

ΑΠΟΦΑΣΗ ΑΡΙΘ. 623/2016.*

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

ΣΕ ΟΛΟΜΕΛΕΙΑ

Συνεδρίασε στην Αίθουσα Συνεδριάσεων του 1^{ου} ορόφου του κτηρίου των γραφείων της, επί της οδού Κότσικα 1^Α, Αθήνα, την 21^η Ιανουαρίου 2016, ημέρα Πέμπτη και ώρα 12:30, με την εξής σύνθεση:

Πρόεδρος: Δημήτριος Κυριτσάκης

Μέλη: Δημήτριος Λουκάς-(Αντιπρόεδρος)

Λευκοθέα Ντέκα

Νικόλαος Ζευγώλης

Παναγιώτης Φώτης-(Εισηγητής)

Δημήτριος Δανηλάτος και

Ιωάννης Αυγερινός.

Γραμματέας: Ευγενία Ντόρντα

Το μέλος Βικτωρία Μερτικοπούλου απουσίαζε λόγω δικαιολογημένου κωλύματος.

Θέμα της συνεδρίασης: Λήψη απόφασης επί προηγούμενης γνωστοποίησης συγκέντρωσης κατ' άρθρο 6 παρ. 1-3 του ν. 3959/2011 από την εταιρία «**ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ Ειδών Διατροφής και Οικιακής Χρήσης**», σχετικά με την απόκτηση αποκλειστικού ελέγχου των δραστηριοτήτων στην Ελλάδα της εταιρίας «**ΑΔΕΛΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Ανώνυμος Εμπορική και Βιομηχανική Εταιρεία Α.Ε.**».

Στην αρχή της συζήτησης, ο Πρόεδρος έδωσε το λόγο στον Εισηγητή της υπόθεσης, Παναγιώτη Φώτη, ο οποίος ανέπτυξε συνοπτικά την υπ' αριθμ. πρωτ. οικ.359/18.1.2016 γραπτή Εισήγηση, επί της κρινόμενης υπόθεσης και πρότεινε, για τους λόγους που αναφέρονται αναλυτικά στην Εισήγηση, να εγκριθεί η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση.

Με την ολοκλήρωση της ανάπτυξης της εισήγησης, η Ολομέλεια της ΕΑ, προχώρησε σε διάσκεψη επί της ως άνω υπόθεσης με τη συμμετοχή του Εισηγητή της υπόθεσης, Παναγιώτη Φώτη, ο οποίος δεν έλαβε μέρος στην ψηφοφορία και αφού έλαβε υπόψη την έκθεση του αρμόδιου Εισηγητή, όλα τα στοιχεία του φακέλου της ανωτέρω υπόθεσης, τις απόψεις των μελών και το ισχύον νομικό πλαίσιο,

* Η παρούσα απόφαση εκδίδεται σε δυο (2) επιπλέον εκδόσεις με τα διακριτικά: (1) Έκδοση για την Εταιρία ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ και (2) Προς Δημοσίευση στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως. Από τις παραπάνω εκδόσεις έχουν αφαιρεθεί τα απόρρητα επιχειρηματικά στοιχεία (όπου η ένδειξη [...]) τα οποία δεν θα πρέπει να περιέλθουν σε γνώση του αντίστοιχου αποδέκτη της έκδοσης, σύμφωνα με το άρθρο 41 του ν. 3959/2011 (ΦΕΚ Α' 93/20.4.2011), όπως ισχύει και τον Κανονισμό Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ Β' 54/16.1.2013).

ΣΚΕΦΘΗΚΕ ΩΣ ΕΞΗΣ :

1. Με το υπ' αριθ. πρωτ. 7190/01.12.2015 έγγραφό της, η εταιρία με την επωνυμία «ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ Ειδών Διατροφής και Οικιακής Χρήσης» (εφεξής «ΜΕΤΡΟ») γνωστοποίησε στην Επιτροπή Ανταγωνισμού (εφεξής «ΕΑ») την απόκτηση του 100% της Δραστηριότητας Εσωτερικού της εταιρίας «ΑΔΕΛΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Ανώνυμος Εμπορική και Βιομηχανική Εταιρεία Α.Ε» (εφεξής «ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ»). Για την υλοποίηση της απόκτησης αυτής έχει συναφθεί μεταξύ των μετόχων της ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ και της ΜΕΤΡΟ το από 30.11.2015 Προσύμφωνο Αγοραπωλησίας Μετοχών (εφεξής «Προσύμφωνο»). Σύμφωνα με το εν λόγω Προσύμφωνο η υπό κρίση απόκτηση τελεί υπό την αναβλητική αίρεση της έγκρισης της συναλλαγής από την ΕΑ.
2. Αντικείμενο της συμφωνίας αποτελούν και οι εταιρίες α) «ΑΧΑΙΚΑ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ» (εφεξής «ΑΧΑΙΚΑ»), η οποία δραστηριοποιείται στο λιανικό εμπόριο ειδών διατροφής και ειδών οικιακής χρήσεως μέσω ενός καταστήματος σούπερ μάρκετ και β) «ΨΥΓΕΙΑ ΑΘΗΝΩΝ Ανώνυμη Εμπορική Βιομηχανική και Κτηματική Εταιρεία ΑΕ» (εφεξής «ΨΥΓΕΙΑ ΑΘΗΝΩΝ»), η οποία δραστηριοποιείται κυρίως στην εκμίσθωση και εκμετάλλευση του μοναδικού ακινήτου της. Οι εν λόγω δύο εταιρίες δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα και [...].
3. Η υλοποίηση της συμφωνίας θα πρέπει να ολοκληρωθεί το αργότερο έως την [...] ή σε περίπτωση, κατά την οποία η Επιτροπή Ανταγωνισμού εκδώσει νωρίτερα σχετική εγκριτική απόφαση, τότε τα μέρη υποχρεούνται, εντός [...] από την έκδοση της απόφασης αυτής, να υπογράψουν την οριστική σύμβαση μεταβίβασης των μετοχών της Εταιρίας ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ της επωφελούμενης της Δραστηριότητας Εσωτερικού.
4. Σύμφωνα με τη γνωστοποίηση, η ΜΕΤΡΟ επικαλείται ως οικονομικούς και στρατηγικούς λόγους, οι οποίοι δικαιολογούν την πραγματοποίηση της υπό κρίση συγκέντρωσης, τη βελτιστοποίηση της λειτουργίας των υφισταμένων δικτύων των μερών. Επιπλέον, σε βάθος χρόνου η συνένωση των δύο δικτύων αναμένεται να επιφέρει σημαντικές οικονομίες κλίμακας, οι οποίες θα επιτρέψουν τη βελτίωση των οικονομικών αποτελεσμάτων της ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ και την πραγματοποίηση σημαντικών επενδύσεων για την περαιτέρω ανάπτυξη του δικτύου. Τέλος, επισημαίνεται στη γνωστοποίηση ότι τα οφέλη αυτά αναμένεται να μετακυληθούν στους καταναλωτές, λαμβανομένου υπόψη ότι η μείωση των λειτουργικών εξόδων και η επίτευξη συνεργειών και οικονομιών κλίμακας θα ενδυναμώσουν τις προοπτικές μιας πιο ανταγωνιστικής τιμολογιακής πολιτικής, ενώ παράλληλα οι καταναλωτές θα ωφεληθούν απολαμβάνοντας τη διατήρηση ενός ευρύτερου δικτύου.
5. Η απόκτηση του τμήματος της ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ που αφορά στο σύνολο των εγχώριων δραστηριοτήτων της, μέσω της εξαγοράς του 100% του μετοχικού κεφαλαίου της από τη ΜΕΤΡΟ και η μέσω αυτής απόκτηση του αποκλειστικού ελέγχου της από τη ΜΕΤΡΟ συνιστά συγκέντρωση κατά την έννοια της παρ. 2 β) του άρθρου 5 ν. 3959/2011. Η υπό κρίση συγκέντρωση υπόκειται σε προηγούμενη γνωστοποίηση, καθώς εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 6 παρ. 1 ν. 3959/2011 και έχει εθνική διάσταση με βάση τους γνωστοποιηθέντες, σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 10 ν. 3959/2011, όπως ισχύει, κύκλους εργασιών των συμμετεχουσών επιχειρήσεων κατά το έτος 2014 στην ελληνική και παγκόσμια αγορά. Η υπό κρίση συγκέντρωση δεν έχει κοινοτική διάσταση,

καθώς οι παγκόσμιοι κύκλοι εργασιών των συμμετεχουσών επιχειρήσεων δεν υπερβαίνουν τα κατώτατα όρια των άρθρων 1 παρ. 2 και 3 του Κανονισμού (ΕΚ) 139/2004¹. Ενόψει των ανωτέρω, η παρούσα γνωστοποίηση υποβάλλεται αρμοδίως ενώπιον της ΕΑ.

6. Το έντυπο γνωστοποίησης με αριθ. πρωτ. 7190 υποβλήθηκε στην ΕΑ την 1.12.2015, ήτοι την επόμενη ημέρα από την 30.11.2015 που υπογράφηκε μεταξύ των μερών το Προσύμφωνο, σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 6 παρ. 1 του ν. 3959/2011. Με την ως άνω γνωστοποίηση συνυποβλήθηκε το προβλεπόμενο στο άρθρο 45 παρ. 1 του ν. 3959/2011 παράβολο. Με την υπ' αριθ. πρωτ. 7469/11.12.2015 επιστολή της, η γνωστοποιούσα κοινοποίησε στην ΕΑ αντίτυπο του φύλλου της ημερήσιας οικονομικής εφημερίδας πανελλαδικής κυκλοφορίας «ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ» της 2.12.2015 (αριθ. φύλλου 29.111), στο οποίο δημοσίευσε την υπό κρίση πράξη. Το περιεχόμενο της ως άνω δημοσίευσης αναρτήθηκε στο διαδικτυακό τόπο της ΕΑ στις 9.12.2015, κατά τα προβλεπόμενα στο άρθρο 6 παρ. 6 του ν. 3959/2011. Ως αφετηρία της προθεσμίας των 30 ημερών προς γνωστοποίηση λογίζεται η ημερομηνία υπογραφής του Προσυμφώνου, ήτοι η 30.11.2015. Ως εκ τούτου, η εν λόγω γνωστοποίηση υποβλήθηκε εμπροθέσμως.
7. Η γνωστοποίηση κατέστη πλήρης και προσήκουσα στις 16.12.2015 με καταληκτική ημερομηνία έκδοσης της Απόφασης της ΕΑ την 17.1.2016. Πριν από την ολοκλήρωση της εισήγησης της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού (εφεξής «ΓΔΑ»), η ΜΕΤΡΟ, λόγω του όγκου των στοιχείων προς επεξεργασία και των λοιπών στοιχείων που απαιτούνταν προς διευκρίνιση, συμφώνησε, σύμφωνα με το άρθρο 8 παρ. 11 στοιχ. α του ν. 3959/2011, στην παράταση της προθεσμίας έκδοσης απόφασης της ΕΑ. Συγκεκριμένα ανέφερε ότι «δεδομένου του χρόνου που απαιτήθηκε για τη συγκέντρωση όλων των απαραίτητων στοιχείων και ιδιαίτερα των στοιχείων που ζητήθηκαν από τους ανταγωνιστές του κλάδου μας, συναινούμε με την παρούσα, σύμφωνα με τα ειδικότερα οριζόμενα στο άρθρο 8 παρ. 11(α) του Ν. 3959/2011, όπως ισχύει, στην παράταση της προθεσμίας, που προβλέπεται στην παρ. 3 του άρθρου 8 του ίδιου νόμου, μέχρι και την 22η Ιανουαρίου 2016». Ως εκ τούτου, η προθεσμία έκδοσης απόφασης της ΕΑ επί της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης παρήλθε την 22.1.2016².
8. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού αξιολογεί κατά πόσο μία συγκέντρωση παρακωλύει σημαντικά τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό, ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης^{3, 4}.
9. Αναλυτικότερα, μία οριζόντια συγκέντρωση μπορεί να περιορίσει σημαντικά τον

¹ Βλ. άρθρο 1 παρ. 2 και 3 του Κανονισμού του Συμβουλίου 139/2004 της 20.01.2004, για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων («Κοινοτικός κανονισμός συγκεντρώσεων»), ΕΕ L 024 της 29/01/2004, σελ. 1 – 22.

² Βλ. ενδεικτικά και Απόφαση της ΕΑ υπ' αριθ. 607/2015.

³ Νοούμενη κατά τη νομολογία ως κατάσταση οικονομικής ισχύος που κατέχουν μία ή περισσότερες επιχειρήσεις, η οποία τους επιτρέπει να παρεμποδίσουν τη διατήρηση ουσιαστικού ανταγωνισμού στη σχετική αγορά, παρέχοντάς τους τη δυνατότητα να συμπεριφέρονται σε μεγάλο βαθμό ανεξάρτητα έναντι των ανταγωνιστών, των πελατών τους και, τελικά, των καταναλωτών. Βλ. και Κατευθυντήριες γραμμές της Ε.Επ. για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων σύμφωνα με τον Κανονισμό του Συμβουλίου για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων, ΕΕ C 031 της 05/02/2004 παρ. 2 και την παρατιθέμενη σε αυτή νομολογία.

⁴ Βλ. άρθρο 7 παρ. 1 ν. 3959/2011 και άρθρο 2 παρ. 2 και 3 Κανονισμού 139/2004 του Συμβουλίου για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων, ΕΕ L 24/1 της 29.1.2004.

ανταγωνισμό σε μία αγορά με την απομάκρυνση σημαντικών ανταγωνιστικών πιέσεων σε έναν ή περισσότερους παίκτες, οι οποίοι ακολούθως έχουν αυξημένη δύναμη στην αγορά, χωρίς να καταφύγουν σε συντονισμό της συμπεριφοράς τους⁵. Η πλέον άμεση επίπτωση μίας συγκέντρωσης στην αγορά είναι η απώλεια του ανταγωνισμού μεταξύ των μερών, ενώ οι επιχειρήσεις που δεν συμμετέχουν στη συγκέντρωση και δραστηριοποιούνται στην ίδια αγορά μπορούν, επίσης, να επωφεληθούν από τη μείωση της ανταγωνιστικής πίεσης που προκύπτει από τη συγκέντρωση, δεδομένου ότι η αύξηση των τιμών των συμμετεχουσών επιχειρήσεων ενδέχεται να στρέψει ένα μέρος της ζήτησης προς τις ανταγωνίστριές τους, οι οποίες με τη σειρά τους μπορεί να αυξήσουν επικερδώς τις τιμές τους. Ο περιορισμός αυτών των ανταγωνιστικών πιέσεων θα μπορούσε να οδηγήσει σε σημαντικές αυξήσεις τιμών στη σχετική αγορά. Επιπλέον, οι συγκεντρώσεις στο πλαίσιο ολιγοπωλιακών αγορών, που συνεπάγονται κατάργηση σημαντικών ανταγωνιστικών πιέσεων που ασκούσαν προηγουμένως μεταξύ τους τα μέρη, σε συνδυασμό με τη μείωση της ανταγωνιστικής πίεσης επί των υπολοίπων ανταγωνιστών μπορεί, ακόμη και αν υπάρχει ελάχιστη πιθανότητα συντονισμού μεταξύ των μελών του ολιγοπωλίου, να οδηγήσουν επίσης σε σημαντική παρακώλυση του ανταγωνισμού⁶. Συχνά η συγκέντρωση, από την οποία προκύπτουν μη συντονισμένα αποτελέσματα περιορίζει τον ανταγωνισμό με τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης μίας επιχείρησης, η οποία κατά κανόνα θα έχει σημαντικά μεγαλύτερο μερίδιο από τον επόμενο ανταγωνιστή μετά τη συγκέντρωση. Συνεπώς, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (εφεξής «Ε.Επ.») αξιολογεί κατά πόσον οι μεταβολές που επέρχονται λόγω της οριζόντιας συγκέντρωσης θα οδηγήσουν σε αποτέλεσμα σημαντικής παρεμπόδισης του αποτελεσματικού ανταγωνισμού με τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης:

α) Με την κατάργηση των σημαντικών ανταγωνιστικών πιέσεων σε μία ή περισσότερες επιχειρήσεις, οι οποίες, ως εκ τούτου, θα έχουν αυξημένη ισχύ στην αγορά, χωρίς να καταφύγουν σε συντονισμό της συμπεριφοράς τους (επιπτώσεις μη συντονισμένης συμπεριφοράς) ή

β) Με τη μεταβολή της φύσης του ανταγωνισμού ούτως ώστε επιχειρήσεις που προηγουμένως δεν συντόνιζαν τη συμπεριφορά τους, τώρα να είναι πολύ πιθανότερο να συντονίζουν και να αυξάνουν τις τιμές ή με άλλο τρόπο να βλάπτουν τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό. Μια συγκέντρωση μπορεί, επίσης, να καταστήσει τον συντονισμό ευκολότερο, σταθερότερο ή αποτελεσματικότερο για τις επιχειρήσεις που συντόνιζαν τη συμπεριφορά τους και πριν από τη συγκέντρωση ιδίως ως αποτέλεσμα δημιουργίας ή ενίσχυσης συλλογικής δεσπόζουσας θέσης (επιπτώσεις συντονισμένης συμπεριφοράς)^{7, 8}.

10. Εν προκειμένω η εταιρία METPO δραστηριοποιείται κατά κύριο λόγο στην αγορά των

⁵ Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές της Ε.Επ. για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων, ό.π., παρ. 22(α).

⁶ Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές, ό.π. παρ. 24 επ. Βλ. επίσης σχετικά *M. Rosenthal/S. Thomas*, *European Merger Control*, 2010, σελ. 116 επ.

⁷ Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές, ό.π. παρ. 22 και παρ. 23, σύμφωνα με την οποία η Ε.Επ. αξιολογεί κατά πόσον οι μεταβολές που επέρχονται λόγω της συγκέντρωσης θα οδηγήσουν σε οποιοδήποτε από τα αποτελέσματα αυτά (συντονισμένης ή μη συντονισμένης συμπεριφοράς) και κατά την αξιολόγηση της συγκεκριμένης πράξης μπορεί να κρίνεται σκόπιμο να εξετασθούν και οι δύο περιπτώσεις επιπτώσεων.

⁸ Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές, ό.π. παρ. 40 επ. και *M. Rosenthal/S. Thomas*, ό.π. π., σελ. 133 επ.

καταστημάτων cash and carry με το εμπορικό σήμα «METRO» και δευτερευόντως στην αγορά των σούπερ μάρκετ με το σήμα «MY MARKET». Κατά την ημερομηνία της γνωστοποίησης της συγκέντρωσης, η μετοχική σύνθεση της METRO είχε ως ακολούθως: [...]. Το Διοικητικό Συμβούλιο της METRO είναι πενταμελές και αποτελείται από τους Παντελή Παντελιάδη (Πρόεδρο), Αριστοτέλη Παντελή Παντελιάδη (Αντιπρόεδρο και Διευθύνοντα Σύμβουλο), Μόσχω Κωνσταντίνου (Αναπληρώτρια Διευθύνουσα Σύμβουλο), Χριστόφορο Γκόκα (Σύμβουλο) και Στέφανο Βασιλείου Παντελιάδη (Σύμβουλο).

11. Η εταιρία ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ δραστηριοποιείται κυρίως στο λιανικό εμπόριο ειδών διατροφής και ειδών οικιακής χρήσης μέσω καταστημάτων σούπερ μάρκετ, σύμφωνα δε και με το καταστατικό της, εκμεταλλεύεται και πρατήρια υγρών καυσίμων και πλυντήρια αυτοκινήτων που έχει ιδρύσει και λειτουργεί στους προαύλιους χώρους ορισμένων από τα καταστήματά της. Το μετοχικό κεφάλαιο της εταιρίας κατανεμόταν ως εξής: [...]. Το Διοικητικό Συμβούλιο της ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ είναι τριμελές και συγκροτείται ως εξής: Βερόπουλος Νικόλαος Πρόεδρος, Μπατάγια Αθηνά Αντιπρόεδρος και Ευαγγελίδης Δημήτριος Γενικός Διευθυντής και Διευθύνων Σύμβουλος.
12. Λαμβάνοντας υπόψη Αποφάσεις της Ε.Επ., των εθνικών αρχών και της ΕΑ,⁹ η υπό εξέταση συγκέντρωση αφορά τις κάτωθι σχετικές και γεωγραφικές αγορές προϊόντων:
13. (α) **Λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ σε επίπεδο διανομής** (ήτοι αγορά λιανικής πώλησης καταναλωτικών αγαθών καθημερινής χρήσης μέσω υπεραγορών, σούπερ μάρκετ, μίνι μάρκετ και εκπωτικών καταστημάτων), η οποία από γεωγραφική άποψη καταλαμβάνει κάθε νομό της χώρας στον οποίο υπάρχουν οριζόντιες επικαλύψεις. Για τους σκοπούς της παρούσας συγκέντρωσης, προκειμένου να ελεγχθούν πλήρως οι ανταγωνιστικές συνθήκες, κρίνεται σκόπιμη η περαιτέρω κατάτμηση της σχετικής γεωγραφικής αγοράς, τόσο ανά νομό όσο σε τοπικό επίπεδο και συγκεκριμένα σε ακτίνα έως 10 λεπτών με το αυτοκίνητο για τις αστικές περιοχές και έως 30 λεπτών με το αυτοκίνητο για τις ημιαστικές.¹⁰
14. (β) **Χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ μέσω καταστημάτων cash and carry**

⁹ Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις Ε.Επ. IV/M.803 (1996)-Rewe/Billa, COMP/M.946-INTERMARCHE/SPAR, COMP/M.991-PROMODES/CASINO, IV/M.1085-PROMODES/CATTEU, COMP/M.1684-CARREFOUR/PROMODES, COMP/M.1221-REWE/MEINL COMP/M.2115-CARREFOUR/GB, COMP/M.3905-TESCO-CARREFOUR, COMP/M.4590-REWE/DELVITA, COMP/M.5112-REWE PLUS/DISCOUNT. Βλ. επίσης και αποφάσεις Γαλλικής Ανεξάρτητης Αρχής (εφεξής «ΑΑ») υπ' αριθ. 14-DCC-30, 14-DCC-146, 13-DCC-90, 13-DCC-57, 12-DCC-112, 11-DCC-05 και 4-DCC-173, Γερμανικής ΑΑ υπ' αριθ. Β 2 – 333/07 EDEKA /TENGMANN, Ισπανικής ΑΑ υπ' αριθ. C-0001/07, Αγγλικής ΑΑ Safeway plc/Asda Group (9/2003), Somerfield plc/Wm Morrison (9/2005), Ιταλικής ΑΑ υπ' αριθ. C11959/2014, C11461/2012, C11103/2011, καθώς και ενδεικτικά Αποφάσεις της ΕΑ υπ' αριθ. 17/1995, 106/Π/1999, 176/Π/2001, 194/Π/2001, 204/Π/2001, 330/V/2007, 381/V/2008, 467/VI/2009, 496/VI/2010, 536/VI/2012, 544/VII/2012, 552/VII/2012, 572/VII/2013, 582/VII/2013, 599/2014, 600/2015 και 601/2015, 605/2015, 607/2015.

¹⁰ Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις IV/M.1085 (1998) PROMODES/CATTEU, παρ. 14, COMP/M.1221 (1999) REWE/MEINL, παρ. 18, COMP/M.1684 (2000) CARREFOUR/PROMODES, παρ. 24, στις οποίες θεωρήθηκε ότι ένα χρονικό διάστημα από 10 έως 30 λεπτά μπορεί να θεωρηθεί εύλογο για το μέγιστο χρόνο οδήγησης που είναι διατεθειμένος να πραγματοποιήσει ο καταναλωτής για να φθάσει στο σούπερ μάρκετ και COMP/M.3905 TESCO/CARREFOUR (Τσεχία και Σλοβακία), όπου η τοπική γεωγραφική περιοχή ορίστηκε κατ' αρχήν με ακτίνα απόστασης 20' με το αυτοκίνητο (παρ. 18 επ., 25). Βλ. επίσης COMP/M.5112 (2008) REWE PLUS/DISCOUNT, παρ. 20 και αποφάσεις ΕΑ 600/2015 (ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ-ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ), 605/2015 (ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ-ΚΡΟΝΟΣ) και 607/2015 (ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ –CRM)..

στην ελληνική επικράτεια, χωρίς, ωστόσο, να κρίνεται σκόπιμη η περαιτέρω διερεύνηση και κατάτμησή της ανά νομό λόγω της πρόσφατης διακοπής της δραστηριότητας της ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ στην εν λόγω αγορά.

15. (γ) **Εφοδιασμού καταστημάτων σούπερ μάρκετ και cash and carry**, η οποία, από γεωγραφική άποψη, καταλαμβάνει το σύνολο της ελληνικής επικράτειας.
16. **Στην αγορά της λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ σε επίπεδο διανομής** δραστηριοποιείται πλήθος αλυσίδων και μεμονωμένων σούπερ μάρκετ. Σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκομίστηκαν από τη ΜΕΤΡΟ με βάση την έρευνα της IRI για το έτος 2014, τα μερίδια αγοράς των ομίλων εταιριών των ΜΕΤΡΟ και ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ στην αγορά της λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ στην ελληνική επικράτεια και στους επιμέρους νομούς, στους οποίους δραστηριοποιούνται και τα δύο μέρη, παρατίθενται στη συνέχεια:

Πίνακας 1: Μερίδια στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ στην Ελληνική Επικράτεια (2014)

2014	ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΑΤΤΙΚΗΣ	ΒΟΙΩΤΙΑΣ	ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	ΛΑΡΙΣΗΣ
Αξία Πωλήσεων σε €	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Συμμετοχή νομού στο Σύνολο Ελλάδας	100,00%	51,12%	1,06%	1,33%	1,56%	2,11%
Μερίδιο Πωλήσεων MY MARKET	[0-5]%	[5-10] %	[15-25] %	[5-10]%	[10-15] %	[0-5]%
Μερίδιο Πωλήσεων ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%
Αθροιστικό μερίδιο	[5-10]%	[10-15]%	[15-25]%	[10-15]%	[15-25]%	[5-10]%

Πηγή: IRI

17. Σύμφωνα με Πίνακα 1, το αθροιστικό μερίδιο αγοράς των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση το 2014 εκτιμάται σε [5-10]% για την Ελλάδα, [10-15]% για το νομό Αττικής, [10-15]% για το νομό Ιωαννίνων, [15-25]% για το νομό Βοιωτίας, [10-15]% για το νομό Κορινθίας και [5-10]% για το νομό Λαρίσης. Ως εκ τούτου, η μόνο επηρεαζόμενη αγορά κατ' αρχήν σε επίπεδο νομού είναι ο νομός Βοιωτίας.
18. Περαιτέρω, σημειώνεται ότι οι συμμετέχουσες στη συγκέντρωση επιχειρήσεις έχουν κοινή παρουσία και στους νομούς Αιτωλοακαρνανίας και Αχαΐας από το 2015. Ωστόσο εν προκειμένω, η αξιολόγηση τυχόν επιπτώσεων από την κρινόμενη συγκέντρωση στους Νομούς Αιτωλοακαρνανίας, Βοιωτίας, Αχαΐας και Κορινθίας δεν κρίνεται σκόπιμη, δεδομένου του στενού ορισμού της σχετικής γεωγραφικής αγοράς σε τοπικό επίπεδο¹¹, όπως επιτάσσει, κατά τα ανωτέρω αναλυτικά εκτιθέμενα, η πρόσφατη νομολογιακή πρακτική, σε ακτίνα έως 10 λεπτά με το αυτοκίνητο από το κατάστημα στόχος στις αστικές περιοχές και σε ακτίνα έως 30 λεπτά με το αυτοκίνητο σε ημιαστικές και αγροτικές περιοχές.
19. Ειδικότερα, στους νομούς Αιτωλοακαρνανίας, Βοιωτίας και Αχαΐας τα καταστήματα των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση επιχειρήσεων δεν ανήκουν στην ίδια τοπική αγορά (οροθετημένη κατά την άνω αυστηρή εκδοχή) και ως εκ τούτου δεν δύναται να

¹¹ Λαμβάνεται δηλαδή υπόψη η ασηπρότερη εκδοχή ως προς τον ορισμό της γεωγραφικής αγοράς.

- ανακύψουν θέματα δημιουργίας ή ενίσχυσης δεσπόζουσας θέσης, ενώ στο νομό Κορινθίας, η ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ διατηρούσε μεν 1 κατάσταση στο Λέχαιο, το οποίο όμως το έκλεισε, η δε ΜΕΤΡΟ λειτουργεί 4 καταστήματα στο υπό εξέταση νομό (στο Λέχαιο, στους Αγίους Θεοδώρους, στο Κιάτο και στο Ξυλόκαστρο), με αποτέλεσμα να μην υφίσταται πλέον κοινή παρουσία των μερών στο συγκεκριμένο νομό.
20. Όσον αφορά εν συνεχεία τους Νομούς Αττικής, Ιωαννίνων και Λάρισας, όπου υπάρχει κοινή παρουσία των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση μερών, η εξέταση για πιθανές επιπτώσεις στον ανταγωνισμό από την πλευρά του καταναλωτή, γίνεται σε επίπεδο επιμέρους τοπικών αγορών, όπως ορίζονται κατά τα ανωτέρω, ήτοι σε ακτίνα έως 10 λεπτά από το κατάστημα στόχο με το αυτοκίνητο για τις αστικές περιοχές και έως 30 λεπτά με το αυτοκίνητο για τις ημιαστικές. Η αξιολόγηση πιθανόν επιπτώσεων στον ανταγωνισμό συνίσταται ουσιαστικά στη σύγκριση των ανταγωνιστικών συνθηκών που θα προκύψουν από τη γνωστοποιηθείσα συναλλαγή με τις συνθήκες που επικρατούσαν ελλείψει της συγκέντρωσης.
 21. Κατά τη νομολογία των εθνικών αρχών ανταγωνισμού, η αξιολόγηση στοχεύει στις συγκεκριμένες τοπικές σχετικές γεωγραφικές αγορές, στις οποίες: α) τα μερίδια αγοράς της ενιαίας ενότητας μετά τη συγκέντρωση θα υπερβούν το 35-40%¹² και β) η αύξηση του μεριδίου της εξαγοράζουσας μετά τη συγκέντρωση θα υπερβεί το 5%¹³.
 22. Για την αξιολόγηση ειδικότερα της πιθανής δημιουργίας ή ενίσχυσης δεσπόζουσας θέσης λαμβάνονται υπόψη κυρίως η παρουσία άλλων παικτών ικανών να ασκήσουν ανταγωνιστική πίεση στα μέρη, οι φραγμοί εισόδου (π.χ. διοικητικές άδειες) και η πιθανή μελλοντική δραστηριοποίηση ανταγωνιστή¹⁴.
 23. Ειδικότερα, σχετικά με τον Νομό Αττικής, από την αξιολόγηση των συλλεγέντων στοιχείων, για τις περιοχές όπου υπάρχει επικάλυψη¹⁵, προέκυψε ότι στις γεωγραφικές τοπικές αγορές εντός του Νομού Αττικής με βάση την ακτίνα των 10 λεπτών με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχος για τις αστικές περιοχές και των 30 λεπτών για τις ημιαστικές περιοχές, το μερίδιο αγοράς της εξαγοράζουσας μετά τη συγκέντρωση θα κυμανθεί από [5-10]% έως [25-35]%. Η συγκέντρωση του μεριδίου αγοράς έως και [25-35]% δεν αξιολογείται σημαντική για τον ανταγωνισμό, κατά τα ανωτέρω, καθώς το εν λόγω μερίδιο δεν είναι ικανό να οδηγήσει στη θεμελίωση ατομικής δεσπόζουσας θέσης εκ μέρους της ενιαίας οντότητας μετά την εξαγορά.
 24. Σχετικά περαιτέρω με τους Νομούς Ιωαννίνων και Λάρισας, στους οποίους οι συμμετέχουσες στη συγκέντρωση επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται αμφότερες στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ και συγκεκριμένα,

¹² Βλ. ανωτέρω αποφάσεις Ε.Επ. και εθνικών αρχών ανταγωνισμού, σύμφωνα με τις οποίες, εφόσον στις τοπικές αγορές τα αθροιστικά μερίδια των μερών στη συγκέντρωση υπερβαίνουν το 35-40% μετά την ολοκλήρωση της συναλλαγής, οι αρχές προβαίνουν σε συνεκτίμηση και άλλων παραγόντων καθοριστικών για τη διαμόρφωση των συνθηκών ανταγωνισμού, όπως την παρουσία ανταγωνιστικών επιχειρήσεων εμβέλειας ικανής για την άσκηση ανταγωνιστικών πιέσεων.

¹³ Βλ. ανωτέρω αποφάσεις Ε.Επ. και αποφάσεις γερμανικής και ισπανικής αρχής ανταγωνισμού.

¹⁴ Βλ. ανωτέρω νομολογία εθνικών αρχών ανταγωνισμού και Κατευθυντήριες γραμμές, ο.π.

¹⁵ Για τις τοπικές γεωγραφικές αγορές εντός του Νομού Αττικής, με βάση είτε την ακτίνα των 10 λεπτών με το αυτοκίνητο από το κατάστημα στόχος (αστικές περιοχές), είτε των 30 λεπτών (ημιαστικές περιοχές), όπου δεν υπάρχει επικάλυψη, δεν απαιτείται περαιτέρω έρευνα, αφού σε αυτές δεν υπάρχει μεταβολή στις συνθήκες του ανταγωνισμού (τοπικά).

- α) με δύο καταστήματα η ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ στο Νομό Ιωαννίνων, το ένα στα Ιωάννινα και το δεύτερο στην Ανατολή Ιωαννίνων και με ένα καταστήματα η εξαγοράζουσα, στα Ιωάννινα, και
- β) στο Νομό Λάρισας η ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ με τέσσερα καταστήματα, από τα οποία τα τρία ανήκουν στο Δήμο Λαρισαίων και το 1 στο Δήμο Κιλελέρ, η δε εξαγοράζουσα με 2 καταστήματα εντός της πόλης της Λάρισας (το 1 εξ αυτών άνοιξε το 2015), από τα συλλεγόμενα από την Υπηρεσία στοιχεία προκύπτει ότι η ύπαρξη της νέας οντότητας δεν συνιστά απειλή για την εύρυθμη λειτουργία του ανταγωνισμού στις εν λόγω αγορές, καθώς το αθροιστικό της μερίδιο κυμαίνεται σε χαμηλά επίπεδα (πολύ χαμηλότερα του [25-35%]).
25. Ειδικότερα, στην τοπική αγορά των Ιωαννίνων, η οποία προσδιορίζεται σε ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο από το πρώτο κατάστημα-στόχο (2^ο χλμ Ιωαννίνων –Άρτας), το μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας θα ανέλθει σε ποσοστό [15-25]%, στη δε τοπική αγορά της Ανατολής Ιωαννίνων, σε ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχο, το μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας θα ανέλθει σε ποσοστό [15-25]%, ποσοστά τα οποία αμφότερα αξιολογούνται ως χαμηλά και συνακόλουθα μη ικανά να επηρεάσουν αρνητικά τις ανταγωνιστικές συνθήκες τοπικά. Την ίδια εικόνα παρουσιάζουν και οι επιμέρους τοπικές αγορές του Νομού Λάρισας, στις οποίες η νέα οντότητα θα κατέχει, με βάση τα στοιχεία του έτους 2014, μερίδιο που κυμαίνεται από [5-10]% και έως [10-15]% ([5-10]% και [10-15]% με βάση τα καταστήματα-στοχος της Λάρισας στους ΤΚ 41221 και 41222 αντίστοιχα, με κριτήριο την ακτίνα 10 λεπτών με το αυτοκίνητο, [5-10]% με βάση το κατάστημα-στόχο στη Γιάννουλη με επίσης κριτήριο την ακτίνα των 10 λεπτών-χωρίς να ενσωματώνεται το μερίδιο του καταστήματος της εξαγοράζουσας- και [5-10]% με βάση το κατάστημα-στόχο στο Δήμο Κιλελέρ, με κριτήριο την ακτίνα των 30 λεπτών με το αυτοκίνητο, καθώς η συγκεκριμένη περιοχή θεωρείται ημιαστική).
26. Συμπερασματικά, λαμβανομένου υπόψη του μεριδίου αγοράς της νέας οντότητας που δεν διαγράφεται υψηλό, κατά τα ανωτέρω, και συνεκτιμώντας σε κάθε περίπτωση την ύπαρξη στις επιμέρους αγορές ικανού αριθμού εναπομεινάντων ανταγωνιστών, και δη σημαντικού μεγέθους, όπως ιδίως οι αλυσίδες πανελλήνιας εμβέλειας ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ, LIDL (πέραν των κατά περίπτωση τοπικής εμβέλειας ανταγωνιστών π.χ. SEP MARKETS ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ στην περιοχή των Ιωαννίνων κλπ), η εξεταζόμενη συγκέντρωση δεν εκτιμάται ότι εξαλείφει μια πηγή σημαντικής ανταγωνιστικής πίεσης, ούτε περιορίζει τις δυνατότητες επιλογής των καταναλωτών ως προς την προμήθεια των σχετικών προϊόντων σε αυτές.
27. Σε τελική ανάλυση, και αναφορικά με την πιθανή ύπαρξη εμποδίων για τη δραστηριοποίηση νέων παικτών στις σχετικές αγορές, επισημαίνεται ότι δεν παρατηρούνται ιδιαίτεροι νομοθετικής ή άλλης φύσεως σημαντικοί φραγμοί εισόδου, πέραν των κειμένων διατάξεων αδειοδότησης καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος, η οποία έχει απλουστευθεί σημαντικά μετά την θέση σε ισχύ του ν. 3919/2011¹⁶. Σημειώνεται επίσης ότι με την πρόσφατη τροποποίηση της νομοθεσίας περί

¹⁶ Βλ. άρθρο 3 παρ. 1 ν. 3919/2011 «Αρχή της επαγγελματικής ελευθερίας, κατάργηση αδικαιολόγητων περιορισμών στην πρόσβαση και άσκηση επαγγελματών», ΦΕΚ Α' 32. Οι άδειες λειτουργίας χορηγούνται από

- εμπορικών μισθώσεων¹⁷, έχει καταστεί πιο ευέλικτη η διαδικασία εκμίσθωσης νέων καταστημάτων σούπερ μάρκετ¹⁸.
28. Από τα συλλεγόμενα μάλιστα στοιχεία προέκυψε ότι πολλά ανταγωνιστικά καταστήματα άνοιξαν εντός τους έτους 2015, ενώ αναμένεται και το άνοιγμα νέων καταστημάτων εντός του τρέχοντος έτους. Ενδεικτικά, αναφέρουμε το κατάστημα της εταιρίας ΠΕΝΤΕ (σήμα ΓΑΛΑΞΙΑΣ) στην Κερατέα, το οποίο άνοιξε το 2015, τα δύο καταστήματα της SEP MARKETS ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ που άνοιξαν το 2015 στα Ιωάννινα και το κατάστημα που πρόκειται να ανοίξει εντός του 2016 η [...], καθώς και 14 καταστήματα που άνοιξαν ή αναμένεται να ανοίξουν στο Δήμο Λάρισας. Συνολικά δε για τους νομούς, στους οποίους έχουν κοινή παρουσία τα μέρη, συνοψίζονται τα εξής καταστήματα που άνοιξαν ή θα ανοίξουν τα έτη 2015-2016 : α) στο νομό Αττικής τα νέα καταστήματα ανέρχονται σε 24, β) στο νομό Ιωαννίνων σε 4 και γ) στο νομό Λάρισας σε 14.
29. Σε γενικές γραμμές, η δραστηριοποίηση πληθώρας ανταγωνιστριών επιχειρήσεων τοπικής και πανελλήνιας εμβέλειας, σε συνδυασμό με την πρόσφατη (κατά την τελευταία διετία¹⁹) ίδρυση αρκετών νέων καταστημάτων σε περισσότερες τοπικές αγορές, αλλά και την πρόθεση επέκτασης της δραστηριότητάς τους με τη λειτουργία νέων καταστημάτων, καταδεικνύει τη δυναμικότητα του ανταγωνισμού στη σχετική αγορά και τη θετική τάση της ζήτησης σε αυτή.
30. **Στην αγορά της χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ μέσω καταστημάτων cash and carry** δραστηριοποιήθηκαν και τα δύο συμμετέχοντα μέρη στη συγκέντρωση το έτος 2014. Από τον Πίνακα 2 που ακολουθεί προκύπτει ότι το συνδυασμένο μερίδιο αγοράς των εταιριών ΜΕΤΡΟ και ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ για το έτος 2014 υπερβαίνει το [15-25]%. Δεδομένου όμως του γεγονότος ότι η ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ διέκοψε τη λειτουργία των τριών καταστημάτων cash and carry που λειτουργούσε το έτος 2015, η εν λόγω αγορά δεν λογίζεται ως επηρεαζόμενη αγορά για τους σκοπούς της υπό κρίσης συγκέντρωσης. Σε κάθε περίπτωση, η μεταβολή στο μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας στην συγκεκριμένη αγορά με βάση τα στοιχεία του 2014 θα ήταν αμελητέα ([0-5]% περίπου) μετά την απόκτηση των καταστημάτων της ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ, αν η τελευταία εξακολουθούσε να λειτουργεί τα τρία καταστήματα cash and carry το 2015.

τους κατά τόπον αρμόδιους Δήμους κατά τη διαδικασία της Κ.Υ.Α. ΔΙΑΔΠ/Φ.Α.3.1/21220 (ΦΕΚ τ. Β' 2496/4-11-2011) «Απλούστευση διαδικασίας έκδοσης άδειας ίδρυσης και λειτουργίας Καταστήματος Υγειονομικού Ενδιαφέροντος, Θεάτρου και Κινηματογράφου» σε συνδυασμό με τις σχετικές διατάξεις του Ν. 3852/2010 «Πρόγραμμα Καλλικράτης» και της Υ.Α. ΥΙγ/Γ.Π/οικ.96967/8-10-2012 (Φ.Ε.Κ. τ. Β' 2718/2012). Βλ. και άρθρο 80 Ν 3463/2006 (ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΗΜΩΝ και ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ).

¹⁷ Βλ. άρθρο 13 ν. 4242/2014 (ΦΕΚ Α' 50/28.2.2014) που προβλέπει -μεταξύ άλλων- μείωση της ελάχιστης διάρκειας και της αποζημίωσης λόγω καταγγελίας από τον εκμισθωτή.

¹⁸ Η προαναφερόμενη νομολογία της γαλλικής και ισπανικής αρχής ανταγωνισμού επισημαίνει την ύπαρξη φραγμών εισόδου λόγω των περιορισμών που θέτουν οι εθνικές νομοθετικές διατάξεις περί έκδοσης πολεοδομικών αδειών, εμπορικών μισθώσεων κ.ά.

¹⁹ Βλ. ενδεικτικά το κατάστημα της ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ στον Άλιμο που άνοιξε στα τέλη του 2014, το κατάστημα της ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ στο Λαγονήσι που λειτούργησε το 2014, το κατάστημα της ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ που λειτουργεί στα Ιωάννινα από 13.3.2014, καθώς και 3 καταστήματα της SEP MARKET ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ που άνοιξαν το 2014 στα Ιωάννινα.

Πίνακας 2: Πωλήσεις και μερίδια στην αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ μέσω καταστημάτων C&C στην Ελληνική Επικράτεια (2014)

	2014		
	Μερίδιο αγοράς METRO	Μερίδιο αγοράς Βερόπουλος	Αθροιστικό μερίδιο αγοράς
ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΤΗΓΟΡΙΩΝ	[35-45]%	[0-5]%	[35-45]%
MEAT & SAUSAGES	[25-35]%	[0-5]%	[25-35]%
POULTRY & EGGS	[15-25]%	[0-5]%	[15-25]%
BREAD & PASTRY	[45-55]%	[0-5]%	[45-55]%
DAIRY	[35-45]%	[0-5]%	[35-45]%
BEERS	[35-45]%	[0-5]%	[35-45]%
WINE & LIQUOR	[35-45]%	[0-5]%	[35-45]%
FROZEN FOOD	[35-45]%	[0-5]%	[35-45]%
PET CARE	[25-35]%	[0-5]%	[25-35]%
BABY FOOD	[35-45]%	[0-5]%	[45-55]%
BASIC FOOD PRODUCTS	[35-45]%	[0-5]%	[35-45]%
DETERGENTS, CLEANERS & OTHER HOUSEHOLD PRODUCTS	[35-45]%	[0-5]%	[35-45]%
PERSONAL CARE & BEAUTY	[45-55]%	[0-5]%	[45-55]%
PERSONAL HYGIENE	[45-55]%	[0-5]%	[45-55]%
NON ALCOHOLIC BEVERAGES	[35-45]%	[0-5]%	[35-45]%
HOT BEVERAGES	[35-45]%	[0-5]%	[35-45]%
CONFECTIONERY	[45-55]%	[0-5]%	[45-55]%
TOTAL RANDOM WEIGHT	[25-35]%	[0-5]%	[25-35]%
OTHER PRODUCTS	[55-65]%	[0-5]%	[55-65]%

Πηγή: IRI

31. Στην αγορά του εφοδιασμού καταστημάτων σούπερ μάρκετ και cash and carry το μερίδιο αγοράς για το έτος 2014 κυμαίνεται για τη μεν METRO από 3,1% έως 5,8%, για τη δε ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ από 5,2% έως 10,3% αναλόγως με την κατηγορία προϊόντος. Όπως προκύπτει από τον πίνακα 3 παρακάτω το αθροιστικό μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας εκτιμάται σε μέγιστο 15,7% με ανώτατη αύξηση 10,3% σύμφωνα με τα στοιχεία του έτους 2014. Περαιτέρω, δεν διαπιστώθηκε σχέση οικονομικής εξάρτησης προμηθευτών προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας από την ενιαία οντότητα ως αποτέλεσμα της κρινόμενης συγχώνευσης δεδομένου ότι τα ποσοστά που θα αντιπροσωπεύουν οι αγορές της νέας οντότητας επί του συνολικού κύκλου εργασιών τους δεν υπερβαίνουν το 22% ανά προμηθευτή, και, συνεπώς, δεν αναμένεται να ενισχυθεί σημαντικά η διαπραγματευτική ισχύς της νέας οντότητας έναντι αυτών.²⁰

²⁰ Σημειώνεται ότι η ισχύς στην αγορά που αποκτάται λόγω της συγκέντρωσης και η οποία δεν μπορεί να αντισταθμισθεί από τον αντισυμβαλλόμενο-προμηθευτή της νέας ενιαίας οντότητας καταδεικνύεται από το ποσοστό που αντιπροσωπεύουν οι αγορές της ενιαίας οντότητας επί του συνολικού κύκλου εργασιών του προμηθευτή. Η Ε.Επ. έχει αποφανθεί σχετικά ότι όταν το εν λόγω ποσοστό υπερβαίνει το 22%, ο αγοραστής-πελάτης μπορεί δύσκολα (ήτοι με ζημία καθότι θα σημειωθεί πτώση τζίρου τουλάχιστον 20%) να αντικατασταθεί ή είναι αναντικατάστατος και

Πίνακας 3: Πωλήσεις και μερίδια στην αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ μέσω καταστημάτων C&C στην Ελληνική Επικράτεια (2014)

Αθροιστικό μερίδιο αγοράς των μερών στην αγορά εφοδιασμού			
ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	2012	2013	2014
MEAT & SAUSAGES	[10-15]%	[15-25]%	[15-25]%
POULTRY & EGGS	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
BREAD & PASTRY	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
DAIRY	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
FRESH FRUITS & VEGETABLES	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
BEERS	[5-10]%	[10-15]%	[5-10]%
WINE & LIQUOR	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
FROZEN FOOD	[5-10]%	[10-15]%	[10-15]%
PET CARE	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
BABY FOOD	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
BASIC FOOD PRODUCTS	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
DETERGENTS, CLEANERS & OTHER HOUSEHOLD PRODUCTS	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
PERSONAL CARE & BEAUTY	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
PERSONAL HYGIENE	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
NON ALCOHOLIC BEVERAGES	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
HOT BEVERAGES	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
CONFECTIONERY	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
OTHER PRODUCTS	[10-15]%	[10-15]%	[5-10]%

Πηγή: IRI

32. Όσον αφορά την εταιρία [...], η οποία δεν προμηθεύει τη METRO και οι πωλήσεις της προς τη ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ αντιπροσωπεύουν περίπου το [55-65]% των συνολικών πωλήσεων της, εφόσον η νέα οντότητα διατηρήσει τη συνεργασία αυτή, σύμφωνα με την πρόθεσή της να διατηρήσει τις υφιστάμενες συνεργασίες της ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ για προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας με όσους προμηθευτές το επιθυμούν και με τα εμπορικά σήματα της METRO, δεν θα υπάρξει μεταβολή στην υφιστάμενη κατάσταση από την κρινόμενη συναλλαγή.
33. Συνεπώς, οι συνθήκες ανταγωνισμού στον εν λόγω κλάδο δεν θα μεταβληθούν ουσιωδώς ως αποτέλεσμα της υπό κρίση συναλλαγής και ως εκ τούτου δεν αναμένεται να ενισχυθεί σημαντικά η θέση ή/και η διαπραγματευτική ισχύς της METRO έναντι των προμηθευτών της, λαμβανομένου υπόψη και του γεγονότος ότι οι βασικοί προμηθευτές των μερών είναι μεγάλες πολυεθνικές εταιρίες με σημαντική δύναμη στην αγορά.
34. Συμπερασματικά, η γνωστοποιούμενη συναλλαγή συγκεντρώνει τα χαρακτηριστικά της συγκέντρωσης κατ' άρθρο 5 του ν. 3959/2011 και εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 6 παρ. 1 του ν. 3959/2011, διότι οι κύκλοι εργασιών των συμμετεχουσών επιχειρήσεων υπερβαίνουν τα οριζόμενα κατώφλια σε παγκόσμιο και σε εθνικό επίπεδο,

συνεπώς μπορεί να αυξάνεται υπέρμετρα η ισχύς του (βλ. απόφαση της 2.2.1999, COMP/M.1221-REWE/MEINL, παρ. 101).

ωστόσο, η προτεινόμενη συναλλαγή δεν προκύπτει ότι θα οδηγήσει σε παρακώλυση του αποτελεσματικού ανταγωνισμού. Ο πραγματικός και δυνητικός ανταγωνισμός είναι υπαρκτός και μάλιστα σημαντικός, καθώς ασκούνται ανταγωνιστικές πιέσεις από τη δραστηριοποίηση των λοιπών ανταγωνιστών στις επιμέρους αγορές και προκύπτει ότι οι προμηθευτές και οι καταναλωτές έχουν εναλλακτικές δυνατότητες επιλογής.

35. Κατά συνέπεια, με συνεκτίμηση όλων όσων ανωτέρω εξετάθησαν, η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση δεν αναμένεται να προκαλέσει σημαντικό περιορισμό του ανταγωνισμού και εκτιμάται ότι δεν προκαλούνται σοβαρές αμφιβολίες ως προς το συμβατό αυτής με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού σε οποιαδήποτε από τις ανωτέρω εξεταζόμενες αγορές.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

Η Ολομέλεια της Επιτροπής Ανταγωνισμού, αποφάσισε ομοφώνως και σε φανερή ψηφοφορία: «εγκρίνει, κατ' άρθρο 8 παρ. 3 του ν. 3959/2011, την από 1.12.2015 (υπ' αριθ. πρωτ. 7190) γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση που αφορά στην απόκτηση του αποκλειστικού ελέγχου των δραστηριοτήτων στην Ελλάδα της εταιρίας «ΑΔΕΛΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Ανώνυμος Εμπορική και Βιομηχανική Εταιρεία Α.Ε.» από την εταιρία «ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ Ειδών Διατροφής και Οικιακής Χρήσης», δεδομένου ότι η εν λόγω συγκέντρωση, παρότι εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της παραγράφου 1 του άρθρου 6 ν. 3959/2011, δεν προκαλεί σοβαρές αμφιβολίες ως προς το συμβατό αυτής με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού στις επιμέρους αγορές στις οποίες αφορά».

Η απόφαση εκδόθηκε την **21^η Ιανουαρίου 2016**.

Η απόφαση να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβέρνησης, σύμφωνα με το άρθρο 27 παρ. 1 του ν. 3959/2011.

Ο Συντάκτης της Απόφασης

Ο Πρόεδρος

Παναγιώτης Φώτης

Δημήτριος Κυριτσάκης

Η Γραμματέας

Ευγενία Ντόρντα