

ΑΠΟΦΑΣΗ ΑΡΙΘΜ. 17 / 1995

**Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ
ΣΕ ΟΛΟΜΕΛΕΙΑ**

Συνεδρίασε στην αίθουσα 611 του Υπουργείου Εμπορίου την 30η Νοεμβρίου 1995, ώρα 9:00, με την εξής σύνθεση:

Πρόεδρος: Ιωάννης Γ. Σχινάς

Μέλη: Βλάσιος Ασημακόπουλος,
Νικόλαος Σακελλαρόπουλος,
Παναγιώτης Μαντζουράνης, αναπληρωματικό μέλος, κωλυμένου του τακτικού Χαρίλαου Χάρακα,
Κωνσταντίνος Ηλιόπουλος,
Γεώργιος Τριανταφυλλάκης, αναπληρωματικό μέλος, κωλυμένου του τακτικού Λεωνίδα Νικολούζου, (εισηγητής)
Δημήτριος Τζουγανάτος,
Ιωάννης Κατσουλάκος.

Γραμματέας: Αλεξάνδρα - Μαρία Ταραμπίκου

Τα λοιπά τακτικά ή αναπληρωματικά μέλη δεν παρευρέθησαν λόγω κωλύματος.

Θέμα της συνεδρίασεως ήταν ο έλεγχος της συγκεντρώσεως μεταξύ των εταιριών **ΝΙΚΗ Α.Ε. αφ' ενός και της εταιρίας ΜΙΧΑΗΛ ΚΟΚΚΙΝΙΔΗΣ Α.Β.Ε.Ε. αφ' ετέρου**, η οποία γνωστοποιήθηκε σύμφωνα με το άρθρο 4β του ν. 703/1977 στην Επιτροπή Ανταγωνισμού στις 29.9.1995.

Κατά τη συζήτηση παρέστησαν και οι δύο προαναφερόμενες επιχειρήσεις δια του πληρεξουσίου δικηγόρου τους, κ. Νικολάου Χρ. Σοφοκλέους.

Στην αρχή της συζητήσεως έλαβε το λόγο η Γενική Εισηγήτρια, κα Σοφία Καμπερίδου, η οποία ανέπτυξε την έγγραφη εισήγηση της Γραμματείας της Επιτροπής Ανταγωνισμού επί της υποθέσεως και πρότεινε την έγκριση της συγκέντρωσης.

Στη συνέχεια, το λόγο έλαβε ο πληρεξούσιος δικηγόρος των δύο εταιριών που συμμετέχουν στη συγκέντρωση, ο οποίος ανέπτυξε τις απόψεις του, ζήτησε από την Επιτροπή την εξέταση μάρτυρος, έδωσε στην Επιτροπή πληροφορίες, εξηγήσεις και διευκρινίσεις σε ερωτήσεις που του υπέβαλαν ο Πρόεδρος και τα μέλη της και, τέλος, ζήτησε την έγκριση της συγκέντρωσης.

Εδόθη προθεσμία στις συμμετέχουσες εταιρίες, μέχρι την Παρασκευή 1.12.1995, για να προσκομίσουν τα υπομνήματά τους.

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού συνήλθε σε διάσκεψη την 14η Δεκεμβρίου 1995 και ώρα 11:00 στην αίθουσα 611 του Υπουργείου Εμπορίου, κατά την οποία, αφού έλαβε υπόψη της τα στοιχεία του φακέλλου, την Εισήγηση της Γραμματείας της Επιτροπής Ανταγωνισμού, τις απόψεις που διετύπωσαν, εγγράφως και προφορικά, τα ενδιαφερόμενα μέρη κατά τη συζήτηση της υποθέσεως την 30.11.1995, καθώς επίσης και το κοινό υπόμνημα που υπέβαλλαν,

ΣΚΕΦΘΗΚΕ ΩΣ ΕΞΗΣ:

I. Η εταιρία ΝΙΚΗ Α.Ε. του ομίλου ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ εξαγόρασε το σύνολο των μετοχών της εταιρίας ΜΙΧΑΗΛ ΚΟΚΚΙΝΙΔΗΣ Α.Β.Ε.Ε. και απέκτησε τον έλεγχο αυτής.

Για την πώληση του 100% των μετοχών της εταιρίας ΜΙΧΑΗΛ ΚΟΚΚΙΝΙΔΗΣ Α.Β.Ε.Ε. συντάχθηκε συμβόλαιο με τη διαλυτική αίρεση της μη έγκρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού. Με το συμβόλαιο αυτό όλες οι μετοχές της εταιρίας ΜΙΧΑΗΛ ΚΟΚΚΙΝΙΔΗΣ Α.Β.Ε.Ε. μεταβιβάζονται, εκχωρούνται και παραδίδονται κατά πλήρη κυριότητα, νομή και κατοχή στην συμβαλλόμενη εταιρία ΝΙΚΗ Α.Ε. Οι όροι του συμβολαίου δεν περιέχουν ρήτρες περιορισμού του ανταγωνισμού και ρυθμίζουν την διαδικασία της αγοραπωλησίας.

II. α) Η εταιρία ΝΙΚΗ Α.Ε. εκμεταλλεύεται αλυσίδα καταστημάτων Σούπερ Μάρκετ. Στο μετοχικό της κεφάλαιο συμμετέχουν οι εταιρίες ΑΦΟΙ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε., ΚΟΦΙΜΑΡ Α.Ε. (του ομίλου Μαρινόπουλου) και PROMODES S.A (η οποία ελέγχει την αλυσίδα καταστημάτων Σούπερ Μάρκετ CONTINENT) ενώ η ίδια συμμετέχει στις εταιρίες του Ομίλου ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ, ΤΡΕΣΚΟ Α.Ε., ΠΑΣΧΑΛΙΑΣ Α.Ε., ΥΠΕΡΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΑΒΕΤΕ, ΦΑΜΑΡ Α.Ε., ΕΤΑΒΙΚ Α.Ε.

β) Η εταιρία ΜΙΧΑΗΛ ΚΟΚΚΙΝΙΔΗΣ ΑΒΕΕ, με το διακριτικό τίτλο ΜΙΚΟ ΑΒΕΕ, εδρεύει στο δήμο Ρόδου και εκμεταλλεύεται τρία καταστήματα Σούπερ Μάρκετ στη Ρόδο και ένα στην Κω. Το 50% των μετοχών της ανήκει στον ΜΙΧΑΗΛ ΚΟΚΚΙΝΙΔΗ, το 40% στην ΦΛΩΡΑΝΣ ΨΑΡΡΑ και το υπόλοιπο 10% στον ΓΕΩΡΓΙΟ ΨΑΡΡΑ.

III. Οι συμμετέχουσες στην συγκέντρωση επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στον κλάδο των καταστημάτων λιανικής εμπορίας τροφίμων, ποτών, ειδών οικιακής χρήσης, ατομικής χρήσης και εν γένει καταναλωτικών αγαθών. Στον κλάδο αυτό, που ανήκει στον τριτογενή τομέα, παρουσιάζεται σαφής τάση για συγκέντρωση μεγάλου ποσοστού των πωλήσεων σε μικρό αριθμό επιχειρήσεων. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, τα παραδοσιακά παντοπωλεία, που αποτελούσαν μέχρι πριν μία 20ετία τη σπονδυλική στήλη του λιανικού εμπορίου στη χώρα μας και το συνδετικό κρίκο μεταξύ των παραγωγών/χονδρεμπόρων και των καταναλωτών, εκτοπίζονται μαζικά από το κύκλωμα του λιανικού εμπορίου. Χαρακτηριστικά του κλάδου είναι σήμερα η δημιουργία αλυσίδας καταστημάτων που απευθύνονται στο τελικό καταναλωτή για μαζικές αγορές, η μεγάλη επιφάνεια σε τετραγωνικά μέτρα των καταστημάτων (έως 10.000 τ.μ.), η χρησιμοποίηση πολλών ταμείων, η αυτοεξυπηρέτηση των πελατών στις αγορές τους, ο εφοδιασμός των καταστημάτων της αλυσίδας μέσω κεντρικών αποθηκών, η μεγάλη ποικιλία προϊόντων (8.000-10.000 κωδικούς προϊόντων) καθώς και η διάθεση προϊόντων με το διακριτικό γνώρισμα της αλυσίδας (προϊόντα «private label»)

Τελευταία στην ελληνική αγορά λειτουργούν τα καταστήματα τύπου «Hard Discount», τα οποία πωλούν μικρή ποικιλία προϊόντων (400-500 είδη), συνήθως «private label», με μικρό αριθμό υπαλλήλων (4-5 άτομα), τοποθέτηση των προϊόντων στα ράφια μέσα σε κουτιά και με σημαντικά χαμηλές τιμές πώλησης λόγω του χαμηλού κόστους λειτουργίας (αποθήκευσης, προσωπικού, προβολής).

Επίσης στον αναφερόμενο κλάδο δραστηριοποιούνται αλυσίδες με καταστήματα τύπου «CASH AND CARRY» (ήτοι καταστήματα στα οποία η πώληση γίνεται τοις μετρητοίς και τα εμπορεύματα παραλαμβάνονται άμεσα από τον αγοραστή) τα οποία πωλούν χονδρικός σε λιανοπωλητές και όχι στον τελικό καταναλωτή.

Στην υπό εξέταση συγκέντρωση, στα μερίδια επί της σχετικής αγοράς ως προς τον καταναλωτή δεν συνυπολογίστηκαν οι προσφερόμενες ποσότητες από τα παραδοσιακά παντοπωλεία. Εν τούτοις, η ποικιλία των διατιθεμένων προϊόντων (food - assortment), οι ενδεχόμενες αποκλίσεις στις τιμές λιανικής πώλησης κλπ. δεν αποτελούν αποφασιστικά κριτήρια για τον αποκλεισμό από τη σχετική αγορά των μικρών επιχειρήσεων του κλάδου (παραδοσιακά παντοπωλεία), στο βαθμό βέβαια που αυτές συνιστούν για το μέσο καταναλωτή μια λογική εναλλακτική δυνατότητα κάλυψης των αναγκών του σε είδη διατροφής. Παρά τη σοβαρή συρρίκνωση που έχει υποστεί ο αριθμός των παραδοσιακών παντοπωλείων, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, η παρουσία τους είναι ακόμη αισθητή και

προσφέρει σημαντική εναλλακτική λύση για την κάλυψη των αναγκών, ιδιαίτερα των κατοίκων των ημιαστικών και αγροτικών περιοχών. Η λειτουργία τους παρέχει μερικά σημαντικά πλεονεκτήματα στους καταναλωτές, όπως προσωπική εξυπηρέτηση και πληροφόρηση, ευκολία πρόσβασης σε συνδυασμό προς το εκτεταμένο ωράριο, δυνατότητα πίστωσης κλπ. Υπ' αυτή την έννοια μπορεί να δεχθεί κανείς ότι τα παραδοσιακά παντοπωλεία αποτελούν εν μέρει ανταγωνιστές των Σούπερ Μάρκετς και ανήκουν, κατά περίπτωση, στην ίδια σχετική αγορά.

IV. Ως σχετική γεωγραφική αγορά στην εν λόγω συγκέντρωση θεωρούμε, με κριτήριο το αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό για τον τελικό καταναλωτή, την γεωγραφική περιοχή της νήσου Ρόδου. Ο τελικός καταναλωτής της Ρόδου περιορίζεται στα γεωγραφικά όρια της νήσου και δεν έχει τη δυνατότητα εύκολων εναλλακτικών αγορών. Η έλλειψη δυνατότητας πρόσβασης του καταναλωτή σε επιλογές αγοράς λόγω της γεωγραφικής φύσεως της περιοχής της Ρόδου προσδιορίζει την τοπική γεωγραφική αγορά.

Το μεταφορικό κόστος, το οποίο επιβαρύνει τα προϊόντα και εκτιμάται σε 7% περίπου, δεν αποτελεί σημαντικό φραγμό εισόδου στην τοπική αγορά αφού επιβαρύνει όλες τις αλυσίδες που ήδη δραστηριοποιούνται στα νησιά αυτά και οι οποίες διενεργούν τις προμήθειες τους κεντρικά.

Η σχετική γεωγραφική αγορά, με κριτήριο το αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό για τους προμηθευτές των αλυσίδων (βιομηχανίες, βιοτεχνίες, εισαγωγείς), καλύπτει ολόκληρη την ελληνική επικράτεια αφού 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 την δημιουργία σχέσεων οικονομικής εξάρτησης των προμηθευτών της.

Το αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό, της υπό εξέταση συγκέντρωσης, από απόψεως γεωγραφικής αγοράς, θα κριθεί σε δύο επίπεδα, το τοπικό που αφορά τη νήσο Ρόδο και εκείνο όλης της επικράτειας της χώρας.

α) Στην ελληνική αγορά δραστηριοποιούνται περίπου 40 αλυσίδες Σούπερ Μάρκετς με συνολικό κύκλο εργασιών για τη χρήση 1994 που αγγίζει το 1 τρις δρχ. Οι δέκα πρώτες αλυσίδες Σούπερ Μάρκετς, τα αντίστοιχα μερίδια αγοράς αυτών και ο αριθμός καταστημάτων είναι τα εξής: ΝΙΚΗ Α.Ε. με 16,46 % και 81 καταστήματα, ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ με 11,21% και 98 καταστήματα, ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με 9,5% και 29

καταστήματα, ΑΤΛΑΝΤΙΚ Α.Ε. με 7,65% και 99 καταστήματα, Α-Β ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με 6,73% και 17 καταστήματα, CONTINET (PROMODES) με 5% και 5 καταστήματα, ΜΕΤΡΟ με 4,7% και 32 καταστήματα, ΤΡΟΦΟ Α.Ε. με 3,16% και 26 καταστήματα, ΠΕΝΤΕ Α.Ε. με 3,12% και 39 καταστήματα, ΜΑΣΟΥΤΗΣ με 2,84% και 35 καταστήματα.

Στα ανωτέρω μερίδια αγοράς δεν έχει τεθεί ως βάση εκτίμησης το σύνολο της αγοράς του λιανικού εμπορίου τροφίμων, στο οποίο συμπεριλαμβάνονται και τα παραδοσιακά παντοπωλεία. Σε διαφορετική περίπτωση, τα μερίδια της αγοράς των αλυσίδων θα ήταν αρκετά μικρότερα απ' αυτά που εμφανίζονται ανωτέρω. Αντίθετα συμπεριλήφθησαν στα παραπάνω ποσοστά και τα μερίδια των επιχειρήσεων τις οποίες ελέγχουν οι μεγάλοι όμιλοι δηλ. στο μερίδιο αγοράς της ΝΙΚΗ Α.Ε. προστέθηκε της ΤΡΕΣΚΟ Α.Ε., του ΥΠΕΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΥ και ΠΑΣΧΑΛΙΑΣ ΑΒΕΤΕ, ενώ στο μερίδιο αγοράς του ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ περιέχεται το μερίδιο της ΑΘΗΝΑΣ Α.Ε. και της ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ ΑΕΤΞΕΒΕ. Τέλος το μερίδιο της ΑΤΛΑΤΙΚ Α.Ε. περιέχει αυτό της ΦΑΡΜΑ ΤΕΤΡΑΣ και ΧΡΙΣΤΟΠΟΥΛΟΣ.

Η εταιρία ΝΙΚΗ Α.Ε. τα τελευταία 4 χρόνια έχει εξαγοράσει και εν συνεχεία απορροφήσει τις αλυσίδες Σούπερ Μάρκετ: (1) CRETA MARKET (Χανιά, Κρήτης), (2) ΜΙΧΑΗΛΙΔΗΣ ΑΕΒΕ (Ηράκλειο, Κρήτης), (3) ΡΕΘΥΜΝΟ ΜΑΡΚΕΤ (Ρέθυμνο Κρήτης), (4) ΜΕΓΑ ΜΑΡΚΕΤ (Ιεράπετρα, Κρήτης) και (5) ΤΡΕΣΚΟ Α.Ε. (απόφαση Προέδρου της Ε.Α)

Επισημαίνεται ότι μεταξύ της εταιρίας ΑΦΟΙ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε. και της εταιρίας PROMODES έχει συσταθεί η εταιρία ΚΕΑΠ με σκοπό αυτής, σύμφωνα με το καταστατικό της, μεταξύ άλλων την εμπορία, εισαγωγή και εξαγωγή από και προς κάθε χώρα και την πώληση παντός είδους προϊόντων και γενικά καταναλωτικών αγαθών. Μάλιστα η εταιρία ΚΕΑΠ διαπραγματεύεται και συνάπτει συμφωνίες για την προμήθεια προϊόντων. Επίσης η εταιρία SISP S.A. (του ομίλου PROMODES) έχει αναλάβει με την από 20.1.1995 σύμβαση την παροχή συμβουλών στην ΝΙΚΗ Α.Ε., σε σχέση με τον προγραμματισμό, τη διεύθυνση και επίβλεψη της καθημερινής της λειτουργίας.

Στην Ελληνική αγορά εκτός της εταιρίας ΚΕΑΠ που ασχολείται με κοινές αγορές των επιχειρήσεων ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ και PROMODES, δραστηριοποιούνται και άλλες παρόμοιες κοινοπραξίες όπως ο ΕΛΟΜΑΣ (κοινοπραξία των Σούπερ Μάρκετ ΛΑΟΥΤΑΡΗΣ, ΜΠΙΣΚΑΣ, ΜΑΣΟΥΤΗΣ), ο ΑΣΤΕΡΑΣ (κοινοπραξία 45 μικρών

Σούπερ Μάρκετ στην Πάτρα) η ΚΥΨΕΛΗ (κοινοπραξία των ΑΤΛΑΝΤΙΚ και ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ), ΟΡΑ (κοινοπραξία των ΤΡΟΦΟ, ΕΝΑ και ΓΑΛΛΕΙΑΣ).

β) Το μερίδιο αγοράς της εταιρίας ΚΟΚΚΙΝΙΔΗ ΑΒΕΕ σε πανελλαδικό επίπεδο ανέρχεται σε ποσοστό 0,4% ενώ στην τοπική αγορά της Ρόδου σε ποσοστό 15% περίπου.

Οι λοιπές μεγάλες αλυσίδες στη νήσο Ρόδο έχουν τα εξής μερίδια: ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ 19%, ΥΙΟΙ Χ. ΣΠΑΝΟΥ Α.Ε. 17%, ΤΡΟΦΟ 10%, ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ 9% περίπου.

Τα τελευταία χρόνια έχει εκδηλωθεί στη σχετική αγορά έντονη τάση για συγκέντρωση μέσω εξαγορών μικρών αλυσίδων από μεγαλύτερες, καθώς και με την συνεργασία μεγαλύτερων με ξένες αλυσίδες (ΟΜΙΛΟΣ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΥ-PROMODES) ή τον έλεγχο από ξένες αλυσίδες (Α-Β ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ από την γαλλική DEHLAISE), εκτιμάται δε ότι στην προσεχή δεκαετία δέκα μεγάλες αλυσίδες θα ελέγχουν το σύνολο της αγοράς. Η επέκτασή τους θα πραγματοποιηθεί κατά 50% σε βάρος των παραδοσιακών παντοπωλείων.

Ο ανταγωνισμός σε επίπεδο τιμών είναι ιδιαίτερα οξύς με μέσο καθαρό κέρδος 1%-2%, φθάνει δε τα όρια του αθέμιτου ανταγωνισμού όπως συχνά διαπιστώνεται.

V. Με την συμφωνία εξαγοράς της επιχείρησης ΜΙΧΑΗΛ ΚΟΚΚΙΝΙΔΗΣ ΑΒΕΕ από την επιχείρηση ΝΙΚΗ Α.Ε. κατά ποσοστό 100% αποκτάται ο πλήρης έλεγχος της πρώτης και συνεπώς δημιουργείται οριζόντια συγκέντρωση επιχειρήσεων κατά την έννοια του άρθρου 4 παρ. 2β «όταν ένα η περισσότερα πρόσωπα που ελέγχουν ήδη μία τουλάχιστον επιχείρηση η περισσότερες επιχειρήσεις αποκτούν άμεσα ή έμμεσα τον έλεγχο του συνόλου η τμημάτων μιας ή περισσότερων επιχειρήσεων».

Επίσης σύμφωνα με το άρθρο 4β παρ. 1 του ν.703/77 όπως ισχύει κάθε συγκέντρωση επιχειρήσεων πρέπει να γνωστοποιείται στην Επιτροπή Ανταγωνισμού όταν:

α) « το μερίδιο αγοράς των προϊόντων η υπηρεσιών που αφορά η συγκέντρωση, όπως αυτό ορίζεται στο άρθρο στ' αντιπροσωπεύει στην εθνική αγορά ή σε ένα σημαντικό σε συνάρτηση με τα χαρακτηριστικά των προϊόντων ή των υπηρεσιών τμήμα της, τουλάχιστον 25% του συνολικού κύκλου εργασιών που πραγματοποιείται ...»

β) «ο συνολικός κύκλος εργασιών όλων των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στη συγκέντρωση κατά τα οριζόμενα στο άρθρο 4στ' ανέρχεται τουλάχιστον στο σε δρχ. ισόποσο των πενήντα εκατομμυρίων (50.000.000) ECU και δύο τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν καθεμία χωριστά στην εθνική αγορά συνολικό κύκλο εργασιών άνω του σε δρχ. ισόποσο των 5.000.000 ECU.»

Στην προκειμένη περίπτωση η εταιρία ΝΙΚΗ Α.Ε. αποκτά τον πλήρη έλεγχο της εταιρίας ΜΙΚΟ ΑΒΕΕ δια της εξαγοράς του 100% των μετοχών της τελευταίας.

Επιπλέον συντρέχει η δεύτερη προϋπόθεση του άρθρου 4β του ν.703/77 όπως ισχύει καθώς τόσο ο συνολικός κύκλος εργασιών των συγκεντρουμένων επιχειρήσεων όσο και οι πωλήσεις καθεμιάς χωριστά υπερβαίνουν τα προβλεπόμενα από το νόμο ποσά.

Η συγκέντρωση συνεπώς εμπίπτει στο άρθρο 4β του ν.703/77, η δε γνωστοποίηση της έγινε εμπρόθεσμα, εντός του δεκαημέρου που προβλέπει ο νόμος.

VI. Σύμφωνα με το άρθρο 4γ παρ.1 και 2 του ν. 703/77 όπως ισχύει « 1. 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 την δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης.

2. Για την εκτίμηση της δυνατότητας μιας συγκέντρωσης να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό υπό την έννοια της παρ.1 του παρόντος άρθρου λαμβάνονται υπόψη ιδιαίτερα η διάρθρωση όλων των σχετικών αγορών, ο πραγματικός η δυνητικός ανταγωνισμός ... τα συμφέροντα των ενδιαμέσων και τελικών καταναλωτών και η συμβολή στην εξέλιξη της τεχνικής και οικονομικής προόδου, υπό τον όρο ότι η εξέλιξη αυτή είναι προς το συμφέρον των καταναλωτών και δεν αποτελεί εμπόδιο για τον ανταγωνισμό»

Από το άρθρο 4γ παρ. 1 και 2 προκύπτει ότι μια συγκέντρωση επιχειρήσεων εφ' όσον έχει ως αποτέλεσμα τον περιορισμό του ανταγωνισμού στην σχετική αγορά προϊόντος και στο σύνολο της εθνικής αγοράς η σε ένα σημαντικό σε συνάρτηση με τα χαρακτηριστικά των προϊόντων η υπηρεσιών τμήμα, ιδιαίτερα δε με την δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης, εμπίπτει στο πεδίο απαγόρευσης του άρθρου 4γ παρ.1 και 2 του ν. 703/77 όπως ισχύει.

Ανεξάρτητα από το ότι η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης δεν θεμελιώνεται από την εξέταση της θέσης μόνο των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση επιχειρήσεων αλλά ερευνάται και σε σχέση με το αν αυτές αποτελούν μέλη στενού ολιγοπωλίου, στο επίκεντρο της προβληματικής του ελληνικού δικαίου ανταγωνισμού δεν βρίσκεται αυτή καθ' αυτή η δημιουργία ή ενίσχυση της δεσπόζουσας θέσης των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στη συγκέντρωση, αλλά ο περιορισμός του ανταγωνισμού που πρέπει να είναι σημαντικός. Η ύπαρξη ή μη δεσπόζουσας θέσης αποτελεί απλώς έναν χαρακτηριστικό τρόπο πρόκλησης κινδύνου περιορισμού του ανταγωνισμού, που δεν είναι ασφαλώς ο μόνος. («ιδίως») Έτσι λοιπόν, ακόμη και στην περίπτωση που το μερίδιο αγοράς των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση επιχειρήσεων δεν είναι ικανό να θεμελιώσει κρίση δεσπόζουσας θέσης τους, ο περιορισμός του ανταγωνισμού, με την έννοια της συρρίκνωσης των εναλλακτικών ευχερειών και επιλογών τρίτων (ανταγωνιστών, προμηθευτών, καταναλωτών), μπορεί να προκύψει ακόμη με όχι ιδιαίτερα υψηλό μερίδιο αγοράς. Είναι χαρακτηριστική η εξάρτηση των μικρών κυρίως παραγωγών από τις μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ προκειμένου να διαθέσουν μέσω αυτών το προϊόν τους στον τελικό καταναλωτή. Οι όροι και οι απαιτήσεις των αλυσίδων είναι εξαιρετικά επαχθείς, οι δε παραγωγοί πιέζονται και προσφέρουν τις χαμηλότερες δυνατές τιμές μακροχρόνιες πιστώσεις και να πληρώνουν «αέρα» για τη διάθεση του προϊόντος, ιδιαίτερα δε για μία καλή θέση στο «ράφι». Τα αποτελέσματα για τον πραγματικό αλλά και το δυνητικό ανταγωνισμό είναι προφανή. Επιπλέον οι συγκεντρώσεις σε πολυπωλιακά διαρθρωμένες αγορές ενέχουν τον κίνδυνο εκδήλωσης αμυντικών συγκεντρώσεων και αντισυμπεριώσεων (συγχωνεύσεις, κοινοπραξίες) των μικρομεσαίων επιχειρήσεων για την αντιμετώπιση της διαρκώς αυξανόμενης δύναμης στην αγορά των μεγάλων ανταγωνιστών τους. Σε αγορές μάλιστα που φέρουν ήδη τα χαρακτηριστικά του ευρέος ολιγοπωλίου, όπως συμβαίνει με τον κλάδο του λιανικού εμπορίου τροφίμων, στον οποίο δραστηριοποιούνται λίγοι σχετικά όμιλοι επιχειρήσεων με μεγάλα ποσοστά στην αγορά, αλλά και ένα πλήθος μικρομεσαίων επιχειρήσεων, ο κίνδυνος που ελλοχεύει για την πλήρη εξουδετέρωση του ανταγωνισμού είναι ακόμη εντονότερος, αφού η εξαφάνιση από την αγορά των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και η περαιτέρω συγκέντρωση μεταξύ των μεγάλων ομίλων, θα οδηγήσει στη μετατροπή της σε στενό ολιγοπώλιο, με όλα τα σύμφυτα με τη μορφή αυτή της αγοράς μειονεκτήματα, της κατανομής των αγορών και εν γένει της ολιγοπωλιακής αλληλεξάρτησης.

Περαιτέρω το γεγονός ότι η υπό εξέταση περίπτωση εντάσσεται στην κατηγορία των επεκτατικών της αγοράς διαγωνίων συγκεντρώσεων - κατά την οποία οι συμμετέχουσες

στην συγκέντρωση επιχειρήσεις δεν βρίσκονται σε πραγματικό ανταγωνισμό - δεν αμβλύνει *ipso facto* τον κίνδυνο παράλυσης του ανταγωνισμού ιδιαίτερα μάλιστα όταν πρόκειται για επέκταση μεγάλων ομίλων με ισχυρή χρηματοδοτική δύναμη που ακολουθούν στρατηγική εκτόπισης από την αγορά οχληρών ανταγωνιστών τους, με την πραγματοποίηση πωλήσεων σε τιμές υποτιμημένες και ιδίως κάτω του κόστους, που επιχορηγούνται από τα κέρδη από άλλους κλάδους του ομίλου ή από την ισχυρή χρηματοδοτική τους βάση.

VII. Από τα διαθέσιμα στοιχεία που αφορούν στη συγκεκριμένη συγκέντρωση προκύπτει ότι ο όμιλος ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΥ με μερίδιο αγοράς 16,4% έχει μια πρωταρχική θέση στη σχετική αγορά υπερέχοντας κατά το διπλάσιο του αμέσως προηγούμενου ανταγωνιστή του. Η συνεργασία του με τον όμιλο PROMODES ιδιαίτερα οι κοινές αγορές μέσω της ΚΕΑΠ, η παροχή συμβουλών διοίκησης και μάρκετινγκ από την SISP η οποία θεωρείται ότι κατέχει σχετική τεχνογνωσία, του δίδουν σημαντικά πλεονεκτήματα έναντι των ανταγωνιστών του. Τα στοιχεία διαπλοκής μεταξύ των δύο ομίλων όπως αναφέρονται στα πραγματικά περιστατικά, οδηγούν στο συμπέρασμα ότι στο άμεσο μέλλον μεταξύ των δύο ομίλων θα υπάρξει πλήρης συντονισμός της εμπορικής πολιτικής τους και κατ' αυτή την άποψη δεν μπορούν να θεωρούνται εν δυνάμει ανταγωνιστές. Συνεπώς για την εκτίμηση της εν λόγω συγκέντρωσης θα υπολογιστούν τα μερίδια αγοράς και των δύο ομίλων (συνολικό μερίδιο 21,4%), το δίκτυο αυτών (86 σημεία πώλησης) καθώς και η υπάρχουσα διαπραγματευτική τους δύναμη όπως διαμορφώνεται μέσω της ΚΕΑΠ καθώς και η οικονομική ισχύς αυτών δεδομένου ότι η PROMODES αποτελεί διεθνή όμιλο και εκ των μεγαλύτερων (3ος) στην Ευρώπη.

Ως προς τους προμηθευτές του Ομίλου ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΥ, ιδιαίτερα με την σύσταση της ΚΕΑΠ για κοινές αγορές με την PROMODES, το ποσοστό αγοράς και των δύο δίνει σημαντική διαπραγματευτική δύναμη και ικανότητα επιβολής όρων επί των τιμών αγοράς και εκπτώσεων. Εν τούτοις δεν προέκυψε σημαντικός περιορισμός του ανταγωνισμού τόσο λόγω του σημερινού τους μεριδίου αγοράς όσον και λόγω του ότι η βιομηχανία γενικά επιτυγχάνει ποσοστά καθαρού κέρδους μεγαλύτερα από αυτά των Σούπερ Μάρκετ που κυμαίνονται περίπου στο 2%. Πάντως το σημερινό μερίδιο αγοράς και των δύο ομίλων βρίσκεται σε οριακό σημείο και ενδεχόμενη σημαντική αύξηση του μελλοντικά λόγω συγκέντρωσης θα οδηγήσει ενδεχόμενα στη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας

θέσης ή σχέσης οικονομικής εξάρτησης και ενδεχομένως σημαντικού περιορισμού του ανταγωνισμού.

Παρά ταύτα, το γεγονός ότι οι ανταγωνιστές διαθέτουν ήδη στη σχετική αγορά άλλα εμπορικά πλεονεκτήματα, όπως περισσότερα σημεία πώλησης (Όμιλος ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ 98 καταστήματα με προοπτική μέσα στο 1996 τα 106, ΑΤΛΑΝΤΙΚ 99), ακολουθούν επιθετική πολιτική ανταγωνισμού στη σχετική αγορά διαμέσου εξαγορών και τιμών, έχουν ήδη δημιουργήσει κοινές εταιρίες αγορών, διαθέτουν ισοδύναμη οικονομική ισχύ (Α-Β ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ - DELHAISE LE LION) και προσφέρουν το ίδιο εύρος προϊόντων, είναι ενδεικτικό της ύπαρξης έντονου ανταγωνισμού.

Επιπλέον η εξαγορά της αλυσίδας ΜΙΧΑΗΛ ΚΟΚΚΙΝΙΔΗΣ ΑΒΕΕ με μερίδιο αγοράς 0,4% στη σχετική αγορά όλης της επικράτειας δεν ενδυναμώνει σημαντικά τον όμιλο ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΥ στο επίπεδο των προμηθευτών, ώστε να έχουμε δημιουργία δεσπόζουσας θέσης διαμέσου της κρινόμενης συγκέντρωσης.

Από όλα τα προαναφερθέντα προκύπτει ότι η υπό εξέταση συγκέντρωση κρινόμενη στη σχετική γεωγραφική αγορά της Ρόδου δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι περιορίζει τον ανταγωνισμό αφού η απώλεια ενός δυνάμει ανταγωνιστού εξουδετερώνεται από την παρουσία στη σχετική αγορά άλλων μεγάλων αλυσίδων (ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ, ΜΕΤΡΟ, ΤΡΟΦΟ, ΣΠΑΝΟΣ) που ήδη ήσαν σε πλεονεκτικότερη θέση σε σχέση με την εξαγοραζόμενη επιχείρηση ΜΙΧΑΗΛ ΚΟΚΚΙΝΙΔΗΣ ΑΒΕΕ, τόσο από άποψη οικονομικής επιφάνειας, όσο και από πλευράς προσβάσεως στις αγορές εφοδιασμού. Αντιθέτως η δραστηριοποίηση της ΝΙΚΗΣ Α.Ε. στην αγορά της Ρόδου εύλογα αναμένεται ότι θα εντείνει τον ανταγωνισμό προς όφελος των καταναλωτών.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

εγκρίνει τη συγκέντρωση μεταξύ των εταιριών ΝΙΚΗ Α.Ε. και ΚΟΚΚΙΝΙΔΗΣ ΑΒΕΕ η οποία συμφωνήθηκε με το από 19.9.1995 σχετικό συμβόλαιο και γνωστοποιήθηκε από τις συμμετέχουσες στη συγκέντρωση επιχειρήσεις σύμφωνα με το άρθρο 4β του ν. 703/77 στην Επιτροπή Ανταγωνισμού στις 29.9.1995.

Η απόφαση εκδόθηκε την 20η Δεκεμβρίου 1995.

Η παρούσα απόφαση να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβέρνησης.

Ο Πρόεδρος

Ο Εισηγητής

Καθηγητής Ιωάννης Γ. Σχινάς

Γεώργιος Τριανταφυλλάκης

Η Γραμματέας

Αλεξάνδρα - Μαρία Ταραμπίκου