

ΑΠΟΦΑΣΗ¹ ΑΡΙΘΜ. 234 /Π/2003

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

ΣΕ ΟΛΟΜΕΛΕΙΑ

Συνεδρίασε στην αίθουσα 611 του κτιρίου της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου του Υπουργείου Ανάπτυξης, την 20^η Μαρτίου 2003, ημέρα Πέμπτη και ώρα 10:30, με την εξής σύνθεση:

Πρόεδρος: Δημήτρης Τζουγανάτος

Μέλη: Ηλίας Βλάσσης,

Θεόδωρος Δεληγιαννάκης,

Αντώνιος Μέγγουλης, κωλυομένου του τακτικού Κωνσταντίνου Ηλιόπουλου,

Λεωνίδας Νικολούζος

Χαρίσιος Ταγαράς και

Νικόλαος Βέττας.

Γραμματέας: Αικατερίνη Τριβέλη, κωλυομένης της τακτικής, Αλεξάνδρας-Μαρίας Ταραμπίκου.

Τα λοιπά τακτικά ή/και αναπληρωματικά μέλη, καίτοι προσκληθέντα, δεν προσήλθαν λόγω δικαιολογημένου κωλύματος.

Θέμα της Συνεδρίασεως ήταν η από 2.1.2003 προηγούμενη γνωστοποίηση, σύμφωνα με το άρθρο 4β του Ν. 703/77 όπως ισχύει, που αφορά την απόκτηση από την εταιρεία **CADBURY SCHWEPPE'S PUBLIC LIMITED COMPANY** του τομέα ζαχαρωδών προϊόντων της εταιρείας **PFIZER INC.**

Στη συνεδρίαση παρέστησαν α) η γνωστοποιούσα εταιρία CADBURY SCHWEPPE'S PUBLIC LIMITED COMPANY μετά των νομίμων εκπροσώπων της Bruce Futterer, Διευθυντή Νομικού Τμήματος και Γενικό Σύμβουλο αυτής και Henry Ydow, Μέλος του Δ.Σ. αυτής και Διευθυντή Συγχωνεύσεων και Εξαγορών και των πληρεξουσίων δικηγόρων Παναγιώτη Τριδύμα και Δημητρίου Εμβαλωμένου και β) η εταιρία WARNER LAMBERT ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ, θυγατρική του ομίλου PFIZER, δια του εκπροσώπου της Δημήτριου Κυριακόπουλου, Πρόεδρο του Δ.Σ. αυτής και μετά του πληρεξουσίου της δικηγόρου Κωνσταντίνου Βαϊνανίδη.

Με απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού ορίστηκε διερμηνέας ο Αλέξανδρος Πετρουτσόπουλος.

Στην αρχή της συνεδρίασης, το λόγο έλαβε η Γενική Εισηγήτρια της Γραμματείας, Σοφία Καμπερίδου, η οποία ανέπτυξε τη γραπτή εισήγησή της Γραμματείας και πρότεινε «τη μη απαγόρευση της μεταβίβασης της επιχειρηματικής δραστηριότητας της έρευνας, ανάπτυξης, κατασκευής, εμπορίας, διανομής και πώλησης μη σοκολατούχων προϊόντων ζαχαροπλαστικής της εταιρείας PFIZER INC στην εταιρεία CADBURY SCHWEPPE'S PUBLIC LIMITED COMPANY». Στην συνέχεια, τον λόγο έλαβαν οι ανωτέρω πληρεξούσιοι δικηγόροι και οι εκπρόσωποι των εταιριών, οι οποίοι συντάχθηκαν με την εισήγηση της Γραμματείας, ανέπτυξαν

¹ Από την παρούσα απόφαση έχουν παραλειφθεί, σύμφωνα με το άρθρο 23 παρ.7 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ 361/Β'/4.4.2001), τα στοιχεία εκείνα, τα οποία κρίθηκε ότι αποτελούν επιχειρηματικό απόρρητο. Στη θέση των στοιχείων που έχουν παραληφθεί υπάρχει η ένδειξη [...]. Όπου ήταν δυνατό τα στοιχεία που παραλήφθηκαν αντικαταστάθηκαν με ενδεικτικά ποσά και αριθμούς ή με γενικές περιγραφές (εντός [...]).

τις θέσεις της γνωστοποιούσας εταιρίας, έδωσαν εξηγήσεις και διευκρινίσεις σε ερωτήσεις που τους υπέβαλαν ο Πρόεδρος και τα Μέλη της Επιτροπής και ζήτησαν την έγκριση της συγκέντρωσης.

Κατόπιν, οι παριστάμενες εταιρίες, απεχώρησαν από την αίθουσα και η Επιτροπή Ανταγωνισμού, αφού έλαβε υπόψη της τα στοιχεία του σχετικού φακέλου, την Εισήγηση της Γραμματείας και τις απόψεις που διατυπώθηκαν κατά την συζήτηση της υπόθεσης,

ΣΚΕΦΘΗΚΕ ΩΣ ΕΞΗΣ

I. Την 2 Ιανουαρίου 2003, η εταιρεία CADBURY SCHWEPPE'S PUBLIC LIMITED COMPANY (εφεξής CS) γνωστοποίησε στην Επιτροπή Ανταγωνισμού, σύμφωνα με το άρθρο 4β ν.703/77 όπως ισχύει, την απόκτηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας έρευνας, ανάπτυξης, κατασκευής, εμπορίας, διανομής και πώλησης μη σοκολατούχων προϊόντων ζαχαροπλαστικής (συμπεριλαμβανομένης οδοντόστιχλας) από την εταιρεία PFIZER INC (εφεξής PFIZER) και τις θυγατρικές αυτής.

Σύμφωνα με την από 16-12-2002 Συμφωνία Αγορά Μετοχών και Περιουσιακών Στοιχείων (εφεξής συμφωνία) που υπεγράφη μεταξύ των ως άνω μερών, η CS θα αποκτήσει το σύνολο των μετοχών και όλα τα συμφωνηθέντα περιουσιακά στοιχεία, συγκεκριμένου αριθμού εταιρειών σε όλον τον κόσμο, που κατέχει άμεσα ή έμμεσα η PFIZER και σχετίζονται με την προαναφερθείσα επιχειρηματική δραστηριότητα.

Για την Ελλάδα, η συμφωνία αφορά στη μεταβίβαση του συνόλου των μετοχών της εταιρείας WARNER LAMBERT A.E. που ανήκει στον Όμιλο PFIZER προς την CS.

Στην συμφωνία μεταξύ των μερών, περιέχονται, μεταξύ άλλων, και τα ακόλουθα: [...]

Εκτός αυτών, τα μέρη δηλώνουν ότι στην συμφωνία δεν περιλαμβάνονται περιορισμοί σε σχέση με τον ανταγωνισμό, με εξαίρεση τη ρήτρα περί μη ανταγωνισμού. Επίσης, καμία από τις συμφωνίες που αφορούν την υλοποίηση της συναλλαγής εκτός Ελλάδος, «δεν περιλαμβάνει διατάξεις που θα είχαν αντίκτυπο στα προϊόντα ή τις πωλήσεις των μερών στην Ελλάδα ή αλλιώς που θα επηρέαζαν την Ελληνική αγορά με οποιονδήποτε τρόπο». Σε ότι αφορά στο χρόνο ολοκλήρωσης της συναλλαγής, η CS αναφέρει ότι αναμένεται περί τα τέλη Μαρτίου 2003.

Κατά το χρόνο υποβολής της γνωστοποίησης, Η υπό κρίση πράξη εκτός από την Ελλάδα είχε ήδη γνωστοποιηθεί στις εξής χώρες : Γερμανία, Ιταλία, Ιρλανδία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ισπανία, Δημοκρατία της Τσεχίας και Βραζιλία και επρόκειτο να γνωστοποιηθεί στις Η.Π.Α., Καναδά, Μεξικό, Τουρκία, Πορτογαλία και Ιαπωνία. Σύμφωνα με τα μέρη έχει ήδη ληφθεί έγκριση από τις αρμόδιες Αρχές Ανταγωνισμού της Γερμανίας, της Ιταλίας, της Ισπανίας, του Καναδά, της Πορτογαλίας, του Ηνωμένου Βασιλείου, του Μεξικού και της Τσεχίας.

Επιπροσθέτως, τα μέρη αναφέρουν ότι η υπό κρίση πράξη δεν γνωστοποιήθηκε στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή διότι δεν είναι Κοινοτικής διάστασης, σύμφωνα με τον Κανονισμό 4064/89, αλλά η CS ενημέρωσε σχετικά την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στις 17.12.2002.

II. Η γνωστοποιούσα και αποκτώσα εταιρία CADBURY SCHWEPPE'S PUBLIC LIMITED COMPANY έχει συσταθεί και λειτουργεί σύμφωνα με τους νόμους της Αγγλίας και της Ουαλίας και οι μετοχές της είναι εισηγμένες στο Χρηματιστήριο του Λονδίνου. Πρόκειται για επιχείρηση αναψυκτικών και ζαχαρωδών προϊόντων (σοκολατούχων και μη) της οποίας τα προϊόντα διατίθενται σε 200 χώρες περίπου σε όλον τον κόσμο.

Κατά δήλωσή της η εταιρεία δεν διαθέτει περιουσιακά στοιχεία ούτε θυγατρικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα.

Σε ότι αφορά τις ανακατατάξεις (αγοραπωλησίες επιχειρήσεων) στον όμιλο της CS τα τελευταία χρόνια, αναφέρονται τα ακόλουθα:

Η CS στις 27.6.2002, απέκτησε την «επιχείρηση προϊόντων τσίχλας DANDY» (εφεξής DANDY) και ειδικότερα τον κλάδο επώνυμων σημάτων αυτής και μία εγκατάσταση παραγωγής προϊόντων τσίχλας στην Ρωσία. Οι πρώην ιδιοκτήτες της DANDY, διατήρησαν τον κλάδο ιδιωτικών σημάτων αυτής, την επιχείρηση DANDY B2B (την οποία κατόπιν μετονόμασαν σε Gumlink A/S) που παράγει τσίχλες για λογαριασμό αλυσίδων σούπερ μάρκετ και παρασκευαστών ζαχαρωδών προϊόντων καθώς και το εργοστάσιο της στο Vejle, Δανίας. Από το εργοστάσιο αυτό, η CS προμηθεύεται προϊόντα για την επιχειρηματική της δραστηριότητα στη Δ. Ευρώπη (περιλαμβανομένης της Ελλάδας), βάσει ειδικής συμφωνίας προμήθειας. Σημειωτέον ότι, στην Gumlink A/S η CS συμμετέχει με ποσοστό 25%. Κατά δήλωση της CS το μερίδιο συμμετοχής της στην Gumlink A/S «δεν της δίνει δικαίωμα ελέγχου στην εταιρεία αυτή (η CS διορίζει μόνο ένα μέλος στο ΔΣ της Dandy B2B)». Η DANDY παράγει και διακινεί τσίχλες με τα σήματα V6 και Stimorol.

Επίσης, την διετία 2001-2002, η CS προέβη σε εξαγορές διαφόρων επιχειρήσεων, σε παγκόσμιο επίπεδο, οι οποίες όμως κατά δήλωσή της «δεν αφορούν την Ελληνική αγορά». Ορισμένες από αυτές είναι οι εταιρείες KENT (Τουρκία) και Mantecol (Αργεντινή), καθώς και η «επιχειρηματική δραστηριότητα που αφορά τσίχλες και καραμέλες» της Γαλλικής Kraft Food. Κατά την CS, από τον Μάιο 2002 η Kent πραγματοποιεί αποστολές προϊόντων τσίχλας στην Ελλάδα σε πολύ περιορισμένες ποσότητες [...] Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, δεν προκύπτει σημαντική παρουσία των προϊόντων της εταιρείας αυτής στην Ελληνική αγορά. Επίσης, η ως άνω Γαλλική εταιρεία Kraft Food παράγει και διακινεί τσίχλες με τα σήματα Hollywood, Malabar και Tonigum και καραμέλες με τα σήματα: Krema, Kiss Cool και La Vosgienne. Εκ των ανωτέρω προϊόντων, οι τσίχλες Hollywood διακινούνται και στην Ελληνική αγορά. Από τα διαθέσιμα στοιχεία δεν προκύπτει σημαντική παρουσία του προϊόντος αυτού στην Ελληνική αγορά.

Μέσα στις γενικότερες ανακατατάξεις του ομίλου της κατά το 1999, η CS μεταβίβασε στην εταιρεία THE COCA-COLA COMPANY τα δικαιώματά της επί σημάτων εμπορικών ποτών, σε περισσότερες από 120 χώρες ανά τον κόσμο (μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα), πλην των Η.Π.Α., της Νότιας Αφρικής, της Γαλλίας και της Αυστραλίας, καθώς επίσης και τις εν Ιρλανδία και Ισπανία σχετικές με αυτά εγκαταστάσεις παραγωγής συμπυκνωμάτων ποτών.

Σε ότι αφορά τα προϊόντα του ομίλου της γνωστοποιούσας που διακινούνται στην Ελληνική αγορά, σημειώνονται τα ακόλουθα:

Τα προϊόντα τσίχλας της DANDY με τα σήματα V6 και Stimorol διανέμονται στην Ελλάδα αποκλειστικά από την ανεξάρτητη εταιρεία ΕΛΓΕΚΑ Α.Ε. (εφεξής ΕΛΓΕΚΑ), η οποία

τις διανέμει κυρίως σε μεγάλους χονδρέμπορους και λιανέμπορους στην αλυσίδα τροφίμων και σε μικρότερα καταστήματα λιανικής πώλησης σε μικρότερες ποσότητες.

Εκτός από τις τσίχλες V6 και STIMOROL, μικρή ποσότητα ζαχαρωδών προϊόντων της CS εισάγονται στην Ελλάδα από το Ηνωμένο Βασίλειο και διανέμονται από την εταιρεία ΧΑΤΖΗΠΙΑΝΑΓΟΥ Α.Ε. Τα μη σοκολατούχα ζαχαρώδη προϊόντα της CS που διανέμονται από την προαναφερόμενη εταιρεία είναι καραμέλες με τα σήματα Liquorice Allsorts, Fruit Bonbons, Wine Gum Pastilles, Wine Gums, American Hardcones, Jelly Babies, Wine Gum Rolls και Softmint Rolls. Επιπροσθέτως, καραμέλες της CS πωλούνται στην Ελλάδα μέσω διαφόρων άλλων διανομέων από διάφορες χώρες. Το μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεων αυτών πραγματοποιείται από την Cadbury Dulciora, εταιρεία του εν λόγω ομίλου στην Ισπανία.

Σύμφωνα με τα προσκομισθέντα από την εταιρεία στοιχεία, ο παγκόσμιος κύκλος εργασιών του ομίλου CS, κατά το έτος 2001, ανήλθε σε 8.872 εκατ. Ευρώ (5.519 εκατ. Βρετανικές Λίρες), ενώ ο κύκλος εργασιών της CS στην Ελλάδα το ίδιο έτος ανήλθε σε [...] Ευρώ περίπου. Το ποσό αυτό αντιπροσωπεύει τις πωλήσεις της DANDY στην ΕΛΓΕΚΑ (δηλαδή στον αποκλειστικό της διανομέα στην Ελλάδα αναφορικά με τα προϊόντα της επηρεαζόμενης αγοράς).

Επίσης, η CS αναφέρει ότι οι πωλήσεις ζαχαρωδών προϊόντων της, που εισάγονται από το Ηνωμένο Βασίλειο και διανέμονται από την ΧΑΤΖΗΠΙΑΝΑΓΟΥ Α.Ε., ανήλθαν, κατά το έτος 2001, στο ποσό των 48.300 Ευρώ περίπου (στο ποσό αυτό περιλαμβάνονται και σοκολάτες). Οι πωλήσεις της CS σε προϊόντα καραμέλας προς την ΧΑΤΖΗΠΙΑΝΑΓΟΥ Α.Ε. ανήλθαν στο ποσό των [...] Ευρώ το 2001 και των [...] Ευρώ το 2002. Οι λοιπές πωλήσεις προϊόντων καραμέλας μέσω διαφόρων άλλων διανομέων, ανήλθαν στο ποσό των [...] Ευρώ και [...] Ευρώ για τα έτη 2001 και 2002 αντίστοιχα.

III. Η μεταβιβάσουσα εταιρία PFIZER INC είναι φαρμακευτική εταιρεία, έχει συσταθεί και λειτουργεί σύμφωνα με τους νόμους της πολιτείας Ντέλαγουερ των Η.Π.Α. και οι μετοχές της είναι εισηγμένες στο Χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης.

Μέχρι το έτος 2000 η εταιρεία δραστηριοποιείτο κατά κύριο λόγο στους επιχειρηματικούς τομείς των: α) φαρμακευτικών προϊόντων, β) προϊόντων φροντίδας υγείας καταναλωτών, που πωλούνται χωρίς συνταγή και γ) κτηνιατρικών προϊόντων (αντιπαρασιτικών, αντιμολυσματικών, αντιφλεγμονωδών φαρμάκων και εμβολίων κλπ.). Το 2000, μετά την συγχώνευση με απορρόφηση από την PFIZER του ομίλου της εταιρείας WARNER LAMBERT INC, η μεταβιβάζουσα εισήλθε και στους τομείς των: δ) προϊόντων ξυρίσματος (με τα σήματα Schick και Wilkinson Sword), ε) προϊόντων φροντίδας κατοικίδιων ζώων και στ) ζαχαρωδών προϊόντων και ειδικότερα μη σοκολατούχων ζαχαρωδών προϊόντων, όπως οι τσίχλες και οι καραμέλες.

Πρόσφατα, η PFIZER μεταβίβασε σε τρίτους τον τομέα φροντίδας κατοικίδιων ζώων της WARNER LAMBERT. Επίσης, τον Ιανουάριο 2001, η Ελληνική θυγατρική της PFIZER, PFIZER ΕΛΛΑΣ Α.Ε., ενοποίησε το τμήμα φαρμακευτικών προϊόντων και προϊόντων φροντίδας υγείας καταναλωτών, της επίσης θυγατρικής της PFIZER και εδρεύουσας στην Αθήνα, εταιρείας WARNER LAMBERT Α.Ε. (εφεξής ως WL). Η WL διατήρησε μόνο την επιχειρηματική δραστηριότητα των ζαχαρωδών προϊόντων.

Τα ζαχαρώδη προϊόντα της WL (Adams Ελλάδος) που διακινούνται στην Ελληνική

αγορά είναι τσίχλες (Trident, Trident White, Trident Advantage, Trident Kids, Dentyne Ice, Clorets, Bubbaloο και Chiclets Adams) και καραμέλες (Clorets, Clorets Powerful Mints, Halls, Vita-C).

Η μεταβιβαζόμενη με την κρινόμενη πράξη επιχειρηματική δραστηριότητα ζαχαρωδών προϊόντων της PFIZER (εφεξής ως «Adams»), αφορά στην παρασκευή και πώληση των προϊόντων αυτών σε 71 χώρες σε όλον τον κόσμο.

Σύμφωνα με τα προσκομισθέντα στοιχεία, το έτος 2001, ο παγκόσμιος κύκλος εργασιών της PFIZER που αφορά στον κλάδο ζαχαρωδών προϊόντων της (επιχειρηματική δραστηριότητα Adams) ανήλθε σε 2.190 εκατ. Ευρώ (1.963 εκατ. Δολάρια ΗΠΑ), ενώ ο κύκλος εργασιών της WL στην Ελλάδα από ζαχαρώδη προϊόντα ανήλθε στο ποσό των [...] εκατ. Ευρώ το 2001 και των [...] εκατ. Ευρώ κατά τη χρήση 1/12/2001 – 30/11/2002.

IV. Η σχετική αγορά προϊόντων περιλαμβάνει το σύνολο των προϊόντων ή/και υπηρεσιών που θεωρούνται από τον καταναλωτή εναλλάξιμα ή δυνάμενα να υποκατασταθούν μεταξύ τους, λόγω των χαρακτηριστικών τους, των τιμών τους και της σκοπούμενης χρήσης τους, ενώ η σχετική γεωγραφική αγορά περιλαμβάνει την περιοχή στην οποία οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις πωλούν τα σχετικά προϊόντα ή παρέχουν τις σχετικές υπηρεσίες τους υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού.

Σύμφωνα με τα μέρη, τα μη σοκολατούχα ζαχαρώδη προϊόντα (non confectionery products) αποτελούν διακριτή αγορά προϊόντων. Η εν λόγω αγορά περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα τσιγλών και καραμελών μεταξύ των οποίων παστίλιες και καραμέλες με γεύση μέντας. Επίσης, εκτιμούν ότι μεταξύ των διαφόρων μη σοκολατούχων ζαχαρωδών προϊόντων υπάρχει σημαντική υποκατάσταση καθότι οι τσίχλες και οι καραμέλες καταναλώνονται για τους ίδιους λόγους και συνδέονται με τη γλυκιά γεύση, άρωμα (φρούτου, μέντας ή άλλο), χαλάρωση, ανακούφιση από τον πονόλαιμο, δροσερή αναπνοή, οδοντιατρική φροντίδα ή διασκέδαση, τοποθετούνται εγγύτατα στα σημεία πώλησης, υπάρχουν κοινά σήματα για τσίχλες και καραμέλες ενώ παράγονται και προϊόντα που αποτελούν μίγμα τσίχλας – καραμέλας, Σύμφωνα επίσης με τις εκτιμήσεις των ανταγωνιστών των μερών, άλλοι εξ' αυτών θεωρούν ότι τσίχλες και καραμέλες αποτελούν ενιαία και διακριτή αγορά και άλλοι ότι δεν αποτελούν διακριτές αγορές, αλλά συνιστούν μέρος της ευρύτερης αγοράς των μη σοκολατούχων ζαχαρωδών προϊόντων.

Όπως γίνεται δεκτό και με την Ανακοίνωση της Επιτροπής της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε ότι αφορά στον ορισμό της σχετικής αγοράς (97/C 372/03) η υποκατάσταση δεν κρίνεται με βάση τις αντιδράσεις του καταναλωτή όταν δεν βρει το προϊόν που επιθυμεί, αλλά με το αν θα στραφεί σε άλλο προϊόν σε περίπτωση μικρής, αλλά διαρκούς αύξησης της τιμής του προϊόντος που επιθυμεί (5-10%).

Τα επιχειρήματα που αναφέρουν τα μέρη προκειμένου να στηρίξουν την άποψη ότι οι τσίχλες και οι καραμέλες ανήκουν στην ίδια σχετική αγορά και συνδέονται με την γεύση των προϊόντων, την ανάγκη ανακούφισης από τον πονόλαιμο κλπ., μπορούν να χρησιμοποιηθούν και ως επιχειρήματα για την τεκμηρίωση διακριτών σχετικών αγορών. Για παράδειγμα: α) προϊόντα με γλυκιά γεύση και άρωμα είναι και οι σοκολάτες, τα μπισκότα κ.α., τα οποία όμως δεν αποτελούν υποκατάστατα της τσίχλας ή/και της καραμέλας, β) για την υγιεινή των οδόντων και των ούλων οι οδοντίατροι μπορεί να συστήσουν στους πελάτες τους, όταν δεν μπορούν να βουρτσίζουν τα δόντια να μασούν τσίχλες χωρίς ζάχαρη, αλλά όχι καραμέλες, γ) για την

ανακούφιση από τον πονόλαιμο ή/και την αποσυμφόρηση της μύτης κυκλοφορούν καραμέλες ενώ δεν ενδείκνυνται οι τσίχλες. Επίσης, το γεγονός ότι τσίχλες και καραμέλες διατίθενται σχεδόν στις ίδιες θέσεις στα σημεία λιανικής πώλησης δεν αποτελεί σημαντικό αποδεικτικό στοιχείο υποκατάστασης του ενός προϊόντος από το άλλο. Εξάλλου, στα περισσότερα σημεία πώλησης, δίπλα στα υπό κρίση προϊόντα τοποθετούνται και σοκολάτες, μπισκότα ακόμα και αναπτήρες κ.α., τα οποία δεν θεωρούνται υποκατάστατα των πρώτων.

Παρ' όλα αυτά, τα χαρακτηριστικά της τσίχλας διαφέρουν σημαντικά από τα χαρακτηριστικά της καραμέλας. Οι βασικές πρώτες ύλες παραγωγής κάθε προϊόντος είναι διαφορετικές. Πέραν αυτού τα βασικά χαρακτηριστικά της τσίχλας (μασιέται, έχει μεγάλη διάρκεια, δεν καταπίνεται) δεν αποτελούν και βασικά χαρακτηριστικά της καραμέλας, ενώ διαφέρουν και οι μέθοδοι παραγωγής τους. Κοινό χαρακτηριστικό τους είναι ότι σε κάθε κατηγορία προϊόντος (τσίχλες, καραμέλες) περιλαμβάνονται προϊόντα που απευθύνονται σε ενήλικες και προϊόντα που απευθύνονται σε παιδιά, καθώς και προϊόντα με ζάχαρη και χωρίς ζάχαρη, το οποίο όμως τείνει να γενικευθεί γενικώς στα ζαχαρώδη προϊόντα όλων των τύπων (παγωτά, μπισκότα, χυμοί ή σοκολάτες διαφορετικής συσκευασίας και σύνθεσης ανάλογα με τα ηλικιακά χαρακτηριστικά του κοινού που απευθύνονται, με ή χωρίς ζάχαρη). Επίσης, το γεγονός ότι έχουν αρχίσει πλέον να παράγονται προϊόντα, τα οποία περιέχουν και καραμέλα και τσίχλα δεν αποτελεί αποδεικτικό στοιχείο της πλήρους υποκατάστασης του ενός προϊόντος από το άλλο.

Στα πλαίσια αυτά, η Επιτροπή κρίνει ότι τα μη σοκολατούχα ζαχαρώδη προϊόντα αποτελούν καταρχήν διακριτή αγορά στο πλαίσιο της ευρύτερης αγοράς ζαχαρωδών προϊόντων, αλλά επιπλέον δεν υφίσταται υποκατάσταση και μεταξύ των προϊόντων τσίχλας και καραμέλας. Έτσι η Επιτροπή εκτιμά ότι τσίχλες και καραμέλες αποτελούν δύο ξεχωριστές αγορές μέσα στα πλαίσια της ως άνω γενικότερης αγοράς.

Σε ότι αφορά την σχετική γεωγραφική αγορά, αυτή συμπίπτει με την Ελληνική επικράτεια.

V. Κυριότεροι ανταγωνιστές των μερών στα προϊόντα τσίχλας στην Ελληνική αγορά, είναι οι εταιρείες PERFETTI VAN MELLE ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε., WRIGLEY GMBH, GLAXOSMITHKLINE Α.Ε.ΒΕ. και UNILEVER HELLAS Α.Ε.ΒΕ., οι οποίες ανήκουν σε πολυεθνικούς ομίλους εταιρειών. Στα δε προϊόντα καραμέλας, κυριότεροι ανταγωνιστές τους είναι οι εταιρείες PERFETTI VAN MELLE ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε., BIC ΒΙΟΛΕΞ Α.Ε., OLYMPIC Α.Ε., ΛΑΒΔΑΣ Φ. Α.Ε., ΚΟΚΚΟΣ-ΠΟΓΑΤΟΣ ΑΒΕ, TULIP ΑΒΕΕ, ΠΗΓΑΣΟΣ ΑΕΕ, CAMELOT Α.Ε., ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ Α.Ε., καθώς και οι ION Α.Ε. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ & ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΚΑΟ & ΣΟΚΟΛΑΤΑΣ και ΕΛΓΕΚΑ.

Ειδικότερα:

i) Η PERFETTI VAN MELLE ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.

Στην Ελλάδα διακινεί τσίχλες με τα σήματα Vivident, Brooklyn, Big Babol, Daygum, Asterix, Center Shock, Bloop και καραμέλες με τα σήματα Mentos, Golia, Alpenliebe, Fruiteros, Frisk και Fruitela, όπου κατέχει την τρίτη θέση, ενώ στην ελληνική αγορά της καραμέλας βρίσκεται ανάμεσα στις 5 πρώτες εταιρείες.

ii) Η WRIGLEY GMBH (εφεξής WRIGLEY)

Στην Ελληνική αγορά διατηρεί υποκατάστημα, μέσω του οποίου διακινεί τσίχλες με τα

σήματα Wrigley's, Orbit, X-cite και Hubba-Bubba.

Ο κύκλος εργασιών του υποκαταστήματος της WRIGLEY στην Ελλάδα, το 2001, ανήλθε στο ποσό των [...]εκατ. Ευρώ περίπου. Σύμφωνα με τα συλλεχθέντα στοιχεία οι τσίγλες Orbit βρίσκονται στην 3η θέση στις προτιμήσεις των Ελλήνων καταναλωτών.

Κατά την κρίση των μερών, η σημαντική αύξηση των πωλήσεων της εταιρείας ειδικά στο παραδοσιακό εμπόριο (από 4% σε 8% την τελευταία τετραετία) είναι αποτέλεσμα [...] και της συμφωνίας που έχει συνάψει με τη Frito-Lay, θυγατρική της Pepsico, για διανομή των προϊόντων τσίγλας με προϊόντα σνακ.

iii) Στην αγορά τα τελευταία χρόνια δραστηριοποιούνται και οι εταιρείες GLAXOSMITHKLINE A.E.BE. και UNILEVER HELLAS A.E.B.E..

Η GLAXOSMITHKLINE A.E.BE. (εφεξής GLAXO) εισήλθε στην αγορά το 1998 με την τσίγλα με σήμα Aquafresh, με το οποίο η εταιρεία διακινεί ένα ευρύ φάσμα προϊόντων οδοντικής φροντίδας (οδοντόκρεμες, οδοντόβουρτσες, στοματικά διαλύματα κ.λ.π.), επωφελούμενη από τη διαπραγματευτική δύναμή της στο οργανωμένο εμπόριο. Για την διακίνηση του προϊόντος της στο παραδοσιακό εμπόριο η εταιρεία φέρεται να έχει συνάψει συμφωνία διανομής με την εταιρεία διανομής του ομίλου 3E, Πλειάς.

Η UNILEVER HELLAS A.E.B.E. (εφεξής UNILEVER) εμπορεύεται μεγάλη ποικιλία προϊόντων, όπως είδη διατροφής, καλλυντικά, σαπούνια, απορρυπαντικά, είδη ατομικής και στοματικής υγιεινής, παγωτά κ.α. Μερικά από τα γνωστότερα σήματα προϊόντων της τελευταίας είναι τα: Aim, Algida, Cajolin, Cif, Klinex, Lux, Mentadent-P, Persil, Rexona, Skip, Organics, Sunsilk, Dove, Lux κλπ. Τα μέρη αναφέρουν ότι η εν λόγω εταιρεία εισήλθε στην αγορά το Νοέμβριο 2000 με την οδοντική τσίγλα με σήμα Aim και αναμένεται να εισαγάγει μία ακόμα τσίγλα με σήμα το Airwaves. Ο κύκλος εργασιών της UNILEVER από τις πωλήσεις του συνόλου των προϊόντων της ανήλθε στο ποσό των 254 εκατ. Ευρώ περίπου το 2001. Σύμφωνα με τα μέρη η τσίγλα Aim έχει το πλεονέκτημα της διαπραγματευτικής δύναμης της εταιρείας στα σούπερ-μάρκετ (μερίδιο αγοράς στο οργανωμένο εμπόριο 2,2% το 2002), ενώ παράλληλα εισπράττει το ευεργετικό αποτέλεσμα της ισχυρής διαφημιστικής υποστήριξης της οδοντόκρεμας και οδοντόβουρτσας με το ίδιο σήμα. Στο παραδοσιακό εμπόριο η διείδυσή της αυξάνεται μέσω συμφωνίας διανομής με την ΕΛΓΕΚΑ.

iv) Μεταξύ των γνωστότερων μικρών τοπικών παραγωγών τσίγλας είναι η ΕΝΩΣΙΣ ΜΑΣΤΙΧΟΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΧΙΟΥ ΣΥΝ.Π.Ε., η οποία συστάθηκε το 1938 και δραστηριοποιείται στη συγκέντρωση και τυποποίηση μαστίχας, στην παραγωγή χιώτικης τσίγλας, μαστιχέλαιου, κολοφώνιου, λιβανιού και συμπληρωμάτων ζωοτροφών καθώς επίσης και με το χονδρικό εμπόριο ζάχαρης και αγροτικών εφοδίων. Η Ένωση εξάγει το 80% της παραγωγής της σε όλο τον κόσμο. Διαθέτει στην αγορά την τσίγλα με το σήμα ΕΛΜΑ, η οποία τα τελευταία χρόνια έχει αρχίσει να αναπτύσσεται δυναμικά στο εμπόριο με διάφορες μορφές και συσκευασίες.

v) Σε ότι αφορά τις βασικές ανταγωνίστριες των μερών εταιρείες, στην αγορά της καραμέλας, σύμφωνα με στοιχεία του Ελληνικού Οικονομικού Οδηγού 2002 της εταιρείας ICAP, ο οποίος περιλαμβάνει οικονομικά στοιχεία χρήσεως 2000, αναφέρονται τα ακόλουθα:

Η ION A.E. BIOMHXANIAΣ & ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΚΑΟ & ΣΟΚΟΛΑΤΑΣ, ιδρύθηκε το 1930 και δραστηριοποιείται στην παραγωγή προϊόντων σοκολάτας, κακάο, κρουασάν και ζαχαρωδών. Εξάγει 10% περίπου των προϊόντων της στις χώρες: Αλβανία, Βουλγαρία, Γαλλία,

ΗΠΑ, Ισραήλ, Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, Γιουγκοσλαβία, Δανία, Ιταλία, Καναδά, Πορτογαλία και Ρωσία. Η εταιρεία διαθέτει τα σήματα Baloo, - Break, - Chef, - Choco-Fun, - Chocorella, - Serano, - Smash, Σοκοσνακ και Σοκοφρέτα. Το έτος 2000, η εταιρεία πραγματοποίησε πωλήσεις της τάξεως των 83 εκατ. Ευρώ.

Η OLYMPIC – ΥΙΟΙ Σ. ΜΟΥΖΑΚΗ Α.Β.Ε.Ε., ιδρύθηκε το 1952 και δραστηριοποιείται στην παραγωγή καραμελών, εξάγοντας προϊόντα και στις χώρες Αλβανία, Βουλγαρία, Γαλλία, ΗΠΑ, Ισραήλ, Ιταλία, Καναδά, Κουβέιτ, Κροατία, Λίβανο, Μπαχρέιν. Ρουμανία, Σουηδία και Τσεχία. Η εταιρεία διαθέτει τα σήματα Fourre, - Gelino, - Gelo, - Olympic Hermes, - Ross, - Vienna. Το έτος 2000, η εταιρεία πραγματοποίησε πωλήσεις της τάξεως των 6 εκατ. Ευρώ, ενώ, σύμφωνα με στοιχεία που προσκόμισαν τα μέρη, το 2001, 8,34 εκατ. Ευρώ.

Η Φ. ΛΑΒΔΑΣ Α.Ε., ιδρύθηκε το 1977 (προϋπήρχε με άλλη μορφή από το 1953) και δραστηριοποιείται στην παραγωγή, εισαγωγές και χονδρικό εμπόριο καραμελών και προϊόντων σοκολάτας, εξάγοντας προϊόντα και στις χώρες: Βρετανία, Ισπανία, Ισραήλ, Λίβανο, Κίνα, Ν. Κορέα, Κύπρο, Ταιβάν και Χονγκ-Κονγκ. Η εταιρεία διαθέτει τα σήματα Chocotime, - Gelly Pop, - Geneva, - Pallas, - Super Gelly. Το έτος 2000, η εταιρεία πραγματοποίησε πωλήσεις της τάξεως των 6,58 εκατ. Ευρώ, ενώ, σύμφωνα με στοιχεία που προσκόμισαν τα μέρη, το 2001, 6,26 εκατ. Ευρώ..

Η ΚΟΚΚΟΣ – ΠΟΓΑΤΟΣ Α.Ε., ιδρύθηκε το 1984 (προϋπήρχε με άλλη μορφή από το 1948) και δραστηριοποιείται στην παραγωγή ζαχαρωδών προϊόντων, εξάγοντας το 33% της παραγωγής της στις χώρες: Αυστραλία, Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, Η.Β., Ισραήλ, Ιταλία, Ιαπωνία, Καναδάς, Ν. Κορέα, Κύπρος, Λίβανος και Σαουδική Αραβία. Η εταιρεία διαθέτει τα σήματα Amorosso, - Cream Kokos, - Freedom, - Frugeli. Το έτος 2000, η εταιρεία πραγματοποίησε πωλήσεις της τάξεως των 2,4 εκατ. Ευρώ, ενώ, σύμφωνα με στοιχεία που προσκόμισαν τα μέρη, το 2001, 1,9 εκατ. Ευρώ..

Η BIC ΒΙΟΛΕΞ Α.Ε. ιδρύθηκε το 1973 και δραστηριοποιείται στην παραγωγή, εισαγωγή και χονδρικό εμπόριο ξυριστικών μηχανών και λεπίδων, αναπτήρων, στυλό, καλσόν, καλτσών, μπαταριών, αφρού ξυρίσματος και ζαχαρωδών προϊόντων, εξάγοντας το 65% της παραγωγής της στις χώρες: Αυστραλία, Αίγυπτος, Ε.Ε., Ισραήλ, Ιαπωνία, Καναδάς, Κύπρος, Λίβανος, Μαρόκο και Ρουμανία. Σε ότι αφορά τις καραμέλες η εταιρεία εισάγει από την Ισπανία τα γλυφιτζούρια Chupa Chups. Το έτος 2000, πραγματοποίησε πωλήσεις της τάξεως των 81,22 εκατ. Ευρώ.

Η ΠΗΓΑΣΟΣ Α.Ε.Ε. διαθέτει στην αγορά ξηρούς καρπούς, μπισκότα και γκοφρέτες, προϊόντα σοκολάτας, ζαχαρώδη, μέχρι και κάρτες τηλεφωνίας, παιχνίδια και ψιλικά. Διακινεί καραμέλες με τα σήματα Haribo και Magic Ball. Σύμφωνα με στοιχεία που προσκόμισαν τα μέρη, ο κύκλος εργασιών της κατά τα έτη 2000 και 2001 ανήλθε σε 4,8 και 6,2 εκατ. Ευρώ.

Η ΕΛΓΕΚΑ, διακινεί, μεταξύ άλλων και τις καραμέλες Fisherman's Friends, Arcor και Werther's Original.

Με βάση τα στοιχεία που προσκόμισαν τα μέρη, το συνολικό μέγεθος της αγοράς μη σοκολατούχων ζαχαρωδών προϊόντων, την περίοδο 1999–2002, είχε ως ακολούθως:

(σε €000)	1999	2000	2001	2002
Τιμές χονδρικής	[...]	[...]	[...]	[...]
Τιμές λιανικής	[...]	[...]	[...]	[...]

Σύμφωνα επίσης με τα μέρη, η τιμή χονδρικής καλύπτει το [...] περίπου της λιανικής τιμής, ενώ η ενδιάμεση τιμή πώλησης από το χονδρέμπορο στο λιανοπωλητή είναι το [...] περίπου της λιανικής τιμής.

Σε ότι αφορά το συνολικό μέγεθος κάθε μίας των αγορών τσίγλας και καραμέλας (σε αξία/τιμές λιανικής μη περιλαμβανομένου ΦΠΑ 8%), τα μέρη παρείχαν τα ακόλουθα στοιχεία:

(σε €000)	1999	2000	2001	2002
Αγορά τσίγλας	[...]	[...]	[...]	[...]
Αγορά καραμέλας	[...]	[...]	[...]	[...]

Ανάμεσα στα στοιχεία που παρέχουν τα μέρη και στις ανάλογες εκτιμήσεις των ανταγωνιστών τους, αλλά και των ανταγωνιστών μεταξύ τους υφίστανται αποκλίσεις, τις οποίες τα μέρη αποδίδουν στην έλλειψη επίσημων κλαδικών στοιχείων και μελετών και στον τρόπο διεξαγωγής των ερευνών και στις μεθόδους που ακολουθούν οι ερευνητικές εταιρείες, στις οποίες απευθύνονται για στοιχεία οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στις-εξεταζόμενες στην παρούσα υπόθεση αγορές.

Τα μέρη εκτιμούν ότι τα μερίδιά τους (υπολογιζόμενα σε αξίες/τιμές χονδρικής) καθώς και αυτά των κυριότερων ανταγωνιστών τους, στην ευρύτερη αγορά των μη σοκολατούχων ζαχαρωδών προϊόντων (τσίγλας και καραμέλας) κατά την τριετία 2000-2002, διαμορφώθηκαν ως ακολούθως:

	2000		2001		2002	
	Πωλήσεις (χιλ.Ευρώ)	Μερίδιο Αγοράς	Πωλήσεις (χιλ.Ευρώ)	Μερίδιο Αγοράς	Πωλήσεις (χιλ.Ευρώ)	Μερίδιο Αγοράς
ADAMS	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
DANDY/CS	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΣΥΝΟΛΟ ADAMS & CS	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
PERFETTI	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
WRIGLEY'S	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
CHUPA CHUPS (BIC)	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Λοιπά σήματα	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
«Μη Ελεγμένα» σήματα	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΣΥΝΟΛΟ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Με βάση τα στοιχεία, που προσκομίζουν τα μέρη, το συνδυασμένο μερίδιο των μερών (βάσει αξίας πωληθέντων/τιμές χονδρικής, την τελευταία διετία) κυμαίνονται ως ακολούθως:

i) Στο σύνολο της αγοράς προϊόντων τσίγλας, 66%-70% (ήτοι CS/DANDY: 19%-22% και ADAMS: 47%-48%) και ακολουθεί η PERFETTI με ποσοστό 13%-14% και η WRIGLEY με 9%-11%. Ειδικότερα δε:

Στο οργανωμένο εμπόριο, στην ίδια αγορά, 54%-58% (ήτοι CS/DANDY: 26%-29% και ADAMS: 28%-29%) και ακολουθεί η WRIGLEY με 18%-19% και η PERFETTI με 16%-17%.

Στο παραδοσιακό εμπόριο, στην ίδια αγορά, 70%-75% (ήτοι CS/DANDY: 17%-20% και ADAMS: 53%-55%) και ακολουθεί η PERFETTI με 12%-14% και η WRIGLEY με 6%-8%.

Σημειωτέον ότι στην ανωτέρω αγορά, η CS/DANDY διακινεί προϊόντα τα οποία φέρουν 2 βασικά διαφορετικά σήματα (Stimorol και V6), ενώ η ADAMS διαθέτει 4 βασικά σήματα, τα Trident, Clorets, Dentyne και Bubbaloo. Εκ των σημάτων των μερών, τα Trident (ADAMS) και V6 (CS/DANDY), ηγούνται στην αγορά κατέχοντας μερίδια της τάξεως του 26%-30% και 14% αντίστοιχα, ενώ ισχυρή παρουσία έχει και η Dentyne (11-12%). Εκ των ανταγωνιστών, η WRIGLEY κυκλοφορεί στην ελληνική αγορά 4 σήματα, 2 εκ των οποίων γνωστά στο ευρύ κοινό με ισχυρότερο το Orbit (9%-11%), ενώ η PERFETTI κυκλοφορεί στην εγχώρια αγορά 7 σήματα, 3 εκ των οποίων γνωστά στο ευρύ κοινό με ισχυρότερο το Vivident (9%).

ii) Στο σύνολο της αγοράς προϊόντων καραμέλας, ξεπερνά το 25% (ήτοι ADAMS: 25% περίπου, CS/DANDY: αμελητέο) και ακολουθούν οι OLYMPIC (16%), LAVDAS (12%), PIGASOS (9%) και PERFETTI (7%-8%).

Στην αγορά αυτή η εξαγοραζόμενη ADAMS διαθέτει ισχυρά σήματα (Clorets, Halls, Vita-C), όπως εξάλλου και η βασική ανταγωνίστριά της, PERFETTI (Mentos, Golia κ.αλ.). Τα σήματα της εξαγοραζουσας δεν είναι ευρέως γνωστά.

Οι εκτιμήσεις των ανταγωνιστών ως προς τα ως άνω μερίδια στην Ελληνική αγορά, αν και δεν συμφωνούν ούτε με τις εκτιμήσεις των μερών, ούτε μεταξύ τους, επιβεβαιώνουν την ισχυρή παρουσία των μερών στις εν λόγω αγορές.

Τα μέρη υποστηρίζουν ότι ο ανταγωνισμός μεταξύ των εταιρειών του κλάδου των μη σοκολατούχων ζαχαρωδών προϊόντων λαμβάνει χώρα κυρίως μέσω της ανάπτυξης και διάθεσης νέων προϊόντων, της ανταγωνιστικής τιμολόγησης των προϊόντων, της προώθησης των πωλήσεων στο εμπόριο και της εξασφάλισης πρόσβασης σε ευνοϊκά τοποθετημένους χώρους στα ράφια των σούπερ μάρκετ.

Η πίστη στο σήμα στην Ελλάδα σε σύγκριση με άλλες Ευρωπαϊκές χώρες είναι μικρή. Σύμφωνα με στοιχεία των μερών, από έρευνες προκύπτει ότι οι καταναλωτές οποιουδήποτε από τα ηγετικά σήματα συχνά αγοράζουν και άλλα σήματα [...].

Άλλοι παράγοντες που διευκολύνουν το δυναμικό ανταγωνισμό των εν λόγω προϊόντων είναι το χαμηλό κόστος εισαγωγής τους και η εύκολη πρόσβαση στις πρώτες ύλες παραγωγής τους [...].

Σε ότι αφορά τις δαπάνες εισόδου στην τοπική αγορά, τα μέρη θεωρούν ότι οι μη ανακτήσιμες αφορούν κυρίως δαπάνες διαφήμισης και μάρκετινγκ σήματος, οι οποίες κυμαίνονται ανάλογα με την κλίμακα της εκστρατείας προώθησης πωλήσεων, αλλά και πάλι δεν είναι υψηλές εάν συγκριθούν με την προσδοκία κέρδους εφόσον ένα προϊόν γίνει ευνοϊκά δεκτό

από τους καταναλωτές. Με βάση στοιχεία που προσκομίζουν τα μέρη, η WRIGLEY ακολουθεί επιθετική στρατηγική διαφήμισης και προώθησης πωλήσεων με αποτέλεσμα την διαχρονική αύξηση του μεριδίου της τόσο στο παραδοσιακό όσο και στο οργανωμένο εμπόριο.

Κατά την εκτίμηση των ανταγωνιστών οι κυρίαρχες εταιρείες του χώρου είναι πολυεθνικές, έχουν μεγάλη εμπειρία στην ανάπτυξη νέων προϊόντων και καλά οργανωμένη προσέγγιση στα κανάλια του λιανεμπορίου, γεγονός που τους δίνει τη δυνατότητα να δημιουργούν νέα ανταγωνιστικά προϊόντα. Επίσης, σοβαρός ανταγωνισμός μεταξύ των εταιρειών υφίσταται προκειμένου να τοποθετηθούν τα προϊόντα τους σε περίοπτη θέση στα καταστήματα, ιδιαίτερα κοντά στα ταμεία ή στα ράφια ή σε ξεχωριστούς χώρους έκθεσης, δεδομένου ότι τα εν λόγω είδη θεωρούνται προϊόντα που αγοράζονται αυθόρμητα και παρορμητικά. Ιδιαίτερα σημαντική κρίνεται και η δυνατότητα και επιθυμία του παρασκευαστή να προσφέρει οικονομικά κίνητρα στους λιανέμπορους. Επιπροσθέτως, εκτός των επωνύμων προϊόντων οι μεγάλες αλυσίδες του λιανεμπορίου έχουν αρχίσει να πωλούν ζαχαρώδη προϊόντα με ιδιωτική ετικέτα, τα οποία συχνά είναι υψηλής ποιότητας και πωλούνται σε ελκυστική τιμή.

Σχετικά με το δυνητικό ανταγωνισμό, οι ανταγωνιστές εκτιμούν επίσης ότι τα εμπόδια εισόδου στην αγορά των σχετικών προϊόντων γενικά δεν είναι σημαντικά.

Η παραγωγική δραστηριότητα έχει μεγάλα περιθώρια συνεχιζόμενης ανάπτυξης.

Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί αύξηση στη διαφοροποίηση των προϊόντων ως αποτέλεσμα νέων τεχνολογιών και αλλαγών στις προτιμήσεις των καταναλωτών, καθώς επίσης και η εμφάνιση «καινοφανών» προϊόντων. Επ' αυτού ενδεικτικά αναφέρεται ότι η εταιρεία PFIZER εισήγαγε πρόσφατα στην αγορά το Listerine Pocketrpacks (νέο προϊόν με τις ιδιότητες του στοματικού διαλύματος που δροσίζει την αναπνοή), για τη διανομή του οποίου έχει συναφθεί συμφωνία με την ΕΛΓΕΚΑ.

Μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης παρουσιάζουν ανερχόμενες αγορές όπως η Λατινική Αμερική, η Ανατ. Ευρώπη, η Ρωσία και η Ασία, ενώ παραδοσιακές αγορές όπως η Β. Αμερική και η Ευρώπη εξακολουθούν να παρουσιάζουν ευκαιρίες.

Με βάση τα παραπάνω, θεωρείται ιδιαίτερα πιθανή η είσοδος νέων επιχειρήσεων στην Ελληνική αγορά τσίχλας και καραμέλας, όπως πολυεθνικών εταιρειών παραγωγής ζαχαρώδων προϊόντων, τοπικών παραγωγών, που μπορεί να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους πιθανόν σε συνεργασία με πολυεθνικές επιχειρήσεις ή και παρασκευαστών άλλων καταναλωτικών ειδών που παράγουν προϊόντα στενά συνδεδεμένα με τα προϊόντα της σχετικής αγοράς (π.χ. παρασκευαστές οδοντόπαστας).

Σε γενικές γραμμές, κατά την κρίση των ανταγωνιστών, εμπόδια εισόδου στην αγορά μπορούν δυνητικά να αποτελέσουν: α) τα δίκτυα διανομής των υφιστάμενων ανταγωνιστών, β) η «ώριμη» αγορά, όσον αφορά στις ανάγκες των καταναλωτών, γ) το υψηλό κόστος διαφήμισης και προώθησης των προϊόντων, δ) το υψηλό κόστος εκπτώσεων/παροχών προς τα σημεία λιανικής πώλησης και κυρίως προς τα σούπερ-μάρκετ που μπορεί να φθάνει έως και 45%, ε) η επένδυση που χρειάζεται για την εγκαθίδρυση ενός εμπορικού σήματος. Τεχνολογικά ή άλλου είδους εμπόδια θεωρούνται αμελητέα.

Οι περισσότερες εταιρείες που δραστηριοποιούνται στη σχετική αγορά προϊόντων στην Ελλάδα (περιλαμβανομένων και των μερών) αναγνωρίζουν δύο συστήματα διανομής: το παραδοσιακό και το οργανωμένο εμπόριο.

Το παραδοσιακό εμπόριο περιλαμβάνει μεγάλο αριθμό μικρών καταστημάτων λιανικής πώλησης και ειδικότερα περίπτερα, αρτοποιεία, φαρμακεία, ψιλικά κ.α., τα οποία κατά την εκτίμηση των μερών ανέρχονται σε 35.000 - 38.000 και εξυπηρετούνται από 900 – 1.000 χονδρέμπορους.

Το οργανωμένο εμπόριο περιλαμβάνει καταστήματα λιανικής πώλησης, όπως σούπερ μάρκετς, υπεραγορές τροφίμων και άλλων προϊόντων, παντοπωλεία, κ.αλ., τα οποία κατά την εκτίμηση της CS ανέρχονται σε 13.000 περίπου. Από αυτά, τα μεγαλύτερα παραλαμβάνουν εμπορεύματα από κεντρικές αποθήκες εταιρειών, ενώ πολλά τα μικρότερα εξυπηρετούνται και από χονδρεμπόρους. Ο συνολικός κύκλος εργασιών τσιγλών και καραμελών αντιπροσωπεύει κατά μέσο όρο το 7% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών των χονδρεμπόρων που διοχετεύουν ως επί το πλείστον τα εν λόγω προϊόντα στο παραδοσιακό εμπόριο και το 0,6% του συνολικού κύκλου εργασιών των σούπερ μάρκετ.

Ιδιαίτερη σημασία στην εν λόγω αγορά έχει και η διαπραγματευτική δύναμη των αλυσίδων σούπερ μάρκετ έναντι των προμηθευτών τους, η οποία βαίνει αυξανόμενη. Οι αλυσίδες αυτές ενισχύουν τη θέση τους μέσω εξαγορών ή συγχωνεύσεων και πραγματοποιούν αγορές συγκεντρωτικά ως όμιλοι, με στόχο να ευνοηθούν από τις εκπτώσεις λόγω μεγάλου όγκου παραγγελιών. Κατά την άποψη ενός από τους ανταγωνιστές αυτοί οι πελάτες μπορούν να ασκήσουν σημαντική πίεση για εκπτώσεις και ως εκ τούτου να κρατήσουν τις τιμές σε ανταγωνιστικά επίπεδα. Σε ότι αφορά τους πελάτες της WL στην Ελλάδα, τα μεγάλα σούπερ-μάρκετ αντιπροσωπεύουν το [...] των πωλήσεων της περίπου, ενώ τα περίπτερα αντιπροσωπεύουν ποσοστό άνω του [...] και τα καταστήματα ψιλικών άνω του [...]. Οι πέντε μεγαλύτεροι πελάτες της WL αντιπροσωπεύουν συνολικά το [...] των πωλήσεων της.

Επιπροσθέτως, κατά την εκτίμηση των εμπλεκόμενων στη συγκέντρωση μερών οι Έλληνες καταναλωτές είναι ευαίσθητοι στις τιμές. Όταν με την είσοδο του Ευρώ, οι έμποροι λιανικής αύξησαν τις τιμές λιανικής ηγετικών σημάτων πάνω από τις προτεινόμενες από την WL τιμές, το αποτέλεσμα ήταν μεγάλη μείωση στον όγκο των πωλήσεων. Το ίδιο συνέβη όταν η WL αύξησε τις τιμές πωλήσεως της Halls Regular παραπάνω από τον τιμάριθμο, ο όγκος των πωλήσεων μειώθηκε σημαντικά. Αντίθετα, όταν η συνολική της τιμή για την Trident μειώθηκε σημαντικά, οι όγκοι των πωλήσεων αυξήθηκαν.

VI. Κατά το άρθρο 4, παρ. 2 εδαφ. β ν.703/77, όπως 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.

Στην υπό κρίση υπόθεση, δυνάμει της από 16.12.2002 Συμφωνίας Αγοράς Μετοχών και Περιουσιακών Στοιχείων που υπεγράφη μεταξύ των CS και PFIZER, η πρώτη θα αποκτήσει την αποκλειστική (100%) κυριότητα και κατά συνέπεια τον έλεγχο: α) του συνόλου των μετοχών και β) όλων των συμφωνηθέντων περιουσιακών στοιχείων, συγκεκριμένου αριθμού εταιρειών σε όλον τον κόσμο, που κατέχει, άμεσα ή και έμμεσα, η PFIZER και σχετίζονται με την επιχειρηματική δραστηριότητα μη σοκολατούχων προϊόντων ζαχαροπλαστικής της τελευταίας.

Συνεπώς δημιουργείται συγκέντρωση κατά την έννοια του άρθρου 4 παρ. 3 εδαφ. β του ν. 703/77, όπως ισχύει, η οποία εμπίπτει στις σχετικές με τις συγκεντρώσεις ρυθμίσεις του νόμου αυτού.

Κατά το άρθρο 4β παρ. 1 του ίδιου νόμου, κάθε συγκέντρωση επιχειρήσεων πρέπει να γνωστοποιείται στην Επιτροπή Ανταγωνισμού μέσα σε 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: α) με τη συγκέντρωση αποκτάται ή αυξάνεται μερίδιο αγοράς των προϊόντων ή των υπηρεσιών, που αφορά η συγκέντρωση, όπως αυτό ορίζεται στο άρθρο 4στ, που αντιπροσωπεύει στην εθνική αγορά ή σε ένα σημαντικό, σε συνάρτηση με τα χαρακτηριστικά των προϊόντων ή των υπηρεσιών τμήμα της, τουλάχιστον 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 150.000.000 Ευρώ και δύο τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν, κάθε μία χωριστά, συνολικό κύκλο εργασιών άνω των 15.000.000 Ευρώ. 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.

Κατά την παρ. 3 του άρθρου 4στ του νόμου και κατά παρέκκλιση από την παρ. 2 του ίδιου άρθρου, όταν η συγκέντρωση πραγματοποιείται με την απόκτηση τμημάτων μιας ή περισσότερων επιχειρήσεων, ασχέτως αν τα τμήματα αυτά έχουν ή όχι νομική προσωπικότητα, λαμβάνονται υπόψη, όσον αφορά τον μεταβιβάζοντα, μόνο ο κύκλος εργασιών και το μερίδιο αγοράς, που αντιστοιχούν στο μεταβιβαζόμενο μέρος.

Η υπό κρίση συγκέντρωση υπόκειται υποχρεωτικά σε προηγούμενη γνωστοποίηση δεδομένου ότι πληρούνται η μία από τις δύο προϋποθέσεις που ορίζει ο νόμος και συγκεκριμένα αυτή του μεριδίου αγοράς, αφού, σύμφωνα με τα στοιχεία του φακέλου, με την συγκέντρωση το μερίδιο της αγοράστριας εταιρείας αναμένεται να αυξηθεί από 11% περίπου σε 50% στο σύνολο της αγοράς μη σοκολατούχων ζαχαρωδών προϊόντων και στην επιμέρους αγορά της τσίχλας από 19%-22% σε 66%-70%. Η γνωστοποίηση της κρινόμενης συγκέντρωσης πραγματοποιήθηκε εμπρόθεσμα, στις 2/1/2003, από την υπόχρεη επιχείρηση CADBURY SCHWEPPE'S PUBLIC LIMITED COMPANY, αφού η Συμφωνία Αγοράς Μετοχών και Περιουσιακών Στοιχείων υπεγράφη μεταξύ των μερών στις 16/12/2002.

Κατά το άρθρο 4ε παρ. 1 του ν.703/77, όπως ισχύει, απαγορεύεται η πραγματοποίηση συγκέντρωσης που υπάγεται στη διαδικασία προληπτικού ελέγχου μέχρι την έκδοση απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού, ενώ κατά το άρθρο 4γ παρ. 1 αυτού, 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 ένα σημαντικό σε συνάρτηση με τα χαρακτηριστικά των προϊόντων ή των υπηρεσιών τμήμα της και ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης.

Σχετικά με τη δυνατότητα της υπό κρίση συγκέντρωσης να περιορίσει τον ανταγωνισμό διαπιστώθηκαν από τα ως άνω, τα ακόλουθα:

Τα εμπλεκόμενα στη συγκέντρωση μέρη, κατά προσέγγιση, κατέχουν από κοινού το 50% περίπου της αγοράς των μη σοκολατούχων ζαχαρωδών προϊόντων, ενώ ο δεύτερος σε κατάταξη ανταγωνιστής τους (εταιρεία PERFETTI) το 11% περίπου αυτής. Οι λοιποί ανταγωνιστές τους είχαν μερίδια αγοράς μικρότερα από 10%. Στα προϊόντα τσίχλας το μερίδιο αγοράς των CS και Adams κυμαίνεται από 66%-70%, ενώ οι λοιποί ανταγωνιστές κατέχουν μερίδια μικρότερα του 15%. Τα προϊόντα τσίχλας Adams κατέχουν υψηλότερο μερίδιο αγοράς στο παραδοσιακό εμπόριο (σταθερά άνω του 50%) σε σχέση με τα προϊόντα DANDY (από 22,1% το 1999 μειώθηκε στο 17% το 2002) και η θέση της CS μετά τη συγκέντρωση θα ενισχυθεί ιδιαίτερα σε αυτόν τον τομέα αφού θα κατέχει το 70%-75% περίπου της εν λόγω αγοράς. Στο οργανωμένο εμπόριο, ενώ τα μερίδια αγοράς των προϊόντων τσίχλας DANDY δείχνουν τάσεις μείωσης (από 34,30% το 1999 σε 26,30% το 2002), των προϊόντων Adams αυξάνονται (από 26,70% το 1999 σε 29,70% το 2002) και η CS μετά τη συγκέντρωση θα κατέχει το 54-58% περίπου της εν λόγω αγοράς. Σε ότι αφορά τα προϊόντα καραμέλας η παρουσία της CS φαίνεται να είναι ασήμαντη ενώ η Adams ηγείται στην αγορά με μερίδιο το οποίο ξεπερνά το 25%. Τα σήματα των προϊόντων της Adams είναι καθιερωμένα στην αγορά και κατέχουν πολύ υψηλές θέσεις στις προτιμήσεις των Ελλήνων καταναλωτών (Trident και Dentyne στις τσίχλες και Halls στις καραμέλες). Ως εκ τούτου, η γκάμα των σημάτων της CS θα διευρυνθεί και θα ενισχυθεί. Παρ' όλα αυτά, στα συγκεκριμένα προϊόντα, η πίστη στο σήμα δεν αποτελεί σημαντικό παράγοντα επιλογής του προϊόντος, εκτός της Halls, όπου το σήμα έχει σχεδόν ταυτιστεί με το προϊόν.

Η διαπραγματευτική δύναμη που θα διαθέτει η CS έναντι των πελατών της, δεδομένης της κατοχής πολλών και σημαντικών σημάτων, αντισταθμίζεται από την ανάλογη δύναμη ανταγωνιστών όπως η UNILEVER, GLAXO, BIC, ION, ΕΛΓΕΚΑ που διακινούν πολλά και γνωστά προϊόντα εκτός από τσίχλες και καραμέλες. Οι κυριότεροι ανταγωνιστές των μερών στα προϊόντα τσίχλας ανήκουν σε πολυεθνικούς ομίλους εταιρειών και έχουν τη δυνατότητα να προβούν σε επενδύσεις για την περαιτέρω ανάπτυξη των προϊόντων τους ή την εισαγωγή νέων σημάτων τους στην Ελλάδα. Άλλωστε τα μερίδια αγοράς των PERFETTI και WRIGLEY είναι εξαιρετικά υψηλά σε χώρες εντός ή εκτός Ευρώπης. Επίσης, οι εταιρείες GLAXOSMITHKLINE και UNILEVER κατάφεραν σε πολύ μικρό διάστημα να καταλάβουν το 2% περίπου η κάθε μία του συνόλου της αγοράς τσίχλας, παρότι καμία από αυτές δεν έχει ως βασική δραστηριότητα την παραγωγή τσίχλας. Επίσης, στο οργανωμένο εμπόριο, η διαπραγματευτική ισχύς των πελατών και ιδίως των σούπερ μάρκετς είναι δεδομένη και γίνεται ιδιαίτερη μνεία για αυτό τόσο από τα μέρη όσο και από τους ανταγωνιστές αυτών. Γενικά, η αγορά των μη σοκολατούχων ζαχαρωδών προϊόντων στην Ελλάδα είναι ανοικτή σε διεκδικήσεις μεριδίων. Ο ηγέτης της αγοράς, ακόμη και με υψηλά μερίδια δεν θα μπορούσε να διατηρήσει τις τιμές πάνω από το κανονικό ανταγωνιστικό επίπεδο χωρίς να προσελκύσει την αντισταθμιστική, διορθωτική επέκταση των ήδη εδραιωμένων ανταγωνιστών, όπως και την είσοδο νέων.

Ο συνολικός κύκλος εργασιών που πραγματοποιείται από τσίχλες και καραμέλες αντιπροσωπεύει μικρό ποσοστό του συνολικού κύκλου εργασιών των χονδρεμπόρων (περίπου

7%) και πολύ μικρότερο του συνολικού κύκλου εργασιών των σούπερ-μάρκετ (περίπου 0,6%) και τα εν λόγω προϊόντα δεν αποτελούν είδη πρώτης ανάγκης για τον καταναλωτή.

Περαιτέρω, η πρόσβαση στις πρώτες ύλες είναι εύκολη, ο τρόπος παραγωγής το ίδιο και το κόστος εισαγωγής τσιγλών και καραμελών μικρό, ενώ τα εμπόδια εισόδου γενικά στις υπό κρίση σχετικές αγορές προϊόντων δεν θεωρούνται σημαντικά.

Σύμφωνα με στοιχεία που προέρχονται από τους ανταγωνιστές των μερών, εκτιμάται ότι για τον καταναλωτή δεν αναμένεται να προκύψουν αρνητικές επιπτώσεις από την κρινόμενη εξαγορά.

Με βάση όλα τα παραπάνω, κρίνεται ότι η υπό κρίση συγκέντρωση δεν 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.

VII. Σύμφωνα με την ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σχετικά με τους δευτερεύοντες περιορισμούς των συγκεντρώσεων (2001/C 188/03), αυτοί πρέπει να είναι άμεσα συνδεδεμένοι με τη συγκέντρωση και επιπλέον αναγκαίοι για την πραγματοποίησή της πράγμα που σημαίνει ότι, αν δεν υπήρχαν, η συγκέντρωση δεν θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί ή θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί, μόνο υπό περισσότερο αβέβαιες συνθήκες, με σημαντικά υψηλότερο κόστος, σε μεγαλύτερο χρονικό διάστημα και με σημαντικά λιγότερες πιθανότητες επιτυχίας. Η μέχρι τώρα εμπειρία και πρακτική της Επιτροπής κατέδειξαν ότι όταν η μεταβίβαση της επιχείρησης περιλαμβάνει στοιχεία φήμης και πελατείας και τεχνογνωσίας, οι ρήτρες μη ανταγωνισμού δικαιολογούνται γενικά για περιόδους έως και τρία έτη. Όταν η μεταβίβαση περιλαμβάνει μόνο τη φήμη και πελατεία, οι ρήτρες δικαιολογούνται γενικά για περιόδους έως και δύο έτη. Μεγαλύτερες περίοδοι μπορούν να δικαιολογηθούν σε ορισμένες μόνο περιπτώσεις, για παράδειγμα όταν μπορεί να καταδειχθεί ότι η αφοσίωση του πελάτη στον πωλητή θα συνεχιστεί για περισσότερα από δύο χρόνια, ή για περισσότερα από τρία χρόνια όταν η έκταση και η φύση της μεταβιβαζόμενης τεχνογνωσίας δικαιολογεί πρόσθετη περίοδο προστασίας. Σε ότι αφορά το γεωγραφικό πεδίο εφαρμογής μιας ρήτρας μη ανταγωνισμού θα πρέπει κανονικά να περιορίζεται στη ζώνη στην οποία ο πωλητής προσέφερε τα σχετικά προϊόντα ή υπηρεσίες πριν τη μεταβίβαση.

Στην από 16/12/2002 Συμφωνία Αγοράς Μετοχών και Περιουσιακών Στοιχείων περιλαμβάνονται δευτερεύοντες περιορισμοί, οι κυριότεροι από τους οποίους είναι: [...]

Οι ανωτέρω δευτερεύοντες περιορισμοί, κατά την εκτίμηση της Επιτροπής, θεωρούνται άμεσα συνδεδεμένοι και αναγκαίοι για την πραγματοποίηση της συγκέντρωσης, εκτός από τη χρονική διάρκεια της ρήτρας μη ανταγωνισμού της πωλήτριας εταιρείας σε επιχειρηματικές δραστηριότητες που σχετίζονται με τον μεταβιβαζόμενο κλάδο σύμφωνα και με την ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η οποία κρίνεται υπερβολική και ως εκ τούτου, δεν πρέπει να υπερβαίνει τα τρία (3) χρόνια.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

Αποφαινεται, ότι δεν συντρέχει νόμιμος λόγος απαγόρευσης της από 2.1.2003 γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης, η οποία θα πραγματοποιηθεί, δυνάμει της από 16.12.2002 Συμφωνίας Αγοράς Μετοχών και Περιουσιακών Στοιχείων που υπεγράφη μεταξύ των εταιρειών **CADBURY**

SCHWEPPE PUBLIC LIMITED COMPANY και **PFIZER INC** και αφορά στην απόκτηση από την πρώτη της επιχειρηματικής δραστηριότητας της έρευνας, ανάπτυξης, παρασκευής, εμπορίας, διανομής και πώλησης μη σοκολατούχων ζαχαρωδών προϊόντων της δεύτερης.

Η απόφαση εκδόθηκε την 20η Μαρτίου 2003.

Η απόφαση να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως σύμφωνα με το άρθρο 23 παρ.7 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ 361/Β/4-4-2001).

Ο Πρόεδρος

Ο Συντάξας την Απόφαση

Δημήτρης Τζουγανάτος

Αντώνιος Μέγγουλης

Η Γραμματέας

Αικατερίνη Τριβέλη