

ΑΠΟΦΑΣΗ ΑΡΙΘ. 728/2021*

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 24^α Μαρτίου 2021, ημέρα Τετάρτη και ώρα 15:15, με την εξής σύνθεση:

Πρόεδρος: Ιωάννης Λιανός

Μέλη: Καλλιόπη Μπενετάτου (Αντιπρόεδρος)

Παναγιώτης Φώτης

Ιωάννης Στεφάτος

Μαρία Ιωάννα Ράντου (Εισηγήτρια)

Μαρία Ιωαννίδου

Σωτήριος Καρκαλάκος και

Ιωάννης Πετρόγλου

Γραμματέας: Ευγενία Ντόρντα

Θέμα της συνεδρίασης: Λήψη απόφασης επί της υπ' αριθ. πρωτ. 111/8.1.2021 γνωστοποίησης συγκέντρωσης, σύμφωνα με το άρθρο 6 του Ν. 3959/2011, που αφορά στην απόκτηση κοινού ελέγχου από τις εταιρίες «ALPHA ΔΟΥΡΥΦΟΡΙΚΗ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ Α.Ε.» και «ΝΕΑ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ Α.Ε.» επί της εταιρίας «GREEN PIXEL PRODUCTIONS ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΟΠΤΙΚΟ-ΑΚΟΥΣΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ, ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟΥ, ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΛΟΙΠΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ»

Πριν την έναρξη της συζητήσεως, ο Πρόεδρος της Επιτροπής όρισε Γραμματέα της συνεδρίασεως την υπάλληλο της Γραμματείας Προέδρου, Αντιπροέδρου και Εισηγητών, Ευγενία Ντόρντα με αναπληρώτρια την Ηλιάνα Κούτρα.

Στην αρχή της συζήτησης, ο Πρόεδρος έδωσε το λόγο στην Εισηγήτρια της υπόθεσης, Μαρία – Ιωάννα Ράντου, η οποία ανέπτυξε συνοπτικά την υπ' αριθμ. πρωτ. οικ.2577/22.03.2021 γραπτή

* Η παρούσα απόφαση εκδίδεται σε τρεις (3) επιπλέον εκδόσεις με τα διακριτικά: (1) Προς Δημοσίευση στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, (2) Έκδοση για την εταιρία «ALPHA ΔΟΥΡΥΦΟΡΙΚΗ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ Α.Ε.» και (3) Έκδοση για την εταιρία «ΝΕΑ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ Α.Ε.». 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 93 Α'/20.4.2011), όπως ισχύει, και τον Κανονισμό Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ 54 Β'/16.1.2013).

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 Επιτροπή, προχώρησε σε διάσκεψη επί της ως άνω υπόθεσης με τη συμμετοχή της Εισηγήτριας, Μαρίας – Ιωάννας Ράντου, η οποία δεν έλαβε μέρος στην ψηφοφορία, και αφού έλαβε υπόψη την έκθεση της αρμόδιας Εισηγήτριας, όλα τα στοιχεία του φακέλου της ανωτέρω υπόθεσης, τις απόψεις των μελών και το ισχύον νομικό πλαίσιο,

ΣΚΕΦΘΗΚΕ ΩΣ ΕΞΗΣ :

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

A. Η ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΘΕΙΣΑ ΠΡΑΞΗ	
A.1 ΟΥΣΙΩΔΕΙΣ ΟΡΟΙ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ ΜΕΤΟΧΩΝ	
A.2 Η ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΜΕΤΟΧΩΝ	
A.3 ΛΟΓΟΙ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗΣ.....	
A.4 ΑΛΛΗΛΟΓΡΑΦΙΑ – ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΓΔΑ	
B. ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΑ ΜΕΡΗ.....	
B.1 ALPHA ΔΟΥΡΥΦΟΡΙΚΗ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΑΕ	
B.2 ΝΕΑ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΑΕ.....	
B.3 GREEN PIXEL ΑΕ.....	
Γ. ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ	
Γ.1 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΥΠΟ ΚΡΙΣΗ ΠΡΑΞΗΣ.....	
Γ.2 ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΑ ΕΑ	
Γ.3 ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΑΡΑΔΕΚΤΟΥ, ΕΜΠΡΟΘΕΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΣΗΚΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ	
Δ. ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	
Δ.1 ΑΔΕΙΟΔΟΤΗΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΩΝ ΣΤΑΘΜΩΝ ΕΛΕΥΘΕΡΗΣ ΛΗΨΗΣ – ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ.....	
Δ.2 ΠΡΟΒΟΛΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΑΠΟ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟΥΣ ΣΤΑΘΜΟΥΣ ΕΛΕΥΘΕΡΗΣ ΛΗΨΗΣ	
E. ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ.....	
E.1 ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ - Η ΑΛΥΣΙΔΑ ΑΞΙΑΣ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ.....	
E.2 ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΣΧΕΤΙΚΩΝ ΑΓΟΡΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	
E.3 ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΣΧΕΤΙΚΗΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ.....	
E.4 ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ	
E.5 ΕΠΗΡΕΑΖΟΜΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ.....	
ΣΤ. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ	
ΣΤ.1. ΚΑΘΕΤΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ.....	
ΣΤ.2. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΝΔΕΧΟΜΕΝΟΥ ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΥ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΤΩΝ ΜΗΤΡΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ (SPILL-OVER EFFECT).....	

Α. Η ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΘΕΙΣΑ ΠΡΑΞΗ

Α.1 ΟΥΣΙΩΔΕΙΣ ΟΡΟΙ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ ΜΕΤΟΧΩΝ

1. Στις 8.1.2021 με το υπ' αρ. πρωτ. 111 έγγραφό τους, οι εταιρίες με την επωνυμία «ALPHA ΔΟΥΡΥΦΟΡΙΚΗ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ Α.Ε.» (εφεξής και «ALPHA») και «NEA ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ Α.Ε.» (εφεξής και «STAR»), από κοινού και ως «γνωστοποιούσες», στις δραστηριότητες των οποίων περιλαμβάνεται η λειτουργία των τηλεοπτικών σταθμών ελεύθερης λήψης Alpha και Star Channel αντίστοιχα, υπέβαλαν στην Επιτροπή Ανταγωνισμού (εφεξής και «ΕΑ») έντυπο γνωστοποίησης συγκέντρωσης (εφεξής και «Γνωστοποίηση») σύμφωνα με το άρθρο 6 του Ν. 3959/2011 σχετικά με την από μέρους τους απόκτηση κοινού ελέγχου κατά την έννοια του άρ. 5 παρ. 2(β) του Ν. 3959/2011 επί της εταιρίας με την επωνυμία «GREEN PIXEL PRODUCTIONS ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΟΠΤΙΚΟ-ΑΚΟΥΣΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ, ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟΥ, ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΛΟΙΠΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ» (εφεξής και «GREEN PIXEL» ή «εταιρία-στόχος»), η οποία δραστηριοποιείται στην παραγωγή τηλεοπτικού περιεχομένου¹.
2. Σύμφωνα με τα αναφερόμενα στη Γνωστοποίηση και τα σχετικά συνοδευτικά έγγραφα, στις 15.12.2020, έκαστη γνωστοποιούσα υπέγραψε (πανομοιότυπου περιεχομένου) σύμβαση πώλησης και μεταβίβασης μετοχών της GREEN PIXEL (εφεξής, από κοινού, ως «Σύμβαση Πώλησης Μετοχών») με την προηγουμένως αποκλειστική μέτοχό της, KONKAT ATE², για την απόκτηση [...] μετοχών της GREEN PIXEL η καθεμία, οι οποίες αντιστοιχούν στο 50% του μετοχικού της κεφαλαίου, έναντι τιμήματος [...]. Συνεπώς, με την ολοκλήρωση της υπό κρίση συναλλαγής, έκαστη γνωστοποιούσα θα κατέχει το 50% του μετοχικού κεφαλαίου της GREEN PIXEL³.

Α.2 Η ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΜΕΤΟΧΩΝ

3. Κατά την ίδια ημερομηνία, ήτοι στις 15.12.2020, υπεγράφη μεταξύ των γνωστοποιουσών Συμφωνία Μετόχων, με την οποία οι ALPHA και STAR καθορίζουν ζητήματα που άπτονται της εταιρικής διακυβέρνησης της GREEN PIXEL, των δικαιωμάτων προαίρεσας επί των μετοχών κλπ.⁴.
4. Κατά τα προβλεπόμενα στη Συμφωνία Μετόχων, [...] ⁵ [...]. Επιπλέον, από τους λοιπούς όρους της Συμφωνίας Μετόχων και ιδίως τους σχετιζόμενους με την εταιρική διακυβέρνηση της GREEN PIXEL, επιβεβαιώνεται ο **κοινός έλεγχος** των ALPHA και STAR επί της GREEN PIXEL και προκύπτει η συμφωνία των δύο εταιριών για τη **διασφάλιση της ανεξαρτησίας** της διοίκησης της GREEN PIXEL.
5. Ειδικότερα, ως προς την **άσκηση κοινού ελέγχου** επί της GREEN PIXEL, επισημαίνεται καταρχάς ότι κατόπιν ολοκλήρωσης της υπό κρίσης πράξης, οι γνωστοποιούσες θα κατέχουν,

¹ Σχετικά με τις δραστηριότητες των μερών, βλ. Ενότητα Β της παρούσας.

² Η εταιρία KONKAT ATE δραστηριοποιείται στον κλάδο των κατασκευών και τεχνικών έργων. Βλ. συμπληρωματικά και Ενότητα Β της παρούσας.

³ Σύμφωνα με το άρ. 4 της Σύμβασης Πώλησης Μετοχών, [...]

⁴ [...]

⁵ Βλ. [...]

έκαστη, 50% των ονομαστικών μετοχών [...] ⁶, ενώ οι αποφάσεις της ΓΣ [...] ⁷. Κατά τα ορισθέντα στη Συμφωνία Μετόχων, [...] ⁸ [...] ⁹. [...] ¹⁰ [...] ¹¹.

6. Συναφώς, σύμφωνα με την ALPHA, «[δ]εδομένου ότι έκαστος μέτοχος θα κατέχει το ήμισυ του μετοχικού κεφαλαίου της Green Pixel, ο έλεγχος θα ασκείται από κοινού από τις Alpha Τηλεόραση και Star Channel, [...] [...] [...] ¹². Σε πλήρη ταύτιση με την ALPHA, η έτερη γνωστοποιούσα STAR υποστηρίζει ότι «μετά την ολοκλήρωση της συναλλαγής οι δύο νέοι μέτοχοι θα κατέχουν, ο καθένας, το 50% του μετοχικού κεφαλαίου της Green Pixel [...] ¹³.
7. Παράλληλα, στη Συμφωνία Μετόχων ορίζεται ρητά η **ανεξαρτησία της διοίκησης** της GREEN PIXEL. Κατά τα ορισθέντα στο σχετικό άρθρο της εν λόγω Συμφωνίας, [...] Στη συνέχεια, [...] ¹⁴.
8. Συναφώς, σε έτερο σημείο της Συμφωνίας Μετόχων ορίζεται ότι οι γνωστοποιούσες με την ολοκλήρωση της υπό κρίση πράξης και το αργότερο μέχρι την πρώτη συνεδρίαση του νέου διοικητικού συμβουλίου της GREEN PIXEL, δεσμεύονται να συνάψουν **Κώδικα Συμπεριφοράς**, η εκπόνηση του οποίου θα ανατεθεί σε εξωτερικό σύμβουλο με ειδίκευση στα θέματα του δικαίου ανταγωνισμού ¹⁵. Όπως καταγράφεται στη Συμφωνία Μετόχων, [...] ¹⁶.
9. Τέλος, στη Συμφωνία Μετόχων ενσωματώνεται πρόβλεψη για την **τροποποίηση του ισχύοντος Καταστατικού της GREEN PIXEL** προκειμένου να ενσωματωθούν τα ανωτέρω ¹⁷, όπως επιβεβαιώνεται και από τις γνωστοποιούσες ¹⁸. Μέχρι την ενσωμάτωση, η Συμφωνία Μετόχων [...] ¹⁹.

A.3 ΛΟΓΟΙ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗΣ

10. Οι γνωστοποιούσες υπογραμμίζουν ότι η υπό κρίση συναλλαγή αφορά σε επένδυση/συνεργασία των ALPHA και STAR **αμιγώς τεχνικής φύσεως**. Όπως αναφέρουν, η GREEN PIXEL θα παρέχει υπηρεσίες παραγωγής τηλεοπτικών προγραμμάτων στις μετόχους της, χωρίς να εμπλέκεται στη σχεδίαση και ανάπτυξη του τηλεοπτικού προγράμματος έκαστης μετόχου ή στην εμπορική πολιτική τους. Υπό αυτό το πρίσμα, ως λόγους πραγματοποίησης της υπό κρίση συναλλαγής, οι γνωστοποιούσες επικαλούνται την εξοικονόμηση κόστους για την παραγωγή τηλεοπτικού προγράμματος και κατ' επέκταση μείωση τους κόστους λειτουργίας τους καθώς και την επίτευξη οικονομίων κλίμακας ²⁰. Σύμφωνα με τις ίδιες, «μέσω της ορθολογικότερης και

⁶ Βλ. [...].

⁷ Βλ. [...]

⁸ Αναλυτικότερα, [...]

⁹ Συγκεκριμένα, [...]

¹⁰ Όπως αναφέρεται [...]

¹¹ Βλ. [...]

¹² Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1426/15.02.2021 επιστολή της Alpha.

¹³ Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1458/15.02.2021 επιστολή της Star.

¹⁴ Αναλυτικότερα, [...]

¹⁵ Βλ. σχετικά [...].

¹⁶ Ο. π.

¹⁷ Βλ. σχετικά [...].

¹⁸ Βλ. ενδεικτικά υπ' αριθ. πρωτ. 1426/15.02.2021 επιστολή της ALPHA.

¹⁹ Βλ. σχετικά [...].

²⁰ Βλ. σελ. 6 της Γνωστοποίησης όπου αναφέρεται ότι «[η] υπό κρίση συναλλαγή αφορά μία από κοινού επένδυση / συνεργασία αποκλειστικά τεχνικής φύσεως. Σε αυτό το πλαίσιο, η Green Pixel θα παρέχει στα δύο μέρη υπηρεσίες παραγωγής τηλεοπτικών προγραμμάτων κατά παραγγελία ("production – for - hire"), τεχνική υποστήριξη, υλικοτεχνική υποδομή (π.χ. στούντιο, οπερατέρ, τεχνικό προσωπικό) κλπ. Δηλαδή, η Green Pixel δεν

αποτελεσματικότερης διαχείρισης του κόστους που συνέχεται με τις εν λόγω υπηρεσίες, που είναι απαραίτητες για την παραγωγή τηλεοπτικού προγράμματος προς ένταξη στο εν γένει προσφερόμενο τηλεοπτικό πρόγραμμα κάθε σταθμού, αναμένεται βελτίωση των οικονομικών αποτελεσμάτων και απελευθέρωση κονδυλίων για βελτίωση των παρεχόμενων στον τηλεθεατή / τελικό καταναλωτή υπηρεσιών εκάστου εκ των δύο τηλεοπτικών σταθμών και, επομένως, περαιτέρω ανάπτυξη του τηλεοπτικού προγράμματός τους»²¹.

11. Επισημαίνεται ότι κατά τις γνωστοποιούσες, η υπό κρίση συναλλαγή συνάδει με τις πρόνοιες του άρ. 7 του Ν. 3592/2007 ως προς τη σύμπραξη μεταξύ επιχειρήσεων που αποσκοπεί στη μείωση του κόστους λειτουργίας τους, εφόσον δεν επιφέρει τη νόθευση ή παρεμπόδιση της λειτουργίας του ελεύθερου ανταγωνισμού²². Καταλήγοντας, υποστηρίζουν ότι «η γνωστοποιηθείσα συναλλαγή έχει καθαρά τεχνικό χαρακτήρα και αναμένεται να οδηγήσει σε σημαντική βελτίωση της οικονομικής αποτελεσματικότητας μέσω της εξάλειψης του διπλού περιθωρίου κέρδους και της επίτευξης αποτελεσματικότερης παραγωγικής διαδικασίας ενόψει της μείωσης κόστους, της εκμετάλλευσης συμπληρωματικών δεξιοτήτων και υποδομών και της αξιοποίησης οικονομικών κλίμακας»²³.

A.4 ΑΛΛΗΛΟΓΡΑΦΙΑ – ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΓΔΑ

12. Με την υποβολή του υπ' αριθ. πρωτ. 111/08.01.2021 εντύπου και προς συμπλήρωση της Γνωστοποίησης, εστάλησαν επιστολές παροχής στοιχείων προς τις γνωστοποιούσες στις 19.01.2021 και 17.02.2021²⁴. Πέραν των ALPHA και STAR, προκειμένου να συλλεχθούν τα απαραίτητα στοιχεία για την αξιολόγηση της υπό κρίση πράξης, η Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού (εφεξής «ΓΔΑ») απευθύνθηκε με επιστολές παροχής στοιχείων στην εταιρία KONKAT ATE (μοναδική μέτοχο της εταιρίας-στόχου)²⁵, στο σύνολο των εταιριών λειτουργίας τηλεοπτικών σταθμών ελεύθερης λήψης²⁶ καθώς και σε τριάντα μία (31) εταιρίες παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου που, από τα προσκομισθέντα στοιχεία, αποτελούν βασικούς

θα ενέχεται στη σχεδίαση και ανάπτυξη του εν γένει παρεχόμενου τηλεοπτικού προγράμματος από τις Alpha Τηλεόραση και Star Channel και δεν θα εμπλέκεται καθόλου σε οποιαδήποτε εμπορική πτυχή των δύο τηλεοπτικών σταθμών. Συνεπώς, δια της γνωστοποιηθείσας από κοινού επένδυσης των Alpha Τηλεόραση και Star Channel στην εταιρεία παραγωγής τηλεοπτικού προγράμματος Green Pixel, αναμένεται να επιτευχθεί μείωση του κόστους λειτουργίας αμφοτέρων επιχειρήσεων και πραγματοποίηση οικονομικών κλίμακας».

²¹ Ο. π. βλ. σελ. 6 επ. της Γνωστοποίησης.

²² Σύμφωνα με τα αναφερόμενα στη Γνωστοποίηση, «[ε]ξάλλου, η υπό κρίση συναλλαγή είναι σύμφωνη και με τις πρόνοιες του Ν.3952/2007, όπου στο άρθρο 7 αναφέρεται ρητώς ότι: «[...] με την επιφύλαξη των διατάξεων του Ν. 3959/2011 επιτρέπονται συμπράξεις μεταξύ επιχειρήσεων ηλεκτρονικών Μέσων (ενημερωτικών ή μη) της αυτής μορφής (τηλεόραση ή ραδιόφωνο) που συμβάλλουν στη μείωση του κόστους λειτουργίας των συμπραττουσών επιχειρήσεων και στην πραγματοποίηση οικονομικών κλίμακας, ιδίως μέσω της από κοινού αξιοποίησης οικονομικών πόρων, τεχνολογικών μέσων, μέσω παραγωγής και τεχνικού εξοπλισμού ή σχετικά με τη διαχείριση, παραγωγή, εκμετάλλευση ή διανομή προγραμμάτων ή περιεχομένου [...], εφόσον δεν έχουν ως αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα την παρεμπόδιση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ελεύθερου ανταγωνισμού» (βλ. σελ. 7 της Γνωστοποίησης, η υπογράμμιση των ALPHA και STAR).

²³ Βλ. σελ. 7 της Γνωστοποίησης.

²⁴ Βλ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 515/19.01.2021 και 1517/17.02.2021 επιστολές προς την ALPHA και τις υπ' αριθ. πρωτ. 516/19.01.2021 και 1518/17.02.2021 επιστολές προς τη STAR.

²⁵ Βλ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 617/21.01.2021 και 1289/10.02.2021 επιστολές προς την εταιρία KONKAT ATE. Επιστολή παροχής στοιχείων στάλθηκε και [...] (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1803/25.02.2021 επιστολή).

²⁶ Βλ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 612/21.01.2021, 613/21.01.2021, 614/21.01.2021, 615/21.01.2021, 616/21.01.2021 και 618/21.01.2021 επιστολές προς τις εταιρίες [...].

προμηθευτές τηλεοπτικού περιεχομένου των εταιριών λειτουργίας τηλεοπτικών σταθμών και κατ' επέκταση ανταγωνιστές της εταιρίας GREEN PIXEL²⁷.

Β. ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΑ ΜΕΡΗ

Β.1 ALPHA ΔΟΥΡΥΦΟΡΙΚΗ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΑΕ

13. Όπως αναφέρεται και στη Γνωστοποίηση, η ALPHA αποτελεί «αδειοδοτημένο πάροχο επίγειας ψηφιακής ευρυεκπομπής ελεύθερης λήψης εθνικής εμβέλειας ενημερωτικού προγράμματος γενικού περιεχομένου [...] δυνάμει της υπ' αριθ. 106/2018 απόφασης του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης»²⁸ δραστηριότητα που εμπίπτει στον καταστατικό σκοπό της εταιρίας²⁹. Ειδικότερα, η γνωστοποιούσα λειτουργεί τον τηλεοπτικό σταθμό υπό το σήμα «ALPHA», στο πλαίσιο λειτουργίας του οποίου η εταιρία μεριμνά για την απόκτηση τηλεοπτικού περιεχομένου είτε μέσω παραγωγής του (με ίδια μέσα ή/και με ανάθεση σε τρίτες, ανεξάρτητες εταιρίες παραγωγής) ή μέσω απόκτησης δικαιωμάτων μετάδοσης οπτικοακουστικού υλικού, το οποίο εντάσσει στο μεταδιδόμενο τηλεοπτικό πρόγραμμα.
14. Η εμπορική εκμετάλλευση του τηλεοπτικού προγράμματος, όπως αναφέρει η ίδια η ALPHA στην Γνωστοποίηση, επιτυγχάνεται με τους εξής τρόπους: α) μέσω διάθεσης διαφημιστικού χρόνου, β) μέσω διάθεσης του προγράμματός της σε πλατφόρμες συνδρομητικών τηλεοπτικών υπηρεσιών³⁰, γ) μέσω χορήγησης δικαιώματος αναμετάδοσης μέρους του προγράμματος σε αδειοδοτημένο

²⁷ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1676/22.02.2021 επιστολή προς τις εταιρίες: [...] καθώς και τις υπ' αριθ. πρωτ. οικ. 2215/10.03.2021, οικ. 2216/10.03.2021, οικ. 2217/10.03.2021, οικ. 2218/10.03.2021, οικ. 2219/10.03.2021, οικ. 2220/10.03.2021, οικ. 2221/10.03.2021, οικ. 2222/10.03.2021 και οικ. 2223/10.03.2021 προς τις εταιρίες [...].

²⁸ Σχετικά με τη διαδικασία αδειοδότησης λειτουργίας τηλεοπτικών σταθμών, βλ. και Ενότητα Δ της παρούσας.

²⁹ Ο καταστατικός σκοπός της ALPHA συνίσταται στη «λειτουργία και εκμετάλλευση τηλεοπτικού σταθμού, υπό τις προϋποθέσεις και τους περιορισμούς του Ν. 2328/1995 όπως ισχύει. · Η παροχή υπηρεσιών επίγειας ψηφιακής τηλεοπτικής ευρυεκπομπής ελεύθερης λήψης και, δη, η παροχή υπηρεσιών περιεχομένου επίγειας ψηφιακής τηλεοπτικής ευρυεκπομπής ελεύθερης λήψης, σύμφωνα με την εκάστοτε ισχύουσα νομοθεσία. · Η παροχή υπηρεσιών οπτικοακουστικού περιεχομένου (γραμμική ή κατά παραγγελία) μέσω οιασδήποτε μεθόδου ή τρόπου διανομής που υφίστανται, θα αναπτυχθούν ή θα εφευρευθούν στο μέλλον (ενδεικτικά μέσω: δορυφόρου, καλωδίων, διαδικτύου, τηλεπικοινωνιακών δικτύων πάσης φύσεως, όπως γραμμών XDSL, κινητής τηλεφωνίας, IPTV κλπ) σε ελεύθερη ή υπό όρους πρόσβαση για το κοινό ή/και τον τελικό χρήστη, κατά περίπτωση. · Η παραγωγή, συμπαραγωγή, διανομή, διάθεση έναντι ή άνευ ανταλλάγματος, καθώς και η με κάθε τρόπο (υφιστάμενο ή που θα αναπτυχθεί στο μέλλον) εκμετάλλευση πάσης φύσεως δικαιωμάτων διάθεσης και εκμετάλλευσης τηλεοπτικών προγραμμάτων και, εν γένει, οπτικοακουστικού περιεχομένου από Ελλάδα ή εξωτερικό. · Η σύναψη συμβάσεων και η, εν γένει, συνεργασία με παρόχους δικτύων και λοιπών υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, οιασδήποτε μορφής (που υφίστανται, θα αναπτυχθούν ή θα εφευρευθούν στο μέλλον), για την διανομή και εκμετάλλευση υπηρεσιών οπτικοακουστικού περιεχομένου και των συναφών αυτών υπηρεσιών προς το κοινό ή/και τον τελικό χρήστη, κατά περίπτωση, σύμφωνα με την εκάστοτε ισχύουσα νομοθεσία. · Η συμμετοχή σε εταιρεία - πάροχο δικτύου επίγειας ψηφιακής εκπομπής, υπό τους όρους και προϋποθέσεις της εκάστοτε ισχύουσας νομοθεσίας που διέπει τις αντίστοιχες συμμετοχές μέσωσ ενημέρωσης. · Η ανάπτυξη, μίσθωση, λειτουργία και εκμετάλλευση εγκαταστάσεων, υποδομών και τεχνολογικού εξοπλισμού προς εξυπηρέτηση των αναγκών της ως παρόχου οπτικοακουστικού περιεχομένου, σύμφωνα και με την εκάστοτε ισχύουσα νομοθεσία. · Η συνεργασία με φυσικά ή νομικά πρόσωπα που ασκούν όμοια ή παρεμφερή επιχειρηματική δραστηριότητα και η, εν γένει, ανάπτυξη πάσης φύσεως δραστηριοτήτων στον τομέα των μέσωσ ενημέρωσης και επικοινωνίας, συμπεριλαμβανομένης της υλοποίησης εκπαιδευτικών προγραμμάτων δημοσιογραφίας, τεχνικών ειδικοτήτων, πληροφορικής, νέων τεχνολογιών και εν γένει τομέων που αφορούν στη λειτουργία παρόχων υπηρεσιών οπτικοακουστικού περιεχομένου και μέσωσ ενημέρωσης. · Η διενέργεια πάσης φύσεως πράξεων που συνδέονται με τους σκοπούς αυτούς».

³⁰ Υπό το λογότυπο ASAT, βλ. και σελ. 9 της Γνωστοποίησης.

πάροχο περιεχομένου στην αλλοδαπή, καθώς και δ) μέσω μετάδοσης του περιεχομένου είτε εν συνόλω είτε μεμονωμένου μέρους του μέσω διαδικτύου³¹.

15. Η ALPHA ηγείται Ομίλου εταιριών στον οποίο περιλαμβάνονται οι εταιρίες «Alpha Ραδιοφωνική ΑΕ» και «Alpha Ραδιοφωνική Κρόνος ΑΕ», οι οποίες λειτουργούν ραδιοφωνικούς σταθμούς: η μεν πρώτη το ραδιοφωνικό σταθμό ενημερωτικού χαρακτήρα και εμβέλειας Αττικής υπό το σήμα «ALPHA 989», η δε δεύτερη το ραδιοφωνικό σταθμό μη ενημερωτικού χαρακτήρα και εμβέλειας Θεσσαλονίκης υπό το σήμα «ALPHA 96,5»³².
16. Σύμφωνα με τα αναφερόμενα από την ALPHA, η γνωστοποιούσα «τελεί υπό τον αποκλειστικό έλεγχο της Μότορ Όιλ, μέσω της 100% θυγατρικής της, εταιρείας συμμετοχών, κυπριακής εταιρείας *Mediatmax*, η οποία κατέχει το [...] του μετοχικού κεφαλαίου της *Alpha Τηλεόρασης*, με α) άμεση συμμετοχή [...] και β) έμμεση συμμετοχή (μέσω της [...] θυγατρικής της, εταιρείας συμμετοχών, *Nevine*) [...]»³³.
17. Στο μετοχικό κεφάλαιο της εισηγμένης στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών ΜΟΤΟΡ ΟΙΛ, μετέχει [...]»³⁴.
18. Για λόγους πληρότητας διευκρινίζεται ότι, όπως αναφέρεται στην Γνωστοποίηση, η ΜΟΤΟΡ ΟΙΛ ηγείται Ομίλου εταιριών με δραστηριοποίηση στους τομείς διύλισης, παραγωγής και εμπορίας πετρελαίου και συναφών προϊόντων, χημικών, προμήθειας ηλεκτρικής ενέργειας και φυσικού αερίου σε πελάτες - τελικούς καταναλωτές, ναυτιλίας και χρηματοπιστωτικού τομέα. Σε κάθε περίπτωση, όπως σημειώνεται και από την ALPHA, «δεν υφίστανται επιχειρήσεις που να δραστηριοποιούνται σε σχετικές αγορές της γνωστοποιηθείσας πράξης, ούτε και σε καθέτως συνδεδεμένες με αυτές (δηλαδή, στις σχετικές αγορές της τηλεόρασης και της παροχής υπηρεσιών για την παραγωγή τηλεοπτικών προγραμμάτων)»³⁵ οι οποίες ανήκουν στον Όμιλο ΜΟΤΟΡ ΟΙΛ ή/και επί των οποίων οι απώτεροι ως άνω ελέγχοντες μέτοχοι κατέχουν δικαιώματα ελέγχου ή καθοριστικής επιρροής.
19. Το ισχύον Διοικητικό Συμβούλιο της γνωστοποιούσας αποτελείται από τα κάτωθι μέλη:

Πίνακας 1: Διοικητικό Συμβούλιο ALPHA

Όνομα	Ιδιότητα
[...]	Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος
[...]	Αντιπρόεδρος / Μη εκτελεστικό μέλος
[...]	Μη εκτελεστικό μέλος

Πηγή: Γνωστοποίηση

20. Τέλος, ο κύκλος εργασιών του Ομίλου που ηγείται η ALPHA από το σύνολο των δραστηριοτήτων της, διαμορφώθηκε το έτος 2019 σε € [...], ενώ ο συνολικός κύκλος εργασιών

³¹ Όπως διευκρινίζεται στη Γνωστοποίηση, «είτε απευθείας (*live streaming*), είτε ως θέαση κατά παραγγελία (*video on demand*)» (βλ. σελ. 9 της Γνωστοποίησης).

³² Βλ. και υπ' αριθ. 700/2020 Απόφαση ΕΑ.

³³ Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1426/15.02.2021 επιστολή. Σχετικά με την απόκτηση αποκλειστικού ελέγχου της Μότορ Όιλ επί της Alpha Τηλεόραση ΑΕ, βλ. και υπ' αριθ. 700/2020 Απόφαση ΕΑ.

³⁴ Βλ. σελ. 20 της Γνωστοποίησης καθώς και υπ' αριθ. πρωτ. 1426/15.02.2021 επιστολή, στην οποία αναφέρεται ότι [...]

³⁵ Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1426/15.02.2021 επιστολή.

του Ομίλου ΜΟΤΟΡ ΟΙΛ, περιλαμβανομένης της ελέγχουσας συμμετοχής του στον Όμιλο ALPHA ανήλθε, κατά το έτος 2019 σε € [...].³⁶

B.2 ΝΕΑ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΑΕ

21. Η έτερη γνωστοποιούσα, αντίστοιχα με την ALPHA, δραστηριοποιείται ως «αδειοδοτημένος πάροχος επίγειας ψηφιακής τηλεοπτικής ευρυεκπομπής ελεύθερης λήψης εθνικής εμβέλειας ενημερωτικού προγράμματος γενικού περιεχομένου, δυνάμει της υπ' αριθ. 105/2018 απόφασης του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης»³⁷ μέσω λειτουργίας του τηλεοπτικού σταθμού πανελληνίας εμβέλειας υπό το σήμα «STAR». Η εν λόγω δραστηριότητα της STAR συνάδει και με τον καταστατικό σκοπό της γνωστοποιούσας³⁸.
22. Σύμφωνα με στοιχεία που προσκόμισε η STAR³⁹, η μετοχική της σύνθεση αποτελείται από τους εξής μετόχους:

Πίνακας 2: Μετοχική Σύνθεση Star

Μέτοχος	Ποσοστό
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
[...]	[...]
Σύνολο	100%

Πηγή: Star

23. Όπως αναφέρει η εταιρία, [...] ⁴⁰ ενώ, σύμφωνα με τα παρατιθέμενα στη Γνωστοποίηση στοιχεία, [...] ⁴¹.
24. Σύμφωνα με τα στοιχεία που παραθέτει η STAR⁴², [...] ⁴³, [...] ⁴⁴ [...] ⁴⁵.
25. Για λόγους πληρότητας, αναφέρεται ότι μέσω της STAR Επενδυτική Ανώνυμη Εταιρεία Συμμετοχών, [...], αποτελεί την ελέγχουσα μέτοχο και των εταιριών [...]. Αντικείμενο

³⁶ Σύμφωνα με το Τμήμα 3.3.2 της Γνωστοποίησης «στον ως άνω παγκόσμιο (συνολικό) κύκλο εργασιών του ομίλου Μότορ Όιλ, για το οικονομικό έτος 2019, περιλαμβάνεται και ο κύκλος εργασιών από ναυτιλιακές δραστηριότητες, ύψους €865.789.000, ο οποίος λόγω της φύσης της σχετικής δραστηριότητας δεν μπορεί να κατηγοριοποιηθεί ως κύκλος εργασιών στην Ελληνική ή σε αλλοδαπή αγορά».

³⁷ Σχετικά με τη διαδικασία αδειοδότησης λειτουργίας τηλεοπτικών σταθμών, βλ. και Ενότητα Δ της παρούσας.

³⁸ Ο καταστατικός σκοπός της εταιρίας αφορά: α) στην παροχή υπηρεσιών επίγειας ψηφιακής τηλεοπτικής ευρυεκπομπής ελεύθερης λήψης, ως πάροχος περιεχομένου που διαθέτει ολοκληρωμένο ραδιοτηλεοπτικό περιεχόμενο προς μετάδοση, β) στην παραγωγή, διανομή και εκμετάλλευση με οποιονδήποτε τρόπο οπτικοακουστικών έργων και εν γένει ραδιοτηλεοπτικών προγραμμάτων που μεταδίδονται από μέσα ενημέρωσης, γ) στην παραγωγή λεκτικού και οπτικοακουστικού περιεχομένου για ενσωμάτωση σε ιστοσελίδες και στην εκμετάλλευση αυτών και ε) στη συμμετοχή σε εταιρίες μέσω ενημέρωσης, εταιρίες τεχνικής κωδικοποίησης και μετάδοσης μέσω ενημέρωσης, διαχείρισης δικαιωμάτων εταιρειών μέσω ενημέρωσης, υπό τους όρους της ισχύουσας κάθε φορά νομοθεσίας.

³⁹ Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1458/15.02.2021 επιστολή.

⁴⁰ Ο. π. βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1458/15.02.2021 επιστολή.

⁴¹ Βλ. σελ. 21 της Γνωστοποίησης, σύμφωνα με την οποία [...]

⁴² Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1458/15.02.2021 επιστολή.

⁴³ Πρόκειται για τις εταιρίες: [...]. Στις εν λόγω εταιρίες [...].

⁴⁴ Πρόκειται για τη [...], επί της οποίας κατέχει μέσω της [...].

⁴⁵ Πρόκειται για την [...] επί της οποίας κατέχει το [...].

δραστηριότητας εκάστης είναι η λειτουργία ραδιοφωνικού σταθμού, τοπικής εμβέλειας (ειδικότερα εμβέλειας νομού Αττικής, πλην Κυθήρων και Τροιζηνίας), μη ενημερωτικού χαρακτήρα (...)⁴⁶.

26. Σχετικά με τις ανωτέρω εταιρίες που ελέγχει άμεσα ή έμμεσα [...], η STAR αναφέρει ότι «[π]έραν της ΝΕΑ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ Α.Ε. / Star Channel [...] καμία [...] δεν δραστηριοποιείται σε σχετική αγορά της γνωστοποιηθείσας πράξης, ούτε και σε καθέτως με αυτές συνδεδεμένες αγορές»⁴⁷.
27. Το ισχύον Διοικητικό Συμβούλιο της STAR αποτελείται από τα κάτωθι μέλη:

Πίνακας 3: Διοικητικό Συμβούλιο Star

Όνομα	Ιδιότητα
[...]	Πρόεδρος
[...]	Αντιπρόεδρος
[...]	Μέλος
[...]	Μέλος

Πηγή: Γνωστοποίηση

28. Τέλος, ο κύκλος εργασιών της εταιρίας διαμορφώθηκε το 2019 σε €[...] ενώ για το σύνολο των εταιριών που ελέγχει [...], ο κύκλος εργασιών για το ίδιο έτος διαμορφώθηκε σε €[...]

B.3 GREEN PIXEL AE

29. Η εξαγοραζόμενη GREEN PIXEL αποτελεί εταιρία με βασικό αντικείμενο δραστηριότητας την παραγωγή τηλεοπτικών προγραμμάτων, κινηματογραφικών ταινιών και βίντεο⁴⁸.
30. Όπως αναφέρεται στη Γνωστοποίηση καθώς και στο επιχειρηματικό σχέδιο της GREEN PIXEL για την πενταετία 2020-2025, η εταιρία [...]. Κατά τα αναφερόμενα στη Γνωστοποίηση, πέραν της παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου/προγράμματος, η εταιρία παρέχει και τις επιμέρους υπηρεσίες που άπτονται της ολοκληρωμένης παραγωγής περιεχομένου (πχ εργασίες και υπηρεσίες σχετικά με μοντάζ, ντουμπλάρισμα, οπτικοακουστική επιμέλεια περιεχομένου κλπ), μίσθωση ή πώληση τεχνικού εξοπλισμού για την παραγωγή τηλεοπτικού περιεχομένου, εκμετάλλευση σχετικού με την παραγωγή τηλεοπτικού περιεχομένου τεχνικού και μηχανολογικού εξοπλισμού καθώς και διαχείριση και εγκατάστασή του όπως επίσης και παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών σχετικών με τα ανωτέρω⁴⁹. Επιπλέον, συχνά η εταιρία αναλαμβάνει την παραγωγή τηλεοπτικού περιεχομένου για λογαριασμό άλλης εταιρίας παραγωγής εν είδει υπεργολαβίας.
31. Όσον αφορά στην από μέρους της GREEN PIXEL παραγωγή τηλεοπτικού περιεχομένου, όπως αναλύεται και στην Ενότητα Ε κατωτέρω, αυτή αφορά στην εκτέλεση παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου ψυχαγωγικού χαρακτήρα. Αξίζει δε να αναφερθεί ότι και πριν την πραγματοποίηση

⁴⁶ Βλ. σχετικά την υπ' αριθ. πρωτ. 1458/15.02.2021 επιστολή.

⁴⁷ Ο. π. βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1458/15.02.2021 επιστολή.

⁴⁸ Μεταξύ των καταστατικών σκοπών της, αντικείμενο εργασιών της συνιστούν η «παραγωγή, εμπορία και εκμετάλλευση οπτικοακουστικού υλικού και προγράμματος, τηλεοπτικού, ραδιοφωνικού, ή για έντυπα, ιστοσελίδες και άλλα μέσα ενημέρωσης και επικοινωνίας, όπως επίσης ειδησεογραφικού και δημοσιογραφικού υλικού καθώς και η παροχή συναφών υπηρεσιών».

⁴⁹ Εν προκειμένω αναφέρεται ως πρόσθετη ενδεχόμενη δραστηριότητα η δημιουργία και εκμετάλλευση ιστοσελίδων σχετικών με την παραγωγή τηλεοπτικού περιεχομένου, ωστόσο από τα προσκομισθέντα στοιχεία δεν προκύπτει προς το παρόν η ανάπτυξη της εν λόγω δραστηριότητας.

της υπό κρίση συναλλαγής, η GREEN PIXEL αποτελούσε έναν από τους πλέον βασικούς προμηθευτές τηλεοπτικού περιεχομένου για τις γνωστοποιούσες, και αντιστρόφως οι γνωστοποιούσες, ιδίως η ALPHA, αποτελούσαν και αποτελούν βασικό πελάτη της⁵⁰. Οι λοιποί πελάτες της GREEN PIXEL συνιστούν έτερες εταιρίες παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου (για τις οποίες αναλαμβάνει την παραγωγή τηλεοπτικού προγράμματος με υπεργολαβία), ενώ η εταιρία δεν έχει συνεργαστεί απευθείας με έτερους τηλεοπτικούς σταθμούς πέραν των γνωστοποιουσών. Κατά δήλωση δε της αποκλειστικής μετόχου της, KONKAT ATE, «[...]⁵¹.

32. Όπως προαναφέρθηκε στην Ενότητα Α, μέχρι και την ολοκλήρωση της υπό κρίση πράξης, αποκλειστική μέτοχος της GREEN PIXEL είναι η εταιρία KONKAT ATE, η οποία αποτελεί τεχνική και κατασκευαστική εταιρία. Μέτοχοι της εταιρίας KONKAT ATE αποτελούν τέσσερις (4) εταιρίες συμμετοχών, [...], και κατά δήλωση της KONKAT ATE, [...], εκτίμηση που επιβεβαιώθηκε από την έρευνα της Υπηρεσίας⁵².
33. Ειδικότερα, μέτοχοι της εταιρίας KONKAT ATE είναι οι εταιρίες [...] κατέχουν από [...] του μετοχικού κεφαλαίου της KONKAT ATE, ενώ η [...] κατέχει το [...] του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρίας, και η [...] το υπολειπόμενο [...]. Όπως προσδιορίζει η KONKAT ATE σε επιστολή της, [...]⁵³. Σε αντίστοιχο ερώτημα που τέθηκε στην εταιρία [...] ⁵⁴ η τελευταία ανέφερε ότι απώτατοι ελέγχοντες μέτοχοί της είναι [...], έκαστοι κατέχοντας το [...] του μετοχικού της κεφαλαίου⁵⁵.
34. Λαμβανομένων υπόψη των ανωτέρω, και δεδομένου ότι εκ του Καταστατικού της KONKAT ATE δεν προκύπτουν δικαιώματα μειοψηφίας τέτοια που να προσδίδουν αρνητικό έλεγχο σε μετόχους μειοψηφίας, δεν προκύπτει έλεγχος της KONKAT ATE, αποκλειστικά ή από κοινού, από φυσικά ή νομικά πρόσωπα. Συνεπώς, παρά το γεγονός ότι ορισμένοι εκ των πραγματικών δικαιούχων των μετόχων της KONKAT ATE ταυτίζονται με ορισμένους εκ των πραγματικών δικαιούχων των μετόχων των γνωστοποιουσών, ως αποτέλεσμα της υπό κρίση συναλλαγής επέρχεται αλλαγή στην ποιότητα του ελέγχου που ασκείται επί της GREEN PIXEL, όπως θα αναλυθεί και στην ενότητα Γ αμέσως κατωτέρω.
35. Σύμφωνα με τα προσκομισθέντα στη Γνωστοποίηση στοιχεία, το ισχύον Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρίας αποτελείται από τα κάτωθι μέλη:

Πίνακας 4: Διοικητικό Συμβούλιο της Green Pixel

Όνομα	Ιδιότητα
[...]	Πρόεδρος / Διευθύνων Σύμβουλος
[...]	Αντιπρόεδρος / Εντεταλμένος Σύμβουλος

⁵⁰ Βάσει των στοιχείων που προσκόμισε η KONKAT ATE (μητρική της GREEN PIXEL) με την υπ' αριθ. πρωτ. 1235/09.02.2021, κατά τα έτη 2019 και 2020, μεταξύ των πέντε (5) μεγαλύτερων πελατών της εταιρίας (οι οποίοι συνολικά καλύπτουν το [...] και [...] αντίστοιχα του συνολικού κύκλου εργασιών της), περιλαμβάνεται και η ALPHA. Η δε συνεργασία της GREEN PIXEL με την ALPHA, περιλαμβάνεται στο [...] και [...] για τα έτη 2019 και 2020 αντίστοιχα των εσόδων της πρώτης, τα οποία εισπράχθηκαν συνολικά από τους πέντε (5) μεγαλύτερους πελάτες της για τα έτη αυτά.

⁵¹ Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1235/09.02.2021 επιστολή.

⁵² Ο. π. βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1235/09.02.2021 επιστολή.

⁵³ Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1466/15.02.2021 επιστολή.

⁵⁴ Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1803/25.02.2021 επιστολή.

⁵⁵ Βλ. σχετικά υπ' αριθ. πρωτ. 2066/05.03.2021 επιστολή.

[...]	Μέλος
-------	-------

Πηγή: Γνωστοποίηση

36. Τέλος, ο κύκλος εργασιών της εταιρίας για το έτος 2019 διαμορφώθηκε σε €[...]

Γ. ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ

Γ.1 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΥΠΟ ΚΡΙΣΗ ΠΡΑΞΗΣ

37. Κατά το άρθρο 5 παρ. 2 στοιχείο β του Ν. 3959/2011, συγκέντρωση επιχειρήσεων πραγματοποιείται όταν επέρχεται μόνιμη μεταβολή, μεταξύ άλλων, ως προς τα πρόσωπα (φυσικά ή νομικά) που ασκούν έλεγχο επί της αποκτώμενης εταιρίας. Τούτο συντρέχει στην περίπτωση κατά την οποία ένα ή περισσότερα πρόσωπα που ελέγχουν ήδη τουλάχιστον μία επιχείρηση, ή μία ή περισσότερες επιχειρήσεις, αποκτούν άμεσα ή έμμεσα τον έλεγχο του συνόλου ή τμημάτων μιας ή περισσότερων άλλων επιχειρήσεων, με την αγορά τίτλων ή στοιχείων του ενεργητικού, με σύμβαση ή με άλλο τρόπο.
38. Η γενική ρήτρα της εν λόγω διάταξης συγκεκριμενοποιείται περαιτέρω με τις παρ. 3⁵⁶ και 4⁵⁷ του ίδιου άρθρου, που ορίζουν την έννοια και το υποκείμενο του ελέγχου αντίστοιχα. Σύμφωνα με αυτές, έλεγχο συνιστά η δυνατότητα καθοριστικής επίδρασης στη δραστηριότητα μίας επιχείρησης, όσον δε αφορά στα μέσα απόκτησης ελέγχου ορίζεται ότι αυτός δύναται να απορρέει από την απόκτηση δικαιωμάτων κυριότητας ή επικαρπίας επί του συνόλου ή μέρους των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης ή από δικαιώματα ή συμβάσεις που παρέχουν τη δυνατότητα καθοριστικής επίδρασης στη σύνθεση, στις συσκέψεις ή στις αποφάσεις των οργάνων μίας επιχείρησης, λαμβανομένων υπόψη των σχετικών πραγματικών ή νομικών συνθηκών. Το κατά πόσον μια πράξη οδηγεί σε απόκτηση ελέγχου εξαρτάται από ορισμένα νομικά και/ή πραγματικά στοιχεία (*de jure/de facto*)⁵⁸. Το πλέον σύνηθες μέσο απόκτησης ελέγχου είναι η απόκτηση μετοχών (ενδεχομένως σε συνδυασμό με τη συμφωνία μετόχων σε περίπτωση κοινού ελέγχου)⁵⁹.
39. Ο έλεγχος μπορεί να είναι αποκλειστικός ή κοινός και να επέρχεται *de jure* λ.χ. μέσω της απόκτησης της πλειοψηφίας των δικαιωμάτων ψήφου μίας επιχείρησης σε περίπτωση απόκτησης αποκλειστικού ελέγχου ή μέσω της απόκτησης ίσων δικαιωμάτων ψήφου από δύο ή περισσότερες επιχειρήσεις στην περίπτωση απόκτησης κοινού ελέγχου, ή *de facto*⁶⁰, π.χ. μέσω της δυνατότητας

⁵⁶ Σύμφωνα με την παρ. 3 του άρθρου 5 του Ν. 3959/2011 «Για την εφαρμογή του παρόντος νόμου, ο έλεγχος απορρέει από δικαιώματα, συμβάσεις ή άλλα μέσα, τα οποία, είτε μεμονωμένα είτε από κοινού με άλλα, λαμβανομένων υπόψη των σχετικών πραγματικών ή νομικών συνθηκών, παρέχουν τη δυνατότητα καθοριστικής επίδρασης στη δραστηριότητα μίας επιχείρησης, και ιδίως από: α) δικαιώματα κυριότητας ή επικαρπίας επί του συνόλου ή μέρους των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης, β) δικαιώματα ή συμβάσεις που παρέχουν δυνατότητα καθοριστικής επίδρασης στη σύνθεση, στις συσκέψεις ή στις αποφάσεις των οργάνων μίας επιχείρησης».

⁵⁷ Σύμφωνα με την παρ. 4 του άρθρου 5 του Ν. 3959/2011 «Ο έλεγχος αποκτάται από το πρόσωπο ή τα πρόσωπα ή τις επιχειρήσεις, τα οποία: α) είναι υποκείμενα αυτών των δικαιωμάτων ή δικαιούχοι από τις συμβάσεις αυτές ή β) χωρίς να είναι υποκείμενα των δικαιωμάτων ή δικαιούχοι από τις συμβάσεις αυτές, δικαιούνται να ασκούν τα δικαιώματα που απορρέουν από αυτές».

⁵⁸ Βλ. Κωδικοποιημένη Ανακοίνωση της Επιτροπής για θέματα δικαιοδοσίας βάσει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004 για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων (2008/С 95/01) (εφεξής «Κωδικοποιημένη Ανακοίνωση»), παρ. 17.

⁵⁹ Ο.π.

⁶⁰ Βλ. Κωδικοποιημένη Ανακοίνωση, παρ. 54 επ., 63, 76.

ενός μετόχου μειοψηφίας να εξασφαλίζει πλειοψηφία στις συνελεύσεις των μετόχων, λόγω του επιπέδου της συμμετοχής του και της παρουσίας των μετόχων στις συνελεύσεις κατά τα προηγούμενα χρόνια σε περίπτωση απόκτησης αποκλειστικού ελέγχου, ή μέσω συντονισμένης δράσης δύο ή περισσότερων μετόχων μειοψηφίας λόγω της ύπαρξης ισχυρών κοινών συμφερόντων μεταξύ αυτών σε περίπτωση απόκτησης κοινού ελέγχου.

40. Ιδίως κοινός έλεγχος υφίσταται όταν δύο ή περισσότερες επιχειρήσεις ή πρόσωπα έχουν τη δυνατότητα να ασκούν αποφασιστική επιρροή σε μια άλλη επιχείρηση. Ως αποφασιστική επιρροή με την έννοια αυτή νοείται, κατά κανόνα, η εξουσία αναστολής ενεργειών που καθορίζουν την εμπορική στρατηγική συμπεριφορά μιας επιχείρησης⁶¹. Η σαφέστερη μορφή κοινού ελέγχου υπάρχει, όταν τα δικαιώματα ψήφου στην κοινή επιχείρηση ανήκουν εξίσου σε δύο μόνο μητρικές επιχειρήσεις. Ισότητα υπάρχει επίσης, όταν και οι δύο μητρικές επιχειρήσεις έχουν δικαίωμα να διορίζουν ίσο αριθμό μελών στα όργανα λήψης αποφάσεων της κοινής επιχείρησης⁶². Ομοίως, κοινός έλεγχος υφίσταται και στην περίπτωση που δύο ή περισσότερες μητρικές ασκούν από κοινού την πλειοψηφία των δικαιωμάτων ψήφου σε μία άλλη επιχείρηση⁶³. Ο κοινός έλεγχος μπορεί, επίσης, να χαρακτηρίζεται από τη δυνατότητα δημιουργίας αδιεξόδου, λόγω της εξουσίας ενός ή περισσότερων μητρικών επιχειρήσεων να απορρίπτουν τις προτεινόμενες στρατηγικές αποφάσεις. Ως εκ τούτου, οι μέτοχοι αυτοί πρέπει να καταλήξουν σε μια από κοινού συνεννόηση για τον καθορισμό της εμπορικής πολιτικής της κοινής επιχείρησης, και πρέπει να συνεργασθούν⁶⁴.
41. Εν προκειμένω, η εταιρία KONKAT ΑΤΕ είναι η μοναδική και αποκλειστικώς ελέγχουσα μέτοχος της εταιρίας GREEN PIXEL. Η εξαγορά από τις εταιρίες ALPHA και STAR⁶⁵ του συνόλου του ολοσχερώς καταβεβλημένου μετοχικού κεφαλαίου της εταιρίας GREEN PIXEL, η απόκτηση μετοχών επί αυτού σε ποσοστό 50% η καθεμία, [...] 66 συνιστά περίπτωση μεταβολής ελέγχου και απόκτησης κοινού ελέγχου επί μιας ήδη προηγουμένως λειτουργικά αυτόνομης επιχείρησης υπό την έννοια του άρθρου 5 παρ. 5 του ν. 3959/2011 (η οποία εκπληρώνει μόνιμα όλες τις λειτουργίες μιας αυτόνομης – από επιχειρησιακής άποψης⁶⁷ – οικονομικής μονάδας), με το πλέον σύνθητες μέσο, ήτοι την απόκτηση μετοχών⁶⁸.

⁶¹ Βλ. απόφαση ΠΕΚ Τ-2/93, *Air France κατά Επιτροπής*, ΕΥ:Τ:1994:55, σκ. 64-65. Βλ. επίσης αποφάσεις Ευρωπαϊκής Επιτροπής Μ.010, CONAGRA/IDEA, σκ. 6, και κυρίως Μ.409, ABB/RENAULT AUTOMATION σκ. 6.

⁶² Βλ. Κωδικοποιημένη Ανακοίνωση, παρ. 64.

⁶³ Βλ. Ι. Κόκκορη – Δ. Λουκά, ενότητα 17 – Συγκεντρώσεις Επιχειρήσεων, εις Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού, επιμ. Τζουγανάτου, Νομ. Βιβλιοθήκη.

⁶⁴ Βλ. Κωδικοποιημένη Ανακοίνωση, παρ. 62, και απόφαση ΠΕΚ Τ- 282/02, *Cementbouw κατά Επιτροπής*, ΕΥ:Τ:2006:64, σκ. 42, 52 και 67.

⁶⁵ Βλ. σχετικά και Ενότητα Α. Η μεταβίβαση των μετοχών τελεί υπό τις αναφερόμενες στη σύμβαση αιρέσεις. Η ύπαρξη και αναφορά στη γνωστοποιηθείσα πράξη των εν λόγω αιρέσεων δεν μεταβάλλει το χαρακτήρα της οριστικής και δεσμευτικής συμφωνίας, δεδομένου ότι από το νόμο δεν απαιτείται πρόσθετα η επέλευση των αποτελεσμάτων της εκάστοτε γνωστοποιούμενης συμφωνίας να είναι βέβαιη ούτε και αμετάκλητη.

⁶⁶ Βλ. και Ενότητα Α της παρούσας σχετικά με το γεγονός ότι στην από 15.12.2020 Συμφωνία Μετόχων μεταξύ των ALPHA και STAR, όσον αφορά στη GREEN PIXEL, προβλέπονται [...] Βλ. και Κωδικοποιημένη Ανακοίνωση παρ. 64.

⁶⁷ Βλ. Κωδικοποιημένη ανακοίνωση της Επιτροπής για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων παρ. 91 επ., όπου και σχετική παραπομπή σε νομολογία.

⁶⁸ Βλ. Κωδικοποιημένη Ανακοίνωση, παρ. 17.

42. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (εφεξής και Ε.Επ.), ο λειτουργικά αυτόνομος χαρακτήρας μιας κοινής επιχείρησης θεμελιώνεται όταν η κοινή επιχείρηση: (α) δραστηριοποιείται σε μια αγορά· (β) εκπληρώνει τις λειτουργίες που πραγματοποιούν συνήθως οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην ίδια αγορά· και (γ) διαθέτει τους απαιτούμενους πόρους (διοίκηση, πρόσβαση σε χρηματοδότηση, προσωπικό και περιουσιακά στοιχεία) προκειμένου να ασκεί σε μόνιμη βάση τις επιχειρηματικές της δραστηριότητες⁶⁹. Κατά δήλωση των γνωστοποιουσών και από την έρευνα της Υπηρεσίας, εν προκειμένω η GREEN PIXEL πληροί όλες τις προϋποθέσεις για το χαρακτηρισμό της ως λειτουργικά αυτόνομης κοινής επιχείρησης⁷⁰.
43. Επίσης, όσον αφορά στους άωτερους ελέγχοντες μετόχους των ALPHA και STAR μεταξύ των οποίων υπάρχουν, ως προκύπτει από τα ανωτέρω⁷¹, στενοί οικογενειακοί δεσμοί, εξεταστέο είναι κατά πόσο θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι οι δύο εταιρίες θα μπορούσαν να στοιχειοθετούν ενιαία οικονομική οντότητα και, συνεπώς, ο έλεγχος⁷² που θα ασκούν επί της εταιρίας-στόχου μπορεί να αποδοθεί σε μία και μόνη επιχείρηση.
44. Επί της αρχής σημειώνεται ότι η προϋπάρχουσα ύπαρξη στενών οικογενειακών δεσμών μεταξύ των ασκούντων έλεγχο επί των προαναφερθέντων νομικών προσώπων δεν είναι από μόνη της καθοριστική για τη στοιχειοθέτηση ενιαίας οικονομικής οντότητας στην υπό εξέταση υπόθεση, τόσο κατά την ενωσιακή νομολογία⁷³ όσο και κατά την πρακτική εθνικών αρχών ανταγωνισμού⁷⁴.

⁶⁹ Βλ. Κωδικοποιημένη ανακοίνωση της Επιτροπής για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων παρ. 94. Βλ. επίσης αποφάσεις Ε.Επ. στις υποθέσεις M.3003 – *Electrabel/ Energia Italiana/ Interpower*, JV.22 – *Fujitsu/Siemens*, M.1926 – *Telefonica/ Tyco/ JV*, M.1913 – *Lufthansa/ Menzies/ LGS/ JV*.

⁷⁰ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1426/15.02.2021 επιστολή του ALPHA και την υπ' αριθ. πρωτ. 1458/15.02.2021 επιστολή του STAR («η Green Pixel θα συνεχίσει να αποτελεί μία αυτόνομη οικονομική μονάδα (κατά την έννοια της παρ. 5 του άρθρου 5 του Ν.3959/2011) και μετά την ολοκλήρωση της γνωστοποιηθείσας συναλλαγής. Πράγματι: (α) η Green Pixel θα συνεχίσει να λειτουργεί επί μόνιμου βάσεως (δεν υφίσταται πρόθεση των μερών περί διάσπασης / κατανομής των περιουσιακών στοιχείων και πόρων της Green Pixel), (β) θα διαθέτει δική της ανεξάρτητη διοίκηση (υπό την έννοια ότι τα μέλη ΔΣ και λοιπά ανώτατα διευθυντικά στελέχη δεν θα είναι ταυτόχρονα και μέλη οργάνου διοίκησης των μετόχων – βλ. σχετικά και από 15.12.2020 Συμφωνία Μετόχων), (γ) θα συνεχίσει να διαθέτει το δικό της προσωπικό (υπενθυμίζεται ότι για τη χρήση 2019, η Green Pixel απασχόλησε κατά μ.ό. 335 άτομα), (δ) θα διαθέτει επαρκείς πόρους, πρόσβαση σε χρηματοδότηση και περιουσιακά στοιχεία που θα της επιτρέπουν να επιχειρεί αποτελεσματικά στην αγορά [...] και (ε) τίποτε (λ.χ. καταστατική πρόβλεψη, συμφωνία μετόχων κ.λπ.) δεν εμποδίζει την Green Pixel από το να παρέχει τις υπηρεσίες της και σε τρίτα (έναντι των μετόχων της) μέρη»).

⁷¹ Βλ. ενότητα Β της παρούσας.

⁷² Βλ. Κωδικοποιημένη ανακοίνωση για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων, παρ. 13 όσον αφορά στην ταυτότητα του αποκτώντος έλεγχο σε επιχείρηση. Ειδικά, δε, για την έννοια της απόκτησης ελέγχου όσον αφορά στις επιχειρήσεις μέσω ενημέρωσης και στην ιδιοκτησία ή συμμετοχή σε ενημερωτικό μέσο ως παράμετρο καθορισμού της έννοιας της συγκέντρωσης κατά τις ειδικότερες διατάξεις του άρθρου 3 παρ. 1 του ν. 3592/2007 βλ. τη με αριθ. 679/19 απόφαση της ΕΑ.

⁷³ Βλ. ΔΕΕ C-196/99 P, *Siderurgica Aristrain Madrid SL κατά Επιτροπής*, EU:C:2003:529, σκ. 99, «Το γεγονός απλώς και μόνο ότι το εταιρικό κεφάλαιο διακεκριμένων εμπορικών εταιριών ανήκει στο ίδιο πρόσωπο ή στην ίδια οικογένεια δεν αρκεί αφ' εαυτού ώστε να αποτελέσει απόδειξη της ύπαρξης μεταξύ των εταιριών αυτών οικονομικής ενότητας». Βλ. το αυτό συμπέρασμα σε ΔΕΕ C-189/02 P, *Dansk Rørindustri κ.λπ. κατά Επιτροπής*, EU:C:2005:408, σκ. 118. Βλ. επίσης σχετικά με την εφαρμογή της έννοιας της ενιαίας οικονομικής οντότητας λόγω οικογενειακών δεσμών στο πλαίσιο της εφαρμογής του άρθρου 101 ΣΛΕΕ, ΔΕΕ C-407/08, *Knauf Gips KG, πρώην Gebrüder Knauf Westdeutsche Gipswerke KG κατά Επιτροπής*, ECLI:EU:C:2010:389, σκ. 65-86 όπου υπενθυμίζεται (σκ. 65) ότι «η ύπαρξη ενιαίας οικονομικής μονάδας μπορεί να συναχθεί από μια δέσμη συγκλιόντων στοιχείων, ακόμη και αν κανένα από τα στοιχεία αυτά, αυτοτελώς εξεταζόμενο, δεν αρκεί για να αποδειχθεί η ύπαρξη τέτοιας μονάδας».

⁷⁴ Βλ. Απόφαση της Τουρκικής Αρχής Ανταγωνισμού υπ' αρ. No.08-12/130-46 (Gidasa), σελ. 9 («Despite the preceding decisions that have seen family ties sufficient in terms of economic unity, mere existence of family tie

45. Για το λόγο αυτό, πρέπει να εξεταστεί εάν, πέραν των οικογενειακών δεσμών, συντρέχουν περαιτέρω δεσμοί οικονομικής φύσεως βάσει των οποίων μπορεί να θεμελιωθεί η άσκηση σημαντικής κεντρικής διαχείρισης μεταξύ των γνωστοποιουσών⁷⁵. Συναφώς, για την εν λόγω αξιολόγηση μπορεί να λαμβάνονται υπόψη, περαιτέρω, ως αποδεικτικά στοιχεία οικονομικής και διοικητικής εξάρτησης των δύο εταιριών ή δικαιωμάτων ελέγχου και αποφασιστικής επιρροής στη συμπεριφορά εκάστης εταιρίας είτε μεμονωμένα είτε σε συνδυασμό και αξιολογούμενα κατά περίπτωση, οι μετοχές, οι συμβατικές σχέσεις και οι πηγές χρηματοδότησης (ήτοι, δεσμοί διαρθρωτικού χαρακτήρα). Εντέλει, το κρίσιμο ερώτημα δεν είναι εάν δύο εταιρίες αποτελούν χωριστά ή όχι νομικά πρόσωπα, αλλά κυρίως εάν δραστηριοποιούνται μαζί και συμπεριφέρονται ως ενιαία οντότητα στην αγορά⁷⁶.
46. Στην υπό κρίση υπόθεση, όπως προκύπτει και από τα ανωτέρω⁷⁷ πραγματικοί δικαιούχοι των μετόχων των προαναφερθεισών εταιριών είναι ένα ή περισσότερα μέλη της οικογένειας [...]. Επιπρόσθετα, παρατηρείται ότι οι εν λόγω εταιρίες εμφανίζονται να έχουν κοινή έδρα⁷⁸ ενώ η συχνή αναφορά μερίδας του Τύπου στον «[...]»⁷⁹, έστω και καταχρηστικά γενόμενη (καθότι κατά ρητή δήλωση των γνωστοποιουσών σε σχετική απάντηση της Υπηρεσίας δεν υφίσταται τέτοιος όμιλος)⁸⁰, είναι ενδεικτική της αντίληψης της Αγοράς περί της ενδεχόμενης ύπαρξης διαρθρωτικών δεσμών μεταξύ των δύο εν λόγω διακριτών νομικών προσώπων.
47. Εντούτοις και παρά τα ανωτέρω στοιχεία, πρέπει να επισημανθεί ότι, *πρώτον*, οι απώτεροι ελέγχοντες μέτοχοι των ALPHA και STAR δεν είναι τα ίδια πρόσωπα, *δεύτερον*, τα πρόσωπα που απαρτίζουν τα διοικητικά τους συμβούλια είναι διαφορετικά⁸¹, *τρίτον*, δεν έχουν έρθει υπόψη της ΕΑ στο πλαίσιο της παρούσας συγκέντρωσης στοιχεία με τα οποία επιρρωνύεται η έλλειψη ανταγωνιστικής σχέσης μεταξύ των δύο εταιρειών λόγω της ύπαρξης κοινών οικονομικών συμφερόντων και οικογενειακών δεσμών μεταξύ των δικαιούχων των μετόχων.
48. Ως εκ τούτου, και ως έχει κριθεί από την Ε.Α.⁸², οι δύο εταιρίες:

may not be adequate in circumstances. In order to establish economic unity following method can be used: 1. Determining economic and familial relations 2. Determining roots, characteristics, scope of economic relations and comparing them with independent activities 3. Determining the unity of interest»). Βλ. επίσης Απόφαση της Τουρκικής Αρχής Ανταγωνισμού υπ' αρ. No 01-03/10-3 (Bilkom), Απόφαση της Τουρκικής Αρχής Ανταγωνισμού υπ' αρ. 10-27/393-146 (*Altuparmak Gida*), Απόφαση της Τουρκικής Αρχής Ανταγωνισμού υπ' αρ. 18-07/121-65 (*Mavi*), στην οποία κρίθηκε ότι η δραστηριοποίηση των εταιρειών με οικογενειακούς δεσμούς στην ίδια προϊόντική αγορά αποτελεί ένδειξη κοινών οικονομικών συμφερόντων, η οποία δύναται να οδηγήσει στο συμπέρασμα ύπαρξης ενιαίας οικονομικής οντότητας. Βλ. επίσης την εκτενή ανάλυση των οικογενειακών δεσμών στην απόφαση του U.S. District Court for the Western District of Arkansas *Community Publishers, Inc. v. Donrey Corp.*, 892 F. Supp. 1146 (W.D. Ark. 1995). Βλ. επίσης απόφαση της ΕΑ υπ' αρ. 691/2019, παρ. 31.

⁷⁵ Βλ. Hilmi Bolatoğlu, 'The Concept of Economic Unity in Merger Cases: Lifting the Corporate Veil' [2009] 30(8) *European Competition Law Review*, σελ. 364.

⁷⁶ Βλ. συναφώς Jones and Suftrin, *EC Competition Law* (2008), σελ.141 και Morten P. Broberg, *The European Commission's Jurisdiction to Scrutinise Mergers* (Kluwer Law International, 2003), σελ.25.

⁷⁷ Βλ. παρ. 16-17 της παρούσας εισήγησης για την ALPHA και 23 για τη STAR.

⁷⁸ Συγκεκριμένα στο Δήμο Κηφισιάς, οδός Βιλτανιώτη αριθμός 36. Βλ. Τμήμα 2 (2.1.1.) της Γνωστοποίησης και τις με αριθ. 597401000 και 002115301000 μερίδες των εταιριών STAR και ALPHA αντίστοιχα, στο Γ.Ε.Μ.Η.

⁷⁹ Βλ., ενδεικτικά, [...]

⁸⁰ Βλ. τη με αριθ. πρωτ. 1816/25.02.2021 απαντητική επιστολή του ALPHA (απάντηση 2β).

⁸¹ Βλ. Τμήμα 4 της Γνωστοποίησης και τις με αριθ. πρωτ. 233759/19.02.2021 και 2021131/14.08.2020 Ανακοινώσεις Καταχώρισης στο Γ.Ε.Μ.Η. και δημοσίευσης στο διαδικτυακό τόπο του Γ.Ε.Μ.Η για το STAR και τον ALPHA αντίστοιχα.

⁸² Βλ. σχετ. απόφαση 679/2019 της ΕΑ.

- δεν ασκούν δια των μετόχων τους η μία αποφασιστική επιρροή στις αποφάσεις της άλλης·
 - δεν έχουν μεταξύ τους δικαιώματα ελέγχου ή εξουσίες ενεργειών που μπορεί να καθορίζουν την εμπορική στρατηγική συμπεριφορά τους·
 - δεν υφίστανται συμβάσεις ή/ και συμφωνητικά συνεργασίας μεταξύ τους, όπως αναφέρουν οι ίδιες⁸³.
49. Σε κάθε περίπτωση, δεν είναι δυνατό να υποστηριχθεί με ασφάλεια ότι, στην παρούσα περίπτωση, η ύπαρξη στενών οικογενειακών δεσμών μεταξύ των μετόχων που ελέγχουν τις δύο εταιρίες επαρκεί αφ' εαυτής προκειμένου να στοιχειοθετηθεί η ύπαρξη υψηλού βαθμού ενοποίησης και ύπαρξης σημαντικής κεντρικής διαχείρισης των υποθέσεων των ALPHA και STAR, ούτως ώστε αυτές να αποτελούν στην πράξη μια ενιαία οικονομική οντότητα (ελλείπει άλλων δεσμών διαρθρωτικού χαρακτήρα και στοιχείων/ ενδείξεων που να κατατείνουν σε ένα τέτοιο συμπέρασμα). Επισημαίνεται ότι για τον χαρακτηρισμό μίας πράξης ως συγκέντρωσης και όχι ως ενέργειας μίας ενιαίας οικονομικής οντότητας λαμβάνονται υπόψη οι σχέσεις μεταξύ των εταιριών που προϋπάρχουν της συγκεκριμένης πράξης που εξετάζεται, εν προκειμένω της απόκτησης κοινού ελέγχου επί της GREEN PIXEL. Επομένως, για τους σκοπούς της παρούσας συγκέντρωσης και σε συνέχεια της Απόφασης υπ' αρ. 679/2019 της ΕΑ κρίνεται ότι οι εν λόγω εταιρίες δε διαθέτουν επαρκή βαθμό συγκέντρωσης των αποφάσεων και κοινά χρηματοοικονομικά συμφέροντα ώστε να έχουν χαρακτήρα ενιαίας οικονομικής οντότητας
50. Ως εκ τούτου, η υπό κρίση πράξη συνιστά συγκέντρωση επιχειρήσεων κατά το άρθρο 5 του Ν. 3959/2011.

Γ.2 ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΑ ΕΑ

51. Σύμφωνα με το άρθρο 6 παρ. 1 του Ν. 3959/2011, όπως ισχύει, μια συγκέντρωση πρέπει να γνωστοποιείται στην Ε.Α. όταν α) ο συνολικός κύκλος εργασιών όλων των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στη συγκέντρωση κατά το άρθρο 10 ανέρχεται στην παγκόσμια αγορά σε τουλάχιστον 150 εκατομμύρια ευρώ και β) δύο τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν, η καθεμιά χωριστά, συνολικό κύκλο εργασιών άνω των 15 εκατομμυρίων ευρώ στην ελληνική αγορά.
52. Σύμφωνα με τα οικονομικά στοιχεία, τα οποία προσκόμισαν οι γνωστοποιούσες, υπολογισθέντα κατά το άρθρο 10 του Ν.3959/2011, οι κύκλοι εργασιών των συμμετεχόντων μερών παρουσιάζονται στον κάτωθι πίνακα:

Πίνακας 5: Κύκλος εργασιών συμμετεχουσών επιχειρήσεων (ποσά σε ευρώ)

Επωνυμία εταιρίας / ομίλου	ΕΛΛΑΔΑ	ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ
Σύνολο Ομίλου Motor Oil	[...]	[...]
Σύνολο εταιριών που ελέγχονται από την Βαρδιάννα Βαρδινογιάννη	[...]	[...]
Green Pixel	[...]	[...]

⁸³ Βλ. σχετ. τη με αριθ. πρωτ. 1458/15.02.2021 απαντητική επιστολή του STAR όπου αναφέρεται, ότι: «[...] (απάντηση 6). Βλ. επίσης την με αριθ. πρωτ. 1426/15.02.2020 απαντητική επιστολή του ALPHA (απάντηση 7, ταυτόσημη κατά περιεχόμενο).

Επωνυμία εταιρίας / ομίλου	ΕΛΛΑΔΑ	ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ
Συμμετέχουσες επιχειρήσεις (Σύνολο)	[...]	[...]

53. Βάσει των προαναφερόμενων κύκλων εργασιών καταρχήν πληρούνται τα ποσοτικά όρια που τίθενται με τη διάταξη του άρθρου 6 παρ. 1 του ν. 3959/2011. Περαιτέρω, η γνωστοποιηθείσα πράξη δεν έχει κοινοτική διάσταση, καθώς τα μέρη δεν πληρούν τα κατώφλια του κύκλου εργασιών του άρθρου 1 παρ. 2 και 3 του Κανονισμού ΕΚ 139/2004⁸⁴.
54. Ενόψει των ανωτέρω, η παρούσα γνωστοποίηση υποβάλλεται αρμοδίως ενώπιον της Ε.Α.

Γ.3 ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΑΡΑΔΕΚΤΟΥ, ΕΜΠΡΟΘΕΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΣΗΚΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ

55. Οι υπόχρεες προς γνωστοποίηση ALPHA και STAR υπέβαλαν στην Ε.Α. έντυπο γνωστοποίησης (με αριθ. πρωτ. 111) την 8.1.2021, ήτοι εντός τριάντα (30) ημερών από τη σύναψη των Ιδιωτικών Συμφωνητικών Πώλησης και Μεταβίβασης Μετοχών της 15.12.2020 μεταξύ έκαστης γνωστοποιούσας και της πωλήτριας εταιρίας KONKAT ATE, καθώς και της συναφθείσας την ίδια ημερομηνία Συμφωνίας Μετόχων μεταξύ των ALPHA και STAR, κατά οριζόμενα 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 παράβολο⁸⁵.
56. Η γνωστοποιηθείσα πράξη δημοσιεύθηκε την 13.01.2021 στην ημερήσια οικονομική εφημερίδα πανελλαδικής κυκλοφορίας «ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ», κατά τα προβλεπόμενα στο άρθρο 6 παρ. 6 του Ν. 3959/2011 και στην απόφαση ΕΑ 558/VII/2013. Συνεπώς, η εν λόγω γνωστοποίηση θεωρείται εμπρόθεσμη και παραδεκτή.
57. Όπως αναφέρθηκε και στην Ενότητα Α.3 της παρούσας, ενόψει του ότι το ανωτέρω έντυπο γνωστοποίησης δεν είχε συμπληρωθεί πλήρως, η ΓΔΑ απέστειλε τις υπ' αριθ. πρωτ. 515/19.01.2021 και 516/19.01.2021 επιστολές προς τις εταιρίες ALPHA και STAR αντίστοιχα, με τις οποίες αιτήθηκε από τις γνωστοποιούσες τη συμπλήρωση της ως άνω αρχικής γνωστοποίησης, κατά τα προβλεπόμενα στο εδ. β της παρ. 11 του άρθρου 8 του Ν. 3959/2011, προκειμένου να καταστεί δυνατή η αξιολόγηση της γνωστοποιούμενης συγκέντρωσης. Οι γνωστοποιούσες

⁸⁴ Βλ. άρθρο 1 παρ. 2 και 3 του Κανονισμού του Συμβουλίου της 20.01.2004, για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων («Κοινοτικός κανονισμός συγκεντρώσεων»), ΕΕ L 024 της 29/01/2004, σελ. 1 – 22, σύμφωνα με το οποίο «2. Μία συγκέντρωση έχει κοινοτική διάσταση όταν: α) ο συνολικός κύκλος εργασιών που πραγματοποιούν παγκοσμίως όλες οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις υπερβαίνει τα 5 δισεκατομμύρια ευρώ και β) δύο τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν, κάθε μία χωριστά, εντός της Κοινότητας, συνολικό κύκλο εργασιών άνω των 250 εκατομμυρίων ευρώ, εκτός εάν κάθε μία από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιεί άνω των δύο τρίτων του συνολικού κοινοτικού κύκλου εργασιών της σε ένα και το αυτό κράτος μέλος. 3. Μία συγκέντρωση που δεν υπερβαίνει τα κατώτατα όρια που προβλέπονται στην παράγραφο 2 έχει κοινοτική διάσταση, εφόσον: α) ο συνολικός κύκλος εργασιών που πραγματοποιούν παγκοσμίως όλες οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις υπερβαίνει τα 2,5 δισεκατομμύρια ευρώ· β) ο συνολικός κύκλος εργασιών που πραγματοποιούν όλες οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις σε κάθε ένα από τρία τουλάχιστον κράτη μέλη, υπερβαίνει τα 100 εκατομμύρια ευρώ· γ) σε κάθε ένα από τα τρία τουλάχιστον κράτη μέλη που λαμβάνονται υπόψη για τους σκοπούς του στοιχείου β), δύο τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν κάθε μία χωριστά συνολικό κύκλο εργασιών άνω των 25 εκατομμυρίων ευρώ και δ) δύο τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν, κάθε μία χωριστά, εντός της Κοινότητας συνολικό κύκλο εργασιών άνω των 100 εκατομμυρίων ευρώ, εκτός εάν κάθε μία από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιεί άνω των δύο τρίτων του συνολικού κοινοτικού κύκλου εργασιών της σε ένα και το αυτό κράτος μέλος».

⁸⁵ Το υποβληθέν ηλεκτρονικό παράβολο €1.100 εκδόθηκε την 4.01.2021 (κωδικός παραβόλου 361934300951 0222 0020).

απάντησαν σχετικά με τις από 15.02.2021 επιστολές παροχής στοιχείων, επί των οποίων η ΓΔΑ ζήτησε εκ νέου διευκρινίσεις και συμπληρωματικά στοιχεία με τις υπ' αριθ. πρωτ. 1517/17.02.2021 και 1518/17.02.2021 επιστολές προς τις εταιρίες ALPHA και STAR αντίστοιχα, σύμφωνα με το άρθρο 8 παρ. 11 και 12 και το άρθρο 38 του Ν. 3959/2011. Οι γνωστοποιούσες απάντησαν σχετικά με τις από 25.02.2021 και επιστολές τους, με τις οποίες παρείχαν διευκρινίσεις και συμπληρωματικά στοιχεία.

58. Κατά συνέπεια, ως ημερομηνία προσήκουσας γνωστοποίησης θεωρείται η 25.02.2021 και ως καταληκτική ημερομηνία για την έκδοση της Απόφασης της ΕΑ η 26.03.2021.

Δ. ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Δ.1. ΑΔΕΙΟΔΟΤΗΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΩΝ ΣΤΑΘΜΩΝ ΕΛΕΥΘΕΡΗΣ ΛΗΨΗΣ – ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

59. Όπως αναφέρουν οι γνωστοποιούσες, η δραστηριοποίηση μιας εταιρίας στην αγορά της τηλεόρασης και κατ' επέκταση η λειτουργία ενός τηλεοπτικού σταθμού, υπόκειται σε αυστηρό ρυθμιστικό πλαίσιο, εποπτευόμενο από το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (εφεξής ως «ΕΣΡ»). Για το λόγο αυτό σημειώνουν στην Γνωστοποίηση ότι, η αγορά λιανικής παροχής τηλεοπτικού περιεχομένου ελεύθερης πρόσβασης διακρίνεται για τα υψηλά εμπόρια εισόδου.
60. Ειδικότερα, σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν.4339/2015, «[η] αδειοδότηση των παρόχων περιεχομένου επίγειας ψηφιακής τηλεοπτικής ευρυεκπομπής ελεύθερης λήψης γίνεται κατόπιν διαγωνιστικής διαδικασίας, η οποία διεξάγεται μέσω δημοπρασίας. Η διαδικασία αυτή διενεργείται από το ΕΣΡ, το οποίο εκδίδει τη σχετική προκήρυξη»⁸⁶. Στα επόμενα άρθρα του Ν. 4339/2015 ορίζεται το πλαίσιο⁸⁷ της διαδικασίας αδειοδότησης κατά τα ανωτέρω καθώς και οι προϋποθέσεις

⁸⁶ Βλ. παρ. 1 του άρ. 1 του Ν. 4339/2015. Όπως διευκρινίζεται σε επόμενο σημείο της εν λόγω παραγράφου, «ως πάροχος περιεχομένου επίγειας ψηφιακής τηλεοπτικής ευρυεκπομπής ελεύθερης λήψης θεωρείται η επιχείρηση που διαθέτει ολοκληρωμένο τηλεοπτικό περιεχόμενο προς μετάδοση στο κοινό, εικοσιτετράωρης ή μικρότερης χρονικής διάρκειας, μέσω επίγειας ψηφιακής τεχνολογίας και εμπίπτει στην έννοια του μέσου ενημέρωσης όπως αυτή ορίζεται στη διάταξη του εδαφίου β' της παρ. 4 του άρθρου 2 του Ν.3310/2005 (Α' 30)».

⁸⁷ Βλ. άρ. 2 του Ν. 4339/2015, σύμφωνα με το οποίο: «1. Η διενέργεια και η ολοκλήρωση της διαδικασίας αδειοδότησης του παρόντος νόμου γίνεται σύμφωνα με τους εκάστοτε ισχύοντες Χάρτες Συχνότητων επίγειας ψηφιακής ευρυεκπομπής τηλεοπτικού σήματος. Οι Χάρτες Συχνότητων δύνανται να τροποποιούνται με κοινή απόφαση του Υπουργού Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων και του Υπουργού στον οποίο ανατίθενται εκάστοτε οι αρμοδιότητες της Γενικής Γραμματείας Ενημέρωσης και Επικοινωνίας, μετά από αιτιολογημένη γνώμη της Ε.Ε.Τ.Τ. 2. Με τους Χάρτες Συχνότητων καθορίζονται οι συχνότητες, οι τεχνικές προδιαγραφές που οφείλουν να πληρούν οι πάροχοι δικτύου, κατά την έννοια του άρθρου 2 παρ. 4 του ν. 3592/2007 (Α' 61), συμπεριλαμβανομένης και της Ε.Ρ.Τ. Α.Ε., οι περιορισμοί εκπομπής στους οποίους υπόκεινται οι πάροχοι δικτύου, τα επιτρεπτά κέντρα εκπομπής, η γεωγραφική περιοχή κάλυψης του κάθε κέντρου εκπομπής, καθώς και η διαδικασία περιοδικού ελέγχου των ανωτέρω περιορισμών εκπομπής. Οι Χάρτες Συχνότητων διαμορφώνονται σύμφωνα με τη Διεθνή Σύμβαση Τηλεπικοινωνιών, τον προσαρτημένο σε αυτήν Κανονισμό Ραδιοεπικοινωνιών και τις Διεθνείς Συμβάσεις εκχώρησης συχνοτήτων. [...] 5. Η χρονική διάρκεια των αδειών παρόχων περιεχομένου είναι δέκα (10) έτη από την ημερομηνία της έκδοσής τους. 6. Η διαδικασία της αδειοδότησης των παρόχων περιεχομένου μέσω δημοπρασίας διεξάγεται με την έκδοση προκήρυξης από το Ε.Σ.Ρ., σύμφωνα με τους όρους του παρόντος. Προκηρύξεις από το Ε.Σ.Ρ. είναι δυνατόν να εκδίδονται ξεχωριστά ανά κατηγορία αδειών. 7. Οι υποψήφιοι για την χορήγηση άδειας παρόχου περιεχομένου επίγειας ψηφιακής τηλεοπτικής ευρυεκπομπής ελεύθερης λήψης υποχρεούνται να δηλώσουν με την κατατεθείσα αίτηση συμμετοχής τους στη διαδικασία αδειοδότησης την εμβέλεια για την οποία ζητούν να τους χορηγηθεί η άδεια (εθνική ή περιφερειακή), το είδος προγράμματος (ενημερωτικού ή μη περιεχομένου) και το ειδικότερο θεματικό περιεχόμενό του, σε περίπτωση που η υποβαλλόμενη αίτηση αφορά τη χορήγηση άδειας παρόχου θεματικού περιεχομένου ή μη ενημερωτικού».

συμμετοχής⁸⁸ των ενδιαφερόμενων παρόχων στη διαγωνιστική διαδικασία. Περαιτέρω καθορίζεται ο ελάχιστος τεχνολογικός εξοπλισμός και κτιριακή υποδομή⁸⁹ που υποχρεούνται να διαθέτουν οι ενδιαφερόμενοι πάροχοι ενώ με τον ίδιο νόμο καθορίζονται τα ελάχιστα επίπεδα απασχολούμενου προσωπικού⁹⁰.

Δ.2 ΠΡΟΒΟΛΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΑΠΟ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟΥΣ ΣΤΑΘΜΟΥΣ ΕΛΕΥΘΕΡΗΣ ΛΗΨΗΣ

61. Το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο καθορίζει το είδος/κατηγορία του προβαλλόμενου περιεχομένου από τους λειτουργούντες τηλεοπτικούς σταθμούς. Συγκεκριμένα, πέρα από την **ελάχιστη**

⁸⁸ Βλ. άρ. 3 του Ν. 4339/2015 όπου ορίζεται ότι «1. Δικαίωμα συμμετοχής στη διαδικασία αδειοδότησης που διεξάγεται μέσω δημοπρασίας έχουν: α) Ανώνυμες ή υπό σύσταση ανώνυμες εταιρίες της ημεδαπής ή της αλλοδαπής, οι οποίες δραστηριοποιούνται αποκλειστικά στον τομέα των μέσων ενημέρωσης και έχουν ως εταιρικό σκοπό την παροχή υπηρεσιών επίγειας ψηφιακής τηλεοπτικής ευρυεκπομπής ελεύθερης λήψης. Σε περίπτωση υποβολής υποψηφιότητας από υπό σύσταση ανώνυμη εταιρία, ο υποψήφιος υποχρεούται προ της υποβολής υποψηφιότητας, να έχει καταρτίσει την εταιρική σύμβαση με τον προβλεπόμενο στην οικεία νομοθεσία τύπο. [...]. β) Οι επιχειρήσεις των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Ο.Τ.Α.), με ειδικό σκοπό την παροχή υπηρεσιών επίγειας ψηφιακής τηλεοπτικής ευρυεκπομπής ελεύθερης λήψης, με τη μορφή ανώνυμης εταιρίας, και έδρα εντός της Περιφερειακής Ζώνης, για την οποία προκηρύσσονται οι αντίστοιχες άδειες. [...] γ) Κοινοπραξίες ή υπό σύσταση κοινοπραξίες, που δραστηριοποιούνται αποκλειστικά στον τομέα των μέσων ενημέρωσης και έχουν ως εταιρικό σκοπό την παροχή υπηρεσιών επίγειας ψηφιακής τηλεοπτικής ευρυεκπομπής ελεύθερης λήψης. Τα μέλη της κοινοπραξίας πρέπει να έχουν τη μορφή της ανώνυμης εταιρίας. [...] Μέτοχοι της συσταθισμένης, από τα μέλη της κοινοπραξίας, ανώνυμης εταιρίας μπορούν να είναι μόνο όσοι συμμετείχαν στην υποψηφιότητα κατά την υποβολή της. 2. Οι υποψήφιοι οφείλουν, με την αίτηση συμμετοχής τους, να συνυποβάλουν τα προβλεπόμενα νομιμοποιητικά έγγραφα που αποδεικνύουν τη σύσταση της εταιρίας ή της κοινοπραξίας και των μελών αυτής, ιδίως δε το έγγραφο σύστασης, το κωδικοποιημένο καταστατικό της υποψήφιας εταιρίας ή των μελών της κοινοπραξίας, νομίμως κατατεθειμένο στην αρμόδια αρχή, καθώς και κάθε άλλο σχετικό έγγραφο που καθορίζεται με την προκήρυξη του Ε.Σ.Ρ.»

⁸⁹ Βλ. άρ. 7 του Ν. 4339/2015 σύμφωνα με το οποίο: «1. Οι υποψήφιοι προς αδειοδότηση οφείλουν να διαθέτουν τεχνολογικό εξοπλισμό και κτιριακή υποδομή που τους εξασφαλίζει την άρτια ψηφιακή εκπομπή του προγράμματός τους και τη μεταφορά του σήματός τους στις εγκαταστάσεις του παρόχου δικτύου και ιδίως τα εξής: α) τεχνολογικό εξοπλισμό που αφορά τον κεντρικό έλεγχο για την παραγωγή σημάτων, το χρονικό συγχρονισμό και την επικοινωνία των πηγών σήματος, τη διανομή των σημάτων, τη ροή του προγράμματος, τους χώρους τεχνικής επεξεργασίας και παραγωγής προγράμματος και τους σταθμούς μοντάζ, με τα αντίστοιχα τεχνικά σχέδια εγκατάστασης, β) κτιριακές εγκαταστάσεις για αίθουσα κεντρικού ελέγχου, αίθουσα ροής, χώρους τεχνικής επεξεργασίας και παραγωγής προγράμματος και αίθουσα μοντάζ. 2. Με την προκήρυξη του Ε.Σ.Ρ. καθορίζονται οι ελάχιστες τεχνικές προδιαγραφές ανά κατηγορία της αιτούμενης άδειας λειτουργίας, που αφορούν τον τεχνολογικό εξοπλισμό και την κτιριακή υποδομή των υποψηφίων, καθώς και τα απαιτούμενα δικαιολογητικά προς απόδειξή τους. 3. Σε περίπτωση που υποψήφιος προς αδειοδότηση κατά τον χρόνο υποβολής της υποψηφιότητάς του, δεν διαθέτει τον τεχνολογικό εξοπλισμό και την κτιριακή υποδομή που καλύπτει τις τεχνικές προδιαγραφές που καθορίζονται με την προκήρυξη του Ε.Σ.Ρ. ανά κατηγορία άδειας λειτουργίας, υποχρεούται να υποβάλει υπεύθυνη δήλωση με την οποία βεβαιώνει ότι θα τα διαθέτει, εντός χρονικού διαστήματος έξι (6) μηνών από τη χορήγηση της άδειας».

⁹⁰ Ειδικότερα, κατά τα ορισθέντα στο άρ. 9 του Ν. 4339/2015, «1. Οι υποψήφιοι προς αδειοδότηση πάροχοι περιεχομένου υποχρεούνται να απασχολούν, ανάλογα με την κατηγορία της εμβέλειας (εθνικής ή περιφερειακής) και το είδος του προγράμματος (ενημερωτικού, γενικού ή θεματικού περιεχομένου, ή μη ενημερωτικού), συγκεκριμένο ετήσιο μέσο όρο προσωπικού πλήρους απασχόλησης, σε θέσεις δημοσιογράφων, τεχνικού προσωπικού και διοικητικού προσωπικού, με σύμβαση εργασίας, σύμφωνα με τους όρους που προβλέπονται στην οικεία εργατική και κοινωνικοασφαλιστική νομοθεσία 2. Το προσωπικό των υποψηφίων προς αδειοδότηση παρόχων περιεχομένου πρέπει να απαρτίζεται τουλάχιστον από: α. τετρακόσια (400) άτομα για άδεια εθνικής εμβέλειας ενημερωτικού χαρακτήρα γενικού περιεχομένου, β. διακόσια (200) άτομα για άδεια εθνικής εμβέλειας ενημερωτικού χαρακτήρα θεματικού περιεχομένου, γ. πενήντα (50) άτομα για άδεια εθνικής εμβέλειας μη ενημερωτικού χαρακτήρα. [...]. 6. Σε περίπτωση που ο υποψήφιος προς αδειοδότηση δεν απασχολεί τον κατά τα ως άνω οριζόμενο ελάχιστο αριθμό προσωπικού κατά το χρόνο υποβολής της υποψηφιότητάς του, υποχρεούται να υποβάλει σχετικό οργανόγραμμα και υπεύθυνη δήλωση με την οποία βεβαιώνει ότι, εντός χρονικού διαστήματος τριών (3) μηνών από τη χορήγηση της άδειας, θα απασχολεί τον προβλεπόμενο ελάχιστο αριθμό προσωπικού».

διάρκεια ημερήσιας προβολής περιεχομένου, η οποία δεν μπορεί να υπολείπεται των εικοσιτεσσάρων (24) ωρών για τους ενημερωτικούς τηλεοπτικούς σταθμούς πανελληνίας εμβέλειας ενημερωτικού χαρακτήρα⁹¹, όπως των σταθμών που λειτουργούν οι ALPHA και STAR, καθορίζεται επιπρόσθετα το **ελάχιστο περιεχόμενο του προγράμματος**, ως εξής: «[τ]ο ελάχιστο περιεχόμενο του προγράμματος εθνικής εμβέλειας παρόχου περιεχομένου ενημερωτικού προγράμματος γενικού περιεχομένου [ενν. όχι θεματικού/ εξειδικευμένου περιεχομένου], περιλαμβάνει α) τρία καθημερινά τακτά πρωτότυπα δελτία ειδήσεων συνολικής ημερήσιας διάρκειας τουλάχιστον ενενήντα (90) λεπτών, β) εκπομπές λόγου, τέχνης, πολιτισμού και θεάτρου τουλάχιστον δέκα (10) ωρών μηνιαίως καθώς και τουλάχιστον τέσσερις (4) από τις ακόλουθες κατηγορίες: εκπομπές ενημερωτικές, ποικίλης ύλης, ελαφράς ψυχαγωγίας (τηλεπαιχνίδια, θεάματα, εκδηλώσεις κλπ), ελληνικές σειρές, ξένες σειρές, παιδικές εκπομπές, ντοκιμαντέρ, εκπομπές αθλητικού περιεχομένου, συνολικής μηνιαίας διάρκειας καθεμιάς εξ αυτών τουλάχιστον δέκα (10) ωρών γ) τα προβλεπόμενα από τις διατάξεις των άρθρων 17 και 18 του π.δ. 109/2010 για την προώθηση των ευρωπαϊκών έργων συμπεριλαμβανομένων και των ανεξάρτητων παραγωγών⁹²»⁹³. Συνάγεται, επομένως, ότι οι τηλεοπτικοί σταθμοί εφάμιλλου χαρακτήρα και κατηγορίας με αυτούς που λειτουργούν οι γνωστοποιούσες υπόκεινται σε νομική υποχρέωση προβολής ποικίλου περιεχομένου υπό συγκεκριμένες προϋποθέσεις⁹⁴.

62. Επιπλέον, οι τηλεοπτικοί σταθμοί **υποχρεούνται να προβάλλουν έργα ανεξάρτητων παραγωγών, ήτοι μη συνδεδεμένων με τους ίδιους τους τηλεοπτικούς σταθμούς, τα οποία πρέπει να καλύπτουν κατ' ελάχιστο το δέκα τοις εκατό (10%) του συνολικού χρόνου προβολής τηλεοπτικού περιεχομένου σε ετήσια βάση**⁹⁵. Όπως αναφέρεται στις σχετικές διατάξεις, «[σ]τον υπολογισμό του συνολικού χρόνου μετάδοσης δεν περιλαμβάνεται ο χρόνος μετάδοσης που αφιερώνεται σε ειδήσεις, αθλητικές εκδηλώσεις, τηλεοπτικά παιχνίδια, τηλεοπτικές διαφημίσεις, τηλεπωλήσεις, καθώς και σε υπηρεσίες τηλεκειμενογραφίας»⁹⁶.

⁹¹ Βλ. παρ. 1 του άρ. 8 του Ν. 4339/2015.

⁹² Σημειώνεται ότι το Π.Δ. 109/2010 που αφορά στην εγχώρια εφαρμογή της Ευρωπαϊκής Οδηγίας 2010/13, έπαυσε να ισχύει με την εφαρμογή το Ν.4779/2021 με τον οποίο ενσωματώνεται στην εθνική νομοθεσία η Οδηγία (ΕΕ) 2010/13 όπως τροποποιήθηκε με την Οδηγία (ΕΕ) 2018/1808. Τα προβλεπόμενα στο προηγούμενο ισχύον ΠΔ 109/2010 και στο Ν.4779/2021 είναι σε μεγάλο βαθμό παρεμφερή. Σύμφωνα με το ισχύον άρ. 17 του Ν.4779/2021 περί «Ενίσχυσης της εθνικής και ευρωπαϊκής παραγωγής οπτικοακουστικών έργων από κατά παραγγελία παρόχους υπηρεσιών μέσω επικοινωνίας, εγκατεστημένους σε άλλο κράτος μέλος», οι πάροχοι μέσω επικοινωνίας (που δραστηριοποιούνται εντός της ελληνικής επικράτειας, ανεξάρτητα της έδρας τους), στους οποίους εντάσσονται οι τηλεοπτικοί σταθμοί, «πρέπει να διασφαλίζουν ότι οι κατάλογοί τους περιλαμβάνουν ευρωπαϊκά έργα σε ποσοστό τουλάχιστον τριάντα τοις εκατό (30%) και ότι τα έργα αυτά κατέχουν προβεβλημένη θέση σε αυτούς. Οι πάροχοι αυτοί οφείλουν τον Ιούνιο κάθε έτους να υποβάλουν στο ΕΣΡ στοιχεία σχετικά με την υλοποίηση των υποχρεώσεων που απορρέουν από την παρούσα και αφορούν στο προηγούμενο έτος» ενώ κατά τα ορισθέντα στο άρ. 20 του Ν.4779/2021 περί «Πρώτωσης ευρωπαϊκών έργων – Υποβολής εκθέσεων στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή», οι τηλεοπτικοί οργανισμοί, [ως τηλεοπτικοί οργανισμοί ορίζονται οι πάροχοι υπηρεσιών μέσω επικοινωνίας που προσφέρουν τηλεοπτικές εκπομπές και συνεπώς περιλαμβάνονται οι τηλεοπτικοί σταθμοί στο σύνολό τους] υποχρεούνται «να μεταδίδουν ευρωπαϊκά έργα σε ποσοστό άνω του πενήντα τοις εκατό (50%) του συνολικού χρόνου των μεταδιδόμενων από αυτούς τηλεοπτικών προγραμμάτων, υπολογιζόμενου σ ετήσια βάση. Στον υπολογισμό του συνολικού χρόνου μετάδοσης δεν περιλαμβάνεται ο χρόνος μετάδοσης που αφιερώνεται σε ειδήσεις, αθλητικές εκδηλώσεις, τηλεοπτικά παιχνίδια, τηλεοπτικές διαφημίσεις, τηλεπωλήσεις, καθώς και σε υπηρεσίες τηλεκειμενογραφίας».

⁹³ Βλ. παρ. 2 του άρ. 8 του Ν. 4339/2015.

⁹⁴ Το γεγονός αυτό επισημαίνεται και από την ALPHA, η οποία επικαλούμενη τις διατάξεις του Ν.4339/2015 υποστηρίζει ότι «[...]». Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1426/15.02.2021 επιστολή.

⁹⁵ Βλ. άρ. 18 του ΠΔ 109/2010 καθώς και ισχύον άρ. 20 του Ν.4779/2021.

⁹⁶ Ο. π. βλ. άρ. 18 του ΠΔ 109/2010 καθώς και ισχύον άρ. 20 του Ν.4779/2021.

Ε. ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Ε.1 ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ - Η ΑΛΥΣΙΔΑ ΑΞΙΑΣ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ

63. Η γνωστοποιηθείσα πράξη βάσει της δραστηριότητας των συμμετεχουσών επιχειρήσεων, αφορά σε διακριτά στάδια της ευρύτερης «αλυσίδας αξίας» της τηλεόρασης (TV value chain – εφεξής και ως «αλυσίδα αξίας τηλεόρασης»). Το οπτικοακουστικό τηλεοπτικό περιεχόμενο (εφεξής και «τηλεοπτικό περιεχόμενο») καλύπτει το σύνολο του περιεχομένου ανεξάρτητα του είδους/κατηγορίας του (ήτοι ταινίες, αθλητικές εκπομπές, σειρές, shows, ζωντανές διοργανώσεις, ντοκιμαντέρ κ.λπ.) το οποίο μεταδίδεται από τους διάφορους παρόχους τηλεοπτικού περιεχομένου, ήτοι τηλεοπτικούς σταθμούς/ κανάλια ελεύθερης λήψης, συνδρομητικά κανάλια, κ.α, (εφεξής από κοινού και ως «τηλεοπτικοί σταθμοί»⁹⁷). Επιπλέον, το τηλεοπτικό περιεχόμενο δύναται να μεταδίδεται και από διεθνείς πλατφόρμες που δραστηριοποιούνται αποκλειστικά μέσω του διαδικτύου (αποκαλούμενες «Over-The-Top» ή OTT platforms).
64. Βάσει πρόσφατων αποφάσεων της Ε. Επ.⁹⁸, εν γένει η αλυσίδα αξίας της τηλεόρασης περιλαμβάνει τις εξής διακριτές δραστηριότητες:
- (α) παραγωγή και προμήθεια τηλεοπτικού περιεχομένου («production and supply of TV content»)⁹⁹.
 - (β) χονδρική προμήθεια τηλεοπτικών καναλιών («wholesale supply of TV channels»)¹⁰⁰. και
 - (γ) λιανική παροχή τηλεοπτικού περιεχομένου σε τελικούς καταναλωτές («retail provision of TV services to end customers»)^{101,102}.

⁹⁷ Για τις ανάγκες της παρούσας, με τον όρο «τηλεοπτικός σταθμός» νοούνται από κοινού όλες οι εταιρίες που δραστηριοποιούνται στην αγορά της τηλεόρασης, ήτοι ανεξάρτητα με το εάν πρόκειται για τηλεοπτικούς σταθμούς ελεύθερης λήψης, συνδρομητικούς τηλεοπτικούς σταθμούς, σταθμούς που εντάσσονται αποκλειστικά σε πλατφόρμες περιεχομένου κλπ.

⁹⁸ Βλ. ενδεικτικά υπόθ. Μ.8861 – COMCAST/SKY, απόφαση της Ε.Επ. της 15.06.2018, σκ. 9 και υπόθ. Μ.8354 – FOX/SKY, απόφαση της Ε.Επ. της 07.04.2017, σκ. 29.

⁹⁹ Βλ. υπόθ. Μ.7194 – LIBERTY GLOBAL/CORELIO/W&W/DE VIJVER MEDIA, απόφαση της Ε.Επ. της 24.02.2015, σκ. 19-20, υπόθ. Μ.8354 – FOX/SKY, απόφαση της Ε.Επ. της 07.04.2017, σκ. 31-33 και υπόθ. Μ.8861 – COMCAST/SKY, απόφαση της Ε.Επ. της 15.06.2018, σκ. 11-13.

¹⁰⁰ Τα (γραμμικά) τηλεοπτικά κανάλια προβάλλονται στους τελικούς χρήστες είτε με ελεύθερη πρόσβαση («free-to-air TV») ή ως μέρος «μπουκέτου» καναλιών που προσφέρονται στους καταναλωτές από παρόχους συνδρομητικών πλατφορμών («pay-TV»).

¹⁰¹ Βλ. και υπόθ. Μ.7194 – LIBERTY GLOBAL/CORELIO/W&W/DE VIJVER MEDIA, απόφαση της Ε.Επ. της 24.02.2015, σκ. 42-43, υπόθ. Μ.8354 – FOX/SKY, απόφαση της Ε.Επ. της 07.04.2017, σκ. 51-52 και υπόθ. Μ.8861 – COMCAST/SKY, απόφαση της Ε.Επ. της 15.06.2018, σκ. 26-27.

¹⁰² Επισημαίνεται ότι αν και δεν αφορά άμεσα στην αλυσίδα αξίας της τηλεόρασης, υπό την έννοια της μετάδοσης τηλεοπτικού περιεχομένου στο κοινό, η Ε.Επ. συχνά λαμβάνει υπόψη στην ανάλυσή της επί των επιπτώσεων συγκεντρώσεων εταιριών που δραστηριοποιούνται στην αλυσίδα αξίας τηλεόρασης και την επίδραση στην επίσης διακριτή δραστηριότητα της πώλησης διαφημιστικού χώρου στα τηλεοπτικά κανάλια («sale of advertising on TV channels»). Όπως έχει αναφερθεί σε προηγούμενες αποφάσεις της Ε.Επ. (βλ. ενδεικτικά υπόθ. Μ.9064 – TELIA COMPANY/BONNIER BROADCASTING HOLDING, απόφαση της Ε.Επ. της 12.11.2019, σκ. 110), οι τηλεοπτικοί οργανισμοί πωλούν διαφημιστικό χώρο στα τηλεοπτικά τους κανάλια και στις υπηρεσίες OTT («Over The Top») που διαθέτουν. Η πώληση διαφημιστικού χώρου αποτελεί σημαντική πηγή εσόδων για τα κανάλια ελεύθερης μετάδοσης, ενώ τα συνδρομητικά κανάλια εឹងται να βασίζονται τα έσοδά τους περισσότερο στις χρεώσεις που θέτουν στους παρόχους τηλεοπτικών υπηρεσιών λιανικής ή στους τελικούς χρήστες. Πάντως, όπως επισημαίνεται από ερωτηθείσες εταιρίες λειτουργίας τηλεοπτικών σταθμών ελεύθερης λήψης στο πλαίσιο της παρούσας, τα συνδρομητικά κανάλια αποσπών σημαντικό μέρος της διαφημιστικής δαπάνης σε τηλεοπτικά μέσα (για παράδειγμα, η εταιρία [...] που λειτουργεί το σταθμό [...], αναφέρει στην υπ' αριθ. πρωτ. 1631/19.02.2021 επιστολή της ότι «[ο]ι συνδρομητικές πλατφόρμες Cosmote και Forthnet είναι επίσης ανταγωνιστές [ενν. του εν λόγω τηλεοπτικού σταθμού], δεδομένου ότι περιλαμβάνονται

65. Η ανωτέρω υπό (β) δραστηριότητα δεν αφορά στην υπό κρίση πράξη, δεδομένου ότι ούτε οι γνωστοποιούσες ούτε και η εταιρία-στόχος δραστηριοποιούνται σε αυτήν. Ως εκ τούτου, για τους σκοπούς της παρούσας γνωστοποίησης θα αναλυθούν μόνο οι υπό (α) και (γ) ανωτέρω δραστηριότητες.

E.1.1 Η παραγωγή και προμήθεια τηλεοπτικού περιεχομένου («production and supply of TV content»)

66. Από την πλευρά της ζήτησης, οι τηλεοπτικοί σταθμοί, για τους οποίους το τηλεοπτικό περιεχόμενο συνιστά βασική εισροή προκειμένου να το μεταδώσουν/προσφέρουν στο τηλεοπτικό κοινό (τελικούς καταναλωτές) μπορούν:

(α) Να αποκτήσουν **νέο τηλεοπτικό περιεχόμενο** το οποίο **παράγεται κατά παραγγελία** και σε εξατομικευμένη/*ad hoc* βάση («production and supply of commissioned TV production content») μέσω:

(i) ανάθεσης της παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου σε εταιρία παραγωγής (η οποία κατέχει και τη σχετική ιδέα/format¹⁰³).

(ii) ανάθεσης/ πρόσληψης εταιρίας παραγωγής για την παροχή των τεχνικών μέσων και την παράδοση του τελικού τηλεοπτικού περιεχομένου, βάσει μιας ιδέας/ format που ανήκει στον ίδιο τον τηλεοπτικό σταθμό που προβαίνει στην ανάθεση της παραγωγής· ή

(iii) παραγωγής του περιεχομένου με ίδια μέσα, βασιζόμενοι σε εσωτερικές εγκαταστάσεις, ή/και

(β) Να αποκτήσουν **δικαιώματα μετάδοσης/προβολής** από εταιρίες παραγωγής **επί ήδη έτοιμου τηλεοπτικού περιεχομένου** («pre-produced TV content» ή «off-the-shelf» ή «tape sales») ή **μετάδοσης ζωντανού περιεχομένου/ αναμετάδοσης** ήδη μαγνητοσκοπημένου περιεχομένου (πχ αθλητικές συναντήσεις, συναυλίες κλπ)¹⁰⁴.

67. Αναφορικά με την ανωτέρω υπό (α) μέθοδο απόκτησης περιεχομένου, ήτοι την **παραγωγή και προμήθεια κατά παραγγελία τηλεοπτικού περιεχομένου**¹⁰⁵, αυτή περιλαμβάνει τόσο τον εξοπλισμό (μηχανήματα, studio κ.λ.π.) όσο και το εξειδικευμένο προσωπικό (ηχολήπτες, κάμεραμαν, χειριστές κοντρόλ κ.λ.π.) που είναι απαραίτητα για την παραγωγή ταινιών,

στις τηλεοπτικές μετρήσεις [ενν. τηλεθέασης] και λαμβάνουν ανάλογο μέρος της διαφημιστικής πίτας»). Εν προκειμένω και στο πλαίσιο αξιολόγησης της υπό κρίση πράξης, λεκτέο είναι ότι το σύνολο των εταιριών λειτουργίας τηλεοπτικών σταθμών, υποστήριξε ότι δραστηριοποιείται στην πώληση διαφημιστικού χώρου, καθώς αυτή η δραστηριότητα αποτελεί τη βασική πηγή εσόδων τους. Την ίδια στιγμή, όπως αναλύεται στην Ενότητα Ε.4, κατά τον υπολογισμό των μεριδίων αγοράς των εταιριών λειτουργίας τηλεοπτικών σταθμών στη λιανική παροχή τηλεοπτικού περιεχομένου σε τελικούς καταναλωτές λαμβάνονται υπόψη και τα έσοδά τους από προβληθείσες διαφημίσεις. Συνεπώς, η «θέση» κάθε εταιρίας λειτουργίας τηλεοπτικού σταθμού στην αγορά τηλεόρασης αντανακλά (και ενσωματώνει) τη «θέση» έκαστης εταιρίας στην πώληση διαφημιστικού χώρου. Για το λόγο αυτό, στο πλαίσιο της παρούσας, δεν εξετάζεται διακριτά η εν λόγω δραστηριότητα.

¹⁰³ Το τηλεοπτικό format αναφέρεται στη συνολική ιδέα και την κατοχύρωση ενός τηλεοπτικού προγράμματος που προστατεύεται από πνευματικά δικαιώματα.

¹⁰⁴ Στην Ελλάδα οι τηλεοπτικοί σταθμοί πανελληνίας εμβέλειας ελεύθερης λήψης (ήτοι οι γνωστοποιούσες και οι ανταγωνιστές τους) αποκτούν περιεχόμενο και με τους δύο τρόπους. Κατ' εξαίρεση, η εταιρία [...], που λειτουργεί τον [...] τηλεοπτικό σταθμό ελεύθερης λήψης, αναφέρει ότι «[...]» (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1457/15.02.2021 επιστολή).

¹⁰⁵ Βλ. και υπόθ. Μ.7194 – LIBERTY GLOBAL/CORELIO/W&W/DE VIJVER MEDIA, απόφαση της Ε.Επ. της 24.02.2015, σκ. 21-23, υπόθ. Μ.8354 – FOX/SKY, απόφαση της Ε.Επ. της 07.04.2017, σκ. 35-37 και υπόθ. Μ.8861 – COMCAST/SKY, απόφαση της Ε.Επ. της 15.06.2018, σκ. 14-15.

τηλεοπτικών σειρών, ενημερωτικών εκπομπών και προγραμμάτων¹⁰⁶.

68. Οι εταιρίες παραγωγής μπορεί είτε (α) να είναι κάθεται ενοποιημένες επιχειρήσεις, ήτοι να παράγουν τηλεοπτικό περιεχόμενο, ως επί το πλείστον, για εσωτερική/ ίδια χρήση από την εταιρία λειτουργίας τηλεοπτικού σταθμού στην οποία ανήκουν («captive TV production»), ή (β) να παράγουν τηλεοπτικό περιεχόμενο για να προμηθεύσουν τρίτα μέρη¹⁰⁷, ως επί το πλείστον τηλεοπτικούς σταθμούς, («non-captive TV production»).
69. Όπως αναλύεται από τις γνωστοποιούσες¹⁰⁸, οι εταιρίες παραγωγής αναπτύσσουν και παρέχουν στους τηλεοπτικούς σταθμούς, συνήθως, τηλεοπτικό περιεχόμενο προσαρμοσμένο στις ανάγκες των πελατών τους, επί τη βάσει ενός πρωτότυπου προγράμματος με τους εξής τρόπους: είτε α) το δημιουργούν οι ίδιες, και το παρουσιάζουν στους τηλεοπτικούς σταθμούς και, εφόσον οι τελευταίοι συμφωνήσουν, ξεκινά η παραγωγή του¹⁰⁹, είτε β) κατόπιν απόκτησης των σχετικών δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας από τον εκάστοτε κάτοχό τους («commissioned production»), πχ ως προς την «ιδέα»/format του προγράμματος. Σε άλλες περιπτώσεις, οι εταιρίες παραγωγής αναλαμβάνουν (απευθείας ή μέσω τρίτων, ως υπεργολάβοι) για λογαριασμό των τηλεοπτικών σταθμών να παράσχουν μόνο τα τεχνικά μέσα παραγωγής και να παραδώσουν το τελικό πρόγραμμα, βάσει μιας ιδέας που κατέχει ή απέκτησε ο τηλεοπτικός σταθμός που αιτήθηκε την παραγωγή («production-for-hire») και υπό αυτή την έννοια, η εταιρία παραγωγής περιορίζεται στο ρόλο του «εκτελεστή παραγωγής». Το κόστος παραγωγής συνήθως βαρύνει εξ ολοκλήρου ή σχεδόν εξ ολοκλήρου τους τηλεοπτικούς σταθμούς¹¹⁰.
70. Αναφορικά με την ανωτέρω **υπό (β) μέθοδο απόκτησης περιεχομένου**, ήτοι την **απόκτηση δικαιωμάτων μετάδοσης/προβολής επί ήδη έτοιμου τηλεοπτικού περιεχομένου ή μετάδοσης/αναμετάδοσης ζωντανού ή ήδη μαγνητοσκοπημένου περιεχομένου¹¹¹**, τα

¹⁰⁶ Βλ. και σελ. 29 της Γνωστοποίησης.

¹⁰⁷ Ως τρίτα μέρη, νοούνται: (α) οι τηλεοπτικοί οργανισμοί, πάροχοι υπηρεσιών μέσω (όπως αναφέρθηκε στην Ενότητα Δ, σύμφωνα με το άρ. 2 του Ν.4779/2021, ως τηλεοπτικοί οργανισμοί ορίζονται οι πάροχοι υπηρεσιών μέσω επικοινωνίας που προσφέρουν τηλεοπτικές εκπομπές), οι οποίοι στη συνέχεια ενσωματώνουν το τηλεοπτικό περιεχόμενο σε γραμμικά τηλεοπτικά κανάλια («linear TV channels») ή (β) φορείς εκμετάλλευσης πλατφορμών περιεχομένου («content platform operators»), οι οποίοι στη συνέχεια μεταπωλούν το τηλεοπτικό περιεχόμενο στους τελικούς χρήστες με μη γραμμικό τρόπο (αυτό περιλαμβάνει, για παράδειγμα, την «πληρωμή ανά προβολή» («Pay-Per-View», PPV) ή το «κατ' απαίτηση βίντεο» («video on demand», VOD). Επιπλέον, σε αυτή την περίπτωση περιλαμβάνονται και οι μη παραδοσιακές πλατφόρμες, δηλαδή το διαδίκτυο ή οι λεγόμενες «Over-The-Top» (OTT) πλατφόρμες.

¹⁰⁸ Βλ. σελ. 32 της Γνωστοποίησης.

¹⁰⁹ Για παράδειγμα, όπως αναφέρει η εταιρία παραγωγής [...], «[η] εταιρία μας επιλέγει το βιβλίο ή την περίληψη σεναρίου που θα δραματογραφήσει. Γίνεται η παρουσίαση του έργου σε τηλεοπτικούς σταθμούς. Με την αποδοχή του έργου από τον τηλεοπτικό σταθμό, η εταιρία επιλέγει τους σεναριογράφους, τους ηθοποιούς και το τεχνικό προσωπικό» (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2051/05.03.2021 επιστολή). Συναφή διαδικασία περιγράφουν και οι εταιρίες παραγωγής [...], [...] και [...] (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2004/04.03.2021, 2102/08.03.2021 και 2028/04.03.2021 επιστολές αντίστοιχα) όπως αναλύεται στην Ενότητα Ε.2 ακολούθως.

¹¹⁰ Όσον αφορά δε στην κυριότητα των διαφόρων δικαιωμάτων που σχετίζονται με το παραγόμενο τηλεοπτικό περιεχόμενο, ο βαθμός στον οποίο τα δικαιώματα αυτά διατηρούνται από την εταιρία παραγωγής μπορεί να ποικίλλει βάσει διαφόρων παραγόντων, όπως η εθνική νομοθεσία, το είδος της μετάδοσης, το αποτέλεσμα των εμπορικών διαπραγματεύσεων μεταξύ των μερών κ.λπ ενώ ο δικαιούχος των δικαιωμάτων αυτών δύναται να επιτύχει δευτερευόντα έσοδα μέσω περαιτέρω εκμετάλλευσής του, πχ μέσω της χορήγησης των δικαιωμάτων του τηλεοπτικού περιεχομένου ή της ιδέας σε τρίτους. Βλ. και υποθ. Μ.8861 – COMCAST/SKY, απόφαση της Ε.Επ, σκ. 15.

¹¹¹ Βλ. και υποθ. Μ.7194 – LIBERTY GLOBAL/CORELIO/W&W/DE VIJVER MEDIA, απόφαση της Ε.Επ. της 24.02.2015, σκ. 26-28, υποθ. Μ.8354 – FOX/SKY, απόφαση της Ε.Επ. της 07.04.2017, σκ. 40-42 και υποθ. Μ.8861 – COMCAST/SKY, απόφαση της Ε.Επ. της 15.06.2018, σκ. 16-17.

δικαιώματα μετάδοσης που σχετίζονται με το τηλεοπτικό περιεχόμενο μπορεί να ανήκουν:

- στον κάτοχο των δικαιωμάτων της ιδέας/format,
- στην εταιρία παραγωγής που δημιούργησε το τηλεοπτικό περιεχόμενο,
- στην εταιρία/τηλεοπτικό σταθμό που ανέθεσε την παραγωγή του τηλεοπτικού περιεχομένου σε εταιρία παραγωγής,
- σε τρίτο πάροχο, ο οποίος τα απέκτησε από τον αρχικό κάτοχο, με δικαίωμα περαιτέρω εκχώρησης (sub-license) των σχετικών δικαιωμάτων¹¹².

71. Οι ανωτέρω κάτοχοι των δικαιωμάτων, οι οποίοι συνιστούν εν προκειμένω την πλευρά της προσφοράς, εκχωρούν τα δικαιώματα μετάδοσης σε «αθροιστές περιεχομένου» («content aggregators»), οι οποίοι αποτελούν την πλευρά της ζήτησης της αγοράς απόκτησης δικαιωμάτων, και είναι τηλεοπτικοί σταθμοί ή φορείς εκμετάλλευσης πλατφορμών περιεχομένου¹¹³.
72. Πρόσθετα, σημειώνεται ότι σύμφωνα με αποφάσεις της Ε.Επ., η προκειμένη δραστηριότητα περιλαμβάνει και την απόκτηση δικαιωμάτων για αναμετάδοση σε πραγματικό χρόνο αθλητικών γεγονότων¹¹⁴. Ωστόσο, η αναμετάδοση σε πραγματικό χρόνο αθλητικών γεγονότων, ιδίως γεγονότων που διεξάγονται στη χώρα λειτουργίας του τηλεοπτικού σταθμού που έχει αποκτήσει τα σχετικά δικαιώματα αναμετάδοσης (στο πλαίσιο της παρούσας, στην Ελλάδα), δεν προϋποθέτει μόνο την απόκτηση δικαιωμάτων από τους ενδιαφερόμενους τηλεοπτικούς σταθμούς, καθώς οι τελευταίοι καλούνται να προβούν και σε «παραγωγή», υπό την έννοια της διάθεσης ανθρώπινων πόρων και εξειδικευμένου εξοπλισμού για την εν λόγω αναμετάδοση σε πραγματικό χρόνο¹¹⁵. Υπό το πρίσμα αυτό, ειδικά η δραστηριότητα της αναμετάδοσης σε πραγματικό χρόνο αθλητικών γεγονότων (ιδίως γεγονότων που διεξάγονται στη χώρα λειτουργίας του τηλεοπτικού σταθμού που έχει αποκτήσει τα σχετικά δικαιώματα αναμετάδοσης) περιέχει στοιχεία τόσο απόκτησης δικαιωμάτων για την προβολή περιεχομένου (υπό (β) ανωτέρω) όσο και παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου (υπό (α) ανωτέρω).
73. Σε κάθε περίπτωση, όπως αναφέρουν οι γνωστοποιούσες, η GREEN PIXEL δεν δραστηριοποιείται ούτε ως πωλητής δικαιωμάτων μετάδοσης/ αναμετάδοσης, καθώς δεν κατέχει δικαιώματα για την εκμετάλλευση του από την ίδια παραγόμενου τηλεοπτικού περιεχομένου¹¹⁶,

¹¹² Για παράδειγμα, εταιρίες που διανέμουν ταινίες στις κινηματογραφικές αίθουσες που έχουν παραχθεί από στούντιο παραγωγής του εξωτερικού, αποκτούν και τα δικαιώματα εκμετάλλευσης των εν λόγω ταινιών με άλλους τρόπους προβολής τους, μεταξύ των οποίων και ως τηλεοπτικό περιεχόμενο. Βλ. για παράδειγμα υπ' αριθ. 482/VI/2010 Απόφαση ΕΑ, σκ. 16.

¹¹³ Επισημαίνεται ότι, από τα στοιχεία που προσκόμισαν τόσο τα συμμετέχοντα μέρη όσο και οι λοιποί τηλεοπτικοί σταθμοί ελεύθερης λήψης, συνάγεται ότι η απόκτηση τηλεοπτικού περιεχομένου μέσω αγοράς/μίσθωσης δικαιωμάτων, αφορά πρωτίστως σε ξενόγλωσσο περιεχόμενο (πχ ξένες ταινίες και σειρές) ή σε κινηματογραφικές ταινίες

¹¹⁴ Βλ. ενδεικτικά υποθ. Μ.2876 – NEWSCORP/TELEPIU, απόφαση της Ε.Επ, σκ. 52 όπου αναφέρεται: «rights to TV content are traded under different pricing structures and do not have the same economic value. In addition, suppliers of specific content are not able to switch production between different types of contents. The Commission has held, in previous Decisions, that at least the following markets related to TV contents exist [...]: (a) premium films, (b) football events that take place regularly (every year) and where national teams play, (c) football events that do not take place regularly and where national teams play, (d) other sports, (e) TV thematic and generic channels and (f) TV programs. The rights mentioned in (a), (b), (c) and (d) have been considered in the past both from the supply-side point of view (sales by rights owners) and the demand-side (acquisition of exclusive rights)».

¹¹⁵ Όπως σημειώνει χαρακτηριστικά η STAR, «[...]Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1800/25.02.2021 επιστολή.

¹¹⁶ Βλ. ενδεικτικά υπ' αριθ. πρωτ. 1426/15.02.2021 επιστολή της ALPHA, όπου αναφέρεται ότι «[...]».

αλλά ούτε ως εξειδικευμένη παραγωγός μετάδοσης ζωντανών αθλητικών αναμετρήσεων¹¹⁷. Ως εκ τούτου, δεν κρίνεται σκόπιμη στο πλαίσιο της παρούσας η περαιτέρω ανάλυση αυτού του τρόπου απόκτησης περιεχομένου από τους τηλεοπτικούς σταθμούς.

E.1.2 Λιανική παροχή τηλεοπτικού περιεχομένου σε τελικούς καταναλωτές («retail provision of TV services to end-users»)

74. Όπως αναφέρουν και οι γνωστοποιούσες¹¹⁸, οι πάροχοι τηλεοπτικού περιεχομένου είτε περιορίζονται στη μεταφορά των τηλεοπτικών καναλιών, καθιστώντας τα διαθέσιμα σε τελικούς χρήστες, είτε ενεργούν ως «αθροιστές καναλιών» («channel aggregators»), οι οποίοι ομαδοποιούν τα τηλεοπτικά κανάλια. Οι τηλεοπτικές υπηρεσίες που παρέχονται από τους παρόχους τηλεοπτικού περιεχομένου στους τελικούς χρήστες/ κοινό αποτελούνται από:
- μεμονωμένους τηλεοπτικούς σταθμούς ή πακέτα («μπουκέτα») γραμμικών τηλεοπτικών καναλιών, όπου ο τηλεθεατής λαμβάνει την παροχή τηλεοπτικού περιεχομένου σε προκαθορισμένο χρόνο μετάδοσης και στο κανάλι στο οποίο παρουσιάζεται, σύμφωνα με το συγκεκριμένο πρόγραμμα που ορίζει ο πάροχος και χωρίς δυνατότητα αλληλεπίδρασης ή αλλαγής του χρόνου (δηλαδή, ο τελικός χρήστης λαμβάνει την υπηρεσία «παθητικά»·
 - περιεχόμενο συγκεντρωμένο σε μη γραμμικές υπηρεσίες, όπου ο τηλεθεατής λαμβάνει την παροχή τηλεοπτικού περιεχομένου διαδραστικά, επιτρέποντας στον τελευταίο να αλληλεπιδρά με τον προγραμματισμό που έχει τεθεί και να επιλέγει τον χρόνο και τον τρόπο παρακολούθησης του περιεχομένου σύμφωνα με τις προσαρμοσμένες ανάγκες και απαιτήσεις του.
75. Ενόψει της διεύθυνσης των πλατφορμών αμιγώς μη γραμμικών υπηρεσιών, τα παραδοσιακά τηλεοπτικά κανάλια/μπουκέτα καναλιών, έχουν ενσωματώσει σταδιακά κάποιες από τις μη γραμμικές τηλεοπτικές υπηρεσίες σε μια προσπάθεια να προσφέρουν στους τηλεθεατές πλήθος λειτουργιών και υπηρεσιών¹¹⁹.
76. Οι τηλεοπτικοί σταθμοί μπορεί να είναι είτε ελεύθερης λήψης («free to air»), η παρακολούθηση των οποίων είναι δωρεάν, είτε συνδρομητικοί, όπου η πρόσβαση του κοινού προϋποθέτει την πληρωμή σχετικής συνδρομής. Όσον αφορά ιδίως στους τηλεοπτικούς σταθμούς ελεύθερης λήψης, αυτοί κατηγοριοποιούνται περαιτέρω βάσει του χαρακτήρα τους/προβαλλόμενου περιεχομένου σε ενημερωτικούς και μη, καθώς και βάσει της εμβέλειάς τους σε εθνικής/πανελληνίας εμβέλειας και περιφερειακής. Εν προκειμένω, όπως αναφέρθηκε και στην Ενότητα Β, οι γνωστοποιούσες λειτουργούν ενημερωτικούς τηλεοπτικούς σταθμούς ελεύθερης λήψης, πανελληνίας εμβέλειας, ελεύθερης λήψης.
77. Τέλος, σημειώνεται ότι το τηλεοπτικό περιεχόμενο μπορεί να παραδοθεί στους τελικούς χρήστες/κοινό μέσω μιας σειράς τεχνικών μέσων, συμπεριλαμβανομένης της καλωδιακής σύνδεσης, της δορυφορικής σύνδεσης ή της σύνδεσης μέσω διαδικτύου. Σύμφωνα με τη Γνωστοποίηση, οι τεχνολογικές και δομικές αλλαγές που έχουν λάβει χώρα όχι μόνο σε εθνικό

¹¹⁷ Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1800/25.2.2021 και 1816/25.02.2021 επιστολές των STAR και ALPHA αντίστοιχα.

¹¹⁸ Βλ. σελ. 29 της Γνωστοποίησης.

¹¹⁹ Για παράδειγμα, το κατ' απαίτηση βίντεο (video on demand, VOD) που προσφέρεται κυρίως από τις συνδρομητικές πλατφόρμες αλλά και τηλεοπτικούς σταθμούς ελεύθερης λήψης όπως η ΕΡΤ, η ALPHA και ο τηλεοπτικός σταθμός ANTENNA, είναι μια υπηρεσία που καθιστά το περιεχόμενο ενός καναλιού διαθέσιμο για μια συγκεκριμένη περίοδο στον τηλεθεατή, ο οποίος μπορεί να επιλέξει πότε θα το δει.

αλλά και σε διεθνές επίπεδο, έχουν αμβλύνει τις διαφορές ως προς τον τρόπο πρόσβασης του κοινού στο τηλεοπτικό περιεχόμενο¹²⁰. Εν προκειμένω, οι γνωστοποιούσες εστιάζουν στις τεχνολογικές αλλαγές που σχετίζονται με το ψηφιακό σήμα, οι οποίες έχουν επηρεάσει τον τρόπο και κόστος παραγωγής τηλεοπτικών εκπομπών καθώς και τις νέες τεχνολογίες που έχουν επιφέρει σύγκλιση των τηλεπικοινωνιών, γεγονός που «έχει αλλάξει άρδην τη βιομηχανία ραδιοτηλεοπτικών εκπομπών και ως εκ τούτου, η αγορά δεν μπορεί εύκολα να οριστεί, όπως κατά το παρελθόν, επί τη βάση των διακριτών χαρακτηριστικών της μετάδοσης, του κοινού ή ακόμα και του τρόπου προβολής»¹²¹.

E.2 ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΣΧΕΤΙΚΩΝ ΑΓΟΡΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ¹²²

78. Στο πλαίσιο της υπό κρίση πράξης, όπως αναλύθηκε και στις Ενότητες που προηγήθηκαν, οι κύριες δραστηριότητες των συμμετεχόντων μερών αφορούν:
- στην ευρύτερη αγορά παραγωγής/ προμήθειας τηλεοπτικού περιεχομένου (ανάπτυξη αγορά) – ήτοι την αγορά δραστηριοποίησης της εταιρίας-στόχου και
 - στην ευρύτερη αγορά τηλεόρασης/ λιανικής παροχής τηλεοπτικού περιεχομένου σε τελικούς καταναλωτές (κατάκτηση αγορά) – ήτοι την κύρια αγορά¹²³ δραστηριοποίησης των γνωστοποιουσών¹²⁴.
79. Ως εκ τούτου, και λαμβάνοντας υπόψη την εγχώρια λειτουργία και τα χαρακτηριστικά της αλυσίδας αξίας τηλεόρασης, η ανάλυση που ακολουθεί επικεντρώνεται στην οριοθέτηση αυτών των δύο αγορών.

E.2.1 Η αγορά παραγωγής/ προμήθειας τηλεοπτικού περιεχομένου (ανάπτυξη αγορά)

E.2.1.1 Αποφάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής

80. Όπως αναφέρθηκε ανωτέρω στην Ενότητα E.1, σε προηγούμενες αποφάσεις της η Ε.Επ. κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η προμήθεια τηλεοπτικού περιεχομένου αναλύεται στις διακριτές

¹²⁰ Όπως αναφέρουν οι γνωστοποιούσες, «[η] αγορά υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων έχει υποστεί σημαντικές τεχνολογικές και δομικές αλλαγές σε όλο τον κόσμο. Αυτοί οι μετασχηματισμοί έδωσαν στους καταναλωτές πρόσβαση σε μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών από ποτέ άλλοτε. Για παράδειγμα, κατά το παρελθόν, ένας θεατής είχε πρόσβαση στο τηλεοπτικό περιεχόμενο μόνον σε μία συγκεκριμένη χρονική στιγμή και μόνον από μία σταθερή θέση, στο πλαίσιο της ραδιοτηλεοπτικής μετάδοσης (“broadcasting”). Όμως, η τεράστια τεχνολογική σύγκλιση που έχει συντελεστεί τα τελευταία χρόνια μεταξύ τηλεοπτικών και τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών σημαίνει ότι οι καταναλωτές είναι, πλέον, σε θέση να καταναλώνουν τηλεοπτικό περιεχόμενο, είτε δια του «κλασικού» τρόπου τηλεοπτικής μετάδοσης, είτε οποιαδήποτε χρονική στιγμή επιθυμούν και μέσω πολλαπλών φορητών, ή μη, συσκευών» (βλ. σελ. 26 της Γνωστοποίησης).

¹²¹ Βλ. σελ. 27 της Γνωστοποίησης.

¹²² 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 χρήσης για την οποία προορίζονται.

¹²³ Όπως επισημαίνουν οι γνωστοποιούσες, η κύρια δραστηριότητά τους είναι αυτή του αδειοδοτημένου παρόχου τηλεοπτικού περιεχομένου ελεύθερης λήψης εθνικής εμβέλειας ενώ οι λοιπές δραστηριότητές τους σε έτερα επίπεδα της αλυσίδας αξίας τηλεόρασης συνιστούν «παρεμπόμπουσες δραστηριότητες». Βλ. σχετικά σελ. 8 και 12 της Γνωστοποίησης καθώς και τις υπ’ αριθ. πρωτ. 1816/25.02.2021 και 1800/25.02.2021 επιστολές της ALPHA και της STAR αντίστοιχα.

¹²⁴ Για λόγους πληρότητας επισημαίνεται ότι, όπως προαναφέρθηκε (βλ. Ενότητα Β ανωτέρω), τόσο η ALPHA όσο και η STAR λειτουργούν ραδιοφωνικούς σταθμούς. Δεδομένου ότι, όπως έχει κριθεί και σε προηγούμενες αποφάσεις της ΕΑ (βλ. ενδεικτικά υπ’ αριθ. 700/2020 Απόφαση ΕΑ, σκ. 75 επ.), οι ραδιοφωνικοί σταθμοί διακρίνονται βάσει χαρακτήρα/περιεχομένου τους (ήτοι ενημερωτικοί και μη) καθώς και βάσει εμβέλειάς τους, δεν υφίσταται αλληλεπικάλυψη των δραστηριοτήτων των δύο γνωστοποιουσών ως προς τη λειτουργία ραδιοφωνικών σταθμών.

σχετικές αγορές (α) παραγωγής και προμήθειας νέου κατά παραγγελία τηλεοπτικού περιεχομένου, και (β) παροχής δικαιωμάτων μετάδοσης/προβολής¹²⁵. Όσον αφορά στην ανωτέρω υπό (α) αγορά που αφορά η υπό κρίση πράξη, η Ε. Επ. θεώρησε ότι περιλαμβάνει το σύνολο του τηλεοπτικού περιεχομένου, χωρίς να προβαίνει σε περαιτέρω διάκριση βάσει του είδους/κατηγορίας του (π.χ. ενημερωτικού χαρακτήρα, ψυχαγωγικού χαρακτήρα κ.λπ.), που δεν είναι «δεσμευμένο»¹²⁶, ήτοι παράγεται από ανεξάρτητες εταιρίες παραγωγής για διάθεσή του στους τηλεοπτικούς σταθμούς ή από τους ίδιους τους τηλεοπτικούς σταθμούς με σκοπό τη διάθεσή του σε τρίτους και όχι την ίδια προβολή/μετάδοση¹²⁷.

E.2.1.2 Οι θέσεις των γνωστοποιουσών

81. Όσον αφορά στην **αρχική διάκριση των αγορών** οι γνωστοποιούσες συμφωνούν με την κατ' αρχήν ανάλυση στις αγορές α) παραγωγής και προμήθειας κατά παραγγελία νέου τηλεοπτικού περιεχομένου (η οποία αποτελεί σχετική με υπό κρίση πράξη αγορά), και β) παροχής δικαιωμάτων μετάδοσης/προβολής (η οποία δεν αφορά την προκείμενη συναλλαγή), επικαλούμενες σχετικά και αποφάσεις της Ε.Επ. Μάλιστα, αναφερόμενες στην ανάπτυξη/παραγωγή του τηλεοπτικού περιεχομένου που προβάλλεται από τους τηλεοπτικούς σταθμούς που λειτουργούν, προκύπτει ότι χρησιμοποιούν και τους δύο τρόπους απόκτησης περιεχομένου¹²⁸: α) χρησιμοποιούν ίδια μέσα παραγωγής περιεχομένου κυρίως αμιγώς

¹²⁵ Βλ. ενδεικτικά ανάλυση στην υπόθ. M.7194 – LIBERTY GLOBAL/CORELIO/W&W/DE VIJVER MEDIA, σκ. 69 και στην υπόθ. M.9064 – TELIA COMPANY/BONNIER BROADCASTING HOLDING, απόφαση της Ε.Επ. της 12.11.2019, σκ. 125.

¹²⁶ Ως «δεσμευμένο» («cartine») τηλεοπτικό περιεχόμενο νοείται τηλεοπτικό περιεχόμενο που παράγεται από τους τηλεοπτικούς οργανισμούς για ίδια χρήση στα κανάλια που τους ανήκουν.

¹²⁷ Βλ. υπόθ. M.9064 – TELIA COMPANY/BONNIER BROADCASTING HOLDING, σκ. 116, υπόθ. M.7194 – LIBERTY GLOBAL/ CORELIO/ W&W/DE VIJVER MEDIA, σκ. 51, υπόθ. M.4353 – PERMIRA/ ALL3MEDIA GROUP, απόφαση της Ε.Επ. της 22.09.2006, σκ. 11-12, υπόθ. M.7360 - 21ST CENTURY FOX/APOLLO/JV, απόφαση της Ε.Επ. της 09.10.2014, σκ. 36 και υπόθ. M.7865 – LOV GROUP/DE AGOSTINI/JV, απόφαση της Ε.Επ. της 20.01.2016, σκ. 18. Επικουρικά αναφέρεται ότι όσον αφορά στη διακριτή αγορά της απόκτησης δικαιωμάτων μετάδοσης/προβολής επί ήδη έτοιμου τηλεοπτικού περιεχομένου, η Ε.Επ. έχει εξετάσει το ενδεχόμενο περαιτέρω διάκρισής της ανά είδος περιεχομένου (ταινίες, αθλητικά και άλλο τηλεοπτικό περιεχόμενο, καθώς και δυναμικές υποδιαίρεσεις εντός αυτών των κατηγοριών περιεχομένου), χωρίς ωστόσο να καταλήγει σχετικά (βλ. υπόθ. M.7194 – LIBERTY GLOBAL/CORELIO/W&W/DE VIJVER MEDIA, σκ. 69, υπόθ. M.8354 – FOX/SKY, σκ. 68, υπόθ. M.8861 – COMCAST/SKY, σκ. 39 και υπόθ. M.9064 – TELIA COMPANY/BONNIER BROADCASTING HOLDING, σκ. 125). Εξέτασε επίσης το ενδεχόμενο περαιτέρω διάκρισης της εν λόγω αγοράς ανά «παράθυρο» (window) έκθεσης/προβολής του περιεχομένου (π.χ., συνδρομητικό βίντεο κατά παραγγελία (subscription video on demand, SVOD), πληρωμή ανά προβολή (pay-per-view, PPV), ελεύθερη προβολή (Free To Air) κλπ) χωρίς, ωστόσο, να καταλήγει και ως προς αυτή τη διάσταση.

¹²⁸ Ειδικότερα, σύμφωνα με την υπ' αριθ. πρωτ. 1458/15.02.2021 επιστολή της STAR, το τηλεοπτικό περιεχόμενο του σταθμού διακρίνεται «σε μισθωμένα και ιδιοπαραγόμενα προγράμματα. Στην μεν πρώτη περίπτωση, τα προγράμματα μισθώνονται από την παραγωγό εταιρεία ή από εταιρεία διακίνησης μισθωμένου προγράμματος και η τηλεοπτική χρήση τους ορίζεται για συγκεκριμένο αριθμό μεταδόσεων και για ορισμένο χρονικό διάστημα. Στη δε δεύτερη περίπτωση, παραγωγός των προγραμμάτων είναι το Star Channel με περαιτέρω διαχωρισμό σε: (α) Εσωτερικές παραγωγές: Δηλαδή παραγωγές που γίνονται εσωτερικά με πόρους του τηλεοπτικού σταθμού [...], και (β) Εξωτερικές παραγωγές: Δηλαδή παραγωγές που γίνονται κατόπιν ανάθεσης της εκτέλεσης παραγωγής σε τρίτη εταιρεία. Διευκρινίζεται ότι σε περίπτωση που τα ιδιοπαραγόμενα προγράμματα προέρχονται από μισθωμένο "format", τότε ισχύει συνδυασμός των παραπάνω. Συγκεκριμένα, ο τηλεοπτικός σταθμός είναι μεν παραγωγός, αλλά τα σχετικά δικαιώματα ισχύουν για συγκεκριμένες μεταδόσεις και εντός συγκεκριμένου χρονικού διαστήματος». Αντίστοιχα, η ALPHA αναφέρει ότι «έχει εν προκειμένω επιλέξει, κατά περίπτωση, συνδεδεμένη κατά κανόνα με την αντίστοιχη τυπολογία προγράμματος [...]: [...]

ειδησεογραφικού χαρακτήρα¹²⁹ και αναθέτουν σε τρίτες/ανεξάρτητες εταιρίες παραγωγής την ανάπτυξη περιεχομένου κατά βάση ψυχαγωγικού χαρακτήρα (είτε παραμένοντας οι ίδιες οι κάτοχοι των σχετικών δικαιωμάτων είτε όχι), και β) εξασφαλίζουν δικαιώματα τηλεοπτικής μετάδοσης/προβολής περιεχομένου τρίτων, τα οποία αφορούν πρωτίστως σε ξενόγλωσσο περιεχόμενο και κινηματογραφικές ταινίες.

82. Όσον αφορά στο **τηλεοπτικό περιεχόμενο και την επιλογή των κατηγοριών περιεχομένου (τυπολογία περιεχομένου)**, όπως προκύπτει από τα στοιχεία που προσκόμισαν οι γνωστοποιούσες, το προβαλλόμενο τηλεοπτικό περιεχόμενο περιλαμβάνει το σύνολο κατηγοριών περιεχομένου (ενημερωτικές εκπομπές, ψυχαγωγικές εκπομπές, ταινίες κλπ)¹³⁰. Αναλύοντας τον τρόπο επιλογής του περιεχομένου, οι γνωστοποιούσες επικαλούνται τη νομοθετική πρόβλεψη του ελάχιστου περιεχομένου¹³¹, αλλά και οι δύο υποστηρίζουν ότι καθοριστικός παράγοντας της διαμόρφωσης του τηλεοπτικού περιεχομένου αποτελούν οι προτιμήσεις του κοινού, με γνώμονα την αύξηση της τηλεθέασης, καθώς και το κόστος παραγωγής/απόκτησης του περιεχομένου¹³². Εν προκειμένω, σημειωτέο είναι ότι η αύξηση της τηλεθέασης ενός σταθμού συνεπάγεται και αύξηση των εσόδων του από προβολή διαφημίσεων, αφενός λόγω της αύξησης του πλήθους των προβαλλόμενων διαφημίσεων και αφετέρου της «τιμής διαφήμισης» που δύναται να «χρεώσει» για την προβολή των εν λόγω διαφημίσεων. Ως εκ τούτου, εύλογα δύναται θεωρηθεί ότι μέσω προβολής μεγάλης γκάμας / ποικιλίας περιεχομένου ένας τηλεοπτικός σταθμός επιτυγχάνει την αύξηση της συνολικής τηλεθέασης του, καθώς έτσι δεν επικεντρώνεται σε συγκεκριμένο κοινό αλλά διευρύνει τη βάση του τηλεοπτικού κοινού του.
83. Αναλύοντας την **παραγωγή τηλεοπτικού περιεχομένου από ανεξάρτητες εταιρίες παραγωγής**, οι γνωστοποιούσες διευκρινίζουν ότι *«[σ]την ανάντη αγορά δραστηριοποιούνται εταιρείες που παράγουν περιεχόμενο χρησιμοποιώντας κατάλληλη υλικοτεχνική υποδομή και εξειδικευμένο τεχνικό προσωπικό. Το περιεχόμενο παράγεται είτε με δική τους πρωτοβουλία, είτε κατόπιν παραγγελίας του εκάστοτε φορέα των σχετικών δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας. Ιδίως στη δεύτερη περίπτωση (που είναι ακριβώς η αγορά δραστηριοποίησης της Green Pixel), η εταιρεία*

¹²⁹ Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1426/15.02.2021 επιστολή της ALPHA, σύμφωνα με την οποία η εταιρία έχει επιλέξει «[...]». Συναφώς σύμφωνα με τη STAR, οι «εσωτερικές παραγωγές» της «[δ]ηλαδή παραγωγές που γίνονται εσωτερικά με πόρους του τηλεοπτικού σταθμού» αφορούν «π.χ. δελτία ειδήσεων» (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1458/15.02.2021 επιστολή).

¹³⁰ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1426/15.02.2021 επιστολή της ALPHA και την υπ' αριθ. πρωτ. 1458/15.02.2021 επιστολή της STAR.

¹³¹ Βλ. σχετικά Ενότητα Δ.2 της παρούσας.

¹³² Ειδικότερα, σύμφωνα με την υπ' αριθ. πρωτ. 1426/15.02.2021 της ALPHA το τηλεοπτικό περιεχόμενο «[...]». Υπό παρεμφερές σκεπτικό, η STAR υποστηρίζει ότι «[η] ποσότητα, ο τρόπος χρήσης, η παραγωγή/προμήθεια και η τοποθέτηση των [...] τυπολογιών στο καθημερινό και ετήσιο πρόγραμμα του σταθμού διαφέρει ανά χρονική περίοδο και εξαρτάται, μεταξύ άλλων από συνδυασμό των παρακάτω παραγόντων: • Τις απαιτήσεις της ραδιοτηλεοπτικής νομοθεσίας για τους αδειοδοτημένους τηλεοπτικούς σταθμούς. • Τους ετήσιους στόχους / επιχειρηματικό πλάνο που καθορίζουν την μεσοπρόθεσμη και μακροπρόθεσμη στρατηγική του σταθμού. • Την αξιολόγηση του ανταγωνισμού, ο οποίος πλέον είναι πολυεπίπεδος και διαρκώς μεταλλασσόμενος, συνεπεία της παγκόσμιας τεχνολογικής σύγκλισης. • Τις προβλέψεις σχετικά με την δυναμική της διαφημιστικής αγοράς. • Την ανταγωνιστική απόδοση κάθε τυπολογίας, όπως καθορίζεται ανά χρονική περίοδο τοπικά ή/και διεθνώς (π.χ. μείωση ενδιαφέροντος για ξένο μισθωμένο πρόγραμμα, αύξηση ενδιαφέροντος για υψηλότερη παραγωγική αξία). • Τους διαθέσιμους πόρους για παραγωγή ή/και προμήθεια προγράμματος, οι οποίοι απαιτούν - ολοένα και περισσότερο - πιο λελογισμένη χρήση εντός μίας μικρής εθνικής αγοράς (Ελληνικής) που τελεί, όμως, σε ανταγωνισμό με ξένες πλατφόρμες που προσφέρουν προγράμματα υψηλής παραγωγικής αξίας (π.χ. Netflix)» (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1458/15.02.2021 επιστολή).

παραγωγής δεν έχει καμία απολύτως ανάμιξη σε αυτό που ονομάζεται «δημιουργικό κομμάτι», δηλαδή στη σύλληψη και ανάπτυξη της εκάστοτε ιδέας»¹³³. Αναφερόμενες στην «πελατειακή βάση» των εταιριών παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου, υπογραμμίζουν ότι αυτή είναι ευρεία, υπό την έννοια ότι δεν αφορά μόνο σε τηλεοπτικούς σταθμούς ελεύθερης λήψης, αλλά και στους λοιπούς παρόχους τηλεοπτικού περιεχομένου, όπως για παράδειγμα τα συνδρομητικά κανάλια¹³⁴.

84. Περαιτέρω, σε επιστολές τους οι γνωστοποιούσες εξειδικεύουν την από μέρους της GREEN PIXEL παραγωγή περιεχομένου, διευκρινίζοντας ότι η εταιρία υλοποιεί/εκτελεί [...] ¹³⁵. Παρά ταύτα, όπως αναφέρεται και κατωτέρω, η εξειδίκευση της GREEN PIXEL [...] δεν αποστερεί στην εταιρία τη δυνατότητα να παραγάγει άμεσα, αποτελεσματικά και χωρίς υψηλές δαπάνες τηλεοπτικό περιεχόμενο έτερου χαρακτήρα (π.χ. ενημερωτικού).
85. Ως προς την τυχόν **διάκριση των αγορών με βάση την κατηγορία παραγόμενου τηλεοπτικού περιεχομένου**, οι γνωστοποιούσες αναφέρουν ότι σχετικά με την υποκατάσταση από την πλευρά της προσφοράς, [...] ¹³⁶. Επομένως, αν και αναγνωρίζουν ότι [...], εκτιμούν ότι η αγορά παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου πρέπει να αντιμετωπίζεται ως **ενιαία**, χωρίς να κρίνεται σκόπιμη περαιτέρω διάκριση ανά κατηγορία περιεχομένου.
86. Επιπλέον, οι γνωστοποιούσες αναφέρουν ότι ο **τρόπος ανάθεσης (απευθείας ή υπεργολαβία) του παραγόμενου περιεχομένου** δεν είναι παράγοντας που προσδιορίζει ή δικαιολογεί οριοθέτηση διακριτών αγορών για τους σκοπούς της παρούσας¹³⁷.
87. Τέλος, ως προς τη **δομή της αγοράς παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου** και τις δραστηριοποιούμενες επιχειρήσεις, στην Γνωστοποίηση αναφέρεται ότι στην αγορά παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου δραστηριοποιείται ένας σημαντικός αριθμός ανεξάρτητων παραγωγών και εκτελεστών παραγωγής και πλήθος, μικρότερων σε μέγεθος μεν, αλλά σημαντικών ανεξάρτητων παραγωγών.

¹³³ Βλ. σελ. 30 της Γνωστοποίησης. Αντίστοιχα, στις υπ' αριθ. πρωτ. 1458/15.02.2021 και 1426/15.02.2021 επιστολές των STAR και ALPHA αντίστοιχα. Η θέση αυτή των γνωστοποιουσών επιβεβαιώνεται και από την προηγουμένως αποκλειστική μέτοχο της GREEN PIXEL, KONKAT ATE, σύμφωνα με την οποία [...] *Μια εταιρία που δραστηριοποιείται στον ως άνω κλάδο μπορεί γρήγορα και αποτελεσματικά να εκτελέσει/υλοποιήσει όλες τις επιμέρους κατηγορίες αυτού. Οι πόροι (εξοπλισμός, τεχνογνωσία, ανθρώπινο δυναμικό κλπ) που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή όλης της γκάμας ψυχαγωγικού προγράμματος είναι κοινοί και απόλυτα συμβατοί μεταξύ τους. Πράγματι η GREEN PIXEL έχει υλοποιήσει ταυτόχρονα και εντός σύντομου/ασφυκτικού χρονικού πλαισίου τηλεοπτικές παραγωγές που καλύπτουν όλο το εύρος της τυπολογίας ψυχαγωγικού προγράμματος (λ.χ. τηλεπαιχνίδια, διαγωνισμούς, ψυχαγωγικές εκπομπές, πρωινές εκπομπές/μαγκαζίνο, reality shows, τηλεοπτικές σειρές μυθοπλασίας, εκπομπές αστρολογίας, εκπομπές κοινωνικού χαρακτήρα κλπ)*» (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1235/09.02.2021 επιστολή).

¹³⁴ Βλ. σελ. 37 της Γνωστοποίησης, σύμφωνα με την οποία «*οι παραγωγοί / εκτελεστές παραγωγής δημιουργούν οπτικοακουστικό περιεχόμενο που δύνανται να προμηθεύσουν στην κατάντη αγορά («downstream market») ανεξαρτήτως του εάν ο πελάτης συνιστά ενημερωτικό ή μη τηλεοπτικό σταθμό, κανάλι ελεύθερης λήψης ή συνδρομητικό κανάλι, είτε τέλος «παραδοσιακή» τηλεόραση ή διαδικτυακή πλατφόρμα.*»

¹³⁵ Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1426/15.02.2021 και 1458/15.02.2021 των ALPHA και STAR αντίστοιχα: «[...]».

¹³⁶ Σύμφωνα με τις γνωστοποιούσες, [...] » (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1426/15.02.2021 και 1458/15.02.2021 των ALPHA και STAR αντίστοιχα).

¹³⁷ Ειδικότερα, υποστηρίζουν ότι «[η] εκτέλεση τηλεοπτικών παραγωγών απευθείας προς τηλεοπτικούς σταθμούς δεν συνιστά διακριτή δραστηριότητα σε σχέση με την εκτέλεση τηλεοπτικών παραγωγών προς τρίτες εταιρείες. Και αυτό διότι, σε αμφότερες περιπτώσεις η τηλεοπτική παραγωγή έχει ακριβώς τα ίδια τεχνικά και ποιοτικά κριτήρια και χαρακτηριστικά, ενώ χρησιμοποιούνται οι ίδιοι ακριβώς πόροι τόσο σε ανθρώπινο δυναμικό, όσο και σε τεχνικό / μηχανολογικό εξοπλισμό». Βλ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 1816/25.02.2021 και 1800/25.02.2021 επιστολές της Alpha και της Star αντίστοιχα.

88. **Συμπερασματικά**, οι γνωστοποιούσες θεωρούν ως ανάντη αγορά την «ελληνική αγορά παροχής υπηρεσιών για την παραγωγή τηλεοπτικού προγράμματος, χωρίς ανάγκη επιμέρους διάκρισης ανά είδος παραγόμενου προγράμματος ή/και τρόπου παραγωγής αυτού»¹³⁸, οριοθέτηση η οποία εν πολλοίς συμπίπτει με την αναφερθείσα στην προηγούμενη Ενότητα αγορά «παραγωγής και προμήθειας κατά παραγγελία νέου τηλεοπτικού περιεχομένου»¹³⁹.

E.2.1.3 Οι απόψεις των λοιπών εταιριών λειτουργίας τηλεοπτικών σταθμών

89. Με βάση τα συλλεχθέντα στοιχεία από τις εταιρίες λειτουργίας τηλεοπτικών σταθμών ελεύθερης λήψης, προκύπτει ότι με την εξαίρεση του σταθμού [...] ¹⁴⁰, οι εν λόγω εταιρίες αποκτούν τηλεοπτικό περιεχόμενο (α) αφενός μέσω της παραγωγής του (με ίδια μέσα ή/και ανάθεση σε ανεξάρτητες εταιρίες παραγωγής) καθώς και (β) μέσω απόκτησης δικαιωμάτων μετάδοσης/προβολής περιεχομένου παραχθέντος από τρίτους. Επιπλέον, κατ' αντιστοιχία με τις γνωστοποιούσες, οι ως άνω εταιρίες (ξανά με την εξαίρεση του σταθμού [...]) παρέχουν στο τηλεοπτικό κοινό περιεχόμενο μεγάλης γκάμας και ποικιλίας, με γνώμονα την προσέγγιση του ευρύτερου δυνατού φάσματος του τηλεοπτικού κοινού, με στόχο την αύξηση των εσόδων της εταιρίας από τις προβαλλόμενες τηλεοπτικές διαφημίσεις, τα οποία επηρεάζονται μεταξύ άλλων και από την συνολική απόδοση του εκάστοτε τηλεοπτικού σταθμού σε πληρότητα προγράμματος και τηλεθέαση.
90. Ως προς την τυχόν **διάκριση των αγορών με βάση την κατηγορία παραγόμενου τηλεοπτικού περιεχομένου**, και αναφορικά με την υποκατάσταση από την πλευρά της προσφοράς, τρεις από τις πέντε εταιρίες που τοποθετήθηκαν σχετικά, εκτιμούν ότι εφόσον υπάρχουν διαθέσιμοι (και προσβάσιμοι) απαραίτητοι πόροι σε ανθρώπινο δυναμικό και εξοπλισμό, τότε η παραγωγή διαφορετικού χαρακτήρα περιεχομένου είναι εφικτή και εύκολη. Μάλιστα, όπως επισημαίνει η [...], «[ω]ς πρόσβαση δεν εννοούμε ότι διατηρεί οπωσδήποτε η ίδια τους απαραίτητους πόρους αλλά ότι διατηρεί ενδεχομένως και τις ευρύτερες συνεργασίες που μπορούν να της επιτρέψουν να ανταποκριθεί στις προκλήσεις της εκάστοτε παραγωγής»¹⁴¹. Αντιθέτως, η [...] υποστηρίζει ότι «δεν είναι εύκολο μία εταιρεία παραγωγής να δραστηριοποιηθεί άμεσα και αποτελεσματικά στην εκτέλεση/υλοποίηση διαφορετικών κατηγοριών προγράμματος. Κάθε είδος προγράμματος απαιτεί εξειδικευμένες γνώσεις και εμπειρία. Δεν μπορούν όλοι οι επαγγελματίες να συμβάλουν στην εκτέλεση διαφορετικών κατηγοριών προγραμμάτων. Για παράδειγμα, ένας σκηνοθέτης ειδησεογραφικού προγράμματος δεν μπορεί να υλοποιήσει ένα βραδινό show»¹⁴². Παρά ταύτα, η «δυσκολία» που αναφέρει η εν λόγω εταιρία αφορά αποκλειστικά στο απασχολούμενο προσωπικό και όχι για παράδειγμα σε εξειδικευμένο τεχνολογικό εξοπλισμό, καθώς όπως σημειώνει στη συνέχεια, «[ω]στόσο, εάν αξιοποιηθούν ανθρώπινοι πόροι από άλλες εταιρείες [...] αυτό είναι ευχερέστερο και μπορεί να γίνει αποτελεσματικά»¹⁴³. Τέλος, από την πλευρά της [...],

¹³⁸ Βλ. σελ. 36 της Γνωστοποίησης.

¹³⁹ Οι γνωστοποιούσες υπογραμμίζουν περαιτέρω ότι «δεδομένου ότι αρκετοί από τους τηλεοπτικούς σταθμούς διαθέτουν θυγατρικές επιχειρήσεις που παράγουν το πρόγραμμα του μητρικού τηλεοπτικού σταθμού για τον υπολογισμό της αγοράς θα πρέπει να προσμετρηθούν τόσο οι ανεξάρτητοι παραγωγοί και εκτελεστές παραγωγής, όσο και οι ως άνω θυγατρικές των καθετοποιημένων τηλεοπτικών σταθμών», βλ. σελ. 36 και 40 της Γνωστοποίησης.

¹⁴⁰ Όπως αναφέρει η εταιρία στην υπ' αριθ. πρωτ. 1457/15.02.2021 επιστολή της, «[...]».

¹⁴¹ Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1459/15.02.2021 επιστολή.

¹⁴² Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1254/10.02.2021 επιστολή.

¹⁴³ Ο. π. βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1254/10.02.2021 επιστολή.

εστιάζει στο χρόνο που απαιτεί η υλοποίηση τηλεοπτικού προγράμματος ανάλογα την κατηγορία του, χωρίς όμως να αναλύει περαιτέρω κατά πόσο αυτή η παράμετρος συνιστά εμπόδιο δραστηριοποίησης στην παραγωγή περιεχομένου διαφορετικών κατηγοριών¹⁴⁴.

91. Ανεξαρτήτως των ανωτέρω, αξίζει να σημειωθεί ότι βάσει των στοιχείων που προσκόμισαν οι ως άνω εταιρίες, από το 2018 και εξής καμία εξ αυτών δεν έχει προβεί σε άμεση ανάθεση παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου στην GREEN PIXEL. Επιβεβαιώνεται δε αφενός η συνεργασία των τηλεοπτικών σταθμών με πολλές, διαφορετικές εταιρίες παραγωγής και αφετέρου η δραστηριοποίηση μεγάλου πλήθους εταιριών παραγωγής, όπως επισημαίνουν και οι γνωστοποιούσες.

E.2.1.4 Οι απόψεις των εταιριών παραγωγής-ανταγωνιστών της εταιρίας-στόχου

92. Όπως αναφέρθηκε στην Ενότητα Α.3, στο πλαίσιο εξέτασης της υπό κρίση πράξης η ΓΔΑ απευθύνθηκε και σε τριάντα μία εταιρίες παραγωγής περιεχομένου¹⁴⁵. Διευκρινίζεται δε ότι βάσει των συλλεχθέντων στοιχείων 12¹⁴⁶ από τις ανωτέρω 25 εταιρίες έχουν συνεργαστεί από το 2017 και εξής με μία ή/και τις δύο τις γνωστοποιούσες για την παραγωγή τουλάχιστον ενός τηλεοπτικού προγράμματος, ενώ οι υπόλοιπες δεν αναφέρουν καμία συνεργασία μαζί τους. Ακολούθως παρατίθενται συνοπτικά οι θέσεις τους.
93. Όπως προκύπτει από τις απαντήσεις των εταιριών παραγωγής, η από μέρους τους **κατοχή των πνευματικών δικαιωμάτων επί του παραγόμενου τηλεοπτικού περιεχομένου** επιτυγχάνεται μόνο εφόσον οι ίδιες έχουν αναπτύξει την «ιδέα» του εκάστοτε τηλεοπτικού περιεχομένου ενώ στις περιπτώσεις που αναλαμβάνουν αποκλειστικά την εκτέλεση της παραγωγής, τα σχετικά δικαιώματα παραχωρούνται στον τηλεοπτικό σταθμό ή τον παραγωγό. Για λόγους πληρότητας, αναφέρεται ότι από τις απαντήσεις των εταιριών παραγωγής προκύπτουν διαφορές ως προς τον τρόπο/διαδικασία που ακολουθείται από κάθε μία για την παραγωγή του τηλεοπτικού περιεχομένου. Περαιτέρω, από τα συλλεχθέντα στοιχεία επιβεβαιώνεται και η συχνή ανάπτυξη σχέσεων υπεργολαβίας μεταξύ των εταιριών παραγωγής.
94. Περαιτέρω, αναφερόμενες στην ενδεχόμενη **διάκριση της παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου ανά κατηγορία** (πχ ψυχαγωγικό, ενημερωτικό κλπ), η πλειοψηφία των εταιριών που τοποθετήθηκαν στο σχετικό ερώτημα (ήτοι 13 από τις 19) υποστηρίζουν ότι από πλευράς προσφοράς, η από μέρους μιας εταιρίας παραγωγή διαφορετικής κατηγορίας περιεχομένου δεν είναι ανέφικτη ή απαγορευτική, νοουμένου όμως ότι η εταιρία διαθέτει την απαραίτητη τεχνογνωσία. Εξαιρούν, ωστόσο, το αμιγώς ειδησεογραφικό περιεχόμενο, το οποίο ούτως, ή άλλως, όπως προαναφέρθηκε, παράγεται στην πράξη μόνο εσωτερικά από τους τηλεοπτικούς

¹⁴⁴ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1049/04.02.2021 επιστολή της [...].

¹⁴⁵ Εξ αυτών, ανταποκρίθηκαν συνολικά 25 εταιρίες. Αξίζει να αναφερθεί ότι από τις απαντήσεις τους προκύπτει πως αν και για αρκετές εταιρίες (12 από τις 25, βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2131/08.03.2021, 2154/09.03.2021, 2051/05.03.2021, 2018/04.03.2021, 2191/10.03.2021, 2135/08.03.2021, 2134/08.03.2021, 2317/12.03.2021, 2190/10.03.2021, 2102/08.03.2021, 2004/04.03.2021 και 2149/09.03.2021 επιστολές των [...]) μοναδικό αντικείμενο δραστηριότητας αποτελεί η παραγωγή τηλεοπτικού περιεχομένου, για τις περισσότερες εταιρίες η παραγωγή τηλεοπτικού περιεχομένου συνιστά μία από περισσότερες δραστηριότητές τους, ενώ αρκετές εξ αυτών δραστηριοποιούνται και ως διαφημιστικές εταιρίες

¹⁴⁶ Πρόκειται για τις εταιρίες [...] (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2130/08.03.2021, 2133/08.03.2021, 2134/08.03.2021, 2114/08.03.2021, 2252/11.03.2021, 2131/08.03.2021, 2191/10.03.2021, 2348/16.03.2021, 2324/16.03.2021, 2467/18.03.2021, 2476/18.03.2021 και 2507/19.03.2021 επιστολές αντίστοιχα).

σταθμούς. Παρά ταύτα, αναγνωρίζουν ότι οι ίδιες δραστηριοποιούνται αποκλειστικά στην παραγωγή τηλεοπτικού περιεχομένου ψυχαγωγικού χαρακτήρα (πχ σειρές μυθοπλασίας, τηλεπαιχνίδια, reality shows, ψυχαγωγικές εκπομπές, ταξιδιωτικές εκπομπές, μαγειρικές εκπομπές, ντοκιμαντέρ)¹⁴⁷. Εκτιμάται, πάντως, ότι ένας παράγοντας που καθορίζει τη δυνατότητα μιας εταιρίας παραγωγής να μεταπηδήσει σε διαφορετικής κατηγορίας περιεχόμενο αφορά στο μέγεθός της.

95. Ως προς την **διάκριση από πλευράς ζήτησης**, υπάρχει διχογνωμία. Ενδεικτικά, κατά την εταιρία [...] δεν υφίσταται διάκριση, καθώς, όπως υποστηρίζει, *«στην τηλεοπτική πραγματικότητα δεν είναι ορατή ή δυνατή η διάκριση των τηλεοπτικών προγραμμάτων. Τα όρια ενημερωτικού/ψυχαγωγικού/αθλητικού προγράμματος είναι συγκεχυμένα, υπό το πρίσμα ιδίως του τηλεθεατή, των διαφημιζομένων, αλλά και των ΜΜΕ»*¹⁴⁸. Αντιθέτως, η εταιρία [...] υποστηρίζει ότι η ζήτηση για παραγωγή ενημερωτικού προγράμματος διακρίνεται ρητά από τη ζήτηση για παραγωγή ψυχαγωγικού προγράμματος¹⁴⁹.
96. Ως προς την ενδεχόμενη **διάκριση της παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου βάσει ανάθεσης παραγωγής**, από τις απαντήσεις των ερωτηθεισών εταιριών προκύπτει ότι ανεξάρτητα του τρόπου ανάθεσης της παραγωγής του τηλεοπτικού περιεχομένου (απευθείας από τον τηλεοπτικό σταθμό ή μέσω υπεργολαβίας) οι πόροι που δεσμεύει η εταιρία παραγωγής είναι οι ίδιοι. Ως εκ τούτου, δεν δικαιολογείται σχετική διάκριση από πλευράς των εταιριών παραγωγής που προσφέρουν το τηλεοπτικό περιεχόμενο στους τηλεοπτικούς σταθμούς. Ειδικότερα, 14 από τις 19 εταιρίες που απάντησαν στο σχετικό ερώτημα, εκτιμούν σαφώς ότι η εκτέλεση τηλεοπτικών παραγωγών απευθείας προς τηλεοπτικούς σταθμούς δεν συνιστά διακριτή δραστηριότητα σε σχέση με την εκτέλεση τηλεοπτικών παραγωγών προς τρίτες εταιρίες (υπεργολαβία)¹⁵⁰.

E.2.1.5 Η θέση της Επιτροπής

97. Υπό το φως των ανωτέρω, προκύπτει ότι η ευρύτερη αγορά της παραγωγής, προμήθειας και

¹⁴⁷ Βλ. τις υπ αριθ. πρωτ. 2130/08.03.2021, 2133/08.03.2021, 2114/08.03.2021, 2252/11.03.2021, 2191/10.03.2021, 2131/08.03.2021, 2134/08.03.2021, 2135/08.03.2021, 2004/04.03.2021, 2051/05.03.2021, 2018/04.03.2021, 2190/10.03.2021, 2102/08.03.2021, 2154/09.03.2021, 2128/08.03.2021, 2028/04.03.2021, 2145/09.03.2021, 2178/10.03.2021, 2149/09.03.2021, 2348/16.03.2021 και 2507/19.03.2021 επιστολές των εταιριών [...] αντίστοιχα.

¹⁴⁸ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2114/08.03.2021 επιστολή της εταιρίας. Εξαιρεί, ωστόσο, και εν προκειμένω το αμιγώς ειδησεογραφικό περιεχόμενο το οποίο, όπως αναφέρει, *«απαιτεί άλλες συνεργασίες με τοπικές εταιρείες παραγωγής και δημοσιογράφους και ειδικό καθεστώς περιορισμού των διαφημίσεων κατά την τηλεοπτική προβολή του»*

¹⁴⁹ *«Με τον τρόπο όμως που λειτουργεί η παραγωγή του Ενημερωτικού Τομέα στην Ελλάδα και το εξωτερικό, καταλήγει να είναι μια εσωτερική διαδικασία. Υπό το πρίσμα ότι δεν λειτουργεί με όρους ανταγωνισμού (δεν παράγεται δηλαδή ένα προϊόν που "βγαίνει" στην ελεύθερη αγορά - δεν μπαίνει [ενν. ο τηλεοπτικός σταθμός] στη διαδικασία αναζήτησης προτάσεων από τρίτες εταιρείες) τότε η απάντηση είναι ότι πρόκειται για δύο διαφορετικές αγορές» και «η πλειονότητα των ενημερωτικών εκπομπών (και μετά βεβαιότητας τα δελτία ειδήσεων) παράγονται από τους ίδιους τους τηλεοπτικούς σταθμούς»* (βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2154/09.03.2021 επιστολή της εταιρίας).

¹⁵⁰ Βλ. τις υπ αριθ. πρωτ. 2114/08.03.2021, 2252/11.03.2021, 2149/09.03.2021, 2190/10.03.2021, 2128/08.03.2021, 2102/08.03.2021, 2154/09.03.2021, 2018/04.03.2021, 2467/18.03.2021, 2476/18.03.2021 και 2348/16.03.2021 επιστολές των εταιριών [...] αντίστοιχα. Σημειώνεται ότι κατά τις [...] η αγορά παραγωγής/προμήθειας τηλεοπτικού περιεχομένου δύναται να διακριθεί [...] με βάση τον φορέα της παραγωγής, αν δηλαδή παράγεται εσωτερικά από τον τηλεοπτικό σταθμό ή από εξωτερικό συνεργάτη του» και όχι βάσει του εάν η παραγωγή γίνεται με ίδια μέσα ή υπεργολαβία καθώς αυτό *«αποτελεί μόνο οικονομικό παράγοντα και κατά συνέπεια δεν θεωρούμε ότι συνιστά διακριτή δραστηριότητα»* (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 2130/08.03.2021, 2133/08.03.2021 και 2507/19.03.2021 επιστολές των [...] αντίστοιχα).

απόκτησης τηλεοπτικού περιεχομένου μπορεί να αναλυθεί περαιτέρω στις διακριτές υπό-αγορές α) παραγωγής και προμήθειας κατά παραγγελία νέου τηλεοπτικού περιεχομένου και β) παροχής δικαιωμάτων μετάδοσης/προβολής. Η υπό κρίση πράξη, ενόψει και της δραστηριοποίησης της GREEN PIXEL, αφορά συγκεκριμένα στην υπό α) ανωτέρω αγορά και μόνο. Αυτό επιρρωνύεται και από το γεγονός ότι από τα συλλεχθέντα στοιχεία εκ των εταιριών λειτουργίας τηλεοπτικών σταθμών ελεύθερης λήψης, η από μέρους τους απόκτηση δικαιωμάτων προβολής/μετάδοσης ήδη παραχθέντος περιεχομένου περιορίζεται κατά βάση σε ξενόγλωσσο περιεχόμενο ή κινηματογραφικές ταινίες, ενώ για το λοιπό προβαλλόμενο περιεχόμενο (πχ ενημερωτικές και ψυχαγωγικές εκπομπές) που αφορά σε νέο, κατά βάση ελληνόφωνο, περιεχόμενο, οι εταιρίες λειτουργίας τηλεοπτικών σταθμών μεριμνούν για την παραγωγή του, είτε απευθυνόμενες σε τρίτες εταιρίες παραγωγής είτε με ίδια μέσα.

98. Αξίζει να σημειωθεί ότι, όπως προαναφέρθηκε, βάσει του ισχύοντος νομοθετικού πλαισίου, οι κύριοι πελάτες στην αγορά αυτή, ήτοι οι γνωστοποιούσες και οι άμεσοι ανταγωνιστές τους-τηλεοπτικοί σταθμοί πανελλήνιας εμβέλειας, ελεύθερης λήψης και ενημερωτικού χαρακτήρα, υποχρεούνται να προβάλλουν διαφορετικής κατηγορίας περιεχόμενο καλύπτοντας ένα ελάχιστο, νομοθετικά προσδιορισμένο, πλήθος ωρών προβολής τηλεοπτικού περιεχομένου διαφορετικού χαρακτήρα. Μάλιστα, μέρος του προβαλλόμενου τηλεοπτικού περιεχομένου επιβάλλεται να προέρχεται από ανεξάρτητες εταιρίες παραγωγής¹⁵¹. Εξάλλου, η ανάγκη προβολής ποικίλου περιεχομένου από τους τηλεοπτικούς σταθμούς ενισχύεται από το γεγονός ότι έτσι διευρύνεται το τηλεοπτικό κοινό του εκάστοτε σταθμού με αποτέλεσμα να ενισχύεται η τηλεθέασή του και κατ' επέκταση να αυξάνεται η «αξία» του διαφημιστικού χώρου που παρέχει στις διαφημιστικές εταιρίες που αποτελεί την κυριότερη πηγή εσόδων των τηλεοπτικών σταθμών.
99. Όσον αφορά στην εγχώρια λειτουργία της αγοράς παραγωγής νέου τηλεοπτικού περιεχομένου, από τα συνολικά συλλεχθέντα στοιχεία συνάγεται ότι οι εταιρίες παραγωγής μπορεί να συνεργάζονται απευθείας (π.χ. κατά παραγγελία) με τηλεοπτικούς σταθμούς ή να αναλαμβάνουν την παραγωγή τηλεοπτικού περιεχομένου για αυτούς με υπεργολαβία. Περαιτέρω, εκτιμάται ότι στην «πελατειακή βάση» των εταιριών παραγωγής δύναται να περιλαμβάνονται όχι μόνο οι τηλεοπτικοί σταθμοί ελεύθερης λήψης (τα θεωρούμενα «παραδοσιακά» κανάλια) αλλά και οι συνδρομητικοί τηλεοπτικοί σταθμοί, στο μέτρο που οι τελευταίοι προβάλλουν περιεχόμενο που μεριμνούν οι ίδιοι για την παραγωγή του (πχ αναθέτοντας τη σχετική παραγωγή σε παραγωγό εταιρία) και δεν περιορίζονται στην απόκτηση δικαιωμάτων προβολής/μετάδοσης ήδη παραχθέντος περιεχομένου. Η δε συνεργασία μεταξύ των δύο μερών (ήτοι τηλεοπτικού σταθμού – εταιρίας παραγωγής) αφορά πρωτίστως στην παραγωγή περιεχομένου ψυχαγωγικού χαρακτήρα (πχ εκπομπές μυθοπλασίας, τηλεπαιχνίδια, ριάλιτι κλπ) και δευτερευόντως ενημερωτικού χαρακτήρα, ενώ το αμιγώς ειδησεογραφικό τηλεοπτικό περιεχόμενο παράγεται από τους τηλεοπτικούς σταθμούς εσωτερικά με ίδια μέσα.
100. Συνεπώς, βάσει και της λειτουργίας των τηλεοπτικών σταθμών στην πράξη, η υπό κρίση σχετική αγορά παραγωγής νέου τηλεοπτικού περιεχομένου εκτιμάται ότι περιλαμβάνει τουλάχιστον:
- α) το σύνολο των τηλεοπτικών προγραμμάτων που παράγονται από τις «ανεξάρτητες» εταιρίες παραγωγής (ήτοι αυτές που δεν ανήκουν σε Ομίλους εταιριών που λειτουργούν

¹⁵¹ Ο. π. βλ. Ενότητα Δ της παρούσας.

τηλεοπτικούς σταθμούς), ανεξάρτητα του τρόπου συνεργασίας τους με τους τηλεοπτικούς σταθμούς (πχ άμεσα με απευθείας ανάθεση / κατά παραγγελία παραγωγή προγράμματος ή έμμεσα με υπεργολαβία)· καθώς και

β) το σύνολο των τηλεοπτικών προγραμμάτων που παράγεται εσωτερικά από τους τηλεοπτικούς σταθμούς (ήτοι με ίδια μέσα ή μέσω θυγατρικών εταιριών τους), το οποίο ωστόσο διατίθεται σε τρίτους και δεν προορίζεται για ίδια προβολή.

101. Στην υπό κρίση αγορά δύναται να συμπεριληφθεί και το τηλεοπτικό περιεχόμενο (ψυχαγωγικού πρωτίστως και ενημερωτικού δευτερευόντως χαρακτήρα) που παράγεται μεν με ίδια μέσα για ίδια χρήση από τους τηλεοπτικούς σταθμούς, αλλά το οποίο εναλλακτικά θα μπορούσε να έχει ανατεθεί σε ανεξάρτητη εταιρία παραγωγής. Εξαιρέση αποτελεί το αμιγώς ειδησεογραφικό περιεχόμενο το οποίο, όπως προκύπτει από τις θέσεις τόσο των τηλεοπτικών σταθμών όσο και των εταιριών παραγωγής, απαιτεί εξειδικευμένο εξοπλισμό, τεχνογνωσία και ανθρώπινους πόρους και στην πράξη παράγεται αποκλειστικά και μόνο από τους ίδιους τους τηλεοπτικούς σταθμούς. Σε κάθε περίπτωση, η περαιτέρω διερεύνηση της ανάγκης διεύρυνσης της αγοράς παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου με γνώμονα το φορέα/ εταιρία παραγωγής του περιεχομένου και τη δυνατότητα εναλλακτικής παραγωγής του από έτερο φορέα/εταιρία παρέλκει, δεδομένου ότι, όπως θα καταδειχθεί και στην επόμενη Ενότητα ΣΤ, ακόμα και υπό την υφιστάμενη (στενότερη δυνατή) οριοθέτηση, η υπό κρίση συγκέντρωση δεν δημιουργεί ανησυχίες για τα αποτελέσματά της στη λειτουργία του ανταγωνισμού στις σχετικές αγορές που αφορά.
102. Τέλος, εξεταστέο είναι κατά πόσο η εν λόγω αγορά δύναται να διακριθεί περαιτέρω βάσει του περιεχομένου του παραγόμενου προγράμματος (π.χ. ενημερωτικού χαρακτήρα, ψυχαγωγικού χαρακτήρα κ.λπ.). Ωστόσο, νοουμένου ότι όπως προκύπτει από τα συλλεχθέντα στοιχεία η παραγωγή από τρίτες (ανεξάρτητες) εταιρίες αφορά πρωτίστως σε ψυχαγωγικού χαρακτήρα περιεχόμενο ενώ το ενημερωτικού χαρακτήρα περιεχόμενο (ιδίως το αμιγώς ειδησεογραφικό) παράγεται από τους τηλεοπτικούς σταθμούς με ίδια μέσα και για ίδια χρήση (και άρα δεν συμπεριλαμβάνεται στην υπό κρίση σχετική αγορά) συνάγεται ότι στο πλαίσιο της παρούσας η εξέταση της περαιτέρω διάκρισης της αγοράς παραγωγής περιεχομένου βάσει κατηγορίας περιεχομένου παρέλκει, δεδομένου ότι το μέγεθος της ορισθείσας ανωτέρω αγοράς, καθώς και οι ανταγωνιστικές συνθήκες, οι ανταγωνιστές και τα μερίδιά αγοράς τους δεν θα διαφοροποιούντο σημαντικά σε σχέση με τυχόν οριοθέτηση αγοράς παραγωγής νέου *ψυχαγωγικού* τηλεοπτικού περιεχομένου στην οποία θα δραστηριοποιείτο η GREEN PIXEL.
103. Ως εκ τούτου, ειδικώς για τις ανάγκες αξιολόγησης της υπό κρίση συγκέντρωσης, ως ανάντη σχετική αγορά λαμβάνεται η **αγορά παραγωγής και προμήθειας κατά παραγγελία νέου τηλεοπτικού περιεχομένου**.

E.2.2 Η αγορά της τηλεόρασης - λιανική παροχή τηλεοπτικού περιεχομένου σε τελικούς καταναλωτές (κατάκτη αγορά)

E.2.2.1 Αποφάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και της ΕΑ

104. Σε παλαιότερες αποφάσεις της, η Ε.Επ. έχει διακρίνει τη λιανική παροχή τηλεοπτικού

περιεχομένου σε δύο αγορές, σε αυτή της ελεύθερης πρόσβασης και στη συνδρομητική¹⁵². Ωστόσο, σε πιο πρόσφατες αποφάσεις της και λαμβάνοντας υπόψη τις εξελίξεις της τεχνολογίας και της ζήτησης του τηλεοπτικού κοινού έχει αφήσει το ζήτημα της εν λόγω διάκρισης ανοιχτό, υποδεικνύοντας τη δυνατότητα διεύρυνσης της αγοράς και θεώρησής της ως ενιαίας¹⁵³.

105. Επιπλέον, η Ε.Επ. έχει εξετάσει και κατά πόσο η συνδρομητική τηλεόραση μπορεί να καταταμηθεί περαιτέρω: (α) σε γραμμικές και μη γραμμικές συνδρομητικές υπηρεσίες¹⁵⁴, (β) με βάση την τεχνολογία διανομής (π.χ. καλωδιακή, δορυφορική ή επίγεια)¹⁵⁵, και (γ) σε προνομιακές (premium) και βασικές συνδρομητικές υπηρεσίες¹⁵⁶. Εντούτοις, δεν κατέληξε σε σχετικό συμπέρασμα, αφήνοντας τον ορισμό της αγοράς ανοιχτό.
106. Στην Ελλάδα, σύμφωνα με παλαιότερες αποφάσεις της ΕΑ¹⁵⁷ και ιδίως πριν την τροποποίηση του Ν.3592/2007 το 2014¹⁵⁸, η αγορά της τηλεόρασης (άλλως και αγορά παροχής τηλεοπτικού περιεχομένου (προγράμματος)), θεωρείτο ενιαία, ήτοι χωρίς περαιτέρω διάκριση αναλόγως του περιεχομένου αναμετάδοσης ή του τρόπου πρόσβασης στο τηλεοπτικό περιεχόμενο (ελεύθερης λήψης ή συνδρομητικοί τηλεοπτικοί σταθμοί). Ωστόσο σε μεταγενέστερες αποφάσεις της¹⁵⁹, και

¹⁵² Βλ. υπόθ. Μ.5121 – NEWS CORP/PREMIERE, απόφαση της Ε.Επ. της 25.06.2008, σκ. 20 και υπόθ. Μ.4504 – SFR/TELE 2 FRANCE, απόφαση της Ε.Επ. της 18.07.2007, σκ. 40.

¹⁵³ Βλ. υπόθ. Μ.9064 – TELIA COMPANY/BONNIER BROADCASTING HOLDING, απόφαση της Ε.Επ. της 12.11.2019, σκ. 200, υπόθ. Μ.8665 – DISCOVERY/SCRIPPS, απόφαση της Ε.Επ. της 06.02.2018, σκ. 33, υπόθ. Μ.8354 – FOX/SKY, απόφαση της Ε.Επ. της 07.04.2017, σκ. 101 και υπόθ. Μ.7194 – LIBERTY GLOBAL/CORELIO/W&W/DE VIJVER MEDIA, απόφαση της Ε.Επ. της 24.02.2015, σκ. 152.

¹⁵⁴ Βλ. υπόθ. Μ.7194 – LIBERTY GLOBAL/CORELIO/W&W/DE VIJVER MEDIA, απόφαση της Ε.Επ. της 24.02.2015, σκ. 124, υπόθ. Μ.8861 – COMCAST/SKY, απόφαση της Ε.Επ. της 15.06.2018, σκ. 59, υπόθ. Μ.8665 – DISCOVERY/SCRIPPS, απόφαση της Ε.Επ. της 06.02.2018, σκ. 32 και υπόθ. Μ.9064 – TELIA COMPANY/BONNIER BROADCASTING HOLDING, σκ. 200.

¹⁵⁵ Βλ. υπόθ. Μ.7194 – LIBERTY GLOBAL/CORELIO/W&W/DE VIJVER MEDIA, σκ. 127, υπόθ. Μ.8665 – DISCOVERY/SCRIPPS, σκ. 33 και υπόθ. Μ.8354 – FOX/SKY, σκ. 101.

¹⁵⁶ Βλ. υπόθ. Μ.7194 – LIBERTY GLOBAL/CORELIO/W&W/DE VIJVER MEDIA, σκ. 119, υπόθ. Μ.8665 – DISCOVERY/SCRIPPS, σκ. 33 και υπόθ. Μ.8354 – FOX/SKY, σκ. 101, υπόθ. Μ.8861 – COMCAST/SKY, σκ. 59 και υπόθ. Μ.9064 – TELIA COMPANY/BONNIER BROADCASTING HOLDING, σκ. 200.

¹⁵⁷ Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ υπ' αρ. 393/V/2008, 397/V/2008, 409/V/2008, 415/V/2008, 422/V/2008, 461B/V/2009, 474/VI/2010 και 535/VI/2012. Ωστόσο η ΕΑ στην υπ' αριθ. 538/VII/2012 Απόφασή της, αναφέρεται μεν στη, βάσει προηγούμενων αποφάσεών της, ενιαία θεώρηση της αγοράς τηλεόρασης, (βλ σκ 13 της Απόφασης), ωστόσο θέτει το ενδεχόμενο περαιτέρω κατάτμησής της βάσει α) του είδους περιεχομένου, β) της ύπαρξης περιορισμών στην πρόσβαση στο περιεχόμενο από το τηλεοπτικό κοινό, γ) του τρόπου μετάδοσής του και δ) του κατά πόσο το κοινό λαμβάνει το τηλεοπτικό περιεχόμενο παθητικά (γραμμικά κανάλια) ή διαδραστικά (μη γραμμικά κανάλια). Βλ επίσης και άρ. 3, παρ. 1, 3 και 4 Ν.3592/2007, ως ίσχυαν.

¹⁵⁸ Βλ. άρθρο 6 του Ν.4279/2014 (ΦΕΚ Α' 158/8.8.2014) με την οποία εισάγεται η έννοια των «ενημερωτικών μέσων». Όπως αναφέρεται σχετικά: «Ως συγκέντρωση ελέγχου στην αγορά νοείται το ποσοστό επιρροής του κοινού από τα ενημερωτικά Μέσα κατά την έννοια της παραγράφου 5 του άρθρου 5 του νόμου αυτού ...». Η δε διάταξη του άρθρου 5 παρ. 5 του Ν. 3592/2007 ορίζει την έννοια των ενημερωτικών και μη μέσων ως εξής: «[...] Ως ενημερωτικά μέσα νοούνται εκείνα των οποίων το ημερήσιο πρόγραμμα περιλαμβάνει τακτά πρωτότυπα δελτία ειδήσεων καθημερινά, πολιτικό σχολιασμό και ενημερωτικές εκπομπές, όπως πολιτικής και οικονομικής επικαιρότητας. Τα ενημερωτικά μέσα διακρίνονται σε γενικού και θεματικού περιεχομένου. Γενικού περιεχομένου είναι τα ενημερωτικά μέσα, τα οποία περιέχουν προγράμματα ποικίλης ύλης. Θεματικού περιεχομένου είναι τα ενημερωτικά μέσα των οποίων το πρόγραμμα περιλαμβάνει ειδικό προσανατολισμό σε μία συγκεκριμένη κατηγορία ενημέρωσης, όπως οικονομικού, πολιτικού και θρησκευτικού περιεχομένου. Μη ενημερωτικά μέσα θεωρούνται αυτά, το πρόγραμμα των οποίων δεν έχει ενημερωτικό χαρακτήρα και αφορά αποκλειστικά σε ειδικούς τομείς ψυχαγωγίας και επιμόρφωσης, με περιεχόμενο, όπως μουσικό, αθλητικές μεταδόσεις με ή χωρίς σχολιασμό αθλητικών ειδήσεων, προβολή ταινιών, εκπαιδευτικό ντοκιμαντέρ ή παιδικές εκπομπές, περιλαμβανομένων και των μέσων που μεταδίδουν αποκλειστικά τηλεπωλήσεις, κατά τα οριζόμενα στην παρ. 22 του άρθρου 1 της Οδηγίας 97/36/ΕΚ, με την οποία τροποποιήθηκε το άρθρο 19 της Οδηγίας 89/552/ΕΟΚ [...]».

¹⁵⁹ Βλ. ενδεικτικά τις υπ' αρ. 611/2015, 679/2019 και 700/2020 Αποφάσεις της ΕΑ.

λαμβάνοντας υπόψη σχετική τροποποίηση του Ν.3592/2007, όπου τα μέσα ενημέρωσης διακρίνονται σε ενημερωτικά και μη, η ΕΑ έκρινε ότι υφίστανται διακριτές σχετικές αγορές παροχής/μετάδοσης τηλεοπτικού και ραδιοφωνικού περιεχομένου (προγράμματος) των ενημερωτικών και μη μέσων, για τις οποίες εφαρμόζονται αντίστοιχα οι σχετικές διατάξεις του Ν.3592/2007 και του Ν.3959/2011, αντίστοιχα.

107. Όσο δε αφορά ιδίως στη συνδρομητική τηλεόραση, η ΕΑ έκρινε σε προηγούμενες Αποφάσεις της¹⁶⁰ ότι με βάση τη διάκριση των μέσων σε ενημερωτικά και μη, όπως εισήχθη με την τροποποίηση του Ν.3592/2007, η εν λόγω αγορά (συνδρομητική) της τηλεόρασης δεν αποτελεί ενημερωτικό μέσο. Ως εκ τούτου, η συνδρομητική τηλεόραση δεν ανήκει στη σχετική αγορά της τηλεόρασης ενημερωτικών μέσων.

E.2.2.2 Οι απόψεις των γνωστοποιουσών

108. Όσον αφορά στο επίπεδο της αλυσίδας αξίας τηλεόρασης στο οποίο δραστηριοποιούνται οι ίδιες, οι γνωστοποιούσες καταρχήν αναφέρουν ότι η αγορά της τηλεόρασης μπορεί να διακριθεί «σε δύο υποαγορές με βάση τα διαφορετικά επιχειρηματικά μοντέλα που ακολουθούνται: (α) τους τηλεοπτικούς σταθμούς ελεύθερης πρόσβασης (τόσο εθνικής όσο και περιφερειακής εμβέλειας) και (β) τους παρόχους οπτικοακουστικού περιεχομένου που απαιτούν συνδρομή¹⁶¹ [...] Βεβαίως, ο κατ' αρχήν διαχωρισμός μεταξύ των δύο επιχειρηματικών μοντέλων δεν σημαίνει πως δεν υπάρχει σημαντική υποκαταστησιμότητα / εναλλαξιμότητα από τη μεριά της ζήτησης μεταξύ των φορέων αυτών»¹⁶².
109. Αναλύοντας δε την εξέλιξη της αγοράς τηλεόρασης και επικαλούμενες αφενός το γεγονός ότι η Ε.Επ. σε πρόσφατες αποφάσεις της δεν καταλήγει ως προς τον ενιαίο ή μη χαρακτήρα της αγοράς τηλεόρασης και αφετέρου την εξέλιξη της τεχνολογίας και της ζήτησης του κοινού¹⁶³, υποστηρίζουν ότι η αγορά τηλεόρασης πρέπει να θεωρηθεί ενιαία. Συγκεκριμένα, όπως αναφέρουν «η κατάντη αγορά θα πρέπει εν προκειμένω να εκληφθεί ενιαία, ανεξαρτήτως τόσο του περιεχομένου αναμετάδοσης (δηλαδή, ενημερωτικοί και μη ενημερωτικοί τηλεοπτικοί σταθμοί), όσο

¹⁶⁰ Βλ. ενδεικτικά την 652/2017 Απόφαση της ΕΑ.

¹⁶¹ Ως «συνδρομητικούς παρόχους» οι γνωστοποιούσες αναφέρονται τόσο στα συνδρομητικά κανάλια όσο και στις πλατφόρμες. Σύμφωνα με τις ίδιες: «στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται τόσο «εθνικοί» παίκτες όπως λ.χ. Cosmote TV, Nova, Vodafone TV, Wind Vision, όσο και διεθνείς πλατφόρμες, όπως λ.χ. Netflix, Amazon Prime, Google Play Movies, YouTube, Apple TV, Disney+, Mubi κ.λ.π.» (βλ. σελ. 30 της Γνωστοποίησης).

¹⁶² Βλ. σελ. 30 της Γνωστοποίησης.

¹⁶³ Εν προκειμένω, οι γνωστοποιούσες υποστηρίζουν ότι «[δ]εν χωρά αμφιβολία ότι για τμήματα περιεχομένου, όπως λ.χ. τηλεοπτικές σειρές ή ταινίες, υπάρχει έντονη υποκαταστασιμότητα τόσο μεταξύ των σταθμών ελεύθερης πρόσβασης, όσο και μεταξύ των τελευταίων και «νέων» συνδρομητικών παικτών. Αλλωστε, η αλματώδης παγκόσμια ανάπτυξη των επιχειρήσεων αυτών (βλ. τις περιπτώσεις των Netflix, Apple TV, Amazon Prime) καθώς και η συνεχής είσοδος νέων παικτών (πχ Disney+, Mubi) μαρτυρά ότι οι υπηρεσίες αυτές είναι σε θέση να κερδίσουν χρόνο τηλεθέασης μειώνοντας, αντίστοιχα, το χρόνο που οι τηλεθεατές δαπανούν στα «παραδοσιακά» κανάλια. Από την άλλη μεριά, κατηγορίες περιεχομένου, όπως η ενημέρωση, δεν αντιμετωπίζουν τον ίδιο ανταγωνισμό από τα νέα συνδρομητικά μέσα, δεδομένου ότι στις περισσότερες περιπτώσεις τα τελευταία δεν παρέχουν καν τέτοιες υπηρεσίες. Ωστόσο, η εν λόγω κατηγορία περιεχομένου αντιμετωπίζει έντονη ανταγωνιστική πίεση από το διαδίκτυο (ιστοσελίδες ενημέρωσης) και, ειδικότερα, από εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης (βλ. Facebook, Twitter κλπ). Επομένως, θα ήταν πολύ δύσκολο για έναν υποθετικό μονοπωλητή να εκμεταλλευτεί αυτή την πτυχή (ήτοι του ενημερωτικού περιεχομένου) προς όφελος του. Τέλος, ακόμη κι αν ήθελε θεωρηθεί ότι οι τηλεοπτικοί σταθμοί ελεύθερης πρόσβασης συνιστούν διακριτή αγορά, δεν θα πρέπει να παραγνωρισθεί ότι αυτοί βρίσκονται υπό τη ρυθμιστική εποπτεία και παρακολούθηση του ΕΣΡ και πάντοτε σε ανταγωνισμό με ένα κρατικά ελεγχόμενο φορέα (ΕΡΤ). Συνυψίζοντας, το πλαίσιο εποπτείας είναι εξαιρετικά συμπαγές και ο ανταγωνισμός πολυεπίπεδος, γεγονός που αποτρέπει τη δυνατότητα μονοπώλησης της αγοράς» (βλ. σελ. 35 της Γνωστοποίησης).

και τρόπου πρόσβασης στο τηλεοπτικό περιεχόμενο (δηλαδή, ελεύθεροι και συνδρομητικοί τηλεοπτικοί σταθμοί)»¹⁶⁴.

110. Σημειώνεται ότι κατά την άποψή τους, η ως άνω προσέγγιση συνάδει όχι μόνο με τις τεχνολογικές εξελίξεις στην αγορά τηλεόρασης αλλά και με τις εξεταζόμενες στο πλαίσιο της υπό κρίση πράξης αλληλεπιδράσεις μεταξύ της αγοράς παραγωγής περιεχομένου (ανάντη αγορά) και της αγοράς τηλεόρασης (κατάντη αγορά). Εν προκειμένω, όπως αναφέρουν οι γνωστοποιούσες, όλες οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην κατάντη εξεταζόμενη αγορά (τηλεοπτικοί σταθμοί ελεύθερης πρόσβασης και συνδρομητικοί, ενημερωτικοί και μη ενημερωτικοί τηλεοπτικοί σταθμοί) ανταγωνίζονται μεταξύ τους για την προμήθεια/απόκτηση τηλεοπτικού περιεχομένου και αντίστοιχα οι εταιρίες παραγωγής προμηθεύουν με περιεχόμενο όλους τους τηλεοπτικούς σταθμούς στην κατάντη αγορά (ανεξαρτήτως περαιτέρω διάκρισης)¹⁶⁵.

E.2.2.3 Οι απόψεις των τρίτων

111. Από την πλευρά τους, οι τηλεοπτικοί σταθμοί ελεύθερης λήψης σημειώνουν ότι η σημαντικότερη ανταγωνιστική πίεση ασκείται πρωτίστως από τους λοιπούς τηλεοπτικούς σταθμούς ελεύθερης λήψης πανελλαδικής εμβέλειας, αναγνωρίζοντας πάντως την ύπαρξη ανταγωνιστικών πιέσεων από τους ημεδαπούς συνδρομητικούς τηλεοπτικούς σταθμούς που εντάσσονται σε συνδρομητικές πλατφόρμες (και σε μικρότερο βαθμό από τις διεθνείς συνδρομητικές πλατφόρμες), καταδεικνύοντας ότι και αυτές αποτελούν εν ευρεία εννοία ανταγωνιστές τους¹⁶⁶.

¹⁶⁴ Βλ. σελ. 36 της Γνωστοποίησης.

¹⁶⁵ Βλ. σελ. 37 της Γνωστοποίησης.

¹⁶⁶ Ειδικότερα, η [...] υποστηρίζει ότι «οι βασικότεροι ανταγωνιστές της εταιρείας μας είναι οι λοιποί πέντε (5) αδειοδοτημένοι τηλεοπτικοί σταθμοί γενικού περιεχομένου πανελλαδικής εμβέλειας, καθώς και τηλεοπτικοί σταθμοί περιφερειακής εμβέλειας, που λειτουργούν κυρίως στην Αττική. [...] Οι συνδρομητικές πλατφόρμες Cosmote και Forthnet είναι επίσης ανταγωνιστές, δεδομένου ότι περιλαμβάνονται στις τηλεοπτικές μετρήσεις και λαμβάνουν ανάλογο μέρος της διαφημιστικής «πίτας». Σε ό,τι αφορά τις πλατφόρμες “over the top”, τα τελευταία χρόνια με ολοένα αυξανόμενο ρυθμό έχουν γίνει προσβάσιμες σε μεγάλο αριθμό μελών – και με συνεχώς αυξανόμενα ποσοστά – του ίδιου κοινού, στο οποίο απευθύνεται και ο σταθμός μας, και αναμένεται δε αυτή η τάση να αυξηθεί στο μέλλον. Για το λόγο αυτό, θεωρούμε ότι οι εξής πλατφόρμες είναι ανταγωνιστικές: Δημοφιλείς με mixed περιεχόμενο (originals + acquisitions) ▪ Cosmote OTT ▪ Vodafone TV OTT ▪ YouTube ▪ Netflix και σε αρκετά μικρότερο ποσοστό οι ▪ Amazon Prime ▪ Apple TV ▪ Cinobo ▪ Wind vision» (βλ. υπ’ αριθ. πρωτ. 1631/19.02.2021 επιστολή). Υπό παρεμφερές σκεπτικό, η [...] και [...] (η οποία [...]) υποστηρίζουν ότι αν και «ο άμεσος ανταγωνισμός της εταιρείας μας είναι όλοι οι πάροχοι επίγειας ελεύθερης λήψης ανεξαρτήτως είδους και εμβέλειας, λόγω του τρόπου χρηματοδότησης του μοντέλου της τηλεόρασης ελεύθερης λήψης, στην εποχή της ψηφιακής σύγκλισης όλοι οι πάροχοι (με οποιοδήποτε τρόπο και μέσο) περιεχομένου, όπως είναι και οι συνδρομητικοί τηλεοπτικοί σταθμοί και οι πλατφόρμες «over-the-top», αποτελούν εν ευρεία έννοια ανταγωνιστές της εταιρείας μας, όχι μόνο στην αγορά των τελικών καταναλωτών (end users) των υπηρεσιών μας αλλά και στην αγορά προμήθειας περιεχομένου λαμβάνοντας υπόψη οι ότι πηγές προέλευσης του περιεχομένου όλων των παρόχων περιεχομένου είναι σε μεγάλο βαθμό κοινές» (βλ. υπ’ αριθ. πρωτ. 1459/15.02.2021 και 1457/15.02.2021 επιστολές αντίστοιχα). Σύμφωνα με την [...] στην υπ’ αριθ. πρωτ. 1198/08.02.2021 επιστολή της αναφέρει ότι «[ο]ι κύριοι ανταγωνιστές της [...] όσον αφορά την τηλεοπτική της δραστηριότητα είναι οι τηλεοπτικοί σταθμοί: [...] ι) Όλοι οι συνδρομητικοί τηλεοπτικοί σταθμοί αποτελούν ανταγωνιστική αγορά στους ιδιωτικούς τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας ενημερωτικού προγράμματος γενικού περιεχομένου ψηφιακής ευρύτεκτης ελεύθερης λήψης, διότι: ▪ Αποσπών σημαντικά κονδύλια από την ετήσια συνολικά διαθέσιμη διαφημιστική δαπάνη στην Ελλάδα (πλέον του βασικού εσόδου τους, που προκύπτει από τις συνδρομές των συνδρομητών τους). ▪ Περιορίζουν σημαντικά τα ποσοστά τηλεθέασης των τηλεοπτικών σταθμών ελεύθερης λήψης εθνικής εμβέλειας ενημερωτικού προγράμματος γενικού περιεχομένου και συνεπακόλουθα τις αντίστοιχες τιμές διάθεσης του διαφημιστικού χρόνου. ▪ Αποτελεί ιδιαίτερο ανταγωνιστικό παράγοντα η προβολή προγραμμάτων, όπως η πρώτη μετάδοση κινηματογραφικών ταινιών, οι οποίες, αφού προβληθούν στις κινηματογραφικές αίθουσες μεταδίδονται κατά σειρά προτεραιότητας πρώτα μέσω των συνδρομητικών σταθμών (περίπου 6-8 μήνες μετά την εκπονή των δικαιωμάτων για κινηματογραφική προβολή) και μετά μέσω τηλεοπτικών σταθμών εθνικής εμβέλειας

E.2.2.4 Η θέση της Επιτροπής

112. Κατά τα προαναφερθέντα, η ΕΑ σε αποφάσεις της έχει διακρίνει σαφώς μεταξύ τηλεοπτικών σταθμών ελεύθερης λήψης και συνδρομητικών. Μάλιστα, κατ' εφαρμογή των διατάξεων του Ν. 3592/2007 στο πλαίσιο εξέτασης συγκεντρώσεων επιχειρήσεων δραστηριοποιούμενων στα μέσα μαζικής ενημέρωσης (ΜΜΕ) έχει προβεί σε ακόμα στενότερο ορισμό αγοράς, διακρίνοντας μεταξύ τηλεοπτικών σταθμών ελεύθερης λήψης ενημερωτικού και μη χαρακτήρα καθώς και με βάση την εμβέλεια του σήματός τους (ήτοι πανελληνίας ή τοπικής εμβέλειας).
113. Ωστόσο, στο πλαίσιο και για τους σκοπούς της παρούσας συγκέντρωσης, δεν θα πρέπει να αγνοηθεί ότι η πελατειακή βάση των εταιριών παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου δεν περιορίζεται μόνο σε ενημερωτικούς σταθμούς ελεύθερης λήψης πανελλαδικής εμβέλειας, αλλά και στο σύνολο των τηλεοπτικών σταθμών ελεύθερης λήψης (ανεξάρτητα κατηγορίας βάσει περιεχομένου ή/και εμβέλειας) καθώς και στους συνδρομητικούς.
114. Ως εκ τούτου, κρίνεται εύλογο στο πλαίσιο της παρούσας ανάλυσης, η αγορά τηλεόρασης να διευρυνθεί περιλαμβάνοντας κατ' ελάχιστο **το σύνολο των τηλεοπτικών σταθμών (ήτοι όχι μόνο των ενημερωτικών) ελεύθερης λήψης πανελληνίας εμβέλειας**, οι οποίοι, όπως προέκυψε από τα συλλεχθέντα στοιχεία, συνιστούν και τους βασικότερους μεταξύ τους ανταγωνιστές. Επισημαίνεται δε ότι τυχόν ενσωμάτωση στην εν λόγω αγορά και των τοπικής εμβέλειας τηλεοπτικών σταθμών, λόγω μεγέθους των τελευταίων, δεν θα επηρέαζε ουσιωδώς τα μεγέθη της αγοράς και ως εκ τούτου τα συμπεράσματα της αξιολόγησης της υπό κρίση συναλλαγής.
115. Εξεταστέο είναι, ωστόσο, το κατά πόσο είναι σκόπιμο να συμπεριληφθούν εν προκειμένω και οι **συνδρομητικοί τηλεοπτικοί σταθμοί ή/και οι διεθνείς πλατφόρμες**. Χωρίς να παραβλέπεται η ανταγωνιστική πίεση που ασκείται στους ελεύθερης λήψης τηλεοπτικούς σταθμούς από τους ανωτέρω (και ιδίως τους ημεδαπούς συνδρομητικούς τηλεοπτικούς σταθμούς), τα μέσα πρόσβασης του τηλεοπτικού κοινού και ιδίως η υποχρέωση πληρωμής σχετικής συνδρομής συνιστούν επαρκείς παράγοντες διάκρισης μεταξύ των τηλεοπτικών σταθμών ελεύθερης λήψης και των λοιπών, συνδρομητικών τηλεοπτικών σταθμών και πλατφορμών. Σε κάθε περίπτωση, η περαιτέρω διερεύνηση της ανάγκης διέυρυνσης της αγοράς παρέλκει, δεδομένου ότι, όπως θα

ενημερωτικού προγράμματος γενικού περιεχομένου ψηφιακής ευρυεκπομπής ελεύθερης λήψης (12 μήνες μετά την εκπνοή των δικαιωμάτων της συνδρομητικής τηλεόρασης). Υπάρχει επομένως το πλεονέκτημα για τη συνδρομητική τηλεόραση να διαθέτει το δικαίωμα μετάδοσης προγράμματος νωρίτερα από την υλοποίηση του αντίστοιχου δικαιώματος από την ελεύθερη τηλεόραση». Ως προς τις διεθνείς πλατφόρμες, η εταιρία αναφέρει ότι «ii) Οι πλατφόρμες «over - the - top» (Netflix, Amazon, Google κλπ) είναι επίσης ανταγωνιστές, λαμβανομένου υπόψη ότι δεν επιβαρύνονται με το κόστος των άμεσων ή έμμεσων φόρων, με δαπάνες λειτουργικές, όπως ενδεικτικά κτιριακές εγκαταστάσεις, προσωπικό, κλπ. που αντίστοιχα επιβαρύνονται οι τηλεοπτικοί σταθμοί ελεύθερης λήψης», υποδεικνύοντας ότι ο μεταξύ τους ανταγωνισμός αφορά σε κόστος δραστηριοποίησης παρά στη ζήτηση του κοινού. Από την άλλη πλευρά, η [...], αναφέρει ότι «[ο]ι βασικότεροι ανταγωνιστές μας, [...] είναι οι πέντε (5) αδειοδοτημένοι πάροχοι περιεχομένου επίγειας ψηφιακής τηλεοπτικής ευρυεκπομπής ελεύθερης λήψης εθνικής εμβέλειας ενημερωτικού προγράμματος γενικού περιεχομένου, οι οποίοι έχουν λάβει άδεια από το ΕΣΡ [...], ήτοι οι τηλεοπτικοί σταθμοί πανελληνίας εμβέλειας: [...] [...] Στους ανταγωνιστές μας, ως προς τη δραστηριότητα της τηλεοπτικής επιχείρησης, δεν περιλαμβάνονται οι συνδρομητικοί τηλεοπτικοί σταθμοί και οι πλατφόρμες “over-the-top”» (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1254/10.02.2021 επιστολή), ενώ και κατά την [...], ανταγωνιστές της είναι μόνο οι τηλεοπτικοί σταθμοί ελεύθερης λήψης πανελλαδικής εμβέλειας. Όπως αναφέρει η εταιρία, «[β]ασικοί ανταγωνιστές [...] θεωρούνται οι [...] σταθμοί που διαθέτουν άδεια εκπομπής πανελλαδικής εμβέλειας. Όσον αφορά τους συνδρομητικούς σταθμούς και τις πλατφόρμες “over the top” δε θεωρούμε ότι αποτελούν ανταγωνιστές καθώς για τους πρώτους τα κανάλια [...] προβάλλονται μέσα από τις συχνότητες τους ενώ για τις πλατφόρμες “O.T.T.” [...]» (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1049/04.02.2021 επιστολή).

καταδειχθεί και στην επόμενη Ενότητα ΣΤ, ακόμα και υπό την προαναφερθείσα (στενότερη δυνατή) οριοθέτηση, η υπό κρίση συγκέντρωση δεν δημιουργεί ανησυχίες για τα αποτελέσματά της στη λειτουργία του ανταγωνισμού στις σχετικές αγορές που αφορά.

116. Ως εκ τούτου, ειδικώς για τις ανάγκες αξιολόγησης της υπό κρίση συγκέντρωσης, ως κατάντη σχετική αγορά λαμβάνεται η **αγορά λιανικής παροχής τηλεοπτικού περιεχομένου σε τελικούς καταναλωτές από τηλεοπτικούς σταθμούς ελεύθερης λήψης πανελλήνιας εμβέλειας** (εφεξής και ως «αγορά τηλεόρασης»).

E.3 ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΣΧΕΤΙΚΗΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

E.3.1 Σχετική γεωγραφική αγορά της παραγωγής/ προμήθειας νέου τηλεοπτικού περιεχομένου

E.3.1.1 Αποφάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής

117. Σε προηγούμενες αποφάσεις της, η Ε.Επ. έχει ορίσει την αγορά παραγωγής και προμήθειας τηλεοπτικού περιεχομένου, συμπεριλαμβανομένης της παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου και της απόκτησης δικαιωμάτων μετάδοσης/προβολής τηλεοπτικού περιεχομένου ως εθνική ή περιφερειακή, επί τη βάση γλωσσικά ομοιογενών περιοχών¹⁶⁷.

E.3.1.2 Οι απόψεις των γνωστοποιουσών

118. Στο ίδιο με το ανωτέρω πλαίσιο κινείται και η άποψη των γνωστοποιουσών, τονίζοντας ωστόσο ότι η Ε.Επ. «σε πρόσφατη απόφασή της, αναγνώρισε ότι, σε πολλές περιπτώσεις, οι πάροχοι τηλεοπτικού προγράμματος προμηθεύονται περιεχόμενο προς ένταξη στο πρόγραμμά τους σε επίπεδο Ευρωπαϊκό ή/και παγκόσμιο»¹⁶⁸. Παρά ταύτα, σύμφωνα με τις γνωστοποιούσες, η εν λόγω αγορά ορίζεται ως «η ελληνική αγορά παροχής υπηρεσιών για την παραγωγή τηλεοπτικού προγράμματος»¹⁶⁹.

E.3.1.3 Η θέση της Επιτροπής

119. Σε συμφωνία με τα ανωτέρω και λαμβάνοντας υπόψη αφενός ότι δεν υφίστανται περιορισμοί στη συνεργασία των εταιριών παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου με το σύνολο των εντός Ελλάδος τηλεοπτικών σταθμών και αφετέρου ότι το περιεχόμενο του παραγόμενου προγράμματος είναι ελληνόφωνο, ως σχετική γεωγραφική αγορά θεωρείται το σύνολο της ελληνικής επικράτειας.

E.3.2 Σχετική γεωγραφική αγορά τηλεόρασης

E.3.2.1 Αποφάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και της ΕΑ

120. Σε πρόσφατη απόφασή της¹⁷⁰, η ΕΑ έχει κρίνει ότι, σύμφωνα με το άρθρο 3 του Ν. 3592/2007, ο γεωγραφικός προσδιορισμός της αγοράς της τηλεόρασης καθορίζεται κατά περίπτωση από την εμβέλεια του τηλεοπτικού σταθμού ή του παρόχου τηλεοπτικού προγράμματος, η οποία με τη

¹⁶⁷ Βλ. υπόθ. Μ.7194 – Liberty Global/Corelio/W&W/De Vijver Media, απόφαση της Ε.Επ. της 24.02.2015, σκ. 73-76, υπόθ. Μ.8354 – Fox/Sky, απόφαση της Ε.Επ. της 07.04.2017, σκ. 73-74, υπόθ. Μ.8861 – Comcast/Sky, απόφαση της Ε.Επ. της 15.06.2018, σκ. 42-43 και υπόθ. Μ.9064 – Telia Company/Bonnier Broadcasting Holding, απόφαση της Ε.Επ. της 12.11.2019, σκ. 131.

¹⁶⁸ Βλ. σελ. 33 της Γνωστοποίησης.

¹⁶⁹ Βλ. σελ. 36 της Γνωστοποίησης.

¹⁷⁰ Βλ. υπ' αριθ. 679/2019 απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού, σκ. 121.

σειρά της υπαγορεύεται από την άδεια λειτουργίας του. Συνεπώς, στην περίπτωση τηλεοπτικού σταθμού πανελλήνιας εμβέλειας, ως σχετική γεωγραφική αγορά θεωρείται το σύνολο της ελληνικής επικράτειας. Αντίστοιχα, η Ε.Επ. έχει κρίνει ότι η αγορά λιανικής παροχής τηλεοπτικού περιεχομένου είναι είτε εθνική είτε περιορίζεται από τη γεωγραφική εμβέλεια του δικτύου του προμηθευτή¹⁷¹.

E.3.2.2 Οι απόψεις των γνωστοποιουσών

121. Σε συμφωνία με τα ανωτέρω, και επικαλούμενες τις σχετικές αποφάσεις της ΕΑ, οι γνωστοποιούσες αναφέρουν ότι εν προκειμένω «ως σχετική γεωγραφική αγορά θεωρείται το σύνολο της Ελληνικής επικράτειας»¹⁷².

E.3.2.3 Η θέση της Επιτροπής

122. Αντίστοιχα με την αγορά της παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου και λαμβάνοντας υπόψη τη δραστηριότητα των γνωστοποιουσών, όπως έχει κριθεί και σε προηγούμενες αποφάσεις της ΕΑ, ως σχετική γεωγραφική αγορά τηλεόρασης, θεωρείται το σύνολο της ελληνικής επικράτειας.

E.4 ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ

E.4.1 Αγορά παραγωγής/ προμήθειας νέου τηλεοπτικού περιεχομένου

123. Κατά τα προαναφερθέντα, από τα συμμετέχοντα μέρη στην υπό κρίση πράξη:
- η GREEN PIXEL δραστηριοποιείται στην αγορά παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου ως πωλητής της σχετικής υπηρεσίας - ανεξάρτητη εταιρία παραγωγής· ενώ
 - οι γνωστοποιούσες δραστηριοποιούνται ως αγοραστές της σχετικής υπηρεσίας, προμηθευόμενες περιεχόμενο από ανεξάρτητες εταιρίες παραγωγής (συμπεριλαμβανομένης της GREEN PIXEL).

E.4.1.1 Η θέση της GREEN PIXEL

124. Σύμφωνα με τη Γνωστοποίηση, δεν υπάρχουν διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία που να αφορούν συγκεκριμένα στην αγορά παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου στην Ελλάδα¹⁷³. Την απουσία στατιστικών στοιχείων, μελετών κ.λπ. για την εν λόγω αγορά επιβεβαιώνουν με τις απαντήσεις τους τόσο εταιρίες λειτουργίας τηλεοπτικών σταθμών όσο και εταιρίες παραγωγής.
125. Ελλείψει σχετικών στοιχείων, οι γνωστοποιούσες παραθέτουν στατιστικά στοιχεία από την Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία για τα έτη 2011-2017 που αφορούν, όμως, στον ευρύτερο κλάδο «παραγωγής και διανομής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων»¹⁷⁴. Βάσει των εν λόγω στοιχείων, «το έτος 2017 δραστηριοποιούνταν περίπου 1.300 επιχειρήσεις [...] Περαιτέρω, ο κύκλος εργασιών ακολούθησε και αυτός αυξητική τάση και ανήλθε, κατά το έτος 2017, σε 320 εκατομμύρια ευρώ»¹⁷⁵. Στηριζόμενες στα ως άνω μεγέθη καθώς και α) στον κύκλο

¹⁷¹ Βλ. υπόθ. Μ.7194 – LIBERTY GLOBAL/CORELIO/W&W/DE VIJVER MEDIA, σκ. 139, υπόθ. Μ.8354 – FOX/SKY, σκ. 105-106, υπόθ. Μ.8861 – COMCAST/SKY, σκ. 62-63 και υπόθ. Μ.9064 – TELIA COMPANY/BONNIER BROADCASTING HOLDING, σκ. 207.

¹⁷² Βλ. σελ. 34 της Γνωστοποίησης.

¹⁷³ Βλ. σελ. 39 της Γνωστοποίησης και υπ' αριθ. πρωτ. 1458/15.02.2021 και 1426/15.02.2021 επιστολές των STAR και ALPHA αντίστοιχα.

¹⁷⁴ Κωδικός NACE: 5911, 5912 και 5913.

¹⁷⁵ Βλ. σελ. 39 της Γνωστοποίησης.

εργασιών της GREEN PIXEL, β) την αυξητική τάση του ευρύτερου κλάδου, και γ) το δυνητικό ανταγωνισμό από εταιρίες παραγωγής κινηματογραφικών ταινιών, οι γνωστοποιούσες καταλήγουν ότι «το μερίδιο της GREEN PIXEL – καίτοι δεν μπορεί να υπολογισθεί με ακρίβεια – είναι σε κάθε περίπτωση εξαιρετικά μικρό και κατ' εσωτερική εκτίμηση δεν υπερβαίνει ποσοστό της τάξεως του [...] % σε σχέση με τον κύκλο εργασιών και [...] % σε σχέση με τον αριθμό εργαζομένων. Συνεπώς, πρόκειται για μερίδιο ιδιαίτερα χαμηλό»^{176, 177}.

126. Κατά την εκτίμηση της ΓΔΑ, τα ανωτέρω στοιχεία κι εκτιμήσεις υπερεκτιμούν σημαντικά το μέγεθος της αγοράς, ιδίως λόγω της συμπερίληψης των εταιριών παραγωγής βίντεο και κινηματογραφικών ταινιών. Εξάλλου, πέραν του ότι οι γνωστοποιούσες δεν εισέφεραν στοιχεία αναφορικά με την ύπαρξη και την ένταση του δυνητικού ανταγωνισμού από τις εταιρίες αυτές, μια τέτοια ανάλυση δεν προσήκει κατά την οριοθέτηση της αγοράς, παρά μόνο κατά την ουσιαστική αξιολόγηση των επιπτώσεών της. Ως εκ τούτου, η ΓΔΑ προσπάθησε να προσεγγίσει το μερίδιο αγοράς της εταιρίας-στοχου με δύο μεθόδους, οι οποίες αναλύονται αμέσως κατωτέρω.
127. Κατά την **πρώτη μέθοδο**, προκειμένου να εκτιμηθεί το σύνολο της αγοράς παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου και το μερίδιο αγοράς της GREEN PIXEL εντός αυτής, η ΓΔΑ ζήτησε από τις ερωτηθείσες εταιρίες παραγωγής να προσκομίσουν μεγέθη του κύκλου εργασιών τους κατά τα έτη 2017-2020 για κάθε μία από τις δραστηριότητές τους. Με βάση τα εν λόγω στοιχεία 27 εταιριών παραγωγής που προσκόμισαν σχετικά στοιχεία, το μερίδιο αγοράς της GREEN PIXEL για τα έτη 2017-2020 διαμορφώνεται ως εξής:

Πίνακας 6: Μερίδιο Αγοράς GREEN PIXEL – Πρώτη μέθοδος

	2017	2018	2019	2020
Μέγεθος Αγοράς	[...]	[...]	[...]	[...]
Έσοδα Green Pixel*	[...]	[...]	[...]	[...]
Μερίδιο Green Pixel	[5-10]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%

**Τα έσοδα της Green Pixel αφορούν αποκλειστικά στην παραγωγή τηλεοπτικού περιεχομένου, είτε με απευθείας ανάθεση είτε με υπεργολαβία*

Πηγή: Στοιχεία από εταιρίες παραγωγής και γνωστοποιούσες – Επεξεργασία ΓΔΑ

128. Όπως προκύπτει από τον ανωτέρω πίνακα, το μερίδιο αγοράς της GREEN PIXEL καθ' όλο το ανωτέρω διάστημα υπολείπεται του [15-25]% και μάλιστα κατά τα έτη 2017, 2018 και 2020 δεν υπερβαίνει το [15-25]%
129. Εντούτοις, πρέπει να επισημανθεί ότι **το υπολογισθέν στον Πίνακα 6 μερίδιο αγοράς της Green Pixel πρέπει να θεωρηθεί ότι υπερεκτιμάται**, και στην πραγματικότητα είναι χαμηλότερο, δεδομένου ότι α) από τις συλλεχθείσες απαντήσεις δεν μπορεί να επιβεβαιωθεί ασφαλώς ότι στα συνολικά έσοδα έχει συμπεριληφθεί το σύνολο των εσόδων από παραγωγή περιεχομένου με κάθε τρόπο (πχ όχι μόνο με απευθείας ανάθεση αλλά και με υπεργολαβία) καθώς οι εταιρίες δεν παρέχουν σχετική διευκρίνιση, και ιδίως ότι β) οι 31 ερωτηθείσες εταιρίες

¹⁷⁶ Βλ. σελ. 40 της Γνωστοποίησης. Την εκτίμησή τους ότι το μερίδιο της GREEN PIXEL δεν υπερβαίνει το [...] % επαναλαμβάνουν οι γνωστοποιούσες και σε επόμενες επιστολές τους (βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 1800/25.02.2021 και 1816/25.02.2021 επιστολές των STAR και ALPHA αντίστοιχα).

¹⁷⁷ Επίσης, κατά τις εκτιμήσεις που παρέθεσαν κάποιες ερωτηθείσες εταιρίες παραγωγής (χωρίς ωστόσο να διαθέτουν πλήρη στοιχεία ή μελέτες), κατά το διάστημα των ετών 2018-2020 οι δαπάνες για παραγωγή περιεχομένου από το σύνολο των παρόχων οπτικοακουστικού περιεχομένου διαμορφώνεται για κάθε ένα έτος κατά μέσο όρο στο ύψος των €250 εκ.

εκτιμάται ότι αποτελούν μεγάλο μέρος μεν αλλά όχι το σύνολο της αγοράς, για την εκτίμηση δε του συνόλου της οποίας έχει ληφθεί υπόψη (πέραν της GREEN PIXEL) ο κύκλος εργασιών των 27 εξ αυτών, οι οποίες και προσκόμισαν σχετικά στοιχεία.

130. Με τη δεύτερη μέθοδο προέκυψαν συναφή συμπεράσματα. Σύμφωνα με αυτή την μέθοδο, το μέγεθος αγοράς προσεγγίστηκε ως το άθροισμα των δαπανών για παραγωγή τηλεοπτικού περιεχομένου από τις εταιρίες λειτουργίας τηλεοπτικών σταθμών που αφορούν τρίτες εταιρίες. Ειδικότερα, κατόπιν σχετικού ερωτήματος της ΓΔΑ, οι εταιρίες λειτουργίας τηλεοπτικών σταθμών προσκόμισαν αναλυτικά στοιχεία των δαπανών τους για την παραγωγή τηλεοπτικού περιεχομένου κατά το 2020. Κατόπιν, επιλέχθηκαν και αθροίστηκαν οι δαπάνες εκείνες που αφορούν αποκλειστικά σε παραγωγή τηλεοπτικού περιεχομένου από τρίτες, ανεξάρτητες εταιρίες (ήτοι αφαιρέθηκαν οι δαπάνες για ιδιοπαραγόμενο περιεχόμενο)¹⁷⁸. Αντίστοιχη αναλογία μεταξύ των δαπανών προς ανεξάρτητες εταιρίες παραγωγής σε σχέση με τις συνολικές δαπάνες για παραγωγή περιεχομένου από τους τηλεοπτικούς σταθμούς υιοθετήθηκε και για την εκτίμηση του μεγέθους αγοράς κατά τα έτη 2018-2019.
131. Υπό αυτή τη θεώρηση τα σχετικά μεγέθη έχουν εξής:

Πίνακας 7: Μερίδιο Αγοράς GREEN PIXEL – Δεύτερη μέθοδος

	2018	2019	2020
Μέγεθος Αγοράς	[...]	[...]	[...]
Έσοδα Green Pixel*	[...]	[...]	[...]
Μερίδιο Green Pixel	[10-15]%	[15-25]%	[15-25]%
*Τα έσοδα της Green Pixel αφορούν αποκλειστικά στην παραγωγή τηλεοπτικού περιεχομένου, είτε με απευθείας ανάθεση είτε με υπεργολαβία			

Πηγή: Στοιχεία από εταιρίες λειτουργίας τηλεοπτικών σταθμών – Επεξεργασία ΓΔΑ

132. Σε σχέση με τα μεγέθη του ανωτέρω πίνακα, σημειώνεται ότι, όπως ήδη αναλύθηκε, η εκτίμηση του συνολικού μεγέθους της αγοράς έχει βασιστεί αποκλειστικά στις δαπάνες των τηλεοπτικών σταθμών ελεύθερης λήψης προς ανεξάρτητες εταιρίες παραγωγής, χωρίς να συμπεριλαμβάνονται δαπάνες για παραγωγή περιεχομένου από τηλεοπτικούς σταθμούς προς τρίτους τηλεοπτικούς σταθμούς ή/και το ιδιοπαραγόμενο τηλεοπτικό περιεχόμενο που θα μπορούσε να είχε παραχθεί από ανεξάρτητες εταιρίες παραγωγής (πχ ψυχαγωγικού χαρακτήρα). Επιπλέον, στο συνολικό μέγεθος της αγοράς δεν έχουν συνυπολογιστεί οι δαπάνες για παραγωγή τηλεοπτικού περιεχομένου λοιπών παρόχων οπτικοακουστικού περιεχομένου (πχ συνδρομητικά κανάλια, τηλεοπτικοί σταθμοί ελεύθερης λήψης τοπικής εμβέλειας κλπ). Συνεπώς, εκτιμάται ότι **το πραγματικό μερίδιο αγοράς της GREEN PIXEL υπολείπεται και των παρατιθέμενων στον Πίνακα 7 μεγεθών.**

E.4.1.2. Η θέση των γνωστοποιουσών ως αγοραστών της υπηρεσίας

133. Στους πίνακες που ακολουθούν παρατίθεται η ανάλυση των δαπανών των τηλεοπτικών σταθμών για την παραγωγή τηλεοπτικού περιεχομένου κατά το 2020 με την εξής διαφοροποίηση ως προς

¹⁷⁸ Για λόγους πληρότητας, η προσέγγιση της εκτίμησης του συνολικού μεγέθους της αγοράς παραγωγής περιεχομένου βάσει των δαπανών των τηλεοπτικών σταθμών έχει προταθεί και από τις γνωστοποιούσες, ως εναλλακτική προσέγγιση. Βλ. σχετικά υπ' αριθ. πρωτ. 1800/25.02.2021 και 1816/25.02.021 επιστολές των STAR και ALPHA αντίστοιχα.

τις γνωστοποιούσες: α) στον Πίνακα 8 έχει θεωρηθεί ότι η δαπάνη των ALPHA και STAR προς την GREEN PIXEL συνιστά δαπάνη προς ανεξάρτητες επιχειρήσεις, ήτοι ως ισχύει πριν την ολοκλήρωση της υπό κρίση συναλλαγής, ενώ β) στον Πίνακα 9 έχει ενσωματωθεί η σχετική δαπάνη ως «ιδιοπαραγόμενο» τηλεοπτικό περιεχόμενο, νοουμένου ότι συνεπεία της υπό κρίση πράξης η δαπάνη των γνωστοποιουσών προς την GREEN PIXEL θα συνιστά «εσωτερική παραγωγή».

Πίνακας 8: Ανάλυση δαπανών απόκτησης τηλεοπτικού περιεχομένου πριν την υπό κρίση πράξη

Τηλεοπτικός σταθμός	Ιδιοπαραγόμενο τηλεοπτικό περιεχόμενο	Τηλεοπτικό περιεχόμενο παραγόμενο από ανεξάρτητες επιχειρήσεις	Σύνολο δαπανών για τηλεοπτικό περιεχόμενο
ALPHA	[...]	[...]	[...]
STAR	[...]	[...]	[...]
ΑΘΡΟΙΣΜΑ	[...]	[...]	[...]
ANTENNA	[...]	[...]	[...]
ΣΚΑΪ	[...]	[...]	[...]
OPEN	[...]	[...]	[...]
MEGA	[...]	[...]	[...]
EPT	[...]	[...]	[...]
ΣΥΝΟΛΟ	[...]	[...]	[...]

Πηγή: Στοιχεία από εταιρίες λειτουργίας τηλεοπτικών σταθμών – Επεξεργασία ΓΔΑ

134. Όπως προκύπτει από τον ανωτέρω πίνακα, και με την υπόθεση ότι η GREEN PIXEL συνιστά «ανεξάρτητη» εταιρία παραγωγής, οι γνωστοποιούσες αντιπροσωπεύουν από κοινού το [45-55]% της συνολικής ζήτησης των τηλεοπτικών σταθμών ελεύθερης λήψης για απόκτηση νέου περιεχομένου από ανεξάρτητες εταιρίες παραγωγής.

Πίνακας 9: Ανάλυση δαπανών απόκτησης τηλεοπτικού περιεχομένου μετά την υπό κρίση πράξη

Τηλεοπτικός σταθμός	Ιδιοπαραγόμενο τηλεοπτικό περιεχόμενο	Τηλεοπτικό περιεχόμενο παραγόμενο από ανεξάρτητες επιχειρήσεις	Σύνολο δαπανών για τηλεοπτικό περιεχόμενο
ALPHA	[...]*	[...]	[...]
STAR	[...]*	[...]	[...]
ΑΘΡΟΙΣΜΑ	[...]	[...]	[...]
ANTENNA	[...]	[...]	[...]
ΣΚΑΪ	[...]	[...]	[...]
OPEN	[...]	[...]	[...]
MEGA	[...]	[...]	[...]
EPT	[...]	[...]	[...]
ΣΥΝΟΛΟ	[...]	[...]	[...]

* Συμπεριλαμβανομένων των δαπανών προς την GREEN PIXEL, νοουμένου ότι συνεπεία της υπό κρίση πράξης το παραγόμενο από την GREEN PIXEL περιεχόμενο συνιστά «ιδιοπαραγωγή».

Πηγή: Στοιχεία από εταιρίες λειτουργίας τηλεοπτικών σταθμών – Επεξεργασία ΓΔΑ

135. Όπως διαπιστώνεται από τον ανωτέρω πίνακα, συνεπεία της υπό κρίση πράξης όπου οι δαπάνες προς την GREEN PIXEL θα καταστούν δαπάνες για «ιδιοπαραγόμενο» τηλεοπτικό περιεχόμενο, οι γνωστοποιούσες θα αντιπροσωπεύουν πλέον το [35-45]% της συνολικής ζήτησης των σταθμών πανελλήνιας εμβέλειας ελεύθερης λήψης για τηλεοπτικό περιεχόμενο παραγόμενο από τρίτες ανεξάρτητες εταιρίες.

Ε.4.2 Αγορά τηλεόρασης

136. Στην εν λόγω αγορά, όπως έχει προαναφερθεί, δραστηριοποιούνται οι γνωστοποιούσες. Σύμφωνα με τις ίδιες, ο υπολογισμός του μεγέθους της αγοράς και κατ' επέκταση του μεριδίου αγοράς τους είναι δυσχερής λόγω του πλήθους των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται, μέρος των οποίων αφορά σε διεθνούς δραστηριότητας επιχειρήσεις. Παραθέτοντας στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής για τον ευρύτερο κλάδο «*τηλεοπτικού προγραμματισμού και τηλεοπτικών εκπομπών*»¹⁷⁹ για τα έτη 2011-2017 καθώς και στοιχεία του κύκλου εργασιών τηλεοπτικών σταθμών ενημερωτικού χαρακτήρα πανελλήνιας εμβέλειας για τα έτη 2015-2017, καταλήγουν ότι «*το αθροιστικό μερίδιο αγοράς της Alpha Τηλεόραση και του Star Channel κυμαίνεται μεταξύ [...] % και [...] % για τα έτη 2015 – 2017. Επιπροσθέτως, εάν συγκρίνουμε τον αθροιστικό κύκλο εργασιών με τα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής [...] το αθροιστικό μερίδιο είναι ακόμα χαμηλότερο (ήτοι της τάξεως του [...] %). [...] Μάλιστα, εφόσον η αγορά της τηλεόρασης εκληφθεί ενιαία, ήτοι ανεξαρτήτως τόσο του περιεχομένου αναμετάδοσης, όσο και του τρόπου πρόσβασης στο τηλεοπτικό περιεχόμενο [...] τότε τα μερίδια των Alpha Τηλεόραση και Star Channel θα είναι σημαντικά χαμηλότερα*»¹⁸⁰.
137. Ωστόσο, η ανωτέρω προσέγγιση λαμβάνει ως βάση οριοθέτηση αγοράς σημαντικά ευρύτερη από την ορισθείσα στην Ενότητα Ε.2.2.4 ανωτέρω. Κατά πάγια πρακτική της ΕΑ, στις περιπτώσεις συγκεντρώσεων εταιριών ΜΜΕ¹⁸¹, η εκτίμηση των μεριδίων αγοράς, ως βάση για τον υπολογισμό των μεριδίων αγοράς των λειτουργούντων τηλεοπτικών σταθμών ενημερωτικού χαρακτήρα πανελλήνιας εμβέλειας, λαμβάνονται¹⁸² το άθροισμα της διαφημιστικής δαπάνης και των εσόδων από πώληση στην ημεδαπή προγράμματος ή άλλων ραδιοτηλεοπτικών υπηρεσιών σε δωδεκάμηνη βάση¹⁸³. Αν και η υπό κρίση πράξη δεν αφορά σε συγκέντρωση ΜΜΕ, και ως εκ τούτου δεν απαιτείται η προσέγγιση βάσει του Ν.3592/2007 για την εκτίμηση των μεριδίων αγοράς, εκτιμάται ότι καθώς η διαφημιστική δαπάνη και τα έσοδα από πώληση προγράμματος ή άλλων ραδιοτηλεοπτικών υπηρεσιών αφορούν στο σημαντικά μεγαλύτερο τμήμα του κύκλου εργασιών των εταιριών λειτουργίας τηλεοπτικών σταθμών, η εκτίμηση επί του μεριδίου αγοράς έκαστης εταιρίας βάσει του συνολικού κύκλου εργασιών δεν θα διαφοροποιούνταν σημαντικά¹⁸⁴.
138. Στον ακόλουθο πίνακα παρατίθενται τα μερίδια αγοράς βάσει της ανωτέρω προσέγγισης για έκαστο τηλεοπτικό σταθμό ελεύθερης λήψης (ενημερωτικού ή μη¹⁸⁵) χαρακτήρα πανελλήνιας

¹⁷⁹ Κωδικός NACE: 6020.

¹⁸⁰ Βλ. σελ. 42 επ. της Γνωστοποίησης. Η υπογράμμιση των γνωστοποιουσών.

¹⁸¹ Βλ. ενδεικτικά υπ' αριθ. 679/2019 και 700/2020 Αποφάσεις ΕΑ.

¹⁸² Βάσει της παρ. 4 του άρθρου 3 του Ν.3592/2007.

¹⁸³ Επισημαίνεται ότι σύμφωνα με τα μέρη, «*η εν λόγω προσέγγιση δεν προσήκει εν προκειμένω*». Επιπλέον αναφέρουν ότι η εν λόγω προσέγγιση αφορά στα «*υψηλότερα δυνατά εντός της στενότερης δυνατής οριοθέτησης της σχετικής αγοράς (δηλαδή, τηλεόραση ενημερωτικών μέσων πανελλήνιας εμβέλειας)*» (βλ. σελ. 43 της Γνωστοποίησης, η υπογράμμιση των μερών).

¹⁸⁴ Ειδικότερα, βάσει των δημοσιευμένων ισολογισμών των εταιριών λειτουργίας τηλεοπτικών σταθμών ελεύθερης λήψης, το επιμέρους μερίδιο αγοράς των Star και Alpha διαφοροποιείται για τα έτη 2017-2019 κατά 1-2 ποσοστιαίες μονάδες των μεγεθών του παρατίθενται στον Πίνακα 10. Το αθροιστικό μερίδιο των Star και Alpha σε όρους κύκλου εργασιών υπολείπεται των μεγεθών που παρατίθενται στον Πίνακα 10 κατά λιγότερο από τέσσερις (4) ποσοστιαίες μονάδες. Αντίστοιχα μικρές αποκλίσεις παρουσιάζουν και τα μερίδια αγοράς των λοιπών τηλεοπτικών σταθμών.

¹⁸⁵ Εν προκειμένω νοείται ο τηλεοπτικός σταθμός ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ TV. Για λόγους ομοιομορφίας και σύγκρισης με τους λοιπούς σταθμούς, και για τον εν λόγω τηλεοπτικό σταθμό ως μέγεθος υπολογισμού του μεριδίου του

εμβέλεια.

Πίνακας 10: Μερίδια αγοράς τηλεόρασης

Τηλεοπτικός Σταθμός	2017	2018	2019	9μηνο 2020
ALPHA	[15-25]%	[25-35]%	[15-25]%	[15-25]%
STAR	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
ANTI	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
OPEN	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%
MEGA	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%
ΣΚΑΙ	[25-35]%	[25-35]%	[15-25]%	[15-25]%
EPT	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%
ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<i>Άθροιστικό μερίδιο Alpha - Star</i>	[35-45]%	[45-55]%	[45-55]%	[35-45]%

Ε.5 ΕΠΗΡΕΑΖΟΜΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

139. Με τον όρο «επηρεαζόμενη αγορά» νοείται α) κάθε σχετική αγορά προϊόντος στην οποία ασκούν επιχειρηματικές δραστηριότητες δύο ή περισσότερες από τις συμμετέχουσες στη συγκέντρωση επιχειρήσεις, εφόσον εκτιμάται ότι η συγκέντρωση θα οδηγήσει σε συνολικό μερίδιο στην αγορά αυτή ύψους τουλάχιστον 15% (η περίπτωση αφορά στις οριζόντιες σχέσεις), καθώς και β) κάθε σχετική αγορά στην οποία ασκεί επιχειρηματικές δραστηριότητες οποιαδήποτε συμμετέχουσα επιχείρηση και βρίσκεται σε προηγούμενο ή επόμενο στάδιο της παραγωγικής ή εμπορικής διαδικασίας του προϊόντος σε σχέση με την αγορά στην οποία δραστηριοποιείται άλλη συμμετέχουσα επιχείρηση, και οποιοδήποτε από τα ατομικά ή συνδυασμένα μερίδια αγοράς των επιχειρήσεων αυτών, σε οποιοδήποτε στάδιο της παραγωγικής ή εμπορικής διαδικασίας, ανέρχεται σε 25% τουλάχιστον, ανεξάρτητα αν μεταξύ των μερών υφίσταται σχέση προμηθευτή/πελάτη (η περίπτωση αφορά στις κάθετες σχέσεις)
140. Όπως προκύπτει από τα ανωτέρω μεγέθη μεριδίων αγοράς, και δεδομένου ότι το άθροισμα των μεριδίων αγοράς των δύο γνωστοποιουσών στην αγορά τηλεόρασης διαμορφώνεται σε [45-55]% για το 2019 και [35-45]% για το εννεάμηνο 2020, υπερβαίνοντας το «κατώφλι» 25%, **ως επηρεαζόμενες από τη συγκέντρωση αγορές στο πλαίσιο της παρούσας, νοούνται α) η αγορά παραγωγής νέου τηλεοπτικού περιεχομένου, και β) η αγορά τηλεόρασης.**

ΣΤ. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ

141. Η υπό κρίση συγκέντρωση έχει κατά κύριο λόγο **κάθετη διάσταση**, δεδομένου ότι συμμετέχουν επιχειρήσεις που λειτουργούν σε διαφορετικά επίπεδα της αλυσίδας εφοδιασμού¹⁸⁶. Οι μη οριζόντιες συγκεντρώσεις δεν συνιστούν καταρχήν απειλή για τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό, εκτός εάν η επιχείρηση που προκύπτει από τη συγκέντρωση διαθέτει σημαντική ισχύ σε μία

έχουν θεωρηθεί τα έσοδα από διαφημιστικής δαπάνης και των εσόδων από πώληση στην ημεδαπή προγράμματος ή άλλων ραδιοτηλεοπτικών υπηρεσιών σε δωδεκάμηνη βάση.

¹⁸⁶ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση των μη οριζόντιων συγκεντρώσεων σύμφωνα με τον Κανονισμό Συμβουλίου για τον έλεγχο συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων, της 18.10.2008 (εφεξής «Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση μη οριζόντιων συγκεντρώσεων»), σημείο 4.

τουλάχιστον εκ των σχετικών αγορών¹⁸⁷.

ΣΤ.1. ΚΑΘΕΤΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

142. Η αξιολόγηση της ισχύος της νέας οντότητας προηγείται της αξιολόγησης των επιπτώσεων της συγκέντρωσης στον ανταγωνισμό, κατά την αξιολόγηση δε αυτή τα μερίδια αγοράς και τα επίπεδα συγκέντρωσης παρέχουν χρήσιμες ενδείξεις σχετικά με τη δύναμη της επιχείρησης στην αγορά και την ανταγωνιστική σημασία των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση επιχειρήσεων και των ανταγωνιστών τους. Έτσι, αξιολογείται ότι είναι μικρή η πιθανότητα διαπίστωσης προβλημάτων συντονισμένης ή μη φύσεως εάν το μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας μετά τη συγκέντρωση σε καθεμία από τις σχετικές αγορές είναι κατώτερο του 30%¹⁸⁸.
143. Κατόπιν, η ΕΑ αξιολογεί κατά πόσον οι μεταβολές που επέρχονται λόγω μιας μη οριζόντιας συγκέντρωσης μπορεί να οδηγήσουν σε σημαντική παρεμπόδιση του αποτελεσματικού ανταγωνισμού, ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης, με έναν από τους ακόλουθους τρόπους:
- παρακαλύοντας ή καταργώντας την πρόσβαση πραγματικών ή δυνητικών ανταγωνιστών σε προμήθειες ή αγορές, με αποτέλεσμα να μειώνεται έτσι η ικανότητα ή/ και το κίνητρο των εταιριών να ανταγωνισθούν. Ένας τέτοιος αποκλεισμός από την αγορά ενδέχεται να επιτρέψει στις εταιρίες που μετέχουν στη συγκέντρωση – και, ενδεχομένως, και σε ορισμένους ανταγωνιστές τους – να αυξήσουν επικερδώς τις τιμές που χρεώνουν στους καταναλωτές («μη συντονισμένα αποτελέσματα»)· ή
 - μεταβάλλοντας τη φύση του ανταγωνισμού κατά τρόπο ώστε να αυξάνεται σημαντικά η πιθανότητα να συντονίζονται στο εξής τη συμπεριφορά τους επιχειρήσεις που δεν το έπρατταν προηγουμένως, προκειμένου να αυξήσουν τις τιμές ή να παρεμποδίσουν με οποιονδήποτε άλλο τρόπο τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό. Η συγκέντρωση ενδέχεται επίσης να καταστήσει τον συντονισμό ευκολότερο, πιο σταθερό ή πιο αποτελεσματικό για επιχειρήσεις οι οποίες συντόνιζαν τη συμπεριφορά τους πριν από τη συγκέντρωση («συντονισμένα αποτελέσματα»)¹⁸⁹.

¹⁸⁷ Βλ., μεταξύ άλλων, απόφαση Ε. Επ. Μ.4314, JOHNSON/PFIZER, σημεία 122-123. Στην υπόθεση αυτή, το μερίδιο αγοράς περίπου 50% του προμηθευτή σε συνδυασμό με το γεγονός ότι αυτός παρείχε τα σχετικά προϊόντα NRT με μακροχρόνιες συμβάσεις αποκλειστικής προμήθειας, μεταξύ των άλλων, και στον κύριο ανταγωνιστή του στη κάθετη συναφή αγορά, GSK, θεωρήθηκε πηγή δημιουργίας κάθετων προβλημάτων (βλ. και σημείο 125). Βλ. επίσης απόφαση Ε. Επ. Μ.4494, EVRAZ/HIGHVELD, σημεία 94, 97, όπου μερίδιο αγοράς περίπου 40-50% στην αγορά προηγούμενης βαθμίδος (upstream market) θεωρήθηκε ένδειξη πρόκλησης κάθετων επιπτώσεων από την εν λόγω συγκέντρωση. Βλ. αντίθετα απόφαση Ε. Επ. Μ.3943, S.GOBAIN/BPB, σημείο 45, 48. Στην υπόθεση αυτή ο μεν προμηθευτής BPB των προϊόντων plasterboard κατείχε μερίδιο αγοράς περίπου 40-50%, ενώ στην κάθετη συναφή αγορά της διανομής οικοδομικών υλικών στη Γαλλία ο διανομέας S. Gobain διέθετε μερίδιο κάτω από 25%. Θεωρήθηκε ότι σε καμία αγορά- προηγούμενης ή επόμενης οικονομικής βαθμίδας- δεν υπήρχε σημαντική ισχύς κανενός εκ των δύο εμπλεκομένων, με αποτέλεσμα στην αγορά προηγούμενης βαθμίδος-προμήθειας να υπάρχει επαρκής ανταγωνισμός μεγάλων διεθνών ομίλων, στους οποίους θα μπορούσαν να στραφούν οι πελάτες, σε περίπτωση άρνησης πώλησης εκ μέρους της BPB (βλ. σημεία 55-57, 59, 65). Βλ. τέλος και αποφάσεις Ε. Επ. Μ.4723, ENI/EXXON MOBIL, σημείο 30, Μ.5005, GALP/EXXONMOBIL, σημείο 62 και Μ.1157, υπόθεση Skanska/Scancem, σημεία 69, 78.

¹⁸⁸ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση μη οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημεία 23-26.

¹⁸⁹ Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση μη οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημεία 17-19.

ΣΤ.1.1. Κάθετες επιπτώσεις μη συντονισμένης συμπεριφοράς: Αποκλεισμός των ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε εισροές

ΣΤ.1.1.1 Γενικό πλαίσιο

144. Αποκλεισμός ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε εισροές υπάρχει όταν, μετά τη συγκέντρωση, η νέα επιχείρηση ενδέχεται να περιορίσει την πρόσβαση στα προϊόντα ή στις υπηρεσίες τα οποία θα παρείχε σε περίπτωση που δεν είχε πραγματοποιηθεί η συγκέντρωση, αυξάνοντας με τον τρόπο αυτό το κόστος των ανταγωνιστών που δραστηριοποιούνται σε αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας και καθιστώντας δυσχερέστερη γι' αυτούς την προμήθεια εισροών υπό παρεμφερείς τιμές και συνθήκες με εκείνες που ίσχυαν προ της συγκέντρωσης. Αυτό μπορεί να οδηγήσει την συγχωνευθείσα εταιρία σε αύξηση των τιμών που χρεώνει στους καταναλωτές, με αποτέλεσμα την παρακώλυση του αποτελεσματικού ανταγωνισμού. Όπως προαναφέρθηκε, για να υποστούν επιβλαβείς συνέπειες οι καταναλωτές εξαιτίας του αποκλεισμού ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε εισροές δεν είναι απαραίτητος ο εξαναγκασμός των ανταγωνιστών της συγχωνευθείσας επιχείρησης σε έξοδο από την αγορά. Το στοιχείο αναφοράς είναι κατά πόσο το αυξημένο κόστος των εισροών μπορεί να συνεπάγεται υψηλότερες τιμές για τους καταναλωτές. Ωστόσο, κάθε αποτελεσματικότητα, η οποία προκύπτει από τη συγκέντρωση, ενδέχεται να οδηγήσει την συγχωνευθείσα εταιρία σε μείωση των τιμών, έτσι ώστε οι συνολικές πιθανές επιπτώσεις για τους καταναλωτές να είναι ουδέτερες ή θετικές¹⁹⁰.
145. Κατά την αξιολόγηση της πιθανότητας ενός επιζήμιου για τον ανταγωνισμό σεναρίου αποκλεισμού ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε εισροές, εξετάζονται: (α) κατά πόσο η συγχωνευθείσα επιχείρηση έχει μετά τη συγκέντρωση την ικανότητα να δημιουργήσει ουσιαστικά εμπόδια πρόσβασης σε εισροές, (β) κατά πόσον έχει το κίνητρο να πράξει κάτι τέτοιο, και (γ) κατά πόσον μια στρατηγική αποκλεισμού από την αγορά θα έχει σημαντικές δυσμενείς επιπτώσεις στον ανταγωνισμό στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας. Στην πράξη, οι παράγοντες αυτοί εξετάζονται συχνά μαζί, καθώς διαπλέκονται στενά μεταξύ τους¹⁹¹.

ΣΤ.1.1.2. Οι απόψεις των γνωστοποιουσών

146. Σύμφωνα με τις γνωστοποιούσες, η νέα οικονομική οντότητα δεν έχει την ικανότητα αλλά ούτε και το κίνητρο να αποκλείσει την πρόσβαση των ανταγωνιστών των ALPHA και STAR σε σημαντικές εισροές στην κατάντη αγορά τηλεόρασης. Ειδικότερα, ως σχετικούς λόγους τα γνωστοποιούντα μέρη αναφέρουν: το χαμηλό μερίδιο αγοράς της GREEN PIXEL στην αγορά δραστηριοποίησής της· τη δραστηριοποίηση στην ανάντη αγορά ενός σημαντικού αριθμού ανταγωνιστικών ανεξάρτητων παραγωγών και εκτελεστών παραγωγής καθώς και επιχειρήσεων που λειτουργούν ως θυγατρικές εταιρίες τηλεοπτικών σταθμών, παράγοντας το τηλεοπτικό πρόγραμμα της μητρικής εταιρίας· την απουσία συμβάσεων αποκλειστικής προμήθειας με τις εταιρίες παραγωγής που συνεργάζονται· αλλά και τα χαμηλά εμπόδια εισόδου στην ανάντη αγορά. Επιπρόσθετα, και όσον αφορά, ειδικότερα στην κατάντη αγορά, αναφέρουν ότι αυτή «είναι εξόχως ανταγωνιστική με τους περισσότερους μεγάλους τηλεοπτικούς σταθμούς να είναι ήδη καθετοποιημένοι» υπογραμμίζοντας ότι «οι περισσότεροι ανταγωνιστικοί τηλεοπτικοί σταθμοί [...] δεν έχουν χρησιμοποιήσει κατά το παρελθόν την Green Pixel για την παροχή υπηρεσιών παραγωγής

¹⁹⁰ Κατευθυντήριες γραμμές για την αξιολόγηση των μη οριζόντιων συγκεντρώσεων, ό.π., παρ. 31.

¹⁹¹ Κατευθυντήριες γραμμές για την αξιολόγηση των μη οριζόντιων συγκεντρώσεων, ό.π., παρ. 32.

τηλεοπτικού προγράμματος»¹⁹². Συνεπώς, για τους ανωτέρω λόγους τα γνωστοποιούντα μέρη θεωρούν ότι η νέα επιχείρηση δεν έχει την ικανότητα αλλά ούτε και το κίνητρο να αποκλείσει τους ανταγωνιστές των ALPHA και STAR από την πρόσβαση σε εισροές.

147. Ακόμη όμως και εάν είχε τέτοιο κίνητρο, η επίπτωση της συμπεριφοράς της στην αγορά θα ήταν, κατά τις γνωστοποιούσες, αμελητέα, λόγω αφενός των χαμηλών εμποδίων εισόδου στην ανάντη αγορά παραγωγής και προμήθειας νέου κατά παραγγελία τηλεοπτικού περιεχομένου και αφετέρου των υφισταμένων συνθηκών ανταγωνισμού στην κατάντη αγορά (ύπαρξη ανταγωνιστικών και καθετοποιημένων επιχειρήσεων και παραγωγή με ίδια μέσα διά θυγατρικών εταιριών τους, του τηλεοπτικού τους προγράμματος), οι οποίες θα παρέμεναν αμετάβλητες.

ΣΤ.1.1.3. Οι απόψεις των ανταγωνιστών των γνωστοποιουσών

148. Από την πλειονότητα των ανταγωνιστικών τηλεοπτικών σταθμών δεν εγέρθηκαν ειδικότερα ζητήματα¹⁹³, ενώ μία εξ αυτών ανέφερε, ειδικά, ότι κατά την εκτίμησή της μετά την πραγματοποίηση της γνωστοποιηθείσας πράξης δεν αναμένεται να περιοριστεί η πρόσβασή της σε εισροές¹⁹⁴.
149. Όπως ειδικότερα σημειώνεται από τις ανταγωνίστριες εταιρίες που δραστηριοποιούνται στην αγορά τηλεόρασης και αναλύθηκε στην Ενότητα Ε, το μεταδιδόμενο πρόγραμμά τους παράγεται τόσο εσωτερικά μέσω του εκάστοτε τηλεοπτικού σταθμού όσο και με ανάθεση της εκτέλεσης παραγωγής σε ανεξάρτητες εταιρίες ή και σε εταιρίες του ομίλου τους. Στην περίπτωση ανάθεσης της εκτέλεσης παραγωγής σε ανεξάρτητες εταιρίες, αυτή γίνεται δυνάμει σχετικών συμβάσεων στις οποίες δεν προβλέπονται ρήτρες αποκλειστικής προμήθειας ούτε ρήτρες μη συνεργασίας με ανταγωνιστές για κάποια ή και το σύνολο των κατηγοριών τηλεοπτικού προγράμματος/περιεχομένου στις οποίες αφορά η εκάστοτε σύμβαση. Πράγματι, όπως προκύπτει από τα στοιχεία της Υπηρεσίας, στην κατάντη αγορά, οι ανταγωνίστριες εταιρίες φαίνεται να συνεργάζονται με πλείονες ανεξάρτητες εταιρίες παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου ενώ όλες αναλαμβάνουν, σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό, την παραγωγή τηλεοπτικού περιεχομένου εσωτερικά, είτε με ίδια μέσα είτε μέσω θυγατρικών εταιριών.

ΣΤ.1.1.4. Η αξιολόγηση της Επιτροπής

150. Στην κρίνόμενη υπόθεση και ενόψει των στοιχείων που προέκυψαν εκτιμάται ότι **δεν συντρέχουν**

¹⁹² Βλ. σελ. 47 της Γνωστοποίησης. Η υπογράμμιση των μερών.

¹⁹³ Βλ. εντούτοις την υπ' αριθ. πρωτ. 1254/10.02.2021 απαντητική επιστολή [...] όπου αναφέρεται ως ζήτημα η ύπαρξη ρητρών αποκλειστικότητας στις συμβάσεις που συνάπτει η εταιρία GREEN PIXEL όσον αφορά στο προσωπικό που απασχολεί για την εκτέλεση παραγωγής τηλεοπτικού προγράμματος/περιεχομένου για το χρόνο απασχόλησής τους στην εν λόγω παραγωγή αλλά και ρητρών μη ανταγωνισμού για το χρόνο μετά την εκτέλεση παραγωγής ως προς το προσωπικό αυτό. Βλ. επίσης την γενική αναφορά στην υπ' αριθ. πρωτ. 1631/19.02.2021 απαντητική επιστολή [...] όπου αναφέρονται τα εξής: «*Το μεγάλο εύρος δραστηριοτήτων που αναπτύσσεται προκειμένου να ικανοποιηθούν οι ανάγκες δύο (2) τηλεοπτικών σταθμών, δίνει στην εταιρεία παραγωγής και κατά συνέπεια στους πελάτες της, δυνατότητα για μεγαλύτερες οικονομίες κλίμακος, συνολικά στην διαδικασία παραγωγής. Η βέλτιστη εκμετάλλευση όλων των resources έμψυχων αλλά και υλικών, η αποκλειστική χρήση κτιριακών υποδομών, μισθώσεων, υπηρεσιών κλπ πιθανόν να περιορίζει τα διαθέσιμα μέσα στην αγορά για τους ανεξάρτητους παραγωγούς. Η Green Pixel αποκτά μεγάλη διαπραγματευτική δυνατότητα απέναντι σε εταιρίες διαχείρισης formats (για ψυχαγωγία και μισθοπλασία). Και αυτό αφ' ενός λόγω της δυνατότητας της να αγοράζει μαζικά και αφ' ετέρου διότι μπορεί (περισσότερο από άλλους) να διασφαλίζει «ασφαλές περιβάλλον ανταγωνισμού» για τα formats και - κατά συνέπεια - για τον ιδιοκτήτη αυτών, δεδομένου ότι ο ιδιοκτήτης γνωρίζει ότι η εν λόγω εταιρεία έχει περισσότερες δυνατότητες να εξασφαλίσει την παραγωγή και τη μετάδοση του format»*

¹⁹⁴ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1198/08.02.2021 απαντητική επιστολή [...].

οι προϋποθέσεις για τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών της νέας οντότητας στις αγορές επόμενης οικονομικής βαθμίδας **από την πρόσβαση σε εισροές.**

151. Παρατηρείται καταρχάς ότι το τηλεοπτικό πρόγραμμα αποτελεί βασική εισροή για τη λειτουργία ενός τηλεοπτικού σταθμού, όπως άλλωστε αποδεικνύεται και από το γεγονός ότι όλοι οι σταθμοί ελεύθερης λήψης, πανελλήνιας εμβέλειας ενημερωτικού χαρακτήρα αναλαμβάνουν να διεκπεραιώσουν ένα, μικρότερο ή μεγαλύτερο, μέρος της παραγωγής εσωτερικά, είτε με ίδια μέσα είτε μέσω θυγατρικών εταιριών.
152. Σε κάθε περίπτωση, από τα στοιχεία του φακέλου και την έρευνα της ΓΔΑ προκύπτει ότι η GREEN PIXEL δεν κατέχει σημαντική ισχύ στην αγορά προηγούμενου σταδίου. Πιο συγκεκριμένα, βάσει των μεθοδολογιών που υιοθετήθηκαν στην Ενότητα Ε.4.1 ανωτέρω, ακόμα και υπό το στενότερο δυνατό ορισμό της σχετικής αγοράς, το μερίδιο της GREEN PIXEL κατά το έτος 2020 στη σχετική αγορά παραγωγής και προμήθειας νέου κατά παραγγελία τηλεοπτικού περιεχομένου δεν υπερβαίνει σε καμία περίπτωση το [...]%. Στην ίδια αγορά δραστηριοποιείται ένας αριθμός σημαντικών παραγωγών οι οποίοι είναι σε θέση να προσφέρουν εξίσου ελκυστικά εναλλακτικά προϊόντα σε ανταγωνιστικούς τηλεοπτικούς σταθμούς. Ελλείπει ισχύος στην ανάντη αγορά, δεν αναμένεται ότι η καθετοποιημένη επιχείρηση θα είναι σε θέση να επηρεάσει αρνητικά τη συνολική διαθεσιμότητα εισροών στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας όσον αφορά την τιμή ή την ποιότητα.
153. Πρέπει ακόμη να σημειωθεί ότι, τουλάχιστον κατά την τελευταία τριετία, από τα συνολικά συλλεχθέντα στοιχεία δεν προκύπτει συνεργασία της GREEN PIXEL με οποιονδήποτε τρίτο τηλεοπτικό σταθμό πέραν των ALPHA και STAR με αντικείμενο την προμήθεια τηλεοπτικού περιεχόμενου παραγωγής της. Για το λόγο αυτό, κρίνεται ότι παρέλκει η οποιαδήποτε περαιτέρω εξέταση ενδεχόμενου κινήτρου της καθετοποιημένης επιχείρησης που θα προκύψει από την εν θέματι συγκέντρωση να αποκλείσει ανταγωνιστές της στην αγορά λιανικής παροχής τηλεοπτικού περιεχομένου από την πρόσβαση σε εισροές.
154. Ως εκ τούτου, εκτιμάται ότι υπάρχει αυξημένη ανταγωνιστική ισχύς στην αγορά παραγωγής και προμήθειας νέου κατά παραγγελία τηλεοπτικού περιεχομένου, ούτως ώστε η επιχείρηση που θα προκύψει από την εξεταζόμενη συγκέντρωση να μην είναι σε θέση να αποκλείσει ανταγωνιστές της στην αγορά επόμενου σταδίου από πρόσβαση σε εισροές.

ΣΤ.1.2. Κάθετες επιπτώσεις μη συντονισμένης συμπεριφοράς: Αποκλεισμός από την πρόσβαση σε πελάτες

ΣΤ.1.2.1. Γενικό πλαίσιο

155. Αποκλεισμός ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε πελάτες ενδέχεται να προκύψει όταν ένας προμηθευτής προβαίνει σε συγκέντρωση με ένα σημαντικό πελάτη στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας. Λόγω της συγκεκριμένης παρουσίας στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας, η συγχωνευθείσα εταιρία ενδέχεται να αποκλείσει την πρόσβαση σε επαρκή βάση πελατών στους πραγματικούς ή δυνητικούς ανταγωνιστές της στην αγορά προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας (την αγορά εισροών) και να μειώσει την ικανότητα ή τα κίνητρά τους να ανταγωνιστούν. Με τη σειρά του, το γεγονός αυτό ενδέχεται να αυξήσει το κόστος των ανταγωνιστών στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας δυσκολεύοντάς τους να αποκτήσουν εισροές υπό παρεμφερείς τιμές και όρους με αυτούς που θα ίσχυαν εάν δεν είχε πραγματοποιηθεί

η συγκέντρωση. Αυτό ενδέχεται να επιτρέψει στη νέα επιχείρηση να θεσπίσει επικερδώς υψηλότερες τιμές στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας. Ωστόσο, τυχόν αποτελεσματικότητες που προκύπτουν από τη συγκέντρωση ενδέχεται να οδηγήσουν την επιχείρηση αυτή σε μείωση των τιμών, ώστε να μην υπάρξουν συνολικά αρνητικές επιπτώσεις για τους καταναλωτές. Επομένως, ο αποκλεισμός ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε πελάτες ενδέχεται να προκαλέσει ζημία στους καταναλωτές χωρίς να είναι απαραίτητος ο εξαναγκασμός των ανταγωνιστών της νέας εταιρίας σε έξοδο από την αγορά. Το κρίσιμο κριτήριο είναι κατά πόσον το αυξημένο κόστος των εισροών ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε πελάτες θα έχει ως αποτέλεσμα υψηλότερες τιμές για τους καταναλωτές¹⁹⁵.

156. Κατά την αξιολόγηση του ενδεχομένου ενός επιζήμιου για τον ανταγωνισμό σεναρίου αποκλεισμού ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε πελάτες, εξετάζονται: (α) κατά πόσον η συγχωνευθείσα επιχείρηση έχει την ικανότητα να δημιουργήσει εμπόδια πρόσβασης σε αγορές επόμενης οικονομικής βαθμίδας μειώνοντας τις προμήθειες της από τους ανταγωνιστές στην αγορά προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας, (β) κατά πόσον έχει κίνητρα να μειώσει τις προμήθειες της στην αγορά προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας, και (γ) κατά πόσον μια στρατηγική αποκλεισμού θα έχει σημαντικές επιζήμιες συνέπειες για τους καταναλωτές στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας¹⁹⁶.

ΣΤ.1.2.2. Οι απόψεις των γνωστοποιουσών

157. Τα γνωστοποιούντα μέρη αναφέρουν ότι η νέα οικονομική οντότητα δεν έχει την ικανότητα αλλά ούτε και το κίνητρο αποκλεισμού πρόσβασης σε αγορές επόμενης οικονομικής βαθμίδας. Ειδικότερα, ως προς την ικανότητα αποκλεισμού από την πρόσβαση σε πελάτες, οι γνωστοποιούσες σημειώνουν την ύπαρξη επαρκούς αριθμού τηλεοπτικών σταθμών, οι οποίοι δεν εξαρτώνται από τη GREEN PIXEL, και στους οποίους οι ανταγωνιστές της τελευταίας που δραστηριοποιούνται στην ανάντη αγορά παραγωγής και προμήθειας νέου κατά παραγγελία τηλεοπτικού περιεχομένου/προγράμματος μπορούν να στραφούν. Επιπρόσθετα, αναφέρουν τη δυνατότητα των τελευταίων αυτών επιχειρήσεων να διαθέτουν σε άλλες αγορές τις εισροές που παράγουν χωρίς ιδιαίτερη αύξηση του κόστους τους. Περαιτέρω, και ως προς την απουσία κινήτρου της νέας επιχείρησης για αποκλεισμό από την πρόσβαση σε πελάτες, τα γνωστοποιούντα μέρη αναφέρουν ότι η εμπορική επιτυχία του παρεχόμενου σε τελικούς χρήστες προγράμματος (και κατ' επέκταση η αύξηση των εσόδων τους) εξαρτάται από την ποικιλία του προγράμματός τους. Στο πλαίσιο αυτό, όπως ισχυρίζονται, οι δύο τηλεοπτικοί σταθμοί δεν θα είχαν το κίνητρο να σφραγίσουν το σύνολο των αναγκών τους στη νέα επιχείρηση, η οποία εξάλλου δεν θα μπορούσε να ανταποκριθεί ούτε από την άποψη της παραγωγικής ικανότητας ούτε από την άποψη της ποικιλίας του παραγόμενου τηλεοπτικού προγράμματος. Σημειώνουν, δε, την απουσία σύναψης μακροχρόνιων συμβάσεων συνεργασίας με τις εταιρίες παραγωγής τηλεοπτικού προγράμματος, η οποία καθιστά την αγορά παραγωγή τηλεοπτικού περιεχομένου «*συνεχώς διεκδικήσιμη*» αλλά και την εκ του νόμου υποχρέωση των τηλεοπτικών παρόχων για μετάδοση έργων ανεξαρτήτων παραγωγών που να αντιπροσωπεύει τουλάχιστον το 10% του συνολικού χρόνου των μεταδιδόμενων προγραμμάτων ενός τηλεοπτικού σταθμού, βάσει του άρθρου 21 παράγραφος 1 του προσφάτως ψηφισθέντος ν. 4779/2021.

¹⁹⁵ Κατευθυντήριες γραμμές για την αξιολόγηση των μη οριζόντιων συγκεντρώσεων, ό.π., παρ. 58.

¹⁹⁶ Κατευθυντήριες γραμμές για την αξιολόγηση των μη οριζόντιων συγκεντρώσεων, ό.π., παρ. 59.

158. Ειδικότερα, η ALPHA διευκρινίζει ότι [...] ¹⁹⁷. Παράλληλα, η STAR επισημαίνει ότι [...] ¹⁹⁸.

ΣΤ.1.2.3. Οι απόψεις των ανεξάρτητων παραγωγών

159. Από τα στοιχεία που τέθηκαν υπόψη της ΓΔΑ προκύπτει ότι για την πλειονότητα των ερωτηθέντων η υπό αξιολόγηση συγκέντρωση δεν αναμένεται να επιφέρει δυσμενείς συνέπειες για τον ανταγωνισμό όσον αφορά, ειδικότερα, στον αποκλεισμό ανεξάρτητων επιχειρήσεων παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου από την πρόσβαση σε τηλεοπτικούς σταθμούς.
160. Είναι δε χαρακτηριστικό ότι καμία εκ των ερωτηθεισών εταιριών παραγωγής που είχε συνεργαστεί με τις γνωστοποιούσες κατά την τελευταία τριετία δεν εξέφρασε προβληματισμούς περί τυχόν αποκλεισμού τους από την πρόσβαση σε κρίσιμη μάζα πελατών ως αποτέλεσμα της πραγματοποίησης της υπό εξέταση συγκέντρωσης ¹⁹⁹. Η πλειονότητα των εν λόγω εταιριών έχουν συνεργαστεί με την GREEN PIXEL αναπτύσσοντας σχέσεις υπεργολαβίας ενώ ορισμένες εξ αυτών δραστηριοποιούνται κατά κύριο λόγο στον τομέα της διαφήμισης ή/ και της παροχής τηλεοπτικού διαφημιστικού περιεχομένου ή/ και παροχής διαφημιστικού χρόνου σε παρόχους τηλεοπτικού προγράμματος σε τελικούς χρήστες (π.χ. [...]).
161. Από την πλειονότητα των ερωτηθεισών εταιριών οι οποίες δεν έχουν συνεργαστεί με τα συμμετέχοντα μέρη επίσης δεν εγέρθηκαν κάποια ειδικότερα ζητήματα ²⁰⁰ σχετικά με τον αποκλεισμό τους από την πρόσβαση σε πελάτες λόγω της πραγματοποίησης της συγκέντρωσης, ενώ μία εταιρία σημειώνει ότι δεν αναμένεται διαφοροποίηση στην αγορά ή αποκλεισμός από την πρόσβασή της στους τηλεοπτικούς σταθμούς STAR και ALPHA, δεδομένων των ήδη υπαρχουσών και συχνά επαναλαμβανόμενων συνεργασιών μεταξύ των συμμετεχουσών επιχειρήσεων ²⁰¹. Εντούτοις, πρέπει να σημειωθεί ότι έξι ανεξάρτητες εταιρίες παραγωγής – οι οποίες, σημειωτέον, δεν έχουν συνεργαστεί με οποιαδήποτε από τις γνωστοποιούσες κατά την τελευταία τριετία – ανέφεραν στις απαντήσεις τους το ενδεχόμενο αποκλεισμού τους από πελάτες (τηλεοπτικούς σταθμούς) ως αποτέλεσμα της καθετοποίησης που θα προκύψει από την εξεταζόμενη συναλλαγή ²⁰², ενώ μία εταιρία που δραστηριοποιείται στην ανάντη αγορά δήλωσε ότι «*οι επιπτώσεις [της συγκέντρωσης] στην λειτουργία του ανταγωνισμού στην προμήθεια*

¹⁹⁷ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1816/25.02.2021 επιστολή του ALPHA

¹⁹⁸ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1800/25.02.2021 απαντητική επιστολή του STAR.

¹⁹⁹ Βλ. ενδεικτικά την υπ. αριθ. πρωτ. 2114/08.03.2021 απαντητική επιστολή της [...], την υπ' αριθ. πρωτ. 2133/08.03.2021 επιστολή της [...], την υπ' αριθ. πρωτ. 2130/08.03.2021 επιστολή της [...], την υπ' αριθ. πρωτ. 2349/16.03.2021 επιστολή της [...], την υπ' αριθ. πρωτ. 2317/12.03.2021 επιστολή της [...], την υπ' αριθ. πρωτ. 2348/16.03.2021 επιστολή της [...], την υπ' αριθ. πρωτ. 2467/18.03.2021 επιστολή της [...], την υπ' αριθ. πρωτ. 2476/18.03.2021 επιστολή της [...].

²⁰⁰ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2004/04.03.2021 επιστολή της [...], την υπ' αριθ. πρωτ. 2149/09.03.2021 επιστολή του [...], την υπ' αριθ. πρωτ. 2051/05.03.2021 επιστολή της [...], την υπ' αριθ. πρωτ. 2190/10.03.2021 επιστολή της [...], την υπ' αριθ. πρωτ. 2178/10.03.2021 επιστολή της [...], την υπ' αριθ. πρωτ. 2145/09.03.2021 επιστολή της [...], την υπ' αριθ. πρωτ. 2135/08.03.2021 επιστολή της [...].

²⁰¹ Βλ. σχετ. τη υπ' αριθ. πρωτ. 2028/04.03.2021 απαντητική επιστολή της [...].

²⁰² Βλ. σχετικά την υπ' αριθ. πρωτ. 2018/04.03.2021 απαντητική επιστολή της [...], η οποία παράγει μέχρι σήμερα [...]. Βλ. επίσης την υπ' αριθ. πρωτ. 2102/08.03.2021 απαντητική επιστολή της [...] η οποία δραστηριοποιείται στον τομέα παραγωγής [...], και η οποία έχει πραγματοποιήσει [...]. Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2131/08.03.2021 απαντητική επιστολή της [...], η οποία δραστηριοποιείται στην εκτέλεση παραγωγής κατόπιν ανάθεσης και αναλαμβάνει ιδίως [...]. Βλ., επίσης, την υπ' αριθ. πρωτ. 2252/11.03.2021 απαντητική επιστολή της [...] η οποία δραστηριοποιείται όσον αφορά στην παραγωγή/ εκτέλεση παραγωγής τηλεοπτικού προγράμματος/ περιεχομένου στην κατηγορία [...]. Βλ. επίσης την απαντητική επιστολή της [...] Βλ., τέλος, την υπ' αριθ. πρωτ. 2154/09.03.2021 απαντητική επιστολή της [...], η οποία έχει συνεργαστεί [...].

τηλεοπτικού προγράμματος θα εξαρτηθεί από το content/ είδος των τηλεοπτικών προγραμμάτων που θα προκύψουν από την εν λόγω συνεργασία»²⁰³.

162. Επιπρόσθετα, όπως αναλύθηκε και στην Ενότητα Ε, κατά την πλειονότητα τόσο των εταιριών που δραστηριοποιούνται στην ανάντη αγορά όσο και των εταιριών με δραστηριοποίηση στην κατάντη αγορά θεωρείται σχετικά εύκολο, χωρίς να συνεπάγεται ιδιαίτερο πρόσθετο κόστος για μία εταιρία παραγωγής τηλεοπτικών προγραμμάτων να δραστηριοποιηθεί στην υλοποίηση διαφορετικών κατηγοριών προγραμμάτων, καθώς δεν απαιτείται διαφορετική υλικοτεχνική υποδομή ή εξοπλισμός, ούτε διαφορετική εξειδίκευση και τεχνογνωσία εκ μέρους του προσωπικού.

ΣΤ.1.2.4. Η αξιολόγηση της Επιτροπής

163. Όπως παρουσιάζεται στην Ενότητα Ε.4.2, στην υπό εξέταση περίπτωση, το αθροιστικό μερίδιο αγοράς των ALPHA και STAR για το έτος 2019 στην αγορά τηλεόρασης υπολογίζεται σε [45-55]%, ενώ, σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, κατά το 9μηνο του 2020 διαμορφώνεται σε [35-45]%. Εκτός αυτού, όπως διαπιστώνεται στην Ενότητα Ε.4.1.2. με βάση στοιχεία του 2020, κατόπιν της πραγματοποίησης της υπό κρίση συγκέντρωσης, οι τηλεοπτικοί σταθμοί ALPHA και STAR θα αντιπροσωπεύουν από κοινού το [35-45]% της συνολικής ζήτησης των σταθμών ελεύθερης λήψης για τηλεοπτικό περιεχόμενο παραγόμενο από τρίτες εταιρίες.
164. Περαιτέρω, από τα στοιχεία του φακέλου προκύπτει ότι όλοι οι τηλεοπτικοί σταθμοί πανελλήνιας εμβέλειας παρουσιάζουν έναν, μικρότερο ή μεγαλύτερο, βαθμό καθετοποίησης στην αγορά παραγωγής και προμήθειας νέου κατά παραγγελία τηλεοπτικού περιεχομένου, στο μέτρο κατά το οποίο το τηλεοπτικό περιεχόμενο παράγεται εσωτερικά, είτε με ίδια μέσα είτε μέσω θυγατρικών επιχειρήσεων. Κατά το έτος 2020, το ποσοστό των τηλεοπτικών προγραμμάτων που παρήχθησαν εσωτερικά από τους τηλεοπτικούς σταθμούς ελεύθερης λήψης πανελλήνιας εμβέλειας²⁰⁴ αντιπροσωπεύει, σε όρους δαπανών, το [35-45]% του συνόλου του τηλεοπτικού περιεχομένου που προβλήθηκε. Ως εκ τούτου περισσότερο από το [45-55]% του νέου περιεχομένου που αποκτήθηκε από τους τηλεοπτικούς σταθμούς ελεύθερης λήψης προέρχεται από ανεξάρτητες εταιρίες παραγωγής²⁰⁵.
165. Λαμβάνοντας υπόψη τα μεγέθη που προσκόμισαν οι εταιρίες λειτουργίας τηλεοπτικών σταθμών ελεύθερης λήψης αναφορικά με τις δαπάνες τους για απόκτηση νέου περιεχομένου, προκύπτει ότι μετά την ολοκλήρωση της υπό εξέταση συγκέντρωσης, το ποσοστό της συνολικής ζήτησης των τηλεοπτικών σταθμών ελεύθερης λήψης, πανελλήνιας εμβέλειας για τηλεοπτικό περιεχόμενο που αναμένεται να καλυφθεί από ανεξάρτητες εταιρίες παραγωγής μπορεί να κυμανθεί μεταξύ [35-45]% μέχρι και [55-65]%. Τα ποσοστά αυτά, μάλιστα, αναμένεται να είναι ακόμη μεγαλύτερα αν συνυπολογιστούν οι συναφείς δαπάνες των συνδρομητικών τηλεοπτικών σταθμών.
166. Εξάλλου, πρέπει να σημειωθεί επιπλέον πως το κατώτατο υπολογιζόμενο ποσοστό του [35-45]% αντιπροσωπεύει την υποθετική περίπτωση κατά την οποία, ως αποτέλεσμα της καθετοποίησης

²⁰³ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 2128/08.03.2021 απαντητική επιστολή της [...]

²⁰⁴ Αναφορικά με τους τηλεοπτικούς σταθμούς ALPHA και STAR, στο εσωτερικά παραγόμενο τηλεοπτικό περιεχόμενο συνυπολογίζονται οι δαπάνες προς την GREEN PIXEL.

²⁰⁵ Επισημαίνεται δε ότι, ειδικά για [...], βάσει των στοιχείων που προσκόμισε η ίδια το [...] του νέου παραγόμενου τηλεοπτικού της περιεχομένου προέρχεται από ανεξάρτητες εταιρίες παραγωγής.

τους στο προηγούμενο στάδιο της αλυσίδας αξίας της τηλεόρασης, οι τηλεοπτικοί σταθμοί ALPHA και STAR προχωρήσουν στην ανάθεση του συνόλου του τηλεοπτικού τους περιεχομένου στη GREEN PIXEL. Κάτι τέτοιο όμως δεν θεωρείται πιθανό, για τους εξής λόγους: Καταρχάς, αμφότεροι οι τηλεοπτικοί σταθμοί ALPHA και STAR ρητώς δηλώνουν ότι [...]»²⁰⁶. Εκτός αυτού, παρατηρείται ότι, ακόμα και σταθμοί με εκτεταμένη εσωτερική παραγωγή τηλεοπτικού περιεχομένου (είτε με ίδια μέσα είτε μέσω θυγατρικών επιχειρήσεων), όπως οι [...], ανέθεσαν το έτος 2020 σημαντικό μέρος της παραγωγής ή εκτέλεσης των τηλεοπτικών προγραμμάτων που προέβαλαν σε ανεξάρτητες επιχειρήσεις (τα αντίστοιχα ποσοστά ανέρχονται στο [55-65]% για [...]και στο [55-65]% για [...]).

167. Τέλος, όπως εκτέθηκε και στην αμέσως προηγούμενη Ενότητα, οι περισσότεροι εκ των ερωτηθέντων ανεξάρτητων παραγωγών επιβεβαιώνουν ότι δεν αναμένουν να αντιμετωπίσουν προβλήματα πρόσβασης σε πελάτες ως αποτέλεσμα της υπό κρίση συναλλαγής, επικαλούμενοι τη μεγάλη και αυξανόμενη ζήτηση για τηλεοπτικό περιεχόμενο²⁰⁷.
168. Ενόψει των ανωτέρω πιθανολογείται ότι, ακόμα και μετά την ολοκλήρωση της συγκέντρωσης, ικανό μέρος της ζήτησης των ALPHA και STAR για τηλεοπτικά προγράμματα θα εξακολουθήσει να εξυπηρετείται από τρίτες επιχειρήσεις²⁰⁸. Ως εκ τούτου, εκτιμάται ότι η επιχείρηση που θα προκύψει από την εξεταζόμενη συγκέντρωση δεν θα διαθέτει την ικανότητα αποκλεισμού από την πρόσβαση σε πελάτες.

ΣΤ.1.3. Κάθετες επιπτώσεις συντονισμένης συμπεριφοράς

169. Συντονισμός στην αγορά ενδέχεται να προκύψει όταν οι ανταγωνιστές είναι σε θέση, χωρίς προσφυγή σε συμφωνία ή εναρμονισμένη πρακτική κατά την έννοια των άρθρων 1 του ν. 3959/2011 και 101 ΣΛΕΕ, να προσδιορίσουν και να επιδιώξουν κοινούς στόχους, αποφεύγοντας τις κανονικές αμοιβαίες ανταγωνιστικές πιέσεις μέσω ενός συνεκτικού συστήματος έμμεσων απειλών. Ο συντονισμός συνιστά απομάκρυνση από τους κανονικούς όρους ανταγωνισμού, υπό την έννοια ότι οι επιχειρήσεις είναι σε θέση να διατηρήσουν τιμές ανώτερες από εκείνες που θα απέδιδε η ανεξάρτητη βραχυπρόθεσμη μεγιστοποίηση των κερδών. Οι επιχειρήσεις αποφεύγουν να θεσπίσουν τιμές χαμηλότερες από εκείνες που χρεώνουν οι ανταγωνιστές τους με συντονισμένο τρόπο, επειδή προβλέπουν ότι μια τέτοια συμπεριφορά θα θέσει σε κίνδυνο τον συντονισμό στο μέλλον. Για να προκύψουν επιπτώσεις συντονισμένης συμπεριφοράς, το κέρδος που θα αποκόμιζαν οι επιχειρήσεις από τον επιθετικό ανταγωνισμό βραχυπρόθεσμα («παρέκκλιση») πρέπει να είναι μικρότερο από την αναμενόμενη μείωση των εσόδων που συνεπάγεται η συμπεριφορά αυτή μακροπρόθεσμα, καθώς αναμένεται να προκαλέσει επιθετική απάντηση εκ μέρους των ανταγωνιστών («επιβολή κυρώσεων»).

²⁰⁶ Βλ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1816/25.02.2021 επιστολή του ALPHA και την υπ' αριθ. πρωτ. 1800/25.02.2021 επιστολή του STAR.

²⁰⁷ Βλ. υπ. αριθ. πρωτ. 2114/8.03.2021 απαντητική επιστολή της [...], την υπ' αριθ. πρωτ 2317/12.03.2021 απαντητική επιστολή της [...], την υπ' αριθ. πρωτ 2349/16.03.2021 απαντητική επιστολή της [...], την υπ' αριθ. πρωτ 2476/18.03.2021 απαντητική επιστολή της [...], η οποία αναφέρει χαρακτηριστικά ότι «[η] ζήτηση στην εν λόγω αγορά είναι υψηλή ως αποτέλεσμα δύο παραγόντων: Αφενός την αύξηση των τηλεοπτικών σταθμών με την είσοδο του τηλεοπτικού σταθμού Open και την επαναλειτουργία του Mega, αφετέρου, την λειτουργία του cash rebate (εφαρμογή Ν. 4487/2017) μέσω κρατικών επιδοτήσεων για την παραγωγή ταινιών (EKOME)»

²⁰⁸ Βλ., π.χ., υπόθ. Μ.81 – VIAG/ CONTINENTAL CAN, απόφαση της Ε.Επ. της 06.06.1991, παρ. 51, όπου η Ε.Επ. έκρινε ότι δεν εγείρονταν ζητήματα αποκλεισμού από πελάτες ενόψει του γεγονότος πως το 40% περίπου της ζήτησης για αλουμίνιο θα μπορούσε να εξυπηρετηθεί από μη καθετοποιημένους προμηθευτές.

170. Συντονισμός είναι πιθανότερο να ανακύψει σε αγορές στις οποίες είναι σχετικά πιο απλό για τα μέρη να καταλήξουν σε συνεννόηση όσον αφορά τους όρους του συντονισμού. Επιπλέον, για να είναι βιώσιμος ο συντονισμός πρέπει να πληρούνται τρεις βασικές προϋποθέσεις: (α) οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι σε θέση να ελέγχουν σε επαρκή βαθμό την τήρηση των όρων του συντονισμού· (β) η πειθαρχία προϋποθέτει την ύπαρξη κάποιων αξιόπιστων αποτρεπτικών μηχανισμών που μπορούν να ενεργοποιηθούν σε περίπτωση παρέκκλισης· και (γ) οι αντιδράσεις τρίτων, όπως υφισταμένων και μελλοντικών ανταγωνιστών που δεν συμμετέχουν στον συντονισμό, καθώς και πελατών, δεν θα πρέπει να είναι ικανές να θέσουν σε κίνδυνο τα προσδοκώμενα αποτελέσματα του συντονισμού.
171. Στην υπό εξέταση περίπτωση, κρίνεται ότι δεν πληρούνται οι ανωτέρω προϋποθέσεις για τους εξής λόγους:
- α)** Ως αποτέλεσμα της συγκεκριμένης συγκέντρωσης δεν αυξάνεται το επίπεδο της διαφάνειας στις αγορές προηγούμενης ή επόμενης βαθμίδας ούτε δημιουργούνται εξ αυτής συνθήκες εξάρτησης μεταξύ της κοινής επιχείρησης και των ανταγωνιστών της στις αγορές προηγούμενης ή επόμενης οικονομικής βαθμίδας, που θα μπορούσαν να λειτουργήσουν ως μηχανισμός επιβολής κυρώσεων σε περίπτωση παρέκκλισης από τυχόν συντονισμό, δεδομένου ότι η GREEN PIXEL δεν συνεργάζεται με άλλους τηλεοπτικούς σταθμούς που ανταγωνίζονται τους ALPHA και STAR.
- β)** Υφίσταται σημαντικός αριθμός ανταγωνιστών στην αγορά παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου που θα εμπόδιζε τυχόν συντονισμό μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτές.
- γ)** Παράλληλα, στην αγορά τηλεόρασης, ο αριθμός των ανταγωνιστών είναι μεν σαφώς μικρότερος απ' ό,τι στην ανάντη αγορά, εντούτοις η δυνατότητα συντονισμού ως προς την τιμή πώλησης διαφημιστικού χρόνου δυσχεραίνεται από το γεγονός ότι σε μεγάλο βαθμό αυτή εξαρτάται από την τηλεθέαση ενός εκάστου τηλεοπτικού προγράμματος.
172. Ως εκ τούτου, δεν θεωρείται πιθανό η εν θέματι συγκέντρωση να οδηγήσει στη δημιουργία συντονισμένων αποτελεσμάτων σε καμία από τις επηρεαζόμενες αγορές.
173. Ειδικότερα για την εξέταση ενδεχόμενου συντονισμού της συμπεριφοράς των μητρικών εταιριών (“spillover effects”), βλ. την ενότητα ΣΤ.2 αμέσως κατωτέρω.

ΣΤ.2. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΝΔΕΧΟΜΕΝΟΥ ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΥ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΤΩΝ ΜΗΤΡΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ (SPILL-OVER EFFECTS)

ΣΤ.2.1. Γενικό πλαίσιο

174. Σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 7 παρ. 3 του ν. 3959/2011, στο μέτρο που η δημιουργία κοινής επιχείρησης έχει ως αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα το συντονισμό της ανταγωνιστικής συμπεριφοράς επιχειρήσεων που παραμένουν ανεξάρτητες, ο συντονισμός αυτός αξιολογείται σύμφωνα με τα κριτήρια που ορίζονται στις παρ. 1 και 3 του άρθρου 1 του ως άνω νόμου. Κατά την αξιολόγηση αυτή, η ΕΑ λαμβάνει υπόψη ιδίως:
- i) αν δύο ή περισσότερες μητρικές επιχειρήσεις ασκούν, σε σημαντικό βαθμό, δραστηριότητες στην ίδια αγορά με την κοινή επιχείρηση ή σε αγορά προηγούμενων ή επόμενων σταδίων από αυτήν της κοινής επιχείρησης ή σε παραπλήσια αγορά στενά συνδεδεμένη με την αγορά

αυτή και

- ii) εάν ο συντονισμός, ο οποίος απορρέει ευθέως από τη δημιουργία της κοινής επιχείρησης, παρέχει στις συμμετέχουσες επιχειρήσεις τη δυνατότητα να εξαλείψουν τον ανταγωνισμό σε μεγάλο μέρος των αγορών τους.

175. Εφόσον δεν προκύπτει ότι η δημιουργία της κοινής επιχείρησης θα έχει ως **αντικείμενο** το συντονισμό της ανταγωνιστικής συμπεριφοράς των μητρικών της εταιριών, πρέπει να διερευνηθεί εάν η δημιουργία μίας κοινής επιχείρησης έχει ως **αποτέλεσμα** το συντονισμό αυτό, και συγκεκριμένα εάν εκ της δημιουργίας αυτής οι μητρικές επιχειρήσεις αποκτούν κίνητρο²⁰⁹ να συντονίσουν τη μελλοντική τους συμπεριφορά, πέραν και εκτός της κοινής επιχείρησης, όπως για παράδειγμα μπορεί να συμβαίνει όταν οι μητρικές ασκούν δραστηριότητες στην ίδια αγορά με την κοινή επιχείρηση, και άρα είναι άμεσες ανταγωνίστριες η μία της άλλης, ή όταν οι μητρικές ασκούν δραστηριότητες σε αγορά προηγούμενου ή επόμενου σταδίου από αυτήν της κοινής επιχείρησης, καθώς και κατά πόσον ο συντονισμός αυτός καθίσταται πιθανός και οι επιπτώσεις του σημαντικές²¹⁰. Για παράδειγμα, η πιθανότητα συντονισμού ενισχύεται όταν παρατηρείται συμμετρία των μεριδίων αγοράς και των δραστηριοτήτων των μητρικών επιχειρήσεων ή έλλειψη ισχυρών ανεξάρτητων ανταγωνιστών στην αγορά²¹¹. Αντίστοιχα, ο συντονισμός θα έχει σημαντικές επιπτώσεις παρέχοντας στις μητρικές της κοινής επιχείρησης εταιρίες τη δυνατότητα να εξαλείψουν τον ανταγωνισμό σε μεγάλο μέρος των αγορών τους, αν οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις έχουν, ατομικά, έκαστη ή όλες μαζί, επαρκή ισχύ ώστε να καθιστούν το συντονισμό επικερδή²¹². Ενδείξεις σε σχέση με την εκτίμηση της ισχύος των συμμετεχουσών συνιστούν, μεταξύ άλλων, η κατοχή υψηλών μεριδίων αγοράς, η ωριμότητα της αγοράς, η αντισταθμιστική ισχύς μεγάλων πελατών (εάν υπάρχουν)²¹³, η ύπαρξη εμποδίων εισόδου²¹⁴, και η σημασία της κοινής επιχείρησης σε σχέση με την επιχειρηματική δραστηριότητα των μητρικών της.
176. Κατά την αξιολόγηση του κινδύνου συντονισμού σύμφωνα με τα ανωτέρω λαμβάνεται υπόψη, μεταξύ άλλων, και το επίπεδο ροής πληροφοριών μεταξύ των μητρικών, και ειδικότερα το ενδεχόμενο χρησιμοποίησης της κοινής επιχείρησης από τις μητρικές της ως μέσου ανταλλαγής πληροφοριών²¹⁵. Πάντως, όπως προκύπτει από τη διατύπωση της παρ. 3 σημ. β' του άρθρου 7 του ν. 3959/2011, σε κάθε περίπτωση είναι απαραίτητο να υφίσταται **αιτιώδης σύνδεσμος** μεταξύ του συντονισμού και της δημιουργίας της κοινής επιχείρησης²¹⁶. Εξάλλου, σε περίπτωση που αξιολογηθεί ότι υφίσταται κίνδυνος συντονισμού μεταξύ των μητρικών επιχειρήσεων, πρέπει να διερευνάται τυχόν εφαρμογή επ' αυτού των άρθρων 1 παρ. 1 και 3 του ν. 3959/2011 ή/και 101

²⁰⁹ Βλ. απόφαση Ε. Επ. JV.48 – VODAFONE/ VIVENDI/CANAL PLUS, παρ.87

²¹⁰ Βλ. N. Levy, *European Merger Control Law: a guide to the merger regulation*, Lexis Nexis, 2013, Κεφάλαιο 16, υπό κεφάλαιο 16.04.

²¹¹ Βλ. αποφάσεις Ε. Επ. M.2851, INTRACOM/ SIEMENS/ STT, παρ. 43 και JV.3, BEISELEN,/ BAY WA/ CHEMAG, παρ.28.

²¹² Βλ. απόφαση Ε. Επ. IV/JV.21, SKANDIA/ STOREBRAND/ POHJOLA, παρ. 37.

²¹³ Βλ. αποφάσεις Ε. Επ. JV.42, παρ. 19-23, JV.44, παρ.37, M.2075, παρ.19, M.2712, παρ. 25-26.

²¹⁴ Βλ. απόφαση Ε. Επ. JV.14, παρ. 32.

²¹⁵ Βλ. Rosenthal/Thomas, *European Merger Control*, Verlag C.H.Beck, Munchen 2010, σελ. 227-229 και N. Levy, *European Merger Control Law: a guide to the merger regulation*, Lexis Nexis, 2013, Κεφάλαιο 16 “Spill-over effects of joint ventures”, υπό-κεφάλαιο 16.04[1]. Βλ. και αποφάσεις Ε. Επ. M.5066, EUROGATE/APMM, παρ. 42 και M.4170, LSG LUFTHANSA SERVICE HOLDING/GATE GOURMET SWITZERLAND, παρ. 51-53.

²¹⁶ Βλ. απόφαση Ε. Επ. JV.37, BSKYB/ KIRCH PAY TV, παρ. 91.

παρ. 1 και 3 ΣΛΕΕ.

ΣΤ.2.2. Η αξιολόγηση της Επιτροπής

177. Εν προκειμένω, δεν υφίσταται καμία ένδειξη, ούτε από τις απαντήσεις των ανταγωνιστών των γνωστοποιουσών, ότι η απόκτηση κοινού ελέγχου επί της GREEN PIXEL έχει ως **αντικείμενο** το συντονισμό της συμπεριφοράς των τηλεοπτικών σταθμών ALPHA και STAR. Ως εκ τούτου, πρέπει να εξετασθεί το ενδεχόμενο η εν λόγω συναλλαγή να έχει ως **αποτέλεσμα** το συντονισμό αυτό.
178. Προς αυτή την κατεύθυνση, το γεγονός ότι οι ALPHA και STAR διατηρούν τις δραστηριότητές τους στην αγορά τηλεόρασης, η οποία αποτελεί αγορά επόμενου σταδίου σε σχέση με την αγορά παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου στην οποία δραστηριοποιείται η GREEN PIXEL, θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι παρέχει, καταρχήν, κίνητρο να προβούν σε συντονισμό της συμπεριφοράς τους στην εν λόγω αγορά. Σε αυτό το πλαίσιο, πρέπει να εξεταστεί εάν «τα γνωστοποιούντα μέρη, από κοινού ή το καθένα χωριστά, κατέχουν επαρκή ισχύ στην αγορά, ούτως ώστε ο συντονισμός να έχει νόημα»²¹⁷. Παρατηρείται συναφώς ότι το αθροιστικό μερίδιο των ALPHA και STAR στην αγορά τηλεόρασης ανήλθε το 2019 στο [45-55]% (και στο [35-45]% για το πρώτο εννεάμηνο το 2020). Ενόψει του υψηλού αθροιστικού μεριδίου αγοράς των γνωστοποιουσών, θα μπορούσε καταρχάς να υποστηριχθεί ότι η δημιουργία της κοινής επιχείρησης παρέχει σε αυτούς τη δυνατότητα να εξαλείψουν τον μεταξύ τους ανταγωνισμό, υπό την έννοια του άρθρου 7 παρ. 3 στοιχ. β' του ν. 3959/2011²¹⁸.
179. Εντούτοις, η κατά τα ανωτέρω πιθανότητα συντονισμού, στο πλαίσιο ειδικώς της συγκεκριμένης συναλλαγής, περιορίζεται ενόψει του γεγονότος ότι οι γνωστοποιούσες έχουν λάβει μέτρα, ήδη πριν από την ολοκλήρωση της συγκέντρωσης, προκειμένου να αποφευχθεί το ενδεχόμενο η επιχείρηση-στόχος να λειτουργήσει σαν όχημα για τη μεταξύ τους ανταλλαγή ευαίσθητων πληροφοριών σχετικά με την εμπορική δραστηριότητα εκάστης εξ αυτών²¹⁹.
180. Πιο συγκεκριμένα, όπως έχει ήδη αναφερθεί στην Ενότητα Α.2 ανωτέρω, οι γνωστοποιούσες, διά της από 15.12.2020 Συμφωνίας Μετόχων σχετικά με τη GREEN PIXEL, ανέλαβαν την υλοποίηση σειράς δικλίδων ασφαλείας με σκοπό την αποτροπή τυχόν μεταξύ τους συντονισμού. Οι σχετικές δικλίδες ασφαλείας αφορούν:
- αφενός μεν στην **θεσμοθέτηση κωλυμάτων για την εκλογή μελών του ΔΣ** της επιχείρησης-στόχου ([...]);
 - αφετέρου δε στη δέσμευση των ALPHA και STAR να αναθέσουν μετά την ολοκλήρωση της υπό εξέταση συναλλαγής σε εξωτερικό σύμβουλο με ειδίκευση στο δίκαιο του ανταγωνισμού την **εκπόνηση Κώδικα Συμπεριφοράς που θα ρυθμίζει ζητήματα που άπτονται της διαβίβασης πληροφοριών μεταξύ των μερών** ([...]).

²¹⁷ Βλ. υπόθ. JV.21 – SKANDIA/ STOREBRAND/ POHJOLA, απόφαση της Ε.Επ. της 17.08.1999, παρ. 37.

²¹⁸ Βλ., π.χ., υπόθ. M.3817 – WEGENER/ PCM/ JV, απόφαση της Ε.Επ. της 07.07.2005, παρ. 62 (η Ε.Επ. έκρινε ότι ο συντονισμός της συμπεριφοράς των εμπλεκόμενων μερών ήταν πιθανός, ενόψει του αθροιστικού μεριδίου των μερών στην αγορά πώλησης διαφημιστικού χώρου σε ημερήσιες εφημερίδες, το οποίο κυμαινόταν μεταξύ 45% και 55%).

²¹⁹ Βλ. σχετικά υπόθ. M.3334 – ARCELOR/ THYSSENKRUPP/ STEEL24-7, απόφαση της Ε.Επ. της 16.02.2004, παρ. 24-25· υπόθ. M.3101 – ACCOR/ HILTON/ SIX CONTINENTS/ JV, απόφαση της Ε.Επ. της 16.05.2003, παρ. 26-27· υπόθ. M.4760, AMADEUS/ SABRE/ JV, απόφαση της Ε.Επ. της 12.09.2007, παρ. 25.

Σε αυτό το πλαίσιο, δυνάμει του [...]της Συμφωνίας Μετόχων προβλέπεται η τροποποίηση του καταστατικού της GREEN PIXEL προκειμένου να ενσωματωθούν, μεταξύ άλλων, οι ανωτέρω δικλείδες ασφαλείας.

181. Από τα ανωτέρω εκτιμάται ότι δεν υφίστανται σαφείς ενδείξεις για τη δυνατότητα συντονισμού μεταξύ των ALPHA και STAR ως αποτέλεσμα της απόκτησης κοινού ελέγχου επί της GREEN PIXEL.
182. Επισημαίνεται, ωστόσο, ότι οποιαδήποτε άλλη ενδεχόμενη μελλοντική μορφή συντονισμού/συνεργασίας σε οριζόντιο ή κάθετο επίπεδο μεταξύ των δύο ως άνω εταιριών, είτε από μόνη της είτε σε συνδυασμό με την ύπαρξη στενών οικογενειακών δεσμών μεταξύ των μετόχων που ελέγχουν τις δύο εταιρίες, δύναται να ελεγχθεί από την ΕΑ στο πλαίσιο της εφαρμογής των άρθρων 1 και 2 του ν. 3959/2011, ενώ περαιτέρω συγκέντρωση του κλάδου δύναται να ελεγχθεί στο πλαίσιο της εφαρμογής του άρθρου 11 του ν 3959/2011.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού, αποφάσισε ομοφώνως και σε φανερή ψηφοφορία:

«εγκρίνει, κατ' άρθρο 8 παρ. 3 του ν. 3959/2011, την από 08.01.2021 (αρ. πρωτ. 111) προηγούμενη γνωστοποίηση συγκέντρωσης σχετικά με την απόκτηση από τις ALPHA ΔΟΥΡΥΦΟΡΙΚΗ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ Α.Ε. και ΝΕΑ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ Α.Ε. κοινού ελέγχου επί της εταιρίας GREEN PIXEL PRODUCTIONS ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΟΠΤΙΚΟ-ΑΚΟΥΣΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ, ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟΥ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΛΟΙΠΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΝΑΦΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ, δεδομένου ότι η εν λόγω συγκέντρωση, παρότι εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της παρ. 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 **24^α Μαρτίου 2021**.

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

Ο Πρόεδρος

Ιωάννης Λιανός

Οι Συντάκτες της Απόφασης

Ιωάννης Λιανός και Μαρία – Ιωάννα Ράντου

Η Γραμματέας

Ευγενία Ντόρντα