

ΑΠΟΦΑΣΗ¹ ΑΡΙΘΜ. 348/V/2007

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ – ΤΜΗΜΑ Α΄

Συνεδρίασε στην Αίθουσα Συνεδριάσεων του 1^{ου} ορόφου του κτηρίου των γραφείων της, επί της οδού Κότσικα 1Α, Αθήνα, την 19^η Ιουλίου 2007, ημέρα Πέμπτη και ώρα 13:30, με την εξής σύνθεση:

Προεδρεύων: Αριστομένης Κομισόπουλος

Μέλη: Φαίδων Στράτος,

Δημήτριος Γιαννέλης, και

Ελίζα Αλεξανδρίδου

Τα λοιπά τακτικά ή/και αναπληρωματικά μέλη της Επιτροπής Ανταγωνισμού – Τμήμα Α΄, αν και προσκληθέντα, δεν προσήλθαν στη συνεδρίαση λόγω δικαιολογημένου κωλύματος.

Γραμματέας: Όλγα-Ανίτα Ραφτοπούλου, λόγω κωλύματος της τακτικής Γραμματέως Αικατερίνης Τριβέλη

Θέμα της συνεδρίασης ήταν η λήψη απόφασης επί της προηγούμενης γνωστοποίησης, σύμφωνα με το άρθρο 4β παρ. 1 του ν. 703/77, όπως ισχύει, της εταιρείας «**ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ Α.Ε.**» αναφορικά με την εξαγορά από μέρους της του 100% των μετοχών της εταιρείας «**ΤΡΟΦΙΝΟ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ**».

Στην αρχή της συζήτησης, τον λόγο έλαβε η Γενική Εισηγήτρια Σοφία Καμπερίδου, Διευθύντρια Α΄ Διεύθυνσης Εφαρμογών της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού (εφεξής Γ.Δ.Α.), η οποία ανέπτυξε συνοπτικά τη γραπτή εισήγηση (αριθ. πρωτ. 4293/18.7.2007) της Υπηρεσίας και πρότεινε για τους λόγους που αναφέρονται αναλυτικά στην εισήγηση, τη μη απαγόρευση της με αριθ. ημ. πρωτ. 4210/11.06.2007 γνωστοποιηθείσης, σύμφωνα με το άρθρο 4β του ν.703/77, όπως ισχύει, συγκέντρωσης, σύμφωνα με το άρθρο 4δ παρ. 3 του ν. 703/77, όπως ισχύει.

Κατόπιν η Επιτροπή Ανταγωνισμού- Τμήμα Α΄ διασκέφθηκε και αφού έλαβε υπόψη της όλα τα στοιχεία του φακέλου της κρινόμενης υπόθεσης και την Εισήγηση της Γ.Δ.Α.,

ΣΚΕΦΘΗΚΕ ΩΣ ΕΞΗΣ:

I. Την 13.7.2007 (ημ.α.π. 4210) η εταιρεία **ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ Α.Ε.** (εφεξής ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ή Εξαγοράζουσα ή Αγοράστρια) γνωστοποίησε στην Επιτροπή Ανταγωνισμού, σύμφωνα με το άρθρο 4β ν.703/77, ως ισχύει, την εξαγορά από μέρους της του [...] % των μετοχών της εταιρείας

¹ Από την παρούσα απόφαση έχουν παραλειφθεί, σύμφωνα με το άρθρο 26 παρ.7 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ 1890/Β΄/29.12.2006), τα στοιχεία εκείνα, τα οποία κρίθηκε ότι αποτελούν επιχειρηματικό απόρρητο. Στη θέση των στοιχείων που έχουν παραλειφθεί υπάρχει η ένδειξη [...]. Όπου ήταν δυνατό τα στοιχεία που παραλείφθηκαν αντικαταστάθηκαν με ενδεικτικά ποσά και αριθμούς ή με γενικές περιγραφές (εντός [...]).

ΤΡΟΦΙΝΟ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ (εφεξής ΤΡΟΦΙΝΟ ή Εξαγοραζόμενη), τις οποίες κατέχουν οι [...] (εφεξής καλούμενοι «Πωλητές»).

Η γνωστοποιηθείσα πράξη θα λάβει χώρα δυνάμει του από **2.7.2007** Προσυμφώνου Μεταβίβασης Μετοχών που συνήφθη μεταξύ της Εξαγοράζουσας και των προαναφερομένων μετόχων-Πωλητών της Εξαγοραζόμενης και το οποίο προβλέπει μεταξύ άλλων τα εξής:

- i. Οι Πωλητές επιθυμούν να πωλήσουν και μεταβιβάσουν στην Αγοράστρια, κατά την ημέρα υπογραφής του οριστικού συμφωνητικού πώλησης των μετοχών, εφόσον έχουν πληρωθεί όλοι οι όροι και οι προϋποθέσεις του Προσυμφώνου, το σύνολο των μετοχών της Εξαγοραζόμενης (ήτοι 310.000 μετοχές που αντιπροσωπεύουν το 100% του μετοχικού κεφαλαίου της), έναντι ορισμένου τιμήματος, το οποίο θα καταβληθεί τμηματικά.
- ii. Οι Πωλητές σύμφωνα με το άρθρο 8 του Προσυμφώνου απαγορεύεται για δύο χρόνια να ασκήσουν με όμοιο ή παρεμφερή σκοπό δραστηριότητα με αυτόν της Εταιρείας ή να απασχολήσουν μερικά ή ολικά για λογαριασμό άλλου προσώπου και γενικά να ασκήσουν για το προαναφερόμενο χρονικό διάστημα πράξεις ανταγωνισμού.
- iii. Οι πωλητές, κατά την ημερομηνία εκπλήρωσης θα παραδώσουν τις παραιτήσεις τους από μέλη του Δ.Σ. της Εξαγοραζόμενης.
- iv. Η οριστική σύμβαση μεταβίβασης των μετοχών θα υπογραφεί αμέσως μετά τη χορήγηση της σχετικής εγκρίσεως από την Επιτροπή Ανταγωνισμού.

Η κρινόμενη εξαγορά δεν είναι κοινοτικών διαστάσεων και δεν θα υποβληθούν γνωστοποιήσεις σε άλλες Αρχές Ανταγωνισμού,

Η γνωστοποιούσα προσκόμισε το φύλλο της εφημερίδας ΗΜΕΡΗΣΙΑ της 18.7.07, στο οποίο δημοσίευσε την κρινόμενη συναλλαγή, κατά τα προβλεπόμενα στο άρθρο 4β παρ. 6 ν.703/77, ως ισχύει, και στην με αριθ. 305/V/2006 Απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ 805/Β'4.7.2006). Τη δε γνωστοποίηση συνόδευε το προβλεπόμενο στο άρθρο 31 παρ. 1 ν. 703/77 παράβολο, των 1.050 Ευρώ.

II. ΤΑ ΜΕΡΗ

1. ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε.Β.Ε.

Η Εξαγοράζουσα συστήθηκε το 1969, εδρεύει στο 11^ο χιλ. Ε/Ο Αθηνών – Λαμίας και ανήκει στην εταιρεία [...]. Κατά δήλωσή της, δραστηριοποιείται στον τομέα της εκμετάλλευσης καταστημάτων λιανικής πώλησης αγαθών, με τη μορφή των καταστημάτων σούπερ μάρκετ, και διατηρεί σήμερα 167 καταστήματα εκ των οποίων τα 81 στο νομό Αττικής και τα υπόλοιπα σε 32 πόλεις της υπόλοιπης Ελλάδος. Επίσης, διαθέτει 31 καταστήματα στην Κρήτη με την επωνυμία ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ, 8 καταστήματα στα Σκόπια με την επωνυμία VERO και 2 καταστήματα στη Σερβία με την επωνυμία SUPER VERO.

Σημειώνεται δε ότι σε εξωτερικούς χώρους 13 μεγάλων καταστημάτων της στην Αθήνα και στην επαρχία διατηρεί πρατήρια βενζίνης .

Σύμφωνα με δημοσιεύματα του τύπου (ΤΟ ΒΗΜΑ της 6.5.2007) η **ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε.Β.Ε.** κατέχει την τέταρτη θέση στον κλάδο των σούπερ μάρκετ, βάσει πωλήσεων.

Η εταιρεία ελέγχει τις παρακάτω εταιρείες: **ΨΥΓΕΙΑ ΑΘΗΝΩΝ Α.Ε.** με δραστηριότητα εκμετάλλευσης ψυκτικών χώρων έδρα Αιγάλεω Αττικής και ποσοστό συμμετοχής [...]%, **ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ Α.Ε.** με δραστηριότητα εκμετάλλευσης σούπερ μάρκετ έδρα Ηράκλειο Κρήτης και ποσοστό συμμετοχής [...]%, **VEROPOULOS DOOEL** με δραστηριότητα εκμετάλλευσης σούπερ μάρκετ έδρα Σκόπια και ποσοστό συμμετοχής [...]%, **VEROPOULOS DOO** με δραστηριότητα εκμετάλλευσης σούπερ μάρκετ έδρα Βελιγράδι Σερβίας και ποσοστό συμμετοχής [...]%, **ΑΧΑΙΚΑ ΚΤΙΡΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ Α.Ε** (ανενεργή) με δραστηριότητα εκμετάλλευσης ακινήτων έδρα Πάτρα και ποσοστό συμμετοχής [...]%.

2. ΤΡΟΦΙΝΟ ΑΒΕΕ

Η ΤΡΟΦΙΝΟ συστάθηκε το έτος 2004, και, σύμφωνα με τα γνωστοποιηθέντα στοιχεία, δραστηριοποιείται στον τομέα της εκμετάλλευσης καταστημάτων σούπερ μάρκετ τροφίμων στο Ν. Αττικής.

Η μετοχική σύνθεσή της έχει ως ακολούθως:

Δημήτριος Πάριος [...] % και Ελισσάβετ Πυρένη [...] %

Σύμφωνα με τα προσκομισθέντα στοιχεία, η Εξαγοραζόμενη ΤΡΟΦΙΝΟ δεν ελέγχει καμία άλλη εταιρεία.

Σημειωτέον ότι η ΤΡΟΦΙΝΟ διατηρεί συνολικά δίκτυο 12 καταστημάτων σούπερ μάρκετ, εκ των οποίων τα 3 βρίσκονται στον Περισσό, 2 στη Μεταμόρφωση και από 1 στις περιοχές Πεύκη, Λαμπρινή, Αχαρναί, Α. Λιόσια, Μεταμόρφωση, Γαλάτσι, Ανακασιά και Ν. Φιλαδέλφεια.. Τα καταστήματά της, είναι σχετικά μικρής επιφάνειας (της τάξης των 400-500 τ.μ. περίπου).

Ο **παγκόσμιος κύκλος εργασιών** (σε ευρώ) όλων των συμμετεχουσών στην υπό κρίση πράξη επιχειρήσεις το τελευταίο οικονομικό έτος (2006), κατά δήλωση της γνωστοποιούσας, ανέρχονταν σε 792.103.531,83 €

Ο κύκλος εργασιών καθεμίας χωριστά **στην ελληνική αγορά** το τελευταίο οικονομικό έτος (2006), ήταν: α) ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ([...] Ευρώ) και ως ομίλου [...]€, και β) ΤΡΟΦΙΝΟ [...]€.

III. ΣΧΕΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ – ΔΟΜΗ – ΜΕΡΙΔΙΑ - ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Α. Η γνωστοποιούσα αναφέρει ότι η κρινόμενη πράξη «*αφορά τον κλάδο του λιανικού εμπορίου ειδών διατροφής, οινοπνευματοδών & μη ποτών, βασικών ειδών οικιακής χρήσης, ειδών υγιεινής και περιποίησης του σώματος και λοιπών συναφών καταναλωτικών αγαθών. Ειδικότερα, αφορά το λιανικό εμπόριο των παραπάνω ειδών που πωλούνται σε καταστήματα της μορφής Σούπερ Μάρκετ.*»

Σύμφωνα με προηγούμενες αποφάσεις της Επιτροπής Ανταγωνισμού η **αγορά της λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ** διακρίνεται περαιτέρω ως ακολούθως:

α) Στις **αλυσίδες καταστημάτων (σούπερ μάρκετ και υπερμάρκετ)**, των οποίων κύρια χαρακτηριστικά είναι ότι απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή για μαζικές αγορές κυρίως τροφίμων, διαθέτουν μεγάλες επιφάνειες (συνήθως από 200 τ.μ.-2.500 τ.μ. τα σούπερ μάρκετ και από 2.500 τ.μ. και άνω τα υπερμάρκετ) οι πελάτες τους αυτοεξυπηρετούνται, ο

εφοδιασμός τους γίνεται μέσω κεντρικών αποθηκών, διαθέτουν μεγάλη ποικιλία προϊόντων (8.000-10.000 κωδικούς) καθώς και προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (private label) και τέλος οι τιμές λιανικής πώλησης των προϊόντων είναι γενικά χαμηλές σε σχέση με τα παραδοσιακά παντοπωλεία.

β) Στα **"εκπωτικά 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 και

γ) Στα **παραδοσιακά παντοπωλεία**, τα οποία παρέχουν μερικά σημαντικά πλεονεκτήματα όπως προσωπική εξυπηρέτηση, ευκολία πρόσβασης, εκτεταμένο ωράριο κ.λπ. και θα μπορούσαν να θεωρηθούν εν μέρει ανταγωνιστές των σούπερ μάρκετ στο βαθμό που αποτελούν για τον μέσο καταναλωτή μία λογική εναλλακτική δυνατότητα για την κάλυψη των αναγκών του σε είδη διατροφής.

Ο βαθμός υποκατάστασης των υπηρεσιών που παρέχουν οι παραπάνω κατηγορίες καταστημάτων διαφοροποιείται κατά περίπτωση και εξαρτάται από την περιοχή αναφοράς (αστικές, ημιαστικές, αγροτικές περιοχές), διότι οι διαφορετικές ανάγκες των κατοίκων διαφορετικών περιοχών οδηγούν και σε διαφοροποίηση του τρόπου ζωής και των συνηθειών τους ως καταναλωτές.

Περαιτέρω, η Επιτροπή Ανταγωνισμού έχει ήδη κρίνει ότι ως σχετική γεωγραφική αγορά στην περίπτωση της λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ λαμβάνεται:

α) Αφενός κάθε νομός της χώρας στον οποίο δραστηριοποιούνται οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις, αν ληφθεί ως κριτήριο το αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό για τον τελικό καταναλωτή. Στην προκειμένη περίπτωση η Εξαγοραζόμενη δραστηριοποιείται αποκλειστικά στο **νομό Αττικής** ενώ η Εξαγοράζουσα εκτός του νομού Αττικής και σε άλλες περιοχές της χώρας.

β) Αφετέρου το σύνολο της Ελληνικής Επικράτειας, 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.

Β. Δομή – Μέγεθος Αγοράς

Το συνολικό μέγεθος της αγοράς εκφραζόμενο σε αξία πωλήσεων από 87 εκ των εταιρειών που δραστηριοποιούνται στον κλάδο των σούπερ μάρκετ την πενταετία 2002-2006, αυξήθηκε από **6.275** εκατ. ευρώ το 2002 σε **9.120** εκατ. ευρώ το 2006.

Οι πωλήσεις της γνωστοποιούσας εταιρείας ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ, την ανωτέρω πενταετία, όπως προκύπτει από τα στοιχεία που προσκόμισε, αυξήθηκαν διαχρονικά και από [...] εκατ. ευρώ το 2002 έφτασαν τα [...] εκατ. ευρώ το 2006. Αντίστοιχα, το ίδιο χρονικό διάστημα οι πωλήσεις της Εξαγοραζόμενης ΤΡΟΦΙΝΟ αυξήθηκαν από [...] εκατ. ευρώ το 2002 σε [...] εκατ. ευρώ το 2006.

Γ. Μερίδια αγοράς - Δείκτης ΗΗΙ μετά την κρινόμενη εξαγορά

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της γνωστοποιούσας που βασίζονται σε στοιχεία της χρήσης **2006**, τα μερίδια αγοράς των μερών και των βασικών ανταγωνιστών τους, σε εθνικό επίπεδο, καθώς και ο Δείκτης ΗΗΙ έχουν ως ακολούθως:

α/α*	Εταιρεία	Κύκλος Εργασιών σε χιλ. Ευρώ (2006)	Μετά την εξαγορά	
			% αγοράς	Δείκτης ΗΗΙ
1	ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ και	[...]	[...]	[...]
9	DIA HELLAS ΑΕ	[...]	[...]	[...]
17	ΞΥΝΟΣ ΑΕ	[...]	[...]	[...]
2	ΑΛΦΑ-ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ	[...]	[...]	[...]
14	και ΈΝΑ- ΕΝΟΠΟΙΗΜΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ- Α.Ε.	[...]	[...]	[...]
3	I & Σ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ	[...]	[...]	[...]
4	ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΕΒΕ	[...]	[...]	[...]
13	και ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ ΑΕ	[...]	[...]	[...]
38	ΤΡΟΦΙΝΟ ΑΒΕΕ	[...]	[...]	[...]
5	ΑΤΛΑΝΤΙΚ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΑΕ	[...]	[...]	[...]
6	METRO ΑΕΒΕ	[...]	[...]	[...]
7	ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΑΕ	[...]	[...]	[...]
8	ΜΑΚΡΟ	[...]	[...]	[...]
10	ΠΕΝΤΕ	[...]	[...]	[...]
	ΣΥΝΟΛΟ ΚΛΑΔΟΥ (επί 87 επιχειρήσεων)	[...]	[...]	[...]

* Σημ.: Ο α/α αντιστοιχεί στη σειρά κατάταξης κάθε εταιρείας με βάση τον κύκλο εργασιών 2006, όπως παρουσιάζεται στον πίνακα του Παραρτήματος της παρούσας που προσκόμισε η γνωστοποιούσα.

Από τα στοιχεία του παραπάνω πίνακα προκύπτει ότι ο όμιλος ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ (DIA HELLAS ΑΕ και ΞΥΝΟΣ ΑΕ) κατέχει το 2006 πανελλαδικά το 25,87 % της αγοράς, ο όμιλος ΑΛΦΑ-ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ το 12.1% και η εξαγοράζουσα θα κατέχει μετά τη συγκέντρωση το 8,06% της αγοράς.

Περαιτέρω, η γνωστοποιούσα αναφέρει ότι σύμφωνα με στοιχεία του περιοδικού ΠΑΝΟΡΑΜΑ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ (Φθινόπωρο 2006) στην περιοχή της πρωτεύουσας λειτουργούν 868 μικρά και μεγάλα σούπερ μάρκετ εκ των οποίων 81 ανήκουν στην εξαγοράζουσα και 12 στην εξαγοραζόμενη.

Δ. Ανταγωνισμός

Οι πρώτες επιχειρήσεις εκμετάλλευσης σούπερ μάρκετ άρχισαν να δημιουργούνται στην Ελλάδα πριν από 40 περίπου χρόνια εκτοπίζοντας σταδιακά τα παραδοσιακά παντοπωλεία. Σήμερα ο κλάδος αυτός αποτελεί έναν από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς του ελληνικού εμπορίου.

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά και οι σημαντικότερες εξελίξεις του κλάδου σύμφωνα και με δημοσιευμένα στοιχεία του IOBE, της HELLASTAT, της STATBANK και του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (Ο.Π.Α.), συνοψίζονται ως ακολούθως:

- Ο κλάδος των σούπερ μάρκετ - πολυκαταστημάτων αποδεικνύεται **η τρίτη σημαντικότερη επιχειρηματική δραστηριότητα (από άποψη κύκλου εργασιών) του ελληνικού εμπορίου**. Μαζί με τις βασικές εταιρείες του κλάδου που αποσπούν «τη

μερίδα του λέοντος» στα κέρδη (Carrefour-Μαρινόπουλος, Πέντε, Μετρό, Α-Β Βασιλόπουλος, Σκλαβενίτης, Αφοι Βερόπουλοι και Μασούτης) ιδιαίτερα δυναμική εμφανίζεται η πορεία των εταιρειών Πέντε ΑΕ, Μετρό ΑΕΒΕ, Μασούτης, Market In και Προμηθευτική Τροφίμων.

- **Οι επενδύσεις** που έχουν υλοποιήσει τα τελευταία χρόνια οι εταιρείες του κλάδου υπολογίζεται ότι ξεπερνούν το 1 δισ. ευρώ, με τα 2/3 αυτών να έχουν πραγματοποιηθεί από τους 10 μεγαλύτερους ομίλους. Σύμφωνα με μελέτη του Ο.Π.Α., τα υψηλότερα ποσά έχουν επενδυθεί από τις Carrefour, Α-Β Βασιλόπουλος, Αφοι Βερόπουλοι, Ατλάντικ, Ι.&Σ. Σκλαβενίτης, Μασούτης, Μετρό και Πέντε.
 - **Ο αριθμός των καταστημάτων** σούπερ μάρκετ παρουσιάζει ικανοποιητική μέση ετήσια αύξηση, που αγγίζει το 3,9%, με αποτέλεσμα ο αριθμός τους να ενισχυθεί από 2.740 το 1999 στα 3.187 καταστήματα το 2003. Αυτή η ενίσχυση οφείλεται σχεδόν αποκλειστικά στους υψηλούς μέσους ετήσιους ρυθμούς αύξησης των καταστημάτων αλυσίδων σούπερ μάρκετ που ξεπερνούν το 5%, σε αντίθεση με τον ρυθμό αύξησης των καταστημάτων των μεμονωμένων σούπερ μάρκετ που κυμαίνεται σε χαμηλά επίπεδα (0,8%).
 - Οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ, ως επί το πλείστον, μέσω και σειράς εξαγορών που έχουν πραγματοποιηθεί σε στρατηγικά σημεία της χώρας έχουν **παρουσία σχεδόν σε όλη την Ελλάδα**. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι το 2000 οι κάτοικοι ανά σούπερ μάρκετ ανέρχονταν κατά μέσο όρο στους 4.016 ενώ το 2003 στους 3.317, εξέλιξη που επιβεβαιώνει τον υψηλό βαθμό διείσδυσής τους στην εγχώρια αγορά.
 - Η ανάπτυξη προϊόντων **ιδιωτικής ετικέτας**, τα οποία εκτιμάται ότι την πενταετία 2006-2010 μπορεί να καλύψουν έως και το 20-25% του κύκλου εργασιών των εταιρειών του κλάδου, αποτελεί «κεντρικό πυλώνα» της στρατηγικής των μεγάλων εταιρειών του χώρου, ακολουθώντας τις διεθνείς τάσεις. Σύμφωνα με έρευνα του καθηγητή του Ο.Π.Α., κ. Γ. Μπαλτά, ένα στα πέντε προϊόντα που αγοράζουν οι καταναλωτές είναι ιδιωτικής ετικέτας καθώς θεωρούνται συμφέροντα λόγω χαμηλότερης τιμής.
 - Η στρατηγική ανάπτυξης των σούπερ μάρκετ εστιάζεται στην οργανική ανάπτυξη μέσω επενδύσεων για την επέκταση των δικτύων των καταστημάτων τους και τη δημιουργία κέντρων logistics. Σημαντικές είναι και οι επενδύσεις στην οργάνωση των επιχειρήσεων και στην παροχή περισσότερων και πιο **εξειδικευμένων υπηρεσιών** με ανάπτυξη νέων τμημάτων στα καταστήματα [όπως καταστήματα ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών ειδών, τμήματα ρουχισμού, εξειδικευμένα τμήματα τροφίμων με μεγαλύτερη ποικιλία και έμφαση την ποιότητα (delicatessen) και στα βιολογικά προϊόντα, τμήματα καφέ και έτοιμου φαγητού, σταθμοί ανεφοδιασμού καυσίμων].
- Ιδιαίτερα δημοφιλή υπηρεσία αποτελεί η **on-line παραγγελία προϊόντων** και η **κατ' οίκον διανομή**, την οποία προσφέρουν αλυσίδες, όπως οι ΑΒ Βασιλόπουλος και η εξαγοράζουσα Αφοι Βερόπουλοι.
- Κοινή πρακτική στον κλάδο αποτελεί πλέον και η δημιουργία κοινών χώρων αγορών, καθώς οι αλυσίδες super markets, υιοθετώντας διεθνή πρότυπα, παραχωρούν τμήματα των καταστημάτων τους σε τρίτες εταιρείες προς ενοικίαση. Η πρακτική αυτή έχει σαν στόχο την ενδυνάμωση της οικονομικής θέσης των εταιρειών μέσω των ετήσιων παγίων

εσόδων από τα ενοίκια, ενώ ταυτόχρονα στηρίζει τις πωλήσεις, παρέχοντας τη δυνατότητα στο καταναλωτικό κοινό να διενεργεί **one stop shop** αγορές στον ίδιο χώρο. Συνεργασίες τέτοιου είδους υλοποιούν κυρίως οι μεγαλύτεροι όμιλοι του χώρου, όπως οι Carrefour-Μαρινόπουλος (έχει υπογράψει 287 συμβάσεις ενοικίασης), Α-Β Βασιλόπουλος και Αφοί Βερόπουλοι.

- Τέλος, αρκετά σημαντικό θεωρείται το **πρόβλημα της περαιτέρω επέκτασης** των αλυσίδων σούπερ μάρκετ ιδιαίτερα **στα μεγάλα αστικά κέντρα**, λόγω της έλλειψης μεγάλων χώρων και οικοπέδων και του υψηλού κόστους της διαθέσιμης γης και των κατάλληλων ακινήτων. Δυσκολίες παρατηρούνται και στη χορήγηση σχετικής άδειας λειτουργίας από την τοπική αυτοδιοίκηση. Ορισμένες αλυσίδες προκειμένου να αντιμετωπίσουν το πρόβλημα έχουν προχωρήσει στην ίδρυση μικρότερων καταστημάτων που εξυπηρετούν τους κατοίκους συγκεκριμένης περιοχής, χωρίς αυτοί να είναι υποχρεωμένοι να προσέρχονται σε μεγαλύτερα περιφερειακά καταστήματα.

Σε ό,τι αφορά τις συνθήκες ανταγωνισμού που επικρατούν στον κλάδο, αναφέρονται τα εξής:

- Ο **ανταγωνισμός είναι έντονος**, με αποτέλεσμα οι μεγάλες αλυσίδες να εφαρμόζουν στρατηγικές αύξησης των μεριδίων τους στην αγορά και οι μικρότερες να προβαίνουν σε κινήσεις "επιβίωσης". Ειδικότερα, η τάση των επιχειρήσεων να προβαίνουν σε **συγχωνεύσεις και εξαγορές** με σκοπό τη δημιουργία ισχυρών ομίλων, καθώς και η προσχώρηση των μικρότερων και μεμονωμένων επιχειρήσεων σε **ομίλους κοινών αγορών**, αποτελούν στρατηγικές που βασικό στόχο έχουν την ισχυροποίηση της διαπραγματευτικής ικανότητας των εταιρειών έναντι των προμηθευτών τους για την εξασφάλιση καλύτερων τιμών και ευνοϊκότερων όρων αγοράς, προκειμένου να ανταπεξέλθουν στον έντονο ανταγωνισμό.
- Εκτιμάται ότι **ποσοστό άνω του [...] % της ευρύτερης αγοράς εκμετάλλευσης σούπερ μάρκετ στην Ελλάδα ελέγχεται από δύο ισχυρούς διεθνείς Ομίλους επιχειρήσεων, τους Carrefour** (μέσω των εταιρειών CARREFOUR MAPINOΠΟΥΛΟΣ και DIA), **Delhaize** (μέσω του ομίλου ΑΒ Βασιλόπουλος). Μικρό σχετικά μερίδιο αγοράς κατέχει η γερμανική εκπτωτική αλυσίδα Lidl, η οποία έχει διεισδύσει στην ελληνική αγορά από το 1996. Οι ξένες αλυσίδες και όμιλοι που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, όσον αφορά στη διαπραγματευτική τους ικανότητα, σε γενικές γραμμές πλεονεκτούν έναντι των ελληνικών επιχειρήσεων, λόγω των οικονομιών κλίμακας που απολαμβάνουν.
- Από την άλλη πλευρά οι μικρές και μεσαίες αλυσίδες του χώρου εμφανίζονται περισσότερο ευάλωτες στην όξυνση του ανταγωνισμού και των μεταβολών στις συνθήκες της αγοράς.
- Η τελευταία τριετία από πλευράς ζήτησης ήταν δύσκολη για τις λιανεμπορικές επιχειρήσεις οι οποίες δέχονται σημαντικές πιέσεις από την **ανάπτυξη των discount αλυσίδων (Lidl, Plus, Dia)**, πόσω μάλλον όταν κάποιες από αυτές (π.χ. Lidl) παρότι δεν ήταν στην πρακτική τους αποφάσισαν να δώσουν χώρο στα ράφια τους και σε επώνυμα προϊόντα. Βάσει δημοσιευμάτων το μερίδιο των hard discounters (Dia, Lidl και Plus) στο σύνολο της αγοράς (σε όγκους πωλήσεων) εκτιμάται ότι σήμερα προσεγγίζει το 16% ενώ

στο άμεσο μέλλον θα αγγίζει το 22% και με την είσοδο και νέων επιχειρήσεων, μεταξύ των οποίων και η Aldi, δεν αποκλείεται να υπερβεί το 25%.

- Παρ' όλα αυτά η είσοδος νέων επιχειρήσεων στον κλάδο των σούπερ μάρκετ δεν συναντά σημαντικά νομικά ή πραγματικά εμπόδια.
- Εφόσον πληρούνται όλες οι νόμιμες προϋποθέσεις, κάθε επιχείρηση δύναται να λειτουργήσει κατάστημα τροφίμων ή υπεραγορά, εφόσον εφοδιασθεί με την κατάλληλη άδεια λειτουργίας, η οποία εκδίδεται από την τοπική αυτοδιοίκηση και ειδικότερα από τις αρμόδιες υπηρεσίες του δήμου, στην περιφέρεια του οποίου βρίσκεται το κατάστημα τροφίμων ή η υπεραγορά. Για να εκδοθεί η ως άνω άδεια και δεδομένου ότι κάθε κατάστημα τροφίμων ή υπεραγορά είναι κατάστημα υγειονομικού ενδιαφέροντος, μεταξύ άλλων εξετάζεται η θέση του καταστήματος και το αν η χρήση αυτή επιτρέπεται στη συγκεκριμένη τοποθεσία βάσει των οικείων πολεοδομικών διατάξεων.
- Σε ό,τι αφορά την **είσοδο νέων επιχειρήσεων στην αγορά** σημειώνεται ότι μέχρι το 2008 αναμένεται να δραστηριοποιηθεί στην χώρα η πολυεθνική αλυσίδα σούπερ μάρκετ **ALDI** (η οποία έχει ήδη καταρτίσει ιστοσελίδα στα ελληνικά αναζητώντας προσωπικό και έχει ανακοινώσει ότι δεν θα διαθέτει επώνυμα προϊόντα στα ράφια της, βασιζόμενη κυρίως στην αγορά των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας). Επίσης, σύμφωνα με δημοσιεύματα του τύπου σταθερό ενδιαφέρον για δραστηριοποίηση στην ελληνική αγορά επιδεικνύει και ο πολυεθνικός Όμιλος λιανεμπορίου **Tesco**, ο οποίος εφάρμοζε να έχει προσεγγίσει προς το σκοπό αυτό διάφορες αλυσίδες σούπερ μάρκετ για συνεργασία.

Επιπρόσθετα, αναφέρουμε ότι σε συνέντευξη τύπου τον Ιούνιο 2007, ο επικεφαλής του Ομίλου της εξαγοράζουσας ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ, Νικ. Βερόπουλος, φέρεται να προβλέπει νέο γύρο εξαγορών και συγχωνεύσεων στον κλάδο του λιανεμπορίου τροφίμων στο άμεσο μέλλον. Στην εξαιρετικά ανταγωνιστική, όπως τη χαρακτηρίζει, αγορά των σούπερ μάρκετ, πιστεύει ότι θα επιβιώσουν *«μόνον οι οικονομικά εύρωστες επιχειρήσεις»*, αφού οι επενδύσεις για τη δημιουργία νέων καταστημάτων, εξοπλισμό και διασφάλιση των κανόνων υγιεινής είναι ιδιαιτέρως δαπανηρές και τα περιθώρια κερδοφορίας χαμηλά. Πλην των εξαγορών, δεν θα λείψουν και νέες είσοδοι στην εγχώρια αγορά κι άλλων ξένων λιανεμπορικών αλυσίδων, εξέλιξη που κατά τον κ. Βερόπουλο θα δημιουργήσει ασφυκτικότερες συνθήκες κυρίως για τις επιχειρήσεις εκείνες *«που έχουν χάσει την όρεξή τους να υπάρχουν σε αυτόν τον κλάδο. Ή άλλως μένουν προσκολλημένες σε επιχειρηματικές τακτικές και πολιτικές του παρελθόντος με αποτέλεσμα να έχουν “ατονήσει” τα ανταγωνιστικά αντανακλαστικά τους»*.

IV 1. Κατά το άρθρο 4, παρ. 2 στοιχ. β ν.703/77, ως ισχύει, συγκέντρωση πραγματοποιείται και όταν ένα ή περισσότερα πρόσωπα που ελέγχουν ήδη τουλάχιστο μία επιχείρηση ή μία ή περισσότερες επιχειρήσεις, αποκτούν άμεσα ή έμμεσα, τον έλεγχο του συνόλου ή τμημάτων μιας ή περισσότερων άλλων επιχειρήσεων. Κατά την παρ. 3 του ιδίου ως άνω άρθρου, για την εφαρμογή του νόμου, ο έλεγχος απορρέει από δικαιώματα, συμβάσεις ή άλλα μέσα, τα οποία είτε μεμονωμένα είτε από κοινού με άλλα και λαμβανομένων υπόψη των σχετικών πραγματικών ή νομικών συνθηκών, παρέχουν τη δυνατότητα καθοριστικής επίδρασης στη σύνθεση, στις συσκέψεις ή στις αποφάσεις των οργάνων μιας επιχείρησης και ιδίως από: α)

δικαιώματα κυριότητας ή επικαρπίας επί του συνόλου ή μέρους των περιουσιακών στοιχείων μιας επιχείρησης, β) δικαιώματα ή συμβάσεις που παρέχουν δυνατότητα καθοριστικής επίδρασης στη σύνθεση, στις συσκέψεις ή στις αποφάσεις των οργάνων μιας επιχείρησης. Επίσης, κατά την παρ. 4 του ίδιου άρθρου, ο έλεγχος αποκτάται από το πρόσωπο ή τα πρόσωπα ή τις επιχειρήσεις, που: α) είναι υποκείμενα αυτών των δικαιωμάτων ή δικαιούχοι από τις συμβάσεις αυτές ή β) χωρίς να είναι υποκείμενα των δικαιωμάτων ή δικαιούχοι από τις συμβάσεις αυτές, δικαιούνται να ασκούν τα δικαιώματα που απορρέουν από αυτές.

Στην προκειμένη περίπτωση η από **2.7.2007** προσυμφωνηθείσα εξαγορά του [...] % του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας ΤΡΟΦΙΝΟ ΑΒΕΕ από την εταιρεία ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΕΒΕ συνεπάγεται την απόκτηση από την δεύτερη των εταιρειών, αποκλειστικού ελέγχου επί της πρώτης αυτών. Δεδομένου δε και του γεγονότος (α) ότι η εξαγοράζουσα και η εξαγοραζόμενη είναι μεταξύ τους ανεξάρτητες επιχειρήσεις και (β) ότι όλες οι συμμετέχουσες στην κρινόμενη πράξη επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στις αυτές σχετικές αγορές, η κρινόμενη πράξη συνιστά συγκέντρωση επιχειρήσεων κατά το άρθρο 4 παρ. 2 στοιχ. β ν.703/77, ως ισχύει.

2. Κατά το άρθρο 4β παρ. 1 ν.703/77, ως ισχύει, κάθε συγκέντρωση επιχειρήσεων πρέπει να γνωστοποιείται στην Επιτροπή Ανταγωνισμού μέσα σε δέκα (10) εργάσιμες ημέρες από τη σύναψη της συμφωνίας ή τη δημοσίευση της προσφοράς ή ανταλλαγής ή την απόκτηση συμμετοχής, που εξασφαλίζει τον έλεγχο της επιχείρησης, όταν ο συνολικός κύκλος εργασιών όλων των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στη συγκέντρωση κατά τα οριζόμενα στο άρθρο 4στ ανέρχεται, στην παγκόσμια αγορά τουλάχιστον σε 150.000.000 ευρώ και δύο τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν, η καθεμία χωριστά, συνολικό κύκλο εργασιών άνω των 15.000.000 ευρώ στην ελληνική αγορά. Κατά την παράγραφο 2 του ίδιου άρθρου η προθεσμία των 10 ημερών αρχίζει από την επέλευση της πρώτης από τις πράξεις, που αναφέρονται στην παράγραφο 1, και κατά την παράγραφο 3 αυτού σε γνωστοποίηση υποχρεούνται: α) σε περίπτωση που η συγκέντρωση αποτελεί αντικείμενο συμφωνίας των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στη συγκέντρωση, η καθεμία από αυτές και β) σε όλες τις άλλες περιπτώσεις, τα πρόσωπα, οι επιχειρήσεις ή ομάδες προσώπων ή επιχειρήσεων, που αποκτούν έλεγχο στο σύνολο ή σε τμήματα μιας ή περισσότερων επιχειρήσεων.

Η υπό κρίση συγκέντρωση υπόκειται υποχρεωτικά σε προηγούμενη γνωστοποίηση δεδομένου ότι πληροί την προϋπόθεση του κύκλου εργασιών που ορίζει ο νόμος, αφού, σύμφωνα με τα στοιχεία του φακέλου, το 2006 ο παγκόσμιος κύκλος εργασιών των συμμετεχουσών στην συγκέντρωση επιχειρήσεων ξεπέρασε τα **792.103.531,83 ευρώ** ενώ η εξαγοράζουσα (ως όμιλος) πραγματοποίησε περίπου [...] ευρώ σε εθνικό επίπεδο και η εξαγοραζόμενη ΤΡΟΦΙΝΟ [...] ευρώ.

Η γνωστοποίηση της κρινόμενης συγκέντρωσης πραγματοποιήθηκε εμπρόθεσμα από την αποκτώσα τον έλεγχο και υπόχρεη σε γνωστοποίηση εταιρεία ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ στις 13.7.07, δηλ. εντός δέκα (10) εργάσιμων ημερών από την υπογραφή του σχετικού Προσυμφώνου Μεταβίβασης Μετοχών, την 2.7.07.

3. Σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο **άρθρο 4δ** του νόμου «*1. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού εξετάζει τη γνωστοποιούμενη συγκέντρωση μόλις υποβληθεί η σχετική γνωστοποίηση. ...*

3. Αν διαπιστωθεί ότι η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση, παρότι εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της παρ.1 του άρθρου 4β, δεν προκαλεί σοβαρές αμφιβολίες ως προς τη δυνατότητά της να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στις επί μέρους αγορές στις οποίες αφορά, η Επιτροπή Ανταγωνισμού, με απόφασή της που εκδίδεται μέσα σε ένα (1) μήνα από τη γνωστοποίηση, επιτρέπει τη συγκέντρωση. ...

10. Οι προθεσμίες που προβλέπονται στις προηγούμενες παραγράφους 3 και 6 μπορούν να παραταθούν στις ακόλουθες περιπτώσεις:

α) αν συμφωνήσουν οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν στη συγκέντρωση,

β) αν το έντυπο της γνωστοποίησης δεν έχει συμπληρωθεί πλήρως, με αποτέλεσμα να μην μπορεί η Επιτροπή Ανταγωνισμού να προβεί στην αξιολόγηση της γνωστοποιούμενης συγκέντρωσης και εφόσον οι γνωστοποιούντες ειδοποιηθούν για αυτό μέσα σε αποκλειστική προθεσμία επτά ημερών από τη γνωστοποίηση της συγκέντρωσης,

γ) αν η γνωστοποίηση είναι λανθασμένη ή παραπλανητική, με αποτέλεσμα να μην μπορεί η Επιτροπή Ανταγωνισμού να προβεί στην αξιολόγηση της γνωστοποιούμενης συγκέντρωσης.

Στις περιπτώσεις β' και γ', ως χρονικό σημείο έναρξης των προθεσμιών θεωρείται η ημερομηνία της προσήκουσας γνωστοποίησης ή της συγκέντρωσης των πλήρων και ακριβών στοιχείων από την αρμόδια για τον ανταγωνισμό υπηρεσία.»

Με την υποβολή της γνωστοποίησης (**13/7/2007**) η Υπηρεσία εξέτασε τον υποβληθέντα φάκελο και επειδή έκρινε ότι υπάρχουν ελλείψεις και ασάφειες στη συμπλήρωση του συνοπτικού εντύπου γνωστοποίησης και στα προσκομισθέντα στοιχεία, στις 16/7/07, ζήτησε πρόσθετα και διευκρινιστικά στοιχεία από τη γνωστοποιούσα επιχείρηση μέχρι τις 18/7/07.

Με βάση τα προσκομισθέντα αλλά και τα διαθέσιμα (στην Υπηρεσία και στο διαδίκτυο) στοιχεία για τις επιμέρους σχετικές αγορές στις οποίες δραστηριοποιούνται τα μέρη η Υπηρεσία έκρινε ότι στην παρούσα υπόθεση δεν απαιτείται περαιτέρω έρευνα με επιστολές σε τρίτες επιχειρήσεις για την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της συγκέντρωσης στον ανταγωνισμό. Πέραν αυτού, σημειώνεται ότι η γνωστοποιούσα δημοσίευσε - ως όφειλε - την κρινόμενη εξαγορά στον οικονομικό τύπο. Παρά ταύτα δεν υπήρξε κανένα αρνητικό σχόλιο ή προβληματισμός ως προς τις επιπτώσεις της συγκέντρωσης στην αγορά του λιανεμπορίου σε εθνικό ή τοπικό επίπεδο, ούτε όχληση της Υπηρεσίας από ανταγωνιστές των μερών ή άλλες επιχειρήσεις (όπως πελάτες ή προμηθευτές) για την διατύπωση τυχόν επιφυλάξεων σχετικά με την γνωστοποιηθείσα εξαγορά.

4. Κατά το **άρθρο 4ε παρ. 1 ν.703/77**, ως ισχύει, απαγορεύεται η πραγματοποίηση συγκέντρωσης που υπάγεται στη διαδικασία προληπτικού ελέγχου μέχρι την έκδοση απόφασης της Επιτροπής Σας, ενώ κατά το άρθρο 4γ παρ. 1 αυτού, με απόφαση της Επιτροπής Σας απαγορεύεται κάθε συγκέντρωση επιχειρήσεων, που υπόκειται σε προηγούμενη γνωστοποίηση και η οποία μπορεί να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στην εθνική αγορά ή σε ένα σημαντικό σε συνάρτηση με τα χαρακτηριστικά των προϊόντων ή των υπηρεσιών τμήμα της και ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης.

Η ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ, η οποία φέρεται να κατέχει την 4η θέση από πλευράς μεριδίων στο σύνολο της εγχώριας αγοράς σούπερ μάρκετ, είναι σαφές ότι δεν κατέχει δεσπόζουσα θέση στην σχετική γεωγραφική αγορά που δραστηριοποιείται αποκλειστικά η εξαγοραζόμενη (Αττική) ούτε πρόκειται να διαφοροποιηθεί ουσιωδώς η θέση της με την απόκτηση της δεδομένου ότι η τελευταία διαθέτει περιορισμένο αριθμό (12) σχετικά μικρών για τον κλάδο καταστημάτων στο Ν. Αττικής.

5. Κατά το άρθρο 4δ παρ.7 ν.703/77, ως ισχύει, *«Οι αποφάσεις που εκδίδονται σύμφωνα με τις προηγούμενες παραγράφους 3 και 6, καλύπτουν και τους περιορισμούς που συνδέονται άμεσα με την πραγματοποίηση της συγκέντρωσης και είναι απαραίτητοι για αυτή.»*

Η προβλεπόμενη στο Προσύμφωνο Μεταβίβασης Μετοχών **διετή ρήτρα μη ανταγωνισμού** κρίνεται ότι συνδέεται άμεσα με την συγκέντρωση και το χρονικό διάστημα είναι εύλογο.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

«Η Επιτροπή Ανταγωνισμού - Τμήμα Α΄, επιτρέπει την κατ' άρθρο 4β του ν. 703/1977 γνωστοποιηθείσα την 13.7.2007 (αριθ. ημ. πρωτ. 4210) συγκέντρωση που αφορά την εξαγορά από μέρους της εταιρείας ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ Α.Ε του 100% των μετοχών της εταιρείας ΤΡΟΦΙΝΟ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ, καθόσον η συγκέντρωση αυτή δεν προκαλεί σοβαρές αμφιβολίες ως προς τη δυνατότητά της να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στις επιμέρους σχετικές αγορές που αφορά».

Η απόφαση εκδόθηκε την **19^η Ιουλίου 2007**.

Η απόφαση να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβέρνησης, σύμφωνα με το άρθρο 26 παρ. 7 του ισχύοντος Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ Β΄ 1890/29.12.2006).

Ο Προεδρεύων του Α΄ Τμήματος

Ο Συντάκτης της Απόφασης

Αριστομένης Κομισόπουλος

Φαίδων Στράτος

Η Αναπληρώτρια Γραμματέας

Όλγα-Ανίτα Ραφτοπούλου