριτήρια χορήγησης της επίμαχης έκπτωσης (αναδρομικός χαρακτήρας, περίοδος αναφοράς, βάση υπολογισμού της έκπτωσης κ.τ.λ.) σε συνδυασμό και με το σύνολο των περιστάσεων εντός των οποίων λειτουργήσε, όπως τη δομή της σχετικής αγοράς, τη θέση που έχει σε αυτή η δεσπόζουσα επιχείρηση και οι ανταγωνιστές της, τη δυνατότητα που έχουν οι τελευταίοι να προσφέρουν αντίστοιχες εκπτώσεις, τον αριθμό και το ρόλο των σούπερ μάρκετ προς τα οποία απευθύνεται η εκπτώτική πρακτική, το μέγεθος της επηρεαζόμενης από την εν λόγω πρακτική αγοράς σε σχέση με το σύνολο της αγοράς και τη διάρκεια εφαρμογής των συμφωνιών.

341. Από τα στοιχεία του φακέλου προκύπτει ότι η καταγγελλόμενη προσέφερε εξατομικευμένες και αναδρομικές εκπτώσεις για την επίτευξη στόχου ανάπτυξης αγορών επί τη βάση ετήσιας περιόδου αναφοράς δύναμι συμφωνιών που συνήψε κατά τα έτη 2005-2019 με τις έντεκα από τις δώδεκα αλυσίδες σούπερ μάρκετ, οι οποίες ερωτήθηκαν και διαθέτουν καταστήματα σε όλη τη χώρα (ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ, ΜΑΣΟΥΤΗΣ, ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ, ΠΕΝΤΕ, ΜΕΤΡΟ, ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΠΡΑΚΤΙΚΕΡ και όμιλοι αγορών ΕΛΕΤΑ, ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ, ΕΛΟΜΑΣ και ΣΥΜΜΕΤΡΟΝ), αποτελώντας τη συντριπτική πλειοψηφία των σημείων λιανικής πώλησης.

342. Ειδικότερα, το υπό εξέταση εκπτώτικό πρόγραμμα προβλέπει τη χορήγηση έκπτωσης (άλλοτε μιας και άλλοτε κλιμακούμενης) προς τα σούπερ μάρκετ υπό την προϋπόθεση επίτευξης από μέρους τους είτε απόλυτων μεγεθών είτε ορισμένης ποσοστιαίας αύξησης του τζί-

<sup>397</sup> Βλ. σχετ. απόφαση ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 314 καθώς και ΔΕΚ C-95/04 British Airways plc κατά Επιτροπής, σκ. 106-107.

<sup>398</sup> Βλ. σχετικά ΔΕΕ C-23/14, Post Danmark A/S κατά Konkurrencerådet, (Post Danmark II), σκ. 70-73, ΔΕΚ 85/76 Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής, σκ. 123.

<sup>399</sup> Βλ. σχετικά ΔΕΕ C-23/14, Post Danmark A/S κατά Konkurrencerådet, (Post Danmark II), σκ. 44 και 46.

<sup>400</sup> Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 300 και ΕΑ 434/V/2009 σκ. 42.

<sup>401</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕφΑΘ 869/2013, σκ. 35 καθώς και ΓενΔΕΕ T-219/99 British Airways plc κατά Επιτροπής, σκ. 297.

<sup>402</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 301, ΔΕΕ C-23/14, Post Danmark A/S κατά Konkurrencerådet, (Post Danmark II), σκ. 47, ΔΕΚ C-95/04 P British Airways κατά Επιτροπής, Συλλ. 2007, σελ. I-2331, σκ. 84, ΔΕΚ C-322/81 Michelin I κατά Επιτροπής, Συλλ. 1983, σελ. 3461, σκ. 85, ΔΕΚ C-163/99, Πορτογαλία κατά Επιτροπής, σκ. 52.

<sup>403</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕΕ C-23/14, Post Danmark A/S κατά Konkurrencerådet, (Post Danmark II), σκ. 48, ΠΕΚ T-203/01 Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), σκ. 101 σε συνδ. με 108-109.

<sup>404</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 301, ΔΕΕ C-23/14, Post Danmark A/S κατά Konkurrencerådet, (Post Danmark II), σκ. 49, Προτάσεις Γεν. Εισαγγελέως Κοσμά της 16.5.2000 στην υπόθεση ΔΕΕ C-344/98 Masterfoods v. HB Ice Cream, Συλλ. 2000, σελ. I-11369, σκ. 101 των Προτάσεων που έγιναν αποδεκτές από το ΔΕΕ, ΣτΕ 3265/2011.

<sup>405</sup> Βλ. σχετικά απόφαση ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 302, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 313, ΔΕφΑΘ 2116/2004, σκ. 13 καθώς και ΔΕΚ C-322/81 Michelin I κατά Επιτροπής, Συλλ. 1983, σελ. 3461, σκ. 85.

ρου τους σε προϊόντα της ελεγχόμενης κατά τη διάρκεια ετήσιας περιόδου αναφοράς σε σύγκριση με τις αγορές που έκαστο εξ αυτών πραγματοποίησε κατά την προηγούμενη ετήσια περίοδο<sup>406</sup>.

343. Περαιτέρω, τα ακριβή ποσοστά έκπτωσης, τα οποία «αντάμειβαν» συγκεκριμένα ποσά ή ποσοστά ανάπτυξης τζίρου, καθώς και οι στόχοι που ετίθεντο διαφοροποιούνται καθ' όλη τη διάρκεια του επίμαχου χρονικού διαστήματος τόσο για τον ίδιο πελάτη από περίοδο σε περίοδο όσο και σε σχέση με τους πελάτες μεταξύ τους κατά την ίδια περίοδο. Ακόμη όμως και όταν τα ποσοστά της έκπτωσης που προβλέπονται για διαφορετικούς πελάτες εμφανίζονται καταρχήν όμοια για κάποιο έτος, το υπό εξέταση εκπαιδευτικό πρόγραμμα συνεπάγεται τελείως διαφορετικά ποσά έκπτωσης για κάθε πελάτη, καθώς η βάση υπολογισμού της έκπτωσης (ήτοι ο κύκλος εργασιών που πραγματοποιεί σε ετήσια περίοδο κάθε αλυσίδα σούπερ μάρκετ στα προϊόντα τα οποία καλύπτονται από την εν λόγω έκπτωση) διαφοροποιείται σαφώς σε απόλυτα ποσά ανά σούπερ μάρκετ. Ως εκ τούτου, καθίσταται σαφές ότι πρόκειται για ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα με έντονα εξατομικευμένο χαρακτήρα.

344. Όπως, δε, καταδείχθηκε ανωτέρω, στη μεγάλη πλειοψηφία των περιπτώσεων οι χορηγούμενες εκπτώσεις είναι αναδρομικές υπό την έννοια ότι υπολογίζονται επί του συνόλου του πραγματοποιηθέντος εντός της ετήσιας περιόδου αναφοράς τζίρου (και όχι επί του υπερβάλλοντος, ήτοι επί του τζίρου που ξεπερνούσε τον εκάστοτε τεθέντα στόχο), γεγονός που δημιουργεί αφεαυτού ισχυρό κίνητρο στα σούπερ μάρκετ να πραγματοποιούν ολοένα αυξανόμενες αγορές, προκειμένου είτε να λάβουν το όφελος (στις περιπτώσεις που προβλέπεται μια κλίμακα) είτε να υπερβούν τα προβλεπόμενα επιμέρους κατώφλια και να ανελιχθούν σε ανώτερη κλίμακα έκπτωσης (στις περιπτώσεις που προβλέπεται προοδευτική κλιμάκωση της έκπτωσης). Συνεπώς, τα προσδοκώμενα οικονομικά οφέλη για τα σούπερ μάρκετ είναι μεγάλα, καθώς ακόμη και ένα μικρό ποσοστό έκπτωσης αντανakλά σημαντικά στο περιθώριο κέρδους από τις συνολικές αγορές τους που πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια όλου του έτους σε προϊόντα που καλύπτονται από την έκπτωση. Είναι δε προφανές ότι σε αυτό μπορεί να συμβάλει ακόμη και μια τελευταία παραγγελία, με αποτέλεσμα να επιδεινώνεται η ασκούμενη πίεση προς τα σούπερ μάρκετ, ιδίως όσο πλησιάζει το τέλος της περιόδου αναφοράς.

345. Συναφώς με τα προαναφερόμενα, σημειώνεται ότι η ετήσια περίοδος αναφοράς είναι σχετικά μεγάλη, λαμβανομένου υπόψη του ύψους συνολικών αγορών και των πολλαπλών παραγγελιών προϊόντων που πραγματοποιούνται εντός αυτής, με αποτέλεσμα η οικονομική βάση για τον υπολογισμό της επίμαχης (και δη αναδρομικής κατά τα ανωτέρω) έκπτωσης να είναι ιδιαίτερα ευρεία.

<sup>406</sup> Με εξαίρεση την περίπτωση των ομίλων αγορών ΕΛ.ΕΤ.Α. και Ελληνική Διατροφή COOP, ως προς τους οποίους έτος βάσης υπολογισμού του στόχου για το 2005 είναι ο τζίρος του 2003. Ωστόσο, και σε αυτή την περίπτωση μέτρο σύγκρισης είναι ο κύκλος εργασιών μίας προγενέστερης ετήσιας περιόδου.

346. Λαμβάνεται, επίσης, υπόψη ότι το ποσοστό της προβλεπόμενης έκπτωσης δεν αυξάνεται σε συνάρτηση με τον όγκο αγορών στις οποίες προβαίνουν οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ, αλλά στη βάση της βελτίωσης του επιπέδου των αγορών που πραγματοποιεί η κάθε αλυσίδα εντός της ετήσιας περιόδου αναφοράς σε σχέση με όσες πραγματοποίησε κατά το προηγούμενο έτος. Αυτός ο εξατομικευμένος χαρακτήρας σε συνδυασμό με την αναδρομικότητα καταδεικνύει ότι η λογική του υπό εξέταση εκπαιδευτικού προγράμματος δεν είναι η αντικειμενικά δικαιολογημένη ανταμοιβή των πελατών της RESOUL με ένα συμφωνημένο ποσοστό έκπτωσης για τα κέρδη που πραγματοποίησε λόγω αύξησης των πωλήσεων της, αλλά η πρόσδεση των πελατών της σε ένα σπινάλ ανάπτυξης των αγορών τους σε προϊόντα που διακινεί, ειδικά σχεδιασμένο για κάθε πελάτη με βάση τις εξατομικευμένες δυνατότητες και την απορροφητική ικανότητα ενός εκάστου. Μάλιστα χάρη στη συμβατική πρόβλεψη που υπήρχε στις συμβάσεις της με τους χονδρεμπόρους περί αποστολής αναλυτικών οικονομικών στοιχείων, η καταγγελλόμενη είχε τη δυνατότητα να παρακολουθεί στενά τις αγορές των σούπερ μάρκετ, γεγονός που τη διευκόλυνε να θέσει το εξατομικευμένο επιδιωκόμενο όριο εφαρμογής του εκπαιδευτικού προγράμματος σε επίπεδο που θα ήταν επιτεύξιμο και θα τους δυσκόλευε να αλλάξουν προμηθευτή, ισχυροποιώντας στο έπακρο τους δεσμούς μαζί τους.

347. Περαιτέρω, σταθμίζεται το γεγονός ότι η RESOUL κατέχει υπερδεσπόζουσα θέση στην οικεία αγορά και ότι κανείς ανταγωνιστής της δεν είναι σε θέση να προσφέρει αντίστοιχες εκπτώσεις, διότι [...]. Επίσης, η RESOUL [...]. Συνεπώς, οι ανταγωνιστές της [...].

348. Επιπλέον, επισημαίνεται ότι το ελεγχόμενο εκπαιδευτικό πρόγραμμα συνολογλήθηκε με τη συντριπτική πλειοψηφία των αλυσίδων σούπερ μάρκετ, που αποτελούν αδιαμφισβήτητα για τις προμηθεύτριες εταιρίες τον πλέον σημαντικό δίαυλο διανομής των προϊόντων τους προς τελικούς καταναλωτές, διότι αποτελούν την πλειονότητα των τελικών σημείων λιανικής πώλησης. [...]. Μεταξύ αυτών, περιλαμβάνονται όλοι οι μεγάλοι όμιλοι σούπερ μάρκετ, οι οποίοι διαθέτουν καταστήματα με παρουσία σε ολόκληρη την ελληνική επικράτεια και είναι για τον λόγο αυτό πελάτες στρατηγικής σημασίας για την καταγγελλόμενη αλλά και τους ανταγωνιστές της. Το γεγονός, συνεπώς, ότι το υπό κρίση σύστημα εκπτώσεων καλύπτει το μείζον τμήμα της πελατείας της ελεγχόμενης στην αγορά αποτελεί χρήσιμη ένδειξη για τη σημασία της σχετικής πρακτικής και τον αντίκτυπό της στην αγορά, καθώς ενισχύει την πιθανότητα ύπαρξης επιζήμιου για τον ανταγωνισμό εκτοπιστικού αποτελέσματος.

349. Ένδειξη ότι η υπό εξέταση πρακτική είναι ικανή να επιφέρει αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα αποτελεί και το δεσμευμένο δυνάμει αυτής ποσοστό των συνολικών πωλήσεων που επηρεάστηκε, το οποίο για το χρονικό διάστημα 2008-2014 ανέρχεται σε ποσοστά από σχεδόν [...] % έως [...] % και δη υπό τους μετριοπαθέστερους υπολογισμούς.

350. Συνεκτιμάται το γεγονός ότι οι επίμαχες εκπτώσεις δε λειτουργούσαν αυτοτελώς, αλλά εφαρμοζόταν

παράλληλα με μία σωρεία άλλων εκπτώσεων, οι οποίες προβλέπονται στις συμφωνίες της RESOUL με τα σούπερ μάρκετ, ανεξαρτήτως του εάν αυτές είναι καταχρηστικές ή όχι, καθώς το ανωτέρω «πλέγμα» εκπτώσεων συμβάλει στην ενίσχυση του καταχρηστικού χαρακτήρα του υπό κρίση προγράμματος και στον εγκλωβισμό των πελατών της.

351. Παράλληλα, οι ως άνω περιγραφόμενες εκπτώσεις στόχου κρίνονται καταχρηστικές, επιπλέον γιατί οδηγούν σε εφαρμογή άνισων όρων για ισοδύναμες παροχές. Ειδικότερα, λόγω του ότι ο τιθέμενος για κάθε σούπερ μάρκετ στόχος διέφερε, το επίμαχο πρόγραμμα οδηγούσε στη χορήγηση διαφορετικών ποσοστών έκπτωσης για το ίδιο ύψος αγορών από διαφορετικά σούπερ μάρκετ ή ακόμη και στον καθ' ολοκληρίαν αποκλεισμό ενός σούπερ μάρκετ από την έκπτωση και τη χορήγησή της σε άλλο για το ίδιο ύψος αγορών, σε περίπτωση που το πρώτο δεν είχε επιτύχει τον τεθέντα στόχο. Συνεπώς, η χορήγηση των υπό εξέταση εκπτώσεων παραβιάζει την παρ. 2 στ. γ του άρθρου 2 του ν. 3959/2011, καθώς και το εδάφιο β στ. γ του άρθρου 102 της ΣΛΕΕ.

352. Υπό το φως των όσων προεκτέθηκαν, η εφαρμογή του εν λόγω εκπτωτικού προγράμματος, λαμβανομένων υπόψη των ανωτέρω ιδιαίτερων χαρακτηριστικών και των κριτηρίων χορήγησής του, αλλά και του συνόλου των περιστάσεων εντός των οποίων εφαρμόζονταν εκτιμάται ότι λειτουργούσε ως εργαλείο οικοδόμησης κύκλου πιστών πελατών ή, με άλλους όρους, ότι έτεινε, άλλως ήταν ικανό, να δημιουργήσει δεσμούς εξάρτησης των σούπερ μάρκετ με την καταγγελλόμενη και να περιορίσει όσο το δυνατόν περισσότερο τον εφοδιασμό τους από ανταγωνιστές της στην οικεία αγορά, επιφέροντας επιζήμιο για τον ανταγωνισμό αποτέλεσμα αποκλεισμού στην αγορά αυτή.

353. Ως εκ τούτου, παραβιάζει το άρθρο 2 του ν. 3959/2011, καθώς και το άρθρο 102 της ΣΛΕΕ.

#### 5.16. Η ΧΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΩΝ ΠΑΡΑΒΑΣΕΩΝ

354. Από το σύνολο των στοιχείων του φακέλου προκύπτει ότι οι παραβάσεις των άρθρων 1 και 2 του ν. 3959/2011 και 101 και 102 ΣΛΕΕ στη σχέση της καταγγελλόμενης με τους χονδρεμπόρους / διανομείς της, εντοπίζονται την περίοδο 2008 έως και 2012. Τούτο σημαίνει ότι ο χρόνος έναρξης της παλαιότερης σύμβασης του 2008 ταυτίζεται με τον χρόνο έναρξης των παραβατικών πρακτικών που εντοπίστηκαν και αντίστοιχα ο απώτερος χρόνος λήξης των συμβάσεων του 2012, ταυτίζεται με τον χρόνο λήξης των παραβατικών πρακτικών που εντοπίστηκαν. Από τις συμβάσεις που τέθηκαν υπόψη της Επιτροπής για το έτος 2008, όλες έχουν ως ημερομηνία υπογραφής και έναρξης ισχύος την 16.5.2008, πλην μίας σύμβασης η οποία υπεγράφη και τέθηκε σε ισχύ μεταγενέστερα<sup>407</sup>. Συνακόλουθα η 16.5.2008 λαμβάνεται ως ο χρόνος έναρξης των παραβατικών πρακτικών που εντοπίστηκαν. Περαιτέρω οι συμβάσεις του 2012, που τέθηκαν υπόψη της Επιτροπής, ανεξαρτήτως της συμβατικής τους διάρκειας, η οποία σε ορισμένες περιπτώσεις εκτείνεται χρονικά και στο

<sup>407</sup> Πρόκειται για τη συνημμένη στην υπ' αρ. 63/4.1.2017 επιστολή της RESOUL σύμβαση μεταξύ της RESOUL Α.Ε. και [...].

2013, φαίνονται να έληξαν την 31.12.2012, δεδομένου ότι για όλες τις εν λόγω συμβάσεις, προσκομίσθηκαν στην Υπηρεσία νεώτερες συμβάσεις του 2013, οι οποίες προέβλεπαν την αναδρομική ισχύ τους από 1.1.2013. Συνεπώς η 31.12.2012 λαμβάνεται ως ο χρόνος λήξης των παραβατικών πρακτικών που εντοπίστηκαν.

355. Αντίστοιχα, η παράβαση των άρθρων 2 του ν. 3959/2011 και 102 της ΣΛΕΕ στη σχέση της καταγγελλόμενης με τα σούπερ μάρκετ καταλαμβάνει την περίοδο 2005 έως και 2019 και ειδικότερα το διάστημα 1.1.2005-31.12.2019, ήτοι το διάστημα ισχύος των επιμέρους συμβάσεων με κάθε σούπερ μάρκετ που περιλάμβαναν όρους για παροχή εκπτώσεων στόχου σύμφωνα με τα προαναφερθέντα.

#### VI ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΠΙΒΟΛΗ ΚΥΡΩΣΕΩΝ

##### VI.1 ΕΦΑΡΜΟΣΤΕΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΙΣ ΚΥΡΩΣΕΙΣ

356. Σύμφωνα με την παρ. 1 του άρθρου 25 του ν. 3959/2011 (προϊσχύσαν παρ. 1 του άρθρου 9 του ν. 703/1977), εφόσον η ΕΑ μετά από σχετική έρευνα που διεξάγεται διαπιστώσει παράβαση των άρθρων 1 του ν. 3959/2011 ή/και 101 της ΣΛΕΕ, καθώς και των άρθρων 2 του ν. 3959/2011 ή/και 102 της ΣΛΕΕ, μπορεί με απόφασή της αφενός να υποχρεώσει τις επιχειρήσεις ή ενώσεις επιχειρήσεων που υπέπεσαν στην παράβαση να παύσουν αυτή και να την παραλείπουν στο μέλλον και αφετέρου να επιβάλει πρόστιμο σε αυτές.

357. Περαιτέρω, βάσει της περ. α της παρ. 2 του άρθρου 25 του ως άνω νόμου το επιβαλλόμενο πρόστιμο μπορεί να ανέλθει μέχρι ποσοστού 10% του συνολικού κύκλου εργασιών της επιχείρησης της χρήσης κατά την οποία έπαυσε η παράβαση ή, αν αυτή συνεχίζεται μέχρι την έκδοση της απόφασης, της προηγούμενης της έκδοσης της απόφασης χρήσης<sup>408</sup>. Η εν λόγω διάταξη, που προβλέπει χαμηλότερο ανώτατο ύψος προστίμου σε σχέση με την προϊσχύσασα αντίστοιχη διάταξη του ν. 703/1977 (προϊσχύσαν παρ. 2 του άρθρου 9 του ν. 703/1977), συνιστά ευνοϊκότερη για τα εμπλεκόμενα μέρη διάταξη και, ως εκ τούτου, είναι πάντα εφαρμοστέα έναντι της προϊσχύσασας διάταξης.

##### VI.2 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΥ ΤΟΥ ΥΨΟΥΣ ΤΟΥ ΠΡΟΣΤΙΜΟΥ

358. Σύμφωνα με το άρθρο 25 παρ. 2 υπό στ. α του ν. 3959/2011, για τον καθορισμό του προστίμου λαμβάνονται υπόψη η σοβαρότητα, η διάρκεια, η γεωγραφική έκταση της παράβασης, η διάρκεια και το είδος της συμ-

<sup>408</sup> Βλ. σχετικά και ΣτΕ 2007/2013, σκ. 28 (όπου και παραπομπές σε αντίστοιχη ενωσιακή νομολογία): το μέγιστο του επιβαλλόμενου προστίμου, το οποίο σκοπεύει όχι μόνο να κολάσει τις παράνομες πράξεις των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων, αλλά και να αποτρέψει τόσο τις εν λόγω επιχειρήσεις, όσο και άλλους επιχειρηματίες, από τη μελλοντική παράβαση των κανόνων του δικαίου του ανταγωνισμού, ορίζεται με βάση τα συνολικά ακαθάριστα έσοδα της επιχείρησης. Ο συνολικός αυτός κύκλος εργασιών αποτελεί ένδειξη, έστω κατά προσέγγιση και ατελή, του μεγέθους και της οικονομικής ισχύος της επιχείρησης, στοιχείων που νομίμως λαμβάνονται υπόψη για την εκτίμηση της σοβαρότητας της παράβασης. Επιπλέον, τα εν λόγω στοιχεία σχετίζονται με την ανάγκη διασφάλισης της αποτελεσματικότητας και της επαρκούς αποτρεπτικότητας του προστίμου, η οποία λαμβάνεται υπόψη για τον προσδιορισμό του ύψους αυτού.

μετοχής στην παράβαση της συγκεκριμένης επιχείρησης, καθώς και το οικονομικό όφελος που αυτή αποκόμισε. Η εν λόγω διάταξη είναι κατ' ουσίαν αντίστοιχη με την προϊσχύσασα του ν. 703/1977 (παρ. 2 του άρθρου 9)<sup>409</sup>.

359. Σύμφωνα με την από 12.5.2006 Ανακοίνωση της ΕΑ<sup>410</sup> αναφορικά με τις κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό των προστίμων, η ΕΑ «... καθορίζει ένα βασικό ποσό προστίμου για κάθε επιχείρηση ή ένωση επιχειρήσεων σε συνάρτηση με τη σοβαρότητα και τη διάρκεια της παράβασης ... εφόσον το κρίνει σκόπιμο, προσαυξάνει ή μειώνει το βασικό ποσό, ανάλογα με το εάν συντρέχουν αντίστοιχα επιβαρυντικές ή ελαφρυντικές περιστάσεις»<sup>411</sup>. Συνεπώς, κριτήρια καθορισμού του βασικού ποσού του προστίμου αποτελούν η σοβαρότητα και η διάρκεια της διαπιστωθείσας παράβασης. Ειδικότερα το βασικό ποσό του προστίμου προκύπτει ως εξής: α) ορίζεται ποσοστό μέχρι 30% επί των ετήσιων ακαθάριστων εσόδων της επιχείρησης από προϊόντα ή υπηρεσίες που αφορά η παράβαση με κριτήριο τη σοβαρότητά της και β) το ποσοστό αυτό υπολογίζεται επί των ετήσιων ως άνω εσόδων για κάθε έτος της παράβασης αθροιστικά<sup>412</sup>.

360. Σύμφωνα με την Ανακοίνωση της ΕΑ της 17.7.2009<sup>413</sup> αναφορικά με το εύρος των ακαθάριστων εσόδων που χρησιμοποιούνται ως βάση για τον υπολογισμό του προστίμου, η ΕΑ λαμβάνει κάθε φορά υπόψη το σύνολο των ακαθάριστων εσόδων της επιχείρησης στη σχετική/-ές αγορά/-ές προϊόντων που αφορά η διαπιστωθείσα παράβαση<sup>414</sup>. Και τούτο, διότι η σχετική αγορά προϊόντων αποτελεί συνήθως ασφαλές κριτήριο για τον

<sup>409</sup> Σημειωτέον ότι η παρ. 2α του άρθρου 25 του ν. 3959/2011 προβλέπει ρητώς κάποια επιπλέον κριτήρια υπολογισμού του προστίμου σε σχέση με την προγενέστερη αντίστοιχη διάταξη του ν. 703/1977. Ωστόσο, η ΕΑ λάμβανε ούτως ή άλλως υπόψη της τα κριτήρια αυτά και υπό το προγενέστερο νομοθετικό καθεστώς στο πλαίσιο της από 12.05.2006 Ανακοίνωσης - Κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό των προστίμων που επιβάλλονται δυνάμει του άρθρου 9 του ν. 703/1977, όπως ισχύει.

<sup>410</sup> Ανακοίνωση - Κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό των προστίμων που επιβάλλονται δυνάμει του άρθρου 9 του ν. 703/1977, όπως ισχύει.

<sup>411</sup> Βλ. παρ. 6-7.

<sup>412</sup> Βλ. από 12.05.2006 Ανακοίνωση ΕΑ - Κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό των προστίμων που επιβάλλονται δυνάμει του άρθρου 9 του ν. 703/1977, όπως ισχύει, παρ. 8.

<sup>413</sup> Ανακοίνωση ΕΑ - Ερμηνεία αναφορικά με το εύρος των ακαθάριστων εσόδων από προϊόντα ή υπηρεσίες που καθορίζουν το βασικό ποσό προστίμου σε περίπτωση παράβασης των άρθρων 1, 2 και 2Α του ν. 703/1977 και 81, 82 ΣυνθΕΚ.

<sup>414</sup> Παρομοίως, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή χρησιμοποιεί ως βάση υπολογισμού την αξία των πωλήσεων των προϊόντων ή υπηρεσιών που πραγματοποιήθηκαν από την επιχείρηση, με τις οποίες η παράβαση σχετίζεται άμεσα ή έμμεσα. Ο συνδυασμός της αξίας των πωλήσεων με τις οποίες σχετίζεται άμεσα ή έμμεσα η παράβαση, καθώς και της διάρκειας της παράβασης, θεωρείται ως κατάλληλη βάση υπολογισμού για να προσδιοριστεί η οικονομική σημασία της παράβασης, καθώς και το σχετικό βάρος της συμμετοχής κάθε επιχείρησης σε αυτήν (βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για τη μέθοδο υπολογισμού των προστίμων που επιβάλλονται κατ' εφαρμογή του άρθρου 23 παράγραφος 2 σημείο α) του Κανονισμού (ΕΚ) υπ' αρ. 1/2003, ΕΕ C 210 της 1.9.2006, σελ. 2 έως 5, παρ. 6, 13-15) (εφεξής και «Κατευθυντήριες Γραμμές ΕΕ για τα πρόστιμα»).

προσδιορισμό της αξίας πωλήσεων των προϊόντων που επηρεάζονται άμεσα ή έμμεσα από την παράβαση, ενώ παράλληλα διασφαλίζεται με τον τρόπο αυτό και ο επιδιωκόμενος αποτρεπτικός χαρακτήρας του προστίμου<sup>415</sup>.

361. Προκειμένου να αξιολογηθεί η σοβαρότητα της παράβασης, η ΕΑ λαμβάνει υπόψη ιδίως το είδος της παράβασης, τα αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα που προκλήθηκαν ή απειλήθηκε να προκληθούν στην αγορά, το ειδικό βάρος κάθε επιχείρησης στην παράβαση, το οικονομικό όφελος που αποκόμισαν ή επιδίωξαν οι παραβάτες, την οικονομική δύναμη των εμπλεκόμενων στη σχετική αγορά, καθώς και την έκταση της γεωγραφικής αγοράς<sup>416</sup>. Οι πιο σοβαρές παραβάσεις του ανταγωνισμού, όπως είναι ενδεικτικά οι οριζόντιοι περιορισμοί που αφορούν σε καθορισμό τιμών, η κατανομή αγορών, οι περιορισμοί της παραγωγής, αλλά και ορισμένες καταχρήσεις δεσπόζουσας θέσης, τιμωρούνται αυστηρά και παραδειγματικά<sup>417</sup>.

362. Το βασικό ποσό του προστίμου μπορεί να προσαυξάνεται ή να μειώνεται αναλόγως εάν συντρέχουν επιβαρυντικές ή ελαφρυντικές περιστάσεις αντίστοιχα<sup>418</sup>. Στις επιβαρυντικές περιστάσεις περιλαμβάνεται η άρνηση της εμπλεκόμενης επιχείρησης να συνεργαστεί ή η απόπειρα να παρεμποδίσει τη ΓΔΑ κατά τη διεξαγωγή της έρευνάς της επί της συγκεκριμένης υπόθεσης<sup>419</sup>. Εισημαίνεται ότι, στην περίπτωση που η εμπλεκόμενη επιχείρηση αρνήθηκε να συνεργαστεί ή αποπειράθηκε να παρεμποδίσει τη ΓΔΑ κατά τα προαναφερόμενα ενάποκειται στη διακριτική ευχέρεια της ΕΑ να επιβάλει με απόφασή της αυτοτελώς κυρώσεις για παρεμπόδιση ή δυσχέραση των ερευνών της, βάσει των άρθρων 38 ή 39 του ν. 3959/2011, ή να θεωρήσει το ίδιο αυτό γεγονός ως επιβαρυντική περίπτωση κατά την επιμέτρηση του προστίμου για παράβαση του δικαίου ανταγωνισμού<sup>420</sup>.

<sup>415</sup> Βλ. ενδεικτικά και ΕΑ 642/2017, σκ. 290, ΔΕΑ 2094/2007, σκ. 12.

<sup>416</sup> Βλ. από 12.05.2006 Ανακοίνωση ΕΑ - Κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό των προστίμων που επιβάλλονται δυνάμει του άρθρου 9 του ν. 703/1977, όπως ισχύει, παρ. 10. Ανάλογα προβλέπονται και στις Κατευθυντήριες Γραμμές της ΕΕ για τα πρόστιμα, ό.π., παρ. 19 επ. Συναφώς, και η απόφαση ΕΑ 635/2016, σκ. 380.

<sup>417</sup> Βλ. από 12.5.2006 Ανακοίνωση ΕΑ - Κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό των προστίμων που επιβάλλονται δυνάμει του άρθρου 9 του ν. 703/1977, όπως ισχύει, παρ. 11. Επομένως, όταν πρόκειται για τέτοιου είδους παραβάσεις, το ποσοστό επί των ακαθάριστων εσόδων που αφορούν στην παράβαση θα ορίζεται στα ανώτερα προεκτεθέντα όρια.

<sup>418</sup> Βλ. από 12.5.2006 Ανακοίνωση ΕΑ - Κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό των προστίμων που επιβάλλονται δυνάμει του άρθρου 9 του ν. 703/1977, όπως ισχύει, παρ. 14-15.

<sup>419</sup> Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές για τη μέθοδο υπολογισμού των προστίμων που επιβάλλονται κατ' εφαρμογή του άρθρου 23 παράγραφος 2 σημείο α) του Κανονισμού (ΕΚ) υπ' αρ. 1/2003, (ΕΕ 2006/C 210/02), παρ. 28.

<sup>420</sup> Βλ. απόφαση ΕΑ 642/2017, παρ. 309 με περαιτέρω παραπομπές. Επίσης βλ. ενδεικτικά απόφαση ΓενΔΕΕ της 24.3.2011, T-384/06, IBP και International Building Products France κατά Επιτροπής, σκ. 109, απόφαση ΠΕΚ της 29.04.2004, T-236, 239, 244-246, 251, 252/01, Tokai Carbon κ.λπ. κατά Επιτροπής, σκ. 312-314, καθώς και απόφαση ΔΕΚ της 29.6.2006, C-308/04 P, SGL Carbon κατά Επιτροπής, σκ. 64. Σε περίπτωση που γίνει δεκτός ο ένας χαρακτηρισμός αποκλείεται η δυνατότητα να γίνει ταυτόχρονα δεκτός και ο άλλος σε σχέση με την ίδια συμπεριφορά.



Μορφή άρνησης συνεργασίας συνιστά, επιπλέον της άρνησης χορήγησης των αιτηθέντων πληροφοριών, και η παροχή ελλιπών ή παραπλανητικών πληροφοριών<sup>421</sup>.

363. Το τελικό ποσό του προστίμου, το οποίο προκύπτει κατόπιν της προσαύξησης ή της μείωσης του βασικού ποσού του προστίμου, δεν μπορεί να υπερβαίνει το προαναφερόμενο ποσοστό του 10% του συνολικού κύκλου εργασιών που ορίζει το άρθρο 25 του ν. 3959/2011. Δηλαδή, προσδιορίζεται με γνώμονα την αρχή της αναλογικότητας ένα ανώτατο ποσοτικό όριο, που το τελικώς επιβαλλόμενο από την ΕΑ πρόστιμο δεν επιτρέπεται να υπερβεί ανεξαρτήτως των ενδιάμεσων πράξεων υπολογισμού<sup>422</sup>. Ανάλογες διατάξεις ισχύουν και στο ενωσιακό δίκαιο<sup>423</sup>.

364. Σημειώνεται ότι, η ΕΑ δύναται να αποκλίνει από τη γενική μέθοδο υπολογισμού του προστίμου που προβλέπεται στη σχετική Ανακοίνωση της 12.5.2006, όταν οι ιδιαιτερότητες ορισμένης υπόθεσης το υπαγορεύουν<sup>424</sup>. Συναφώς, είναι επιτρεπτός ο κατ' αυτοδέσμευση της διοίκησης προσδιορισμός από αυτήν των κριτηρίων που σκοπεύει να εφαρμόσει στο πλαίσιο άσκησης της διακριτικής της εξουσίας. Στην ΕΑ εναπόκειται να ακολουθήσει τη μέθοδο υπολογισμού του ύψους του προστίμου, με την οποία αυτοδεσμεύτηκε, ενώ επιτρέπεται η απόκλιση από τα ούτως θεθέντα κριτήρια, λόγω συντρέχουσών ιδιαίτερων περιστάσεων σε συγκεκριμένη περίπτωση (είτε προς αυστηρότερη είτε προς ηπιότερη κατεύθυνση) - απόκλιση, ωστόσο, που θα πρέπει να δικαιολογείται ειδικώς<sup>425</sup>.

365. Κατά την άσκηση της ανωτέρω αρμοδιότητάς της, η ΕΑ έχει ευρεία διακριτική ευχέρεια (εντός του κατά το νόμο ανώτατου ορίου) για τη συγκεκριμενοποίηση του εκάστοτε επιβληθησόμενου προστίμου, προκειμένου να διασφαλίζεται με επάρκεια το επιδιωκόμενο αποτρεπτικό αποτέλεσμα, τηρουμένης πάντα της αρχής της αναλογικότητας. Η αποτελεσματική εφαρμογή των ενωσιακών κανόνων ανταγωνισμού προϋποθέτει ότι η εκάστοτε αρχή ανταγωνισμού μπορεί οποτεδήποτε να προσαρμόζει το ύψος των προστίμων στις ανάγκες της πολιτικής αυτής<sup>426</sup>. Επιπλέον, έχει κριθεί ότι δεν υφίσταται παράβαση των αρχών της δικαιολογημένης εμπιστοσύνης

<sup>421</sup> Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΓενΔΕΕ της 24.3.2011, T-384/06, IBP και International Building Products France κατά Επιτροπής, σκ. 112.

<sup>422</sup> Βλ. σχετικά ΕΑ 642/2017 (Διαγωνισμοί δημοπράτησης δημοσίων έργων), σκ. 279 και την εκεί παρατιθέμενη νομολογία.

<sup>423</sup> Βλ. Κανονισμό (ΕΚ) 1/2003, άρθρο 5 αναφορικά με τις εξουσίες των αρχών ανταγωνισμού των κρατών - μελών για την επιβολή προστίμων, καθώς και άρθρο 23 αναφορικά με τις αντίστοιχες εξουσίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

<sup>424</sup> Βλ. από 12.5.2006 Ανακοίνωση ΕΑ - Κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό των προστίμων που επιβάλλονται δυνάμει του άρθρου 9 του ν. 703/1977, όπως ισχύει, παρ. 21, ΕΑ 644/2017, σκ. 238, με περαιτέρω παραπομπές σε νομολογία.

<sup>425</sup> Βλ. ΕΑ 580/VII/2013, σκ. 168 και ΕΑ 622/2015, σκ. 365, ΕΑ 644/2017, σκ. 238, με περαιτέρω παραπομπές σε νομολογία. Βλ. και ΣΤΕ 2007/2013, σκ. 29 καθώς και ΔΕφΑΘ 2458/2017, σκ. 34, ΔΕφΑΘ 869/2013, σκ. 43, ΔΕφΑΘ 2265/2010, σκ. 46, ΔΕφΑΘ 559/2010, σκ. 26 και ΔΕφΑΘ 2891/2009, σκ. 29, όπου και σχετικές παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία.

<sup>426</sup> Βλ. ΕΑ 580/VII/2013, σκ. 169 και ΕΑ 622/2015, σκ. 366, ΕΑ 644/2017, σκ. 239, με περαιτέρω παραπομπές σε νομολογία.

και της μη αναδρομικότητας, είτε α) όταν η αρχή ανταγωνισμού μέσω κατευθυντήριων γραμμών αποφασίζει να κινηθεί σε αυστηρότερο σε σχέση με το παρελθόν πλαίσιο, είτε β) όταν πράττει τούτο επί ατομικής βάσης (ήτοι σε σύγκριση προς άλλες ατομικές περιπτώσεις)<sup>427</sup>.

366. Συναφώς, επισημαίνεται ότι το πρόστιμο πρέπει αφενός να επιβάλλεται ως κύρωση για ορισμένη παράβαση (ειδικό αποτρεπτικό αποτέλεσμα) και αφετέρου να συντελεί στην αποτροπή των επιχειρήσεων από την επανάληψη παρόμοιων αντιανταγωνιστικών συμπεριφορών στο μέλλον (γενικό αποτρεπτικό αποτέλεσμα). Η ανάγκη εξασφάλισης του αρκούντως αποτρεπτικού χαρακτήρα του προστίμου επιβάλλει την κατάλληλη προσαρμογή του ύψους του, ώστε να λαμβάνεται υπόψη ο επιδιωκόμενος αντίκτυπος στην επιχείρηση στην οποία επιβάλλεται το εν λόγω πρόστιμο, τούτο δε, προκειμένου το πρόστιμο αυτό να μην είναι αμελητέο ή αντιθέτως υπερβολικά υψηλό, ιδίως σε σχέση με την οικονομική δυνατότητα της επιχείρησης, σύμφωνα με τις επιταγές αφενός της εξασφάλισης της αποτελεσματικότητας του προστίμου και αφετέρου της τήρησης της αρχής της αναλογικότητας<sup>428</sup>.

367. Σημειώνεται ότι, σύμφωνα με τη νομολογία των διοικητικών δικαστηρίων, οι παραβάσεις των διατάξεων των άρθρων 2 του ν. 3959/2011 και 102 της ΣΛΕΕ είναι διακριτές από εκείνες των άρθρων 1 του ν. 3959/2011 και 101 της ΣΛΕΕ, περαιτέρω δεν απορροφώνται οι πρώτες από τις δεύτερες και επιβάλλεται διαφορετικό πρόστιμο για κάθε μία παράβαση. Και τούτο, δεδομένου ιδίως ότι η στοιχειοθέτησή τους βασίζεται σε διαφορετικές προϋποθέσεις, σε διαφορετικές διατάξεις του νόμου και η επιβολή κύρωσης για κάθε είδος από τις παραβάσεις αυτές αποβλέπει σε διαφορετικό σκοπό<sup>429</sup>. Συνακόλουθα, για τις παραβάσεις των άρθρων 2 του ν. 3959/2011 και 102 της ΣΛΕΕ νομίμως επιβάλλεται ενιαίο πρόστιμο, αφού αποτελούν κατ' ουσίαν την ίδια παράβαση (καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης) που βασίζεται σε ίδιες προϋποθέσεις και η επιβολή κύρωσης για καθεμία από αυτές αποβλέπει στον ίδιο σκοπό. Το ίδιο ισχύει, αντιστοίχως, και για τις παραβάσεις των άρθρων 1 του ν. 3959/2011 και 101 της ΣΛΕΕ αναφορικά με απαγορευμένες συμπράξεις.

368. Ωστόσο, πρέπει να επισημανθεί ότι, βάσει της ενωσιακής νομολογίας η αρχή της αναλογικότητας επιτάσσει να μην υπερβαίνουν οι πράξεις των οργάνων της Ένωσης το πρόσφορο και αναγκαίο μέτρο για την επίτευξη των θεμιτών σκοπών που επιδιώκει η σχετική ρύθμιση, το οποίο σημαίνει ότι, όταν υφίσταται δυνατότητα επιλογής μεταξύ περισσότερων του ενός πρόσφορων μέτρων, πρέπει να επιλέγεται το λιγότερο επαχθές και ότι τα μειονεκτήματα που προκαλούνται δεν πρέπει να είναι υπέρμετρα σε σχέση με τους επιδιωκόμενους

<sup>427</sup> Βλ. ΕΑ 644/2017, σκ. 239, με περαιτέρω παραπομπές σε νομολογία.

<sup>428</sup> Βλ. ΓενΔΕΕ T-352/09, Novácke chemické závody a.s., της 12.12.2012, σκ. 46 και την εκεί παρατιθέμενη νομολογία.

<sup>429</sup> Βλ. ενδεικτικά ΔΕφΑΘ 2265/2010, σκ. 40 και 44, καθώς και νομολογία του ΣΤΕ και του ΔΕφΑΘ στην οποία παραπέμπει.

σκοπούς<sup>430</sup>. Συνεπώς, τα πρόστιμα δεν πρέπει να είναι υπέρμετρα σε σχέση με τους επιδιωκόμενους σκοπούς, ήτοι σε σχέση με την τήρηση των κανόνων περί ανταγωνισμού, και το ποσό του επιβαλλόμενου σε μια επιχείρηση προστίμου για παράβαση σε υπόθεση ανταγωνισμού πρέπει να είναι ανάλογο με την παράβαση, εκτιμώμενη στο σύνολό της, λαμβάνοντας υπόψη ειδικότερα τη σοβαρότητα της παράβασης αυτής.

369. Περαιτέρω, όταν δύο πρόστιμα επιβάλλονται από την ίδια αρχή ανταγωνισμού με μία απόφαση, η εν λόγω αρχή δύναται να διασφαλίσει ότι τα πρόστιμα είναι αναλογικά<sup>431</sup>.

### VI.3 ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΩΝ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΣΤΗΝ ΥΠΟ ΚΡΙΣΗ ΥΠΟΘΕΣΗ

#### VI.3.1 Προσδιορισμός της βάσης του προστίμου στην παρούσα υπόθεση

370. Όπως αναφέρθηκε ανωτέρω, η βάση για τον υπολογισμό του προστίμου είναι τα ακαθάριστα έσοδα της επιχείρησης από προϊόντα ή υπηρεσίες που αφορούν στην παράβαση. Σύμφωνα με την Ανακοίνωση της ΕΑ της 17.7.2009 αναφορικά με το εύρος των ακαθαρίστων εσόδων που χρησιμοποιούνται ως βάση για τον υπολογισμό του προστίμου, η ΕΑ λαμβάνει κάθε φορά υπόψη το σύνολο των ακαθαρίστων εσόδων της επιχείρησης στη σχετική/-ές αγορά/-ές προϊόντων που αφορά η διαπιστωθείσα παράβαση. Και τούτο, διότι η σχετική αγορά προϊόντων αποτελεί συνήθως ασφαλές κριτήριο για τον προσδιορισμό της αξίας πωλήσεων των προϊόντων που επηρεάζονται άμεσα ή έμμεσα από την παράβαση, ενώ παράλληλα διασφαλίζεται με τον τρόπο αυτό και ο επιδιωκόμενος αποτρεπτικός χαρακτήρας του προστίμου.

371. Στην υπό κρίση υπόθεση, οι περιγραφείσες ανωτέρω παραβάσεις των άρθρων 1 και 2 του ν. 3959/2011 καθώς και 101 και 102 της ΣΛΕΕ επηρεάζουν την αγορά πώλησης μικροσυσκευών υγραερίου για γενική χρήση. Επομένως, ως βάση για τον υπολογισμό του προστίμου θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ο κύκλος εργασιών που πραγματοποίησε η RESOUL κατ' έτος από τη δραστηριότητά της στην ανωτέρω αγορά καθ' όλη τη χρονική περίοδο συμμετοχής της στις διαπιστούμενες παραβάσεις.

#### VI.3.2 Εφαρμογή των κριτηρίων καθορισμού του ύψους του προστίμου στην παρούσα υπόθεση

##### α) Σοβαρότητα των παραβάσεων

372. Στην παρούσα υπόθεση με βάση τα στοιχεία του φακέλου ως προς τη σοβαρότητα της παράβασης προκύπτουν τα εξής:

- Είδος της παράβασης: Εν προκειμένω, οι κάθετοι περιορισμοί ιδιαίτερης σοβαρότητας που περιέχονται στα ιδιωτικά συμφωνητικά της RESOUL με τους χονδρεμπόρους αναφορικά με τον καθορισμό τιμών μεταπώλησης, καθώς

και τον περιορισμό παθητικών και ενεργητικών κατά περίπτωση πωλήσεων κατά περιοχές συνιστούν ιδιαίτερα σοβαρούς εξ αντικειμένου περιορισμούς του ανταγωνισμού, σύμφωνα με τα ανωτέρω αναλυτικά εκτεθέντα. Επισημαίνεται δε το γεγονός ότι οι προαναφερόμενοι αφεαυτού σοβαροί περιορισμοί συνοδεύονται και πλαισιώνονται από ρήτρες μη ανταγωνισμού, οι οποίες κρίνονται κατά τα προεκτεθέντα και αυτές αυτοτελώς παραβατικές, καθώς και δευτερευόντως από ρήτρες αποκλειστικής προμήθειας. Επίσης, η κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης από τη RESOUL δια συμβατικών όρων που περιέχονται σε αλληλοδιάδοχες εμπορικές συμφωνίες ετήσιας διάρκειας τόσο με τους χονδρεμπόρους όσο και με τη συντριπτική πλειοψηφία των αλυσίδων σούπερ μάρκετ, που συνιστούν το σημαντικότερο δίκτυο διανομής των προϊόντων της προς τους τελικούς καταναλωτές, συνιστά ιδιαίτερος σοβαρή παράβαση του ανταγωνισμού.

- Πραγματικός ή δυνητικός αντίκτυπος στην αγορά: Οι διαπιστωθέντες εξ αντικειμένου ιδιαίτερης σοβαρότητας περιορισμοί του ανταγωνισμού (καθορισμός τιμών μεταπώλησης, περιορισμός παθητικών και κατά περίπτωση ενεργητικών πωλήσεων κατά περιοχές) από τη φύση τους θεωρείται ότι έχουν αντίκτυπο στην αγορά<sup>432</sup>. Περαιτέρω, οι προαναφερόμενες καταχρηστικές πρακτικές της RESOUL είχαν επιζήμιες επιπτώσεις για τον ανταγωνισμό, καθόσον κατέτειναν στη διατήρηση και ενίσχυση της δεσπόζουσας θέσης της ως άνω ελεγχόμενης στη σχετική αγορά κατ' αποκλεισμό των ανταγωνιστών της και παρεμπόδισης ή/και περιορισμού των δυνατοτήτων ανάπτυξής τους, οι δε εν λόγω επιπτώσεις επιτείνονται έτι περαιτέρω, λαμβανομένου υπόψη ότι οι ως άνω καταχρηστικές πρακτικές της RESOUL καταλάμβαναν αμφοτέρωτα τα κανάλια διανομής των προϊόντων της, ήτοι τόσο τους χονδρεμπόρους όσο και τα σούπερ μάρκετ.

- Οικονομική δύναμη της επιχείρησης στην αγορά: Σύμφωνα με τα προεκτεθέντα, η RESOUL συγκεντρώνει πολύ υψηλά μερίδια στην αγορά πώλησης μικροσυσκευών υγραερίου για γενική χρήση (της τάξεως του [55-65]%-[75-85]%), τα οποία διατηρεί καθ' όλη την περίοδο αναφοράς, οι δε ανταγωνιστές της κατέχουν [...] μερίδια. Τα προαναφερόμενα καταδεικνύουν ότι η οικονομική ισχύς της ελεγχόμενης εταιρίας στην εν λόγω αγορά παραμένει διαχρονικά σημαντικά υψηλή.

- Είδος συμμετοχής στην παράβαση: Η RESOUL ως προμηθεύτρια τόσο των αλυσίδων σούπερ μάρκετ όσο και των χονδρεμπόρων συμμετείχε ενεργά και άμεσα στις διαπιστωθείσες παραβάσεις, δεδομένου ότι οι υπό εξέταση συμφωνίες δεν θα είχαν συναφθεί δίχως την πρωτοβουλία και την ενεργό σύμπραξη της.

- Οικονομικό όφελος της παραβαίνουσας επιχείρησης: Εν προκειμένω, από τα στοιχεία του φακέλου δεν είναι δυνατόν να προσδιοριστεί επακριβώς το οικονομικό όφελος που απεκόμισε ή επιδίωξε να αποκομίσει η RESOUL.

<sup>430</sup> Βλ. απόφαση ΓενΔΕΕ της 12ης Δεκεμβρίου 2012, Electrabel κατά Επιτροπής, T-332/09, σκ. 279 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία (απόφαση του Δικαστηρίου της 5ης Μαΐου 1998, C-180/96, Ηνωμένο Βασίλειο κατά Επιτροπής, σκέψη 96, και απόφαση του Πρωτοδικείου της 12ης Σεπτεμβρίου 2007, T-30/05, Prym και Prym Consumer κατά Επιτροπής, σκέψη 223). Η απόφαση επικυρώθηκε με την απόφαση του Δικαστηρίου της 3ης Ιουλίου 2014, C-84/13 P.

<sup>431</sup> Βλ. απόφαση ΓενΔΕΕ της 26ης Οκτωβρίου 2017, T-704/14, Marine Harvest ASA κατά Επιτροπής, σκ. 343. Η ως άνω απόφαση επικυρώθηκε με την απόφαση του ΔΕΕ της 4ης Μαρτίου 2020, C-10/18 P, Mowi ASA.

<sup>432</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ. 3, παρ. 20-21. Βλ. επίσης ενδεικτικά απόφαση ΠΕΚ της 11.03.1999, T-141/94, Thyssen Stahl κατά Επιτροπής, σκ. 635-636, όπου κατ' αρχήν σε σοβαρές παραβάσεις του δικαίου του ανταγωνισμού δε θεωρείται καθοριστικό κριτήριο για το ύψος του προστίμου η εκτίμηση του ακριβούς πραγματικού αποτελέσματος στην αγορά.

• Έκταση της γεωγραφικής αγοράς: Οι παραβάσεις εκτείνονται σε ολόκληρο το σύστημα διανομής τόσο σε επίπεδο χονδρεμπορίου όσο και σε επίπεδο λιανεμπορίου και, ως εκ τούτου, στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας, ήτοι σε σημαντικό τμήμα της ευρωπαϊκής αγοράς.

373. Τέλος, επισημαίνεται ότι, σε περίπτωση συμμετοχής των μελών του δικτύου διανομής ενός προμηθευτή σε κάθετες συμφωνίες που αντιβαίνουν στις αρχές του ανταγωνισμού, δεν φαίνεται καταρχήν ενδεδειγμένο να επιβληθούν πρόστιμα και στις επιχειρήσεις αυτές, καθώς η πρωτοβουλία των περιοριστικών για τον ανταγωνισμό συμφωνιών αναλαμβάνεται κατά κανόνα από τον προμηθευτή, ο οποίος δύναται να εξασφαλίσει την τήρηση εκ μέρους των διανομέων του των πρακτικών αυτών με διάφορους τρόπους<sup>433</sup>. Εν προκειμένω, δεν προκύπτει ότι οι διαπιστωθείσες παραβάσεις θα είχαν τελεστεί δίχως την πρωτοβουλία και την ενεργό σύμπραξη της RESOUL, που διαθέτει σημαντικά μεγαλύτερη ισχύ έναντι των οικονομικά ασθενέστερων αντισυμβαλλόμενων της-διανομέων ως η δεσπόζουσα επιχείρηση στην οικεία αγορά προϊόντος αλλά και τα μέσα πίεσης, ώστε να εξασφαλίσει την τήρηση των υπό κρίση ανταγωνιστικών συμβατικών ρητρών. Ως εκ τούτου, προτείνεται η επιβολή προστίμου μόνο στη RESOUL και όχι στους διανομείς με τους οποίους η τελευταία έχει συμβληθεί.

β) Διάρκεια των παραβάσεων

374. Σύμφωνα με τα προεκτεθέντα στις οικείες ενότητες, η διάρκεια των επιμέρους παραβάσεων προσδιορίζεται ως εξής:

375. Άπαντες οι κάθετοι περιορισμοί του ανταγωνισμού, ήτοι ο καθορισμός τιμών μεταπώλησης, η απαγόρευση ενεργητικών κατά περίπτωση και παθητικών πωλήσεων και οι ρήτρες μη ανταγωνισμού, αλλά και η καταχρηστική πρακτική της επιβολής συμφωνιών αποκλειστικότητας εκτείνονται χρονικά από την 16.5.2008 μέχρι και την 31.12.2012, ήτοι καθ' όλο το διάστημα ισχύος των συμβάσεων της RESOUL με τους χονδρεμπόρους, οι οποίες περιλάμβαναν τους σχετικούς όρους.

376. Περαιτέρω, η καταχρηστική πρακτική επιβολής εκπτώσεων στόχου πωλήσεων διήρκησε από την 1.1.2005 μέχρι και την 31.12.2019, ήτοι καθ' όλο το διάστημα ισχύος των συμφωνητικών της RESOUL με τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ, τα οποία περιλάμβαναν τον επίμαχο όρο.

γ) Επιβαρυντικές και ελαφρυντικές περιστάσεις

377. Κατά την κρίση της ΕΑ, στην παρούσα υπόθεση, από το σύνολο των διαθέσιμων στοιχείων και με βάση τα όσα αποσαφηνίστηκαν στη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας, δεν συντρέχει καμία επιβαρυντική<sup>434</sup> ή ελαφρυντική<sup>435</sup> περίπτωση για τη RESOUL.

<sup>433</sup> Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις της Ε. Επ. 2001/711/ΕΚ, Volkswagen-Passat, Υπόθεση COMP/F-2/36.693, σκ. 104 και 2002/758/ΕΚ, Mercedes-Benz, Υπόθεση COMP/36.264, σκ. 233. Βλ. επίσης ΕΑ 495/VI/2010, σκ. 189 και ΕΑ 580/VII/2013, σκ. 178.

<sup>434</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές ΕΑ για τον τρόπο υπολογισμού του ύψους των προστίμων, ό.π., παρ. 14 και Κατευθυντήριες Γραμμές ΕΕΠ για τα πρόστιμα, ό.π., παρ. 28. Βλ. επίσης ΕΑ 622/2015, σκ. 387.

<sup>435</sup> Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές ΕΑ για τον τρόπο υπολογισμού του ύψους των προστίμων, ό.π., παρ. 15 και Κατευθυντήριες Γραμμές ΕΕΠ για τα πρόστιμα, ό.π., παρ. 29.

δ) Κατ' εξαίρεση αναπροσαρμογή προστίμου  
Λόγω παρατεταμένης οικονομικής κρίσης

378. Η ΕΑ σε προηγούμενες αποφάσεις της κατ' εξαίρεση έχει λάβει υπόψη της την παρατεταμένη οικονομική κρίση που είχε πλήξει, μεταξύ άλλων, και τον εκάστοτε σχετικό οικονομικό κλάδο<sup>436</sup>.

379. Εν προκειμένω, κατά την ομόφωνη κρίση της ΕΑ, υφίσταται στην παρούσα υπόθεση ιδιαίτερη περίπτωση που θα δικαιολογούσε, κατ' εξαίρεση, την αναπροσαρμογή του επιβαλλόμενου προστίμου επί το ηπιότερον<sup>437</sup>, με παράλληλη ωστόσο διασφάλιση του αναγκαίου αποτρεπτικού χαρακτήρα του<sup>438</sup>.

380. Επισημαίνεται συναφώς ότι σύμφωνα με την RESOUL, «[...]», ενώ στο Υπόμνημά της αναφέρει περαιτέρω ότι «[...]».

381. Ενόψει των ανωτέρω, η ΕΑ, λαμβάνοντας υπόψη, κατ' εξαίρεση, την παρατεταμένη οικονομική κρίση στην Ελλάδα που έπληξε, μεταξύ άλλων, και τον σχετικό οικονομικό κλάδο που αφορά η παρούσα υπόθεση, θεωρεί ότι το επιβαλλόμενο πρόστιμο στην παρούσα μπορεί να οδηγήσει σε δυσπραγία την εταιρία RESOUL. Συνεπώς, η ΕΑ κρίνει ότι μπορεί να χορηγηθεί μείωση του τελικού επιμετρηθέντος ποσού του προστίμου κατά 30% για τη RESOUL.

Λόγω της ενεργού συνεργασίας της RESOUL

382. Κατά την ομόφωνη κρίση της ΕΑ, πρέπει περαιτέρω να ληφθεί υπόψη η ενεργός συνεργασία της RESOUL ιδίως την χρονική περίοδο μετά την κοινοποίηση της Εισήγησης.

383. Ειδικότερα, η RESOUL, πρώτον, αποποιήθηκε του δικαιώματός της για πρόσβαση στον φάκελο δηλώνοντας ρητώς ότι έχει ενημερωθεί επαρκώς σχετικά με την αποδιδόμενη σε αυτή παράβαση, δεύτερον, αποποιήθηκε του δικαιώματός της για παράσταση στην ακροαματική διαδικασία (εφόσον υπήρχε συναίνεση και του άλλου μέρους) δηλώνοντας ρητώς ότι παρασχέθηκαν επαρκείς δυνατότητες να γνωστοποιηθεί τους ισχυρισμούς της, νομικούς και πραγματικούς ενώπιον της ΕΑ, ενώ, τρίτον, αποδέχθηκε την ύπαρξη μέρους των αποδιδόμενων σε αυτήν παραβάσεων (ειδικότερα, αποδέχθηκε τη διαπίστωση της παράβασης ως προς τις κάθετες συμφωνίες της με τους χονδρεμπόρους για τη χρονική περίοδο από 16.5.2008 έως 31.12.2012, ενώ αποδέχθηκε τη διαπίστωση της παράβασης ως προς τις συμφωνίες της με τα σουπερμάρκετ, για συγκεκριμένα διαστήματα ανά σουπερ μάρκετ).

<sup>436</sup> Βλ. και τις υπό στοιχεία 563/VII/2013, 636/2017 (σκ. 251), 642/2017 (σκ. 326-327), 644/2017 αποφάσεις ΕΑ, όπου η οικονομική κρίση ελήφθη υπόψη κατά την τελική αξιολόγηση της ΕΑ.

<sup>437</sup> Όπως έχει αναφερθεί ανωτέρω και στην παρ. 21 των Κατευθυντήριων Γραμμών ΕΑ για τον τρόπο υπολογισμού του ύψους των προστίμων, είναι επιτρεπτή η επιμέτρηση αυτών κατ' απόκλιση από τα σχετικώς τεθέντα από την ΕΑ κατ' αυτοδέσμευσή της κριτήρια, επί το αυστηρότερον ή το ηπιότερον, όταν, εν όψει των συντρέχουσών περιστάσεων, υπάρχουν προς τούτο ειδικοί λόγοι, εκτιθέμενοι και αξιολογούμενοι με την παράθεση ειδικής αιτιολογίας, που δικαιολογούν αυτή την απόκλιση. Και τούτο, υπό την προϋπόθεση ότι διασφαλίζεται επαρκώς το αποτρεπτικό αποτέλεσμα των επιβαλλόμενων προστίμων στην εκάστοτε κρινόμενη υπόθεση.

<sup>438</sup> Βλ. σχετικά και υπ' αρ. 644/2017 απόφαση της ΕΑ καθώς και σχετική αναφορά στην υπ' αρ. 840/2019 απόφαση του ΔΕΦΑΘ, σκ. 5.

384. Επιπλέον, πρέπει να επισημανθεί ότι η RESOUL τροποποίησε τις συμβάσεις της με τους χονδρεμπόρους αυτοβούλως πριν την εξεταζόμενη καταγγελία, ενώ τροποποίησε σταδιακά και τις περισσότερες από τις συμβάσεις της με τα σούπερ μάρκετ πριν από την κοινοποίηση σε αυτήν της Εισήγησης.

385. Σημειώνεται συναφώς ότι η Ε. Επ. σε σειρά αποφάσεών της (οι οποίες αφορούσαν τόσο κάθετους περιορισμούς όσο και κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης) έχει αποφασίσει τη μείωση του προστίμου έως και 50% ως αναγνώριση της συνεργασίας των εταιριών κατά τη διοικητική διαδικασία<sup>439</sup>, ακόμη και σε περιπτώσεις κατά τις οποίες η πρόθεση συνεργασίας εκδηλώθηκε μετά την κοινοποίηση της Εισήγησης στα μέρη<sup>440</sup>.

386. Η ΕΑ κρίνει ότι οι ενέργειες της RESOUL καταδεικνύουν την από μέρους της συγκεκριμένης εταιρίας ειλικρινή πρόθεση και ταυτόχρονα καλόπιστη διάθεση ενεργού συνεργασίας που θα πρέπει in concreto να ληφθεί υπόψη από την ΕΑ κατά την επιμέτρηση του ύψους του προστίμου. Οι σχετικοί αντίθετοι ισχυρισμοί της καταγγελλόμενης που εκφράστηκαν με τα γραπτά υπομνήματά της και κατά την ακροαματική διαδικασία πρέπει να απορριφθούν, και τούτο συνεκτιμώντας ιδίως τον βαθμό επίτευξης διαδικαστικής αποτελεσματικότητας λόγω των ενεργειών της RESOUL, ο οποίος κρίθηκε εν προκειμένω μεγάλος, δεδομένης της αποφυγής καθυστερήσεων και ανάλωσης πόρων τόσο για την άσκηση του δικαιώματος πρόσβασης στο φάκελο όσο και για την διάρκεια και την πολυπλοκότητα της ακρόασης ενώπιον της ΕΑ, δεδομένης της παραδοχής εκ μέρους της RESOUL των αποδιδόμενων σε αυτήν παραβάσεων.

387. Ως εκ τούτου, η ΕΑ ομοφώνως προκρίνει ότι το συνολικό ύψος του προστίμου θα πρέπει να μειωθεί περαιτέρω κατά ποσοστό 25%, ως ειδικότερη έκφανση της αποτελεσματικής συνεργασίας που η συγκεκριμένη εταιρία επέδειξε και η οποία σαφώς και απολύτως διακριτά υπερβαίνει σημαντικά τη συνήθη υποχρέωση που αυτή θα είχε ούτως ή άλλως να συνεργαστεί με την ΕΑ ως ερευνώμενη από αυτήν.

#### VI.4 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣΤΙΜΟΥ

388. Για την εταιρία RESOUL ο συνολικός κύκλος εργασιών επί του οποίου υπολογίζεται το πρόστιμο προκύπτει από το άθροισμα των ακαθάριστων εσόδων που αυτή πέτυχε στις σχετικές αγορές κατά τη χρονική διάρκεια της παράβασης.

389. Οι κύκλοι εργασιών της RESOUL στη σχετική αγορά κατά τα έτη 2005-2019 έχουν ως εξής:

Έτος	Συνολικός Κύκλος Εργασιών RESOUL (€)	Κύκλος Εργασιών RESOUL από προϊόντα σχετικής αγοράς (€)
2005	10.221.472,00	[...]
2006	12.059.628,64	[...]
2007	15.073.463,66	[...]
2008	19.348.703,78	[...]
2009	21.460.876,05	[...]
2010	20.998.681,92	[...]
2011	23.046.803,71	[...]
2012	20.164.852,40	[...]
2013	22.665.867,09	[...]
2014	26.003.879,00	[...]
2015	22.308.118,00	[...]
2016	23.494.611,00	[...]
2017	21.575.404,00	[...]
2018	21.994.500,00	[...]
2019	20.962.802,00	[...]

390. Με βάση τα ανωτέρω, το υψηλότερο δυνατό πρόστιμο (10%) που θα μπορούσε να επιβληθεί στην εταιρία RESOUL υπολογίζεται επί του συνολικού κύκλου εργασιών της χρήσης 2019 (ήτοι 20.962.802,00 ευρώ), και ανέρχεται επομένως σε 2.096.280 ευρώ.

391. Κατά την κρίση των μελών της ΕΑ, σταθμίζοντας ιδίως τους προαναφερόμενους παράγοντες αναφορικά με τη σοβαρότητα και τις ειδικές περιστάσεις της κρινόμενης υπόθεσης, το βασικό ποσοστό προστίμου θα πρέπει να υπολογιστεί με τους εξής συντελεστές:

<sup>439</sup> Βλ. αποφάσεις της Ε. Επ. στις υποθέσεις ΑΤ.40436 - Nike, σκ. 165-166· ΑΤ.40428 - Guess, σκ. 199-200· ΑΤ.40465 - Asus, ΑΤ.40469 - Denon & Marantz, σκ. 130-131· ΑΤ.40182 - Pioneer, σκ. 190-191 και ΑΤ.39759 - ARA Foreclosure, σκ. 161-162. Ως νομική βάση για τη χορήγηση της εν λόγω μείωσης η Ε. Επ. αναφέρει σε όλες τις αποφάσεις την παρ. 37 των Κατευθυντηρίων Γραμμών της Ε.Επ. για τα πρόστιμα («Παρότι οι παρούσες κατευθυντήριες γραμμές παραθέτουν τη γενική μεθοδολογία για τον υπολογισμό των προστίμων, οι ιδιαιτερότητες μίας ορισμένης υπόθεσης ή η ανάγκη διασφάλισης του αποτρεπτικού χαρακτήρα του προστίμου, μπορεί να δικαιολογούν απόκλιση από τη μεθοδολογία αυτή ή από τα όρια που καθορίζονται στο σημείο 21») (βλ. αντίστοιχα παρ. 21 των Κατευθυντηρίων Γραμμών ΕΑ για τον τρόπο υπολογισμού του ύψους των προστίμων).

<sup>440</sup> Βλ. απόφαση της Ε. Επ. στην υπόθεση ΑΤ.39759 - ARA Foreclosure.

α) για τις προαναφερόμενες παραβάσεις όσον αφορά στις σχέσεις της RESOUL με τους χονδρεμπόρους της: ομόφωνα [...] επί του συνολικού κύκλου εργασιών της RESOUL στη σχετική αγορά, για τα έτη της παράβασης που προαναφέρθηκαν (ήτοι 2008-2012)· και

β) για τις προαναφερόμενες παραβάσεις όσον αφορά στις σχέσεις της RESOUL με σούπερ μάρκετ: ομόφωνα [...] επί του συνολικού κύκλου εργασιών της RESOUL στη σχετική αγορά για τα έτη της παράβασης που προαναφέρθηκαν (ήτοι 2005-2019).

392. Επομένως, με βάση τις προαναφερόμενες σκέψεις, το βασικό ποσό του προστίμου για την εταιρία RESOUL προσδιορίζεται ως εξής:

Βασικό ποσό προστίμου								
Έτος	Κύκλος Εργασιών RESOUL στη σχετική αγορά - Βάση Υπολογισμού	Ποσοστό επί της αξίας	Ποσό βασικού προστίμου (χονδρέμποροι)	Κύκλος Εργασιών RESOUL στη σχετική αγορά - Βάση Υπολογισμού	Ποσοστό επί της αξίας	Ποσό βασικού προστίμου (σ/μ)	Σύνολο	
2005	[...]	-	0	[...]	4%	[...]	[...]	
2006	[...]	-	0	[...]		[...]	[...]	
2007	[...]	-	0	[...]		[...]	[...]	
2008	[...]	6%	[...]	[...]		[...]	[...]	
2009	[...]		[...]	[...]		[...]		
2010	[...]		[...]	[...]		[...]		
2011	[...]		[...]	[...]		[...]		
2012	[...]		[...]	[...]		[...]		
2013	[...]	-	0	[...]		[...]	[...]	
2014	[...]	-	0	[...]		[...]	[...]	
2015	[...]	-	0	[...]		[...]	[...]	
2016	[...]	-	0	[...]		[...]	[...]	
2017	[...]	-	0	[...]		[...]	[...]	
2018	[...]	-	0	[...]		[...]	[...]	
2019	[...]	-	0	[...]		[...]	[...]	
							ΣΥΝΟΛΟ:	[...]

393. Εν προκειμένω, λόγω της αυξημένης σοβαρότητας αλλά και μεγάλης διάρκειας των διαπιστωθεισών παραβάσεων στις οποίες υπέπεσε η RESOUL, το ως άνω υπολογισθέν πρόστιμο υπερβαίνει εκ των πραγμάτων το ανώτατο κατά νόμο όριο του του δέκα τοις εκατό (10%) του συνολικού κύκλου εργασιών της κατά το τελευταίο έτος που έπαυσε η παράβαση (2019). Κατά συνέπεια, το πρόστιμο θα πρέπει να περιοριστεί στο ποσό αυτό, ήτοι στο ποσό των 2.096.280 ευρώ.

394. Περαιτέρω, για τους λόγους που αναλυτικά εκτίθενται ανωτέρω (βλ. παρ. 375-384), το ως άνω ποσό θα πρέπει κατ'εξαιρέση να μειωθεί κατά 30% λόγω οικονομικής κρίσης, και περαιτέρω κατά επιπλέον 25% ενόψει της ενεργού συνεργασίας της RESOUL, και να διαμορφωθεί τελικώς όπως αποτυπώνεται στον κατωτέρω πίνακα.

Κατ'εξαιρέση αναπροσαρμογή προστίμου		
Ανώτατο ποσό προστίμου	Μείωση κατά 30% λόγω οικονομικής κρίσης	Επιπλέον μείωση κατά 25% λόγω ενεργού συνεργασίας
2.096.280 ευρώ	1.467.396 ευρώ	1.100.547,11 ευρώ

395. Ενόψει των ανωτέρω, το συνολικό ποσό προστίμου που επιβάλλεται στην εταιρία RESOUL ανέρχεται σε 1.100.547,11 ευρώ.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

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

Ι. Διαπιστώνει ότι η εταιρία RESOUL παραβίασε, σύμφωνα με τα εκτεθέντα στο ως άνω σκεπτικό, τα άρθρα 1 και 2 του ν. 3959/2011 και 101 και 102 ΣΛΕΕ, για τους λόγους που εκτενώς αναφέρονται ανωτέρω, για τη χρονική περίοδο από την 16.5.2008 έως την 31.12.2012.

II. Διαπιστώνει ότι η εταιρία RESOUL παραβίασε τα άρθρα 2 του ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ, για τους λόγους που εκτενώς αναφέρονται ανωτέρω για τη χρονική περίοδο από την 1.1.2005 έως την 31.12.2019.

III. Υποχρεώνει την εταιρία RESOUL να παραλείπει στο μέλλον τις ως άνω διαπιστωθείσες παραβάσεις.

IV. Επιβάλλει πρόστιμο στην εταιρία RESOUL για την τέλεση των διαπιστωθεισών παραβάσεων των άρθρων 1 και 2 του ν. 3959/2011 και 101 και 102 ΣΛΕΕ συνολικού ύψους ενός εκατομμυρίου εκατό χιλιάδων πεντακοσίων σαράντα επτά ευρώ και έντεκα λεπτών (€ 1.100.547,11).

V. Απειλεί την RESOUL με πρόστιμο εάν με απόφαση της Επιτροπής βεβαιωθεί η συνέχιση ή επανάληψη των διαπιστωθεισών παραβάσεων.

Η απόφαση εκδόθηκε την 26η Μαρτίου 2021.

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

Ο Πρόεδρος

ΙΩΑΝΝΗΣ ΛΙΑΝΟΣ





## ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ

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

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

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

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

#### • Τρόποι αποστολής κειμένων προς δημοσίευση:

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

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

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

### 2. ΕΚΤΥΠΩΤΙΚΕΣ - ΕΚΔΟΤΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΟΥ ΔΗΜΟΣΙΟΥ

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

Επίσης σχεδιάζει ψηφιακές εκδόσεις, λογότυπα και παράγει οπτικοακουστικό υλικό.

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

Ιστότοπος: **www.et.gr**

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

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

#### ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΚΟΙΝΟΥ

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

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

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

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

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

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

**Πείτε μας τη γνώμη σας,**

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

