

ΑΠΟΦΑΣΗ ΑΡΙΘ. 176 /III / 2001

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

ΣΕ ΟΛΟΜΕΛΕΙΑ

Συνεδρίασε στην αίθουσα 611 της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου του Υπουργείου Ανάπτυξης την 14^η Δεκεμβρίου 2000, ημέρα Πέμπτη και ώρα 11 π.μ., με την εξής σύνθεση:

Π

ρόεδρος: Ηλίας Σουφλερός, κωλυόμενου του κ. Δημητρίου Τζουγανάτου

Μέλη: Ηλίας Βλάσσης,

Θεόδωρος Δεληγιαννάκης,

Παναγιώτης Μαντζουράνης,

Αντώνιος Μέγγουλης, κωλυόμενου του τακτικού κ. Κωνσταντίνου Ηλιόπουλου,

Λεωνίδα Νικολούζος,

Ιωάννης Κατσουλάκος και

Νικόλαος Βέττας.

Γραμματέας: Αικατερίνη Τριβέλη, κωλυόμενης της κας Αλεξάνδρας-Μαρίας Ταραμπίκου

Τα λοιπά τακτικά ή/και αναπληρωματικά μέλη, αν και προσκλήθηκαν, δεν προσήλθαν λόγω κωλύματος.

Θέμα της Συνεδρίασης ήταν **ο προληπτικός έλεγχος της από 30.10.2000 γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης επιχειρήσεων**, σύμφωνα με το άρθρο 4β του ν.703/77, όπως ισχύει, η οποία συνίσταται στην **εξαγορά από την ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.** του συνόλου των μετοχών **της εταιρείας ΤΡΟΦΟ Α.Ε. ΕΙΣΑΓΩΓΑΙ - ΕΞΑΓΩΓΑΙ - ΕΜΠΟΡΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΕΙΔΩΝ ΕΥΡΕΙΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΕΩΣ.**

Στη συνεδρίαση παρέστη η εταιρεία που γνωστοποίησε τη συγκέντρωση ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. δια του πληρεξουσίου αυτής δικηγόρου κ. Αλεξάνδρου Μεταλληνού.

Στην αρχή της συνεδρίασης, το λόγο έλαβε η Γενική Εισηγήτρια κα Σοφία Καμπερίδου, η οποία ανέπτυξε τη γραπτή εισήγηση της Γραμματείας επί της υποθέσεως και κατέληξε προτείνοντας τη μη απαγόρευση της κρινόμενης συγκέντρωσης, δεδομένου ότι, κατά την κρίση της Υπηρεσίας, δεν θα έχει ως αποτέλεσμα τον σημαντικό περιορισμό του ανταγωνισμού στις επιμέρους σχετικές αγορές τις οποίες αφορά. Στην συνέχεια, το λόγο έλαβε ο ανωτέρω πληρεξούσιος δικηγόρος της εταιρείας που γνωστοποίησε τη συγκέντρωση, ο οποίος συντάχθηκε με την εισήγηση της Γραμματείας, ανέπτυξε τις θέσεις της ενδιαφερόμενης εταιρείας, απάντησε σε ερωτήσεις που του υπέβαλαν ο Πρόεδρος και τα Μέλη της Επιτροπής και ζήτησε την έγκριση της συγκέντρωσης.

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού συνήλθε σε Διάσκεψη την 11^η Ιανουαρίου 2001, ημέρα Πέμπτη και ώρα 10:30 π.μ., στην ίδια ως άνω αίθουσα και αφού έλαβε υπόψη τα στοιχεία του σχετικού φακέλου, την εισήγηση της Γραμματείας και τις απόψεις που διετύπωσε, εγγράφως και προφορικώς, η ενδιαφερόμενη εταιρεία,

ΣΚΕΦΘΗΚΕ ΩΣ ΕΞΗΣ

I. Στις 16.10.2000 υπογράφηκε Σύμβαση Πώλησης Μετοχών μεταξύ των α) κ.κ. Δημ. Σπανού, Κων/νου Σπανού, Κυριακής Σπανού-Μελά, Δημ. Τραγανού, Κων/νας Σπανού, Γεωργίου Αδάμ, Αθανασίου Ανατολίτη, Σταύρου Τσαλάγκα, Εμμανουήλ Μαρκάκη, Πολύβιου Δρατζίδα, Βασιλείου Πρίτσα και Αθανασίου Κυρίτσα, οι οποίοι είναι οι μέτοχοι συνολικά του 100% του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας ΤΡΟΦΟ Α.Ε. ΕΙΣΑΓΩΓΑΙ - ΕΞΑΓΩΓΑΙ - ΕΜΠΟΡΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΕΙΔΩΝ ΕΥΡΕΙΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΕΩΣ (οι πωλητές), β) της εταιρείας ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. (εφεξής ΑΛΦΑ-ΒΗΤΑ ή ο αγοραστής) και γ) της εταιρείας ΤΡΟΦΟ Α.Ε. ΕΙΣΑΓΩΓΑΙ - ΕΞΑΓΩΓΑΙ - ΕΜΠΟΡΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΕΙΔΩΝ ΕΥΡΕΙΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΕΩΣ (εφεξής ΤΡΟΦΟ).

Οι ανωτέρω πωλητές επιθυμούν να πωλήσουν και μεταβιβάσουν 5.800.000 κοινές ονομαστικές μετοχές οι οποίες αποτελούν και το σύνολο των μετοχών της εταιρείας ΤΡΟΦΟ, στον αγοραστή. Με αυτή τη μεταβίβαση των μετοχών, ο αγοραστής αποκτά τον έλεγχο της εταιρείας ΤΡΟΦΟ και εμμέσως των θυγατρικών της εταιρειών, ΕΝΑ Α.Ε, ΚΕΝΤΡΟ ΓΥΜΝΑΣΤΙΚΗΣ ΕΠΕ, ΣΑΚ ΕΠΕ και ΕΝΑ ΒΟΥΛΓΑΡΙΑΣ ΜΕΠΕ. Η εξαγοράζουσα εταιρεία, σύμφωνα με την παραπάνω σύμβαση, θα αποκτήσει τον έλεγχο των παραπάνω εταιρειών, υπό τον όρο, εκτός των άλλων, της έγκρισης της συγκέντρωσης από την Επιτροπή Ανταγωνισμού.

II. 1 Η εταιρεία ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ, η οποία ιδρύθηκε το έτος 1969 και έχει έδρα το Γέρακα Αττικής, είναι εισηγμένη στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών (Χ.Α.Α.) και έχει ως αντικείμενο εργασιών την εκμετάλλευση αλυσίδας καταστημάτων σούπερ μάρκετ, την ανάληψη πάσης φύσεως τεχνικών έργων και κατασκευών και την λειτουργία και εκμετάλλευση σταθμών καυσίμων. Δραστηριοποιείται δε στους Νομούς Αττικής, Ευβοίας, Αρκαδίας, Αχαΐας, Κορινθίας, Θεσ/νίκης, Φθιώτιδας, Ηλείας και Λακωνίας. Ο κύκλος εργασιών της ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ, το έτος 1999, στην εθνική αγορά, ανήλθε σε 148.791.239.470 δρχ. δηλαδή 456.758.111 ευρώ. Η πλειοψηφία των μετοχών της (50,65%) ανήκει στον όμιλο Delhaize "Le Lion", ο οποίος έχει ισχυρή παρουσία σε έντεκα χώρες και τρεις ηπείρους στις λιανικές πωλήσεις τροφίμων με 2.112 καταστήματα και ο κύκλος εργασιών του, το έτος 1999, ανήλθε σε 14,3 δισ. ευρώ.

2. Η εταιρεία ΤΡΟΦΟ, η οποία ιδρύθηκε το έτος 1985 και έχει έδρα τη Μάνδρα Αττικής, έχει ως αντικείμενο εργασιών την εκμετάλλευση αλυσίδας καταστημάτων σούπερ μάρκετ, την ανάληψη και εκμετάλλευση οικοδομικών έργων και την εκμετάλλευση γυμναστηρίων και δραστηριοποιείται στους Νομούς Αττικής, Αιτωλοακαρνανίας, Βοιωτίας, Ευβοίας, Αργολίδος, Αχαΐας, Κορινθίας, Μεσσηνίας, Κερκύρας, Ιωαννίνων, Μαγνησίας, Δωδεκανήσου (Ρόδος) και Λέσβου. Ο ενοποιημένος κύκλος εργασιών της το έτος 1999, στην εθνική αγορά, ανήλθε σε 76.840.000.000 δρχ δηλαδή 235.833.032 ευρώ.

Στο κεφάλαιο της ΤΡΟΦΟ μετέχουν οι κ.κ. Δημήτριος Σπανός με ποσοστό 45,52%, Κων/νος Σπανός με 45,52%, Κυριακή Σπανού με 5,43% και Δημήτριος Τραγανός με 1%, ενώ οι ανωτέρω αναφερόμενοι υπό στοιχ. I λοιποί μέτοχοι κατέχουν μικρότερα ποσοστά. Η ΤΡΟΦΟ άμεσα ή έμμεσα ελέγχει τις εταιρείες: i) ΕΝΑ Α.Ε. ΕΝΟΠΟΙΗΜΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ (ποσοστό συμμετοχής 99,9%), η οποία έχει έδρα την Αθήνα και ασχολείται κυρίως με την οργάνωση και λειτουργία καταστημάτων χονδρεμπορίου και λιανικού εμπορίου τροφίμων και άλλων καταναλωτικών ειδών, δραστηριοποιούμενη στους νομούς Αττικής, Ευβοίας, Αργολίδος, Αχαΐας, Μεσσηνίας, Κερκύρας,

Ιωαννίνων, Λαρίσης, Μαγνησίας, Σερρών και Ηρακλείου, ii) ΚΕΝΤΡΟ ΓΥΜΝΑΣΤΙΚΗΣ ΕΠΕ (ποσοστό συμμετοχής 51%), η οποία έχει έδρα την Καλαμάτα και ασχολείται με τη λειτουργία και εκμετάλλευση γυμναστηρίων και αθλητικών σωματείων, iii) ΣΑΚ ΕΠΕ (βρίσκεται σε αδράνεια από το 1984), και iv) ΕΝΑ ΒΟΥΛΓΑΡΙΑΣ Μ.Ε.Π.Ε. (ελέγχεται κατά 100% από την εταιρεία ΕΝΑ Α.Ε.), η οποία έχει έδρα τη Σόφια Βουλγαρίας και σκοπό την ίδρυση, λειτουργία και εκμετάλλευση καταστημάτων χονδρικού και λιανικού εμπορίου τροφίμων και άλλων καταναλωτικών ειδών. Επίσης, συμμετέχει με ποσοστό 50%, μαζί με τις εταιρείες ΠΕΝΤΕ Α.Ε. (40%) και ΑΣΤΗΡ (10%), στην εταιρεία ΟΡΑ Α.Ε. που ιδρύθηκε το 1989, με σκοπό τη σύναψη συμφωνιών με τους προμηθευτές για τις αγορές των μελών της, την επίτευξη οικονομιών κλίμακας καθώς και τη δημιουργία προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας με την επωνυμία ΟΡΑ.

III. 1. Η σχετική αγορά προϊόντων περιλαμβάνει το σύνολο των προϊόντων που θεωρούνται από τον καταναλωτή εναλλάξιμα ή δυνάμενα να υποκατασταθούν μεταξύ τους, λόγω των χαρακτηριστικών τους, της τιμής τους και της σκοπούμενης χρήσης τους.

Οι άμεσα συμμετέχουσες στην συγκέντρωση επιχειρήσεις ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ και ΤΡΟΦΟ δραστηριοποιούνται στη λιανική πώληση ειδών σούπερ μάρκετ (εμπορία τροφίμων, ποτών, ειδών οικιακής χρήσης, ατομικής χρήσης και γενικά καταναλωτικών αγαθών). Η εξαγοραζόμενη δραστηριοποιείται επίσης μέσω της θυγατρικής της εταιρείας ΕΝΑ Α.Ε. και στη χονδρική πώληση των ανωτέρω προϊόντων.

α) Στην αγορά εμπορίας (λιανική πώληση) ειδών σούπερ μάρκετ που ανήκει στον τριτογενή οικονομικό τομέα, δραστηριοποιούνται αλυσίδες καταστημάτων (σούπερ μάρκετ και υπερμάρκετ), που κύρια χαρακτηριστικά τους είναι τα εξής: απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή για μαζικές αγορές κυρίως τροφίμων, διαθέτουν μεγάλες επιφάνειες (συνήθως από 200τ.μ - 2.500τ.μ τα σούπερ μάρκετ και από 2.500 τ.μ και άνω τα υπερμάρκετ), οι πελάτες τους αυτοεξυπηρετούνται στις αγορές τους, ο εφοδιασμός των καταστημάτων της αλυσίδας γίνεται μέσω κεντρικών αποθηκών, οι τιμές λιανικής πώλησης των προϊόντων είναι γενικά χαμηλές σε σχέση με τα παραδοσιακά παντοπωλεία και διαθέτουν μεγάλη ποικιλία προϊόντων (8.000 - 10.000 κωδικούς) καθώς και προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (private label).

Στην ίδια αγορά δραστηριοποιούνται και τα «εκπτώτικα καταστήματα» (discount stores και hard discount stores), με κύρια χαρακτηριστικά τις ιδιαίτερα χαμηλές τιμές, την σχετικά μικρή ποικιλία προϊόντων (με έμφαση στα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας), το μικρό μέσο εμβαδόν ανά κατάστημα, το μεγάλο αριθμό και την αντίστοιχη διασπορά καταστημάτων, καθώς και τα χαμηλά λειτουργικά έξοδα.

Αν και δεν έχουν ληφθεί υπ' όψη στον υπολογισμό των μεριδίων αγοράς, στην ίδια αγορά της λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ θα μπορούσαν επίσης να συμπεριληφθούν και να θεωρηθούν εν μέρει ανταγωνιστές των σούπερ μάρκετ και τα παραδοσιακά παντοπωλεία, στο βαθμό βέβαια που αποτελούν για τον μέσο καταναλωτή (ιδιαίτερα των ημιαστικών και αγροτικών περιοχών), μία λογική εναλλακτική δυνατότητα για την κάλυψη των αναγκών του σε είδη διατροφής. Η λειτουργία τους παρέχει μερικά σημαντικά πλεονεκτήματα στους καταναλωτές όπως προσωπική εξυπηρέτηση, ευκολία πρόσβασης, εκτεταμένο ωράριο κλπ. (βλ. σχετ. αποφ. Ε.Α 17/1995 και 106/Π/1999).

β) Η αγορά χονδρικής πώλησης καταναλωτικών ειδών αποτελεί το ενδιάμεσο στάδιο μεταξύ του προμηθευτή (βιομηχανού ή εισαγωγέα) και του λιανοπωλητή. Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα αυτό εμπορεύονται καταναλωτικά προϊόντα (είδη παντοπωλείου, καλλυντικά, ποτά, τσιγάρα, ψιλικά-ζαχαρώδη) και τα διανέμουν στα παντοπωλεία, σούπερ μάρκετ,

στις κάβες, στα μπαρ, στις μονάδες μαζικής εστίασης, στα ψιλικά - περίπτερα, στις υπηρεσίες/οργανισμούς και σε άλλους χονδρέμπορους.

Μια σχετικά νέα μορφή οργανωμένου χονδρεμπορίου αποτελούν τα καταστήματα τύπου cash & carry τα οποία πραγματοποιούν χονδρικές πωλήσεις σε λιανοπωλητές. Τα τελευταία δε χρόνια πολλές μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ επεκτείνονται σε ολόκληρη την ελληνική επικράτεια μέσω των καταστημάτων cash & carry.

2. Η σχετική γεωγραφική αγορά περιλαμβάνει την περιοχή στην οποία οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις πωλούν τα σχετικά προϊόντα κάτω από επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού. Στην εν λόγω συγκέντρωση, ως σχετική γεωγραφική αγορά θεωρείται :

α) για την χονδρική πώληση, το σύνολο της ελληνικής επικράτειας

β) για τη λιανική πώληση:

β1) ο κάθε νομός της χώρας καθώς και οι όμοροι σ' αυτόν νομοί, στους οποίους δραστηριοποιείται η εξαγοραζόμενη εταιρεία μέσω του δικτύου καταστημάτων της, αν ληφθεί ως κριτήριο το αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό για τον τελικό καταναλωτή (η επιλογή του νομού ως σχετική γεωγραφική αγορά αντιπροσωπεύει την ανάγκη να υπάρχει ένα όριο που να δηλώνει κάποια λογική δυνατότητα υποκατάστασης και δεν σημαίνει, βέβαια, ότι η συγκεκριμένη θέση του κάθε καταστήματος μέσα σε ένα νομό είναι χωρίς σημασία για τον ανταγωνισμό – ειδικότερα, το κάθε κατάστημα έχει μια τοπική δύναμη αγοράς η οποία εξαρτάται από το κόστος μεταβίβασης των καταναλωτών και μεταφοράς εμπορευμάτων από τη μία τοποθεσία στην άλλη)

β2) όλη η ελληνική επικράτεια, αν ληφθεί ως κριτήριο το αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό για τους προμηθευτές των αλυσίδων (βιομηχανίες, βιοτεχνίες, εισαγωγείς) καθόσον η ενίσχυση του δικτύου μιας αλυσίδας αυξάνει τον όγκο των αγορών που γίνονται συνολικά και κατά συνέπεια τη διαπραγματευτική της δύναμη, την επιβολή όρων και ενδεχόμενα τη δημιουργία σχέσεων οικονομικής εξάρτησης των προμηθευτών της (βλ. σχετ. Αποφ. Ε.Α. 17/1995 και 106/Π/1999).

IV. 1. Σύμφωνα με στοιχεία που περιέχονται στο φάκελο που συνοδεύει την με ημερομηνία 13.12.2000 εισήγηση της Γραμματείας προς την Επιτροπή Ανταγωνισμού, τα μερίδια των συμμετεχουσών στην συγκέντρωση εταιρειών καθώς και των κυριότερων ανταγωνιστών τους, στο σύνολο της εθνικής αγοράς για τα σούπερ μάρκετ και cash & carry και για το έτος 1999, έχουν περίπου ως εξής: 'Ομίλος Μαρινόπουλου/Promodes: 15%, Σκλαβενίτης: 6,8%, ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ: 5,6%, 'Ομίλος Βερόπουλου: 5,4%, 'Ομίλος ΤΡΟΦΟ: 3,7%, Μασούτης 3,7%, 'Ομίλος Ατλαντίκ: 3%, Μετρό 3%, 'Ομίλος Πέντε: 2,4%. Η εικόνα της αγοράς ως προς τα μερίδια εκτιμάται πως δεν έχει διαφοροποιηθεί πολύ κατά τη διάρκεια του έτους 2000. (Ας σημειωθεί, όμως, ότι το 1999 και το 2000 άρχισαν να δραστηριοποιούνται στην ελληνική αγορά ξένες αλυσίδες σούπερ μάρκετ. Ειδικότερα πρέπει να σημειωθεί ότι το 2000 εισήλθε στην ελληνική αγορά η γαλλική αλυσίδα σούπερ μάρκετ CARREFOUR η οποία έχει ιδρύσει κοινή επιχείρηση με την εταιρεία ΑΦΟΙ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε. στην οποία μεταβιβάστηκε το σύνολο των συμμετοχών των παραπάνω σε εταιρείες οι οποίες δραστηριοποιούνταν στον τομέα διατροφής – ήδη καταστήματα της CARREFOUR λειτουργούν στην Ελλάδα).

Ως προς τα μερίδια αγοράς ανά επιμέρους γεωγραφικές αγορές (νομούς), η εικόνα που προκύπτει από την με ημερομηνία 13.12.2000 εισήγηση της Γραμματείας προς την Επιτροπή Ανταγωνισμού είναι η ακόλουθη. Υπάρχουν μόνο τέσσερις νομοί (Αττικής, Αχαΐας, Κορινθίας και Ευβοίας) στους οποίους δραστηριοποιούνται και οι δύο συμμετέχουσες στη συγκέντρωση εταιρείες. Σε κάθε έναν από αυτούς

τους τέσσερις νομούς, οι συμμετέχουσες στη συγκέντρωση επιχειρήσεις έχουν συνολικό μερίδιο αγοράς που η εκτίμηση του κυμαίνεται από 15% (στο νομό Αττικής) ως 46% περίπου. Στην κάθε περίπτωση, πάντως, υπάρχουν σημαντικοί ισχυροί ανταγωνιστές που δραστηριοποιούνται στην αγορά. Η εξαγοραζόμενη εταιρεία δραστηριοποιείται επίσης και στους νομούς Αιτωλοακαρνανίας, Βοιωτίας, Αργολίδος, Μεσσηνίας, Κερκύρας, Ιωαννίνων, Μαγνησίας, Δωδεκανήσου και Λέσβου, με μερίδιο που δεν ξεπερνά το 20% στον κάθε νομό. Σε αυτούς τους νομούς δεν δραστηριοποιείται η εξαγοράζουσα εταιρεία.

2. Οι ανταγωνιστικές συνθήκες ως προς τη λιανική πώληση εκτιμούνται ως εξής. Οι επιχειρήσεις σούπερ μάρκετ άρχισαν να εξαπλώνονται στην Ελλάδα από το 1970, περιορίζοντας σταδιακά τα παραδοσιακά παντοπωλεία. Τα βασικά χαρακτηριστικά και οι εξελίξεις που σημειώνονται στον κλάδο των σούπερ μάρκετ συνοψίζονται ως εξής: Υπάρχει επέκταση των αλυσίδων σούπερ μάρκετ μέσω εξαγορών, απορροφήσεων καθώς και δημιουργία νέων καταστημάτων. Ταυτόχρονα γίνεται σημαντική περαιτέρω επέκταση στις αγορές της επαρχίας. Υπάρχει μείωση του αριθμού των μικρότερων επιχειρήσεων, οι οποίες ή εξαγοράζονται ή αναγκάζονται να κλείσουν. Ο κλάδος χαρακτηρίζεται επίσης από εφαρμογή νέων τεχνολογιών (όπως η Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων - EDI), σημαντικές επενδύσεις στην οργάνωση των επιχειρήσεων, και ανάπτυξη νέων οργανωμένων τμημάτων στα καταστήματα (π.χ. τμήματα έτοιμου φαγητού). Πιθανώς τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά του κλάδου, τα οποία και έχουν ενισχυθεί πρόσφατα είναι: (i) η διείσδυση ξένων πολυεθνικών επιχειρήσεων, (ii) η συσπείρωση των μικρότερων επιχειρήσεων, με την δημιουργία ομίλων κοινών αγορών και (iii) η εντατικοποίηση του ανταγωνισμού με συνέπεια τη σταθεροποίηση ή και περαιτέρω μείωση των περιθωρίων κέρδους.

Σύμφωνα με στοιχεία που περιέχονται στη με ημερομηνία 13.12.2000 εισήγηση της Γραμματείας προς την Επιτροπή Ανταγωνισμού, το μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεων μέσω σούπερ μάρκετ το έτος 1998 και συγκεκριμένα το 85,5% πραγματοποιήθηκε από 68 επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών άνω των 2 δις. δρχ. η καθεμία, ενώ 11 μόνο επιχειρήσεις (με κύκλο εργασιών άνω των 50 δις. δρχ. η καθεμία) κάλυπταν το 57,6% αυτών. Επιπλέον, οι πωλήσεις των μεγάλων αλυσίδων σούπερ-μάρκετ το έτος 1999 αυξήθηκαν από 1,518 τρισ. δρχ. σε 1,666 τρισ. δρχ. δηλ. παρουσίασαν αύξηση 9,78%, ενώ τα καθαρά κέρδη τους σε ποσοστό επί των πωλήσεων σημείωσαν μείωση κατά 19%, φθάνοντας στο 1,11%. Οι επενδύσεις που έγιναν την προηγούμενη χρονιά στον κλάδο αφορούσαν κυρίως τη δημιουργία καινούργιων καταστημάτων (228 νέα καταστήματα μέσα στο 1999).

Η επεκτατική πολιτική του κλάδου έχει συντελέσει στη δημιουργία ισχυρών ομίλων εταιρειών. Οι σημαντικότεροι όμιλοι ή μεμονωμένες εταιρείες του κλάδου (με βάση στοιχεία ICAP για το έτος 1998) είναι οι παρακάτω.

- Ο όμιλος PROMODES / ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΥ που αποτελείται από τις εταιρείες DIA ΕΛΛΑΣ Α.Ε. (με 142 καταστήματα), ΝΙΚΗ Α.Ε. (με 119 καταστήματα), ΠΑΣΧΑΛΙΑΣ ΑΒΕΤΤΕ (με 12 καταστήματα), ΥΠΕΡΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΑΒΕΤΕ/CONTINENT HELLAS Α.Ε. (με 6 καταστήματα), ενώ έχει απορροφήσει και τις εταιρείες ΤΡΕΣΚΟ Α.Ε.Ε., ΜΙΚΟ ΚΟΚΚΙΝΙΔΗΣ Α.Β.Ε.Ε., ΜΙΧΑΗΛΙΔΗΣ Α.Ε.Ε.Β.Ε.

- Ο όμιλος ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ (με 158 καταστήματα), που ελέγχει και τα σούπερ μάρκετ με την επωνυμία ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ στην Κρήτη. Σημειώνεται ότι η εταιρεία ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΕΒΕ έχει απορροφήσει την εταιρεία ΑΘΗΝΑ ΣΟΥΠΕΡΜΑΡΚΕΤ Α.Ε.

- Ο όμιλος ΑΤΛΑΝΤΙΚ SOYΠΕΡΜΑΡΚΕΤ ΑΕΕ (με 110 καταστήματα σούπερ μάρκετ και 4 cash & carry), ιδρύθηκε το 1997, κατόπιν συγχωνεύσεως με την ΦΑΡΜΑ ΤΕΤΡΑΣ ΑΕΒΕ, ενώ παλαιότερα στον ίδιο όμιλο είχαν απορροφηθεί οι εταιρείες ΧΡΙΣΤΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕΒΕ, IMAGE ΕΛΛΑΣ Α.Ε, ΝΙΚΟΛΑΙΔΗΣ Ο.Ε και ΚΥΨΕΛΗ Α.ΕΒΕ.

- Ο όμιλος ΠΕΝΤΕ που περιλαμβάνει τις εταιρείες ΠΕΝΤΕ Α.Ε. και ΑΡΓΩ ΜΑΡΚΕΤ (με 67 καταστήματα που φέρουν το διακριτικό τίτλο “Γαλαξίας”),

- Ο όμιλος της εξαγοραζόμενης ΤΡΟΦΟ που περιλαμβάνει τις εταιρείες ΤΡΟΦΟ Α.Ε και ΕΝΑ Α.Ε (με 57 καταστήματα),

- Η εταιρεία Ι. & Σ. ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ ΑΕΕ (με 33 καταστήματα),

- Ο όμιλος της εξαγοράζουσας ΑΛΦΑ – ΒΗΤΑ (με 50 καταστήματα),

- Ο όμιλος ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ (με 50 καταστήματα, εκ των οποίων τα 19 είναι cash & carry)

- Ο όμιλος ΜΑΣΟΥΤΗΣ (με 59 καταστήματα) και

- Η αλυσίδα cash & carry ΜΑΚΡΟ ΑΕΕ (με 5 καταστήματα).

Οι υπόλοιπες επιχειρήσεις του κλάδου αποτελούν μεσαίου και μικρού μεγέθους μονάδες.

Την πρώτη θέση από άποψη πωλήσεων κατέχει ο ΟΜΙΛΟΣ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ με πωλήσεις ύψους 398 δις. δρχ., και ακολουθούν οι εταιρίες ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ (180 δις. δρχ), ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ (148,8 δις. δρχ.) και ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ (143 δις. δρχ).

Ας σημειωθεί εδώ πως, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, θεωρείται σημαντική η είσοδος της γαλλικής αλυσίδας Carrefour στην Ελλάδα το έτος 2000 καθώς και η «συμμαχία» της με τον όμιλο ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ που εκτιμάται ότι ενισχύει σημαντικά τη θέση του ομίλου αυτού.

V. 1. Ως προς τη χονδρική πώληση, σύμφωνα με στοιχεία που περιέχονται στη με ημερομηνία 13.12.2000 εισήγηση της Γραμματείας προς την Επιτροπή Ανταγωνισμού, τα μερίδια των κυριότερων εταιρειών στο σύνολο της εθνικής αγοράς και για το έτος 1998, έχουν περίπου ως εξής: Μάρκο: 7,7%, Μετρο: 2,5%, ΕΝΑ: 2,1%, ΔΙΑΝΕΛ: 0,95%. Η εικόνα της αγοράς ως προς τα μερίδια αυτά εκτιμάται πως δεν έχει διαφοροποιηθεί πολύ ως το 2000. Συνολικά, οι πωλήσεις των καταστημάτων cash & carry αντιπροσωπεύουν το 15% περίπου των συνολικών πωλήσεων χονδρικής.

2. Στη χονδρική πώληση τροφίμων και γενικά καταναλωτικών αγαθών στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται 1,769 επιχειρήσεις και ο συνολικός τους τζίρος για το 1999 ανέρχεται περίπου στο ποσό του 1,5 τρισ. δρχ. (στοιχεία ICAP). Ο εν λόγω κλάδος αντιμετωπίζει σοβαρά προβλήματα και ιδιαίτερα οι μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις κλείνουν με γοργό ρυθμό. Η κρίση εστιάζεται κυρίως στις κλασικές μορφές χονδρεμπορίου εξαιτίας της συγκέντρωσης των μεγάλων αλυσίδων σούπερ μάρκετ, τα οποία προμηθεύονται τα προϊόντα από τους προμηθευτές (βιομηχανίες, βιοτεχνίες κ.λ.π.), αλλά και λόγω του χαμηλού επιπέδου της οργάνωσης των επιχειρήσεων και των υπηρεσιών που παρέχει το χονδρεμπόριο προς τη βιομηχανία.

Τα καταστήματα cash & carry αναπτύχθηκαν στη χώρα μας την τελευταία δεκαετία και κυρίως μετά την εγκατάσταση της εταιρείας ΜΑΚΡΟ στην Ελλάδα, το 1992.

Στα τέλη του 1998 λειτουργούσαν 81 cash & carry που το κύριο χαρακτηριστικό τους ήταν ότι τα 51 από αυτά ανήκαν σε επιχειρήσεις, που είχαν και αλυσίδα σούπερ μάρκετ. Οι μεγαλύτερες εταιρείες του κλάδου είναι η ΜΕΤΡΟ Α.Ε. (36,8 δις. δρχ. περίπου), η ΕΝΑ Α.Ε. (31,4 δις. δρχ.) και η ΜΑΚΡΟ Α.Ε. (116,3 δις. δρχ.) (στοιχεία 1998).

VI. Σύμφωνα με το άρθρο 4, παρ. 2, εδαφ. β. του ν. 703/77 όπως ισχύει, συγκέντρωση πραγματοποιείται όταν ένα ή περισσότερα πρόσωπα που ελέγχουν ήδη τουλάχιστον μία ή περισσότερες επιχειρήσεις, αποκτούν άμεσα ή έμμεσα, τον έλεγχο του συνόλου ή τμημάτων μιας ή περισσότερων άλλων επιχειρήσεων.

Στη συγκεκριμένη υπόθεση, με την συμφωνία εξαγοράς του 100% του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας ΤΡΟΦΟ Α.Ε από την εταιρεία ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ αποκτάται ο πλήρης έλεγχος της πρώτης και εμμέσως των θυγατρικών αυτής από την τελευταία και συνεπώς δημιουργείται συγκέντρωση επιχειρήσεων κατά την έννοια του άρθρ. 4 παρ.2 β, που εμπίπτει στις σχετικές ρυθμίσεις του νόμου αυτού.

Σύμφωνα με το άρθρο 4β παρ. 1 του νόμου 703/77 (όπως αυτό τροποποιήθηκε τελευταία με το άρθρο 1 παρ. 4 του ν. 2837/2000, ΦΕΚ Α' 178/3.8.2000), κάθε συγκέντρωση επιχειρήσεων πρέπει να γνωστοποιείται στην Επιτροπή Ανταγωνισμού μέσα σε 10 εργάσιμες μέρες από την σύναψη της συμφωνίας ή την δημοσίευση της προσφοράς ή ανταλλαγής ή την απόκτηση συμμετοχής, που εξασφαλίζει τον έλεγχο της επιχείρησης, όταν:

α) με τη συγκέντρωση αποκτάται ή αυξάνεται μερίδιο αγοράς των προϊόντων ή των υπηρεσιών, που αφορά ή συγκέντρωση, όπως αυτό ορίζεται στο άρθρο 4στ, που αντιπροσωπεύει στην εθνική αγορά ή σε σημαντικό, σε συνάρτηση με τα χαρακτηριστικά των προϊόντων ή των υπηρεσιών, τμήμα της, τουλάχιστον τριάντα πέντε τοις εκατό (35%) του συνολικού κύκλου εργασιών που πραγματοποιείται με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που θεωρούνται ομοειδή από τον καταναλωτή λόγω των ιδιοτήτων, της τιμής τους και της χρήσης για την οποία προορίζονται ή

β) ο συνολικός κύκλος εργασιών όλων των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στη συγκέντρωση, κατά τα οριζόμενα στο άρθρο 4στ, ανέρχεται στην εθνική αγορά, τουλάχιστον σε εκατόν πενήντα εκατομμύρια (150.000.000) Ευρώ και δύο τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν, κάθε μία χωριστά, συνολικό κύκλο εργασιών άνω των δεκαπέντε εκατομμυρίων (15.000.000) Ευρώ.

Η εν λόγω συγκέντρωση υπόκειται υποχρεωτικά σε προηγούμενη γνωστοποίηση σύμφωνα με τις διατάξεις του αρθ. 4β παρ 1, του ν. 703/77, όπως ισχύει, δεδομένου ότι καλύπτεται τουλάχιστον μία από τις προϋποθέσεις που ορίζει ο ως άνω νόμος και συγκεκριμένα αυτή του κύκλου εργασιών.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι η εταιρεία ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ που αποκτά τον έλεγχο της ΤΡΟΦΟ και εμμέσως των θυγατρικών της τελευταίας, είχε υποχρέωση γνωστοποίησης της συγκέντρωσης σύμφωνα με το άρθρο 4β, πράγμα το οποίο έπραξε εμπρόθεσμα.

VII. Σύμφωνα με το άρθρο 4γ παρ. 1 του ν. 703/77, όπως τροποποιήθηκε και ισχύει, με απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού απαγορεύεται κάθε συγκέντρωση επιχειρήσεων που υπόκειται σε προηγούμενη γνωστοποίηση και η οποία μπορεί να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στην εθνική αγορά ή σε σημαντικό σε συνάρτηση με τα χαρακτηριστικά των προϊόντων τμήμα της και ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης.

Με βάση όσα αναφέρθηκαν στις ενότητες **VI** και **V**, παρατηρούμε τα εξής:

1. Στις σχετικές γεωγραφικές αγορές (νομούς) στις οποίες δραστηριοποιούνται και οι δύο συμμετέχουσες στη συγκέντρωση αλυσίδες σούπερ μάρκετ, το συνολικό μερίδιο αγοράς τους ανέρχεται στους Νομούς Αττικής, Ευβοίας, Κορινθίας και Αχαΐας σε ποσοστά που είναι μεν υψηλά

αλλά δεν κρίνονται ως εξαιρετικά υψηλά, ενώ στις υπόλοιπες επιμέρους σχετικές αγορές όπου έχει παρουσία μόνο η εξαγοραζόμενη το μερίδιο της δεν ξεπερνά το 20%.

Στις ανωτέρω σχετικές γεωγραφικές αγορές, ο όμιλος ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ θα ενισχύσει τη θέση του, λαμβάνοντας όμως υπόψη, ότι στις ίδιες αγορές δραστηριοποιούνται μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ (ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ, ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ, ΑΤΛΑΝΤΙΚ κ.α.) οι οποίες διαθέτουν μεγάλο αριθμό καταστημάτων και έχουν μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη έναντι των προμηθευτών τους, εκτιμάται ότι η υπό κρίση συγκέντρωση δεν θα έχει ως αποτέλεσμα το σημαντικό περιορισμό του ανταγωνισμού στις εν λόγω σχετικές γεωγραφικές αγορές.

2. Μετά δε την απόκτηση της ΤΡΟΦΟ από την ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ, οι δύο εταιρείες θα παρουσιάσουν συνολικό κύκλο εργασιών άνω των 245 δις. δρχ. (δεύτερος σε μέγεθος όμιλος) και μερίδιο αγοράς 10% περίπου στην εθνική αγορά, ενώ πρωταρχική θέση κατέχει ο όμιλος ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ/PROMODES, ο οποίος μετά την συνεργασία του με την γαλλική εταιρεία CARREFOUR είναι ιδιαίτερα ενισχυμένος και το μερίδιο του στη εθνική αγορά αναμένεται να υπερβαίνει το 15%, υπερέχοντας σημαντικά από τους λοιπούς ανταγωνιστές του (ΣΚΑΒΕΝΙΤΗΣ 6,8%, ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ 5,4%).

3. Σύμφωνα με το πνεύμα αλλά και το γράμμα («ιδίως») του νόμου η δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στη συγκέντρωση αποτελεί ένα μόνο τρόπο πρόκλησης κινδύνων σημαντικού περιορισμού του ανταγωνισμού. Έτσι, ακόμη και όταν το μερίδιο αγοράς των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στην συγκέντρωση δεν είναι ικανό να θεμελιώσει κρίση δεσπόζουσας θέσης, ο δυνατός περιορισμός του ανταγωνισμού πρέπει να ελέγχεται γενικότερα και μπορεί να προκύψει ακόμα και με όχι ιδιαίτερα υψηλό μερίδιο αγοράς. Σχετικά πρέπει να συνυπολογιστούν οι ακόλουθες πλευρές του προβλήματος:

α. Οι επιχειρήσεις σούπερ μάρκετ και το εμπόριο λιανικής γενικότερα αποτελούν έναν ενδιάμεσο κρίκο στην κάθετη αλυσίδα ανάμεσα στους προμηθευτές (σε αυτούς εννοούνται οι παραγωγοί και οι εισαγωγείς) και στους τελικούς καταναλωτές. Ενώ οι τελικοί καταναλωτές είναι οικονομικές μονάδες χωρίς δύναμη στην αγορά (μεμονωμένα νοικοκυριά), οι προμηθευτές μπορεί να είναι επιχειρήσεις με μεγάλη δύναμη αγοράς και πολύ ισχυρή θέση στο συγκεκριμένο κλάδο τους. Έτσι έχουμε μία εικόνα αγοράς με κάθετες σχέσεις ανάμεσα σε ολιγοπώλια, όπου πρέπει να γίνουν οι εξής παρατηρήσεις: (i) εκτός από τις μεγάλες επιχειρήσεις με σημαντική δύναμη, στην αγορά δραστηριοποιείται και ένα μεγάλο πλήθος μικρών επιχειρήσεων τόσο στο επίπεδο του προμηθευτή (π.χ. μικροί παραγωγοί τυριού) όσο και στο επίπεδο λιανικής (π.χ. παντοπωλεία ή μικρά σούπερ μάρκετ). Τέτοιες επιχειρήσεις μικρού μεγέθους έχουν ιδιαίτερα χαμηλή διαπραγματευτική δύναμη (οι μικροί παραγωγοί στη σχετική θέση τους ως προς τα μεγάλα σούπερ μάρκετ, αλλά και τα μικρά σούπερ μάρκετ στη σχετική θέση τους ως προς τους μεγάλους προμηθευτές σε ορισμένους κλάδους). (ii) Η σχετική διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών και των σούπερ μάρκετ εξαρτάται από το μέγεθος της κάθε επιχείρησης και μπορεί να διαφέρει σημαντικά από περίπτωση σε περίπτωση. Η εν λόγω συγκέντρωση, μέσω της αύξησης του συνολικού μεριδίου αγοράς της, αναμένεται να οδηγήσει σε αύξηση της σχετικής διαπραγματευτικής δύναμης της οικονομικής μονάδας που δημιουργείται από τη συγκέντρωση (ιδίως επειδή η ΤΡΟΦΟ μέσω της ΕΝΑ δραστηριοποιείται και στο χονδρικό εμπόριο). Όμως, κατά τα παραπάνω, η συγκέντρωση δεν αναμένεται να οδηγήσει σε σημαντικό περιορισμό του ανταγωνισμού τόσο γιατί υπάρχουν και ισχυρότεροι όμιλοι στο επίπεδο της λιανικής πώλησης όσο και γιατί υπάρχουν σχετικά ισχυρές μονάδες στο επίπεδο του παραγωγού.

β. Σε μία αγορά με ολιγοπωλιακή δομή, μια συγκέντρωση όπως η εν λόγω θα μπορούσε να προκαλέσει ή να επιταχύνει, ως αντίδραση, συγκέντρωση από την πλευρά άλλων ανταγωνιστών. Στην προκείμενη περίπτωση, πρέπει να παρατηρηθεί ότι τα τελευταία 10-15 χρόνια έχει παρατηρηθεί στην ελληνική αγορά μια αυξημένη τάση συγκέντρωσης στον κλάδο. Επιπλέον, εκπρόσωποι των μεγάλων επιχειρήσεων με δηλώσεις τους στον τύπο, προβλέπουν ότι στην αγορά θα «επιβιώσουν» μόνο πέντε με δέκα όμιλοι, κάτι που πιθανόν να σηματοδοτεί και την πρόθεσή τους για μελλοντικές συγκεντρώσεις. Ανεξάρτητα από αυτές τις προθέσεις και ανεξάρτητα από τη συγκέντρωση που εξετάζεται εδώ, φαίνεται πιθανό ότι στα επόμενα χρόνια θα υπάρχει τόσο μία είσοδος μεγάλων ξένων επιχειρήσεων όσο και μια τάση συγκέντρωσης των επιχειρήσεων που ήδη δραστηριοποιούνται στην ελληνική αγορά. Αυτές οι τάσεις δεν συνδέονται αναγκαστικά με μείωση του ανταγωνισμού ιδίως στο βαθμό που δεν θα δημιουργηθούν εμπόδια εισόδου (νομικά, τεχνολογικά, λόγω της στρατηγικής συμπεριφοράς των ισχυρών επιχειρήσεων, ή άλλα) και αντίθετα γίνει εκμετάλλευση οικονομιών κλίμακας. Επιπρόσθετα, ενίσχυση του ανταγωνισμού μπορεί να επέλθει για λόγους αλλαγής κάποιων καθημερινών συνθηκών των νοικοκυριών (π.χ. παράδοση έτοιμου φαγητού στο σπίτι) ή τεχνολογικών λόγων (π.χ. αγορά καταναλωτικών αγαθών μέσα από το διαδίκτυο με παράδοση στο σπίτι).

γ. Η ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ και η ΤΡΟΦΟ δεν απευθύνονται ως σήμερα ακριβώς στους ίδιους καταναλωτές. Συγκεκριμένα, υπάρχει μια «κάθετη διαφοροποίηση προϊόντος», με την ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ να απευθύνεται σε πελάτες υψηλού και μέσου εισοδήματος και την ΤΡΟΦΟ σε πελάτες με μέσο και χαμηλό εισόδημα. Παράλληλα, υπάρχει μια μερική επικάλυψη ανάμεσα στα φάσματα των προϊόντων που πωλούνται από τα καταστήματα της κάθε επιχείρησης. Δεν είναι γνωστό αν θα επιλεγεί να διατηρηθεί στο μέλλον το σήμα της ΤΡΟΦΟ ή όχι. Υπάρχουν δυο δυνατές εμπορικές επιλογές ως προς αυτό το σημείο, κάθε μία από τις οποίες θα μπορούσε να έχει θετικές αλλά και αρνητικές επιδράσεις στις εταιρίες και σε κάποιες ομάδες καταναλωτών. Σε κάθε περίπτωση πάντως, και στο βαθμό που υπάρχει είσοδος νέων επιχειρήσεων και γενικότερα ανταγωνισμός στον κλάδο, αυτή η παράμετρος του προβλήματος δεν είναι κρίσιμη ως προς την εκτίμηση της επίδρασης στον ανταγωνισμό.

4. Συνυπολογίζοντας όσα εκτέθηκαν παραπάνω (**VII 1-3**), δεν αναμένεται ότι η εν λόγω συγκέντρωση θα προκαλέσει σημαντική μείωση του ανταγωνισμού στην αγορά της λιανικής πώλησης.

5. Τέλος, με την ολοκλήρωση της εν λόγω εξαγοράς δεν θα προκύψει αύξηση μεριδίου στη σχετική αγορά της χονδρικής πώλησης, δεδομένου ότι η εξαγοράζουσα δεν δραστηριοποιείται σε αυτή και άρα δεν αναμένεται να επηρεασθεί σημαντικά ο ανταγωνισμός.

ΔΕΥΤΕΡΕΥΟΝΤΕΣ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ

Σύμφωνα με το άρθρο 9 της σύμβασης, οι βασικοί μέτοχοι-πωλητές, κ.κ. Δ. Σπανός και Κων. Σπανός υποχρεούνται να μην ενεργούν για μια τετραετία μετά την ημέρα της μεταβίβασης άμεσα ή έμμεσα, πράξεις ανταγωνιστικές προς τους σκοπούς της εταιρείας, να μη συμμετέχουν σε προσωπικές εταιρείες ή ΕΠΕ ή να είναι μέλη Δ.Σ ή διευθυντικά στελέχη Α.Ε που έχουν σκοπούς ανταγωνιστικούς με τους σκοπούς της εταιρείας με συμμετοχή άνω του 45%. Επίσης υποχρεούνται να μην προσλάβουν για μία τριετία πρόσωπα που ασχολούνται ή έχουν απασχοληθεί από την εταιρεία.

Οι περιορισμοί αυτοί θεωρούνται εύλογοι και αναγκαίοι για την πραγματοποίηση της συγκέντρωσης.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

Αποφαίνεται ότι η συγκέντρωση επιχειρήσεων η οποία συνίσταται στην εξαγορά από την εταιρεία ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. του συνόλου των μετοχών της εταιρείας ΤΡΟΦΟ Α.Ε. ΕΙΣΑΓΩΓΑΙ - ΕΞΑΓΩΓΑΙ - ΕΜΠΟΡΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΕΙΔΩΝ ΕΥΡΕΙΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΕΩΣ και γνωστοποιήθηκε στις 30.10.2000, σύμφωνα με το άρθρο 4β του ν.703/77, όπως ισχύει, δεν αναμένεται να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στις επιμέρους σχετικές αγορές τις οποίες αυτή αφορά και ως εκ τούτου δεν συντρέχει νόμιμος λόγος απαγόρευσής της.

Η απόφαση εκδόθηκε την 18η Ιανουαρίου 2001.

Η παρούσα απόφαση να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Ο Πρόεδρος

Ο Συντάκτης της απόφασης

Ηλίας Σουφλερός

Νικόλαος Βέττας

Η Γραμματέας

Αικατερίνη Τριβέλη