



**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ–MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
(TOURISM MANAGEMENT)**

Μάθημα – Οικονομική για Διοίκηση

Διδάσκων: Μιχάλης Πολέμης

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ & ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

1. Εισαγωγή
2. Μεθοδολογία
3. Σύμπραξη
4. Συγχωνεύσεις
5. Κατάχρηση Δεσπόζουσας Θέσης

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ανταγωνισμός

Ανταγωνισμός ανάμεσα σε επιχειρήσεις.

Ανταγωνισμός σχετικά με την τιμή, την ποιότητα του προϊόντος και της μεθόδου παραγωγής, την καταναλωτική πίστη, ...

Ανταγωνιστές:

- Συνυπάρχουν στην ίδια αγορά
- Δρουν ανεξάρτητα
- Αποσκοπούν σε μεγαλύτερα κέρδη.

Ορισμός

Το σύνολο των πολιτικών και των νόμων που διασφαλίζουν ότι ο ανταγωνισμός στην αγορά δεν περιορίζεται κατά τέτοιο τρόπο ώστε να μειώνεται η οικονομική ευημερία.

Σημείωση:

Η μείωση του ανταγωνισμού δεν συνεπάγεται οπωσδήποτε και μείωση της οικονομικής ευημερίας.

Χρησιμότητα

□ Αποτυχία των δυνάμεων της αγοράς:

Ακόμη και αν η είσοδος σε μια αγορά είναι δυνατή, μπορεί να διατηρηθούν *δεσπόμενες θέσεις* στην αγορά εξαιτίας π.χ. Lock-in επιδράσεων, κόστους αλλαγών, επιδράσεων δικτύου, ...

□ Οι επιχειρήσεις μερικές φορές ακολουθούν **πρακτικές** οι οποίες αυξάνουν τα κέρδη τους, αλλά μπορεί ταυτόχρονα να μειώνουν τον ανταγωνισμό και την οικονομική ευημερία.

Κατηγορίες Πρακτικών

1. Διάφορες συμφωνίες ή εναρμονισμένες πρακτικές μεταξύ επιχειρήσεων (π.χ. σύμπραξη στις τιμές)
2. Διάφορες μορφές καταχρηστικής εκμετάλλευσης της δεσπόζουσας θέσης που έχει μια επιχείρηση στην αγορά (π.χ. συμπεριφορά αποκλεισμού)
3. Συγχωνεύσεις/Εξαγορές

Η ΠΑ ασχολείται με τις:

- Παραπάνω Κατηγορίες Πρακτικών
- Κρατικές Ενισχύσεις

Στόχοι

□ Οικονομική Ευημερία = Συνολικό Πλεόνασμα
Καταναλωτικό Πλεόνασμα (ΚΠ) + Παραγωγικό Πλεόνασμα (ΠΠ)

Αν $p \uparrow$:

→ ΚΠ ↓ & ΠΠ ↑ → Οικονομική Ευημερία ↓

Αν $p > MC$:

→ Απώλεια Οικονομικής Ευημερίας

Σημειώσεις:

- Στατική Ευημερία vs. Δυναμική Ευημερία

- Καταναλωτικό Πλεόνασμα

Στόχοι (συν.)

□ Επιπλέον Στόχοι:

Προώθηση της Ολοκλήρωσης της Αγοράς

Προστασία Οικονομικής Ελευθερίας

Καταπολέμηση του Πληθωρισμού

Αμεροληψία και Ισότητα

Σημείωση:

Η άσκηση της ΠΑ μερικές φορές επηρεάζεται και από τους στόχους των τρεχουσών δημόσιων πολιτικών (κοινωνικοί, περιβαλλοντικοί,...)

Νομικό Πλαίσιο

□ Ευρωπαϊκή Ένωση:

Άρθρο 101 ΣυνθΕΚ: Συμπράξεις

Άρθρο 102 ΣυνθΕΚ: Κατάχρηση Δεσπόζουσας Θέσης

Ρύθμιση Κανονισμού 139/2004: Συγχωνεύσεις

□ Ελλάδα:

Νόμος 3959/2011 “Περί ελέγχου μονοπωλίων και ολιγοπωλίων και προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού”

Αρχές Εφαρμογής

□ Ευρωπαϊκή Ένωση:

Διεύθυνση Ανταγωνισμού της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (DG Competition)

Πρωτοδικείο (Court of First Instance)

Ευρωπαϊκό Δικαστήριο (European Court of Justice)

□ Κράτη-μέλη:

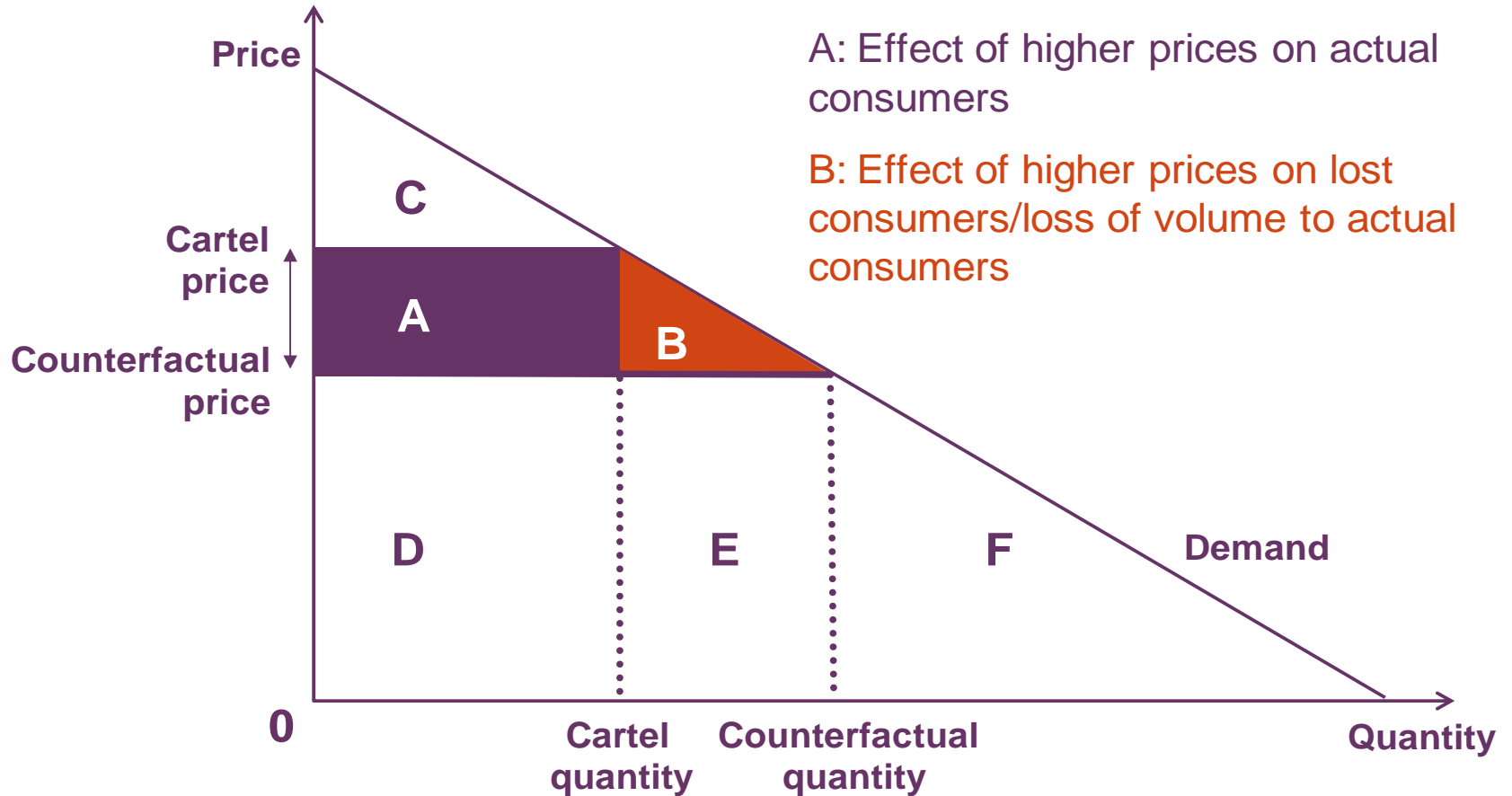
Εθνικές Αρχές Ανταγωνισμού (π.χ. Ελληνική Επιτροπή Ανταγωνισμού)

Εθνικά Δικαστήρια

Πολιτική του Ανταγωνισμού VS Ρυθμιστική Πολιτική

- ❑ Και οι δύο ρυθμίζουν περιπτώσεις αποτυχίας των αγορών , **αλλά**
- ❑ Ex-post (αξιολόγηση συμπεριφορών αφού έχουν πραγματοποιηθεί) VS Ex-ante (πρόληψη).
- ❑ Επηρεάζει έμμεσα την αποδοτικότητα της αγοράς (πχ. τιμές), επιτρέποντας ή απαγορεύοντας ενέργειες VS Ρυθμίζει άμεσα την τιμολογιακή πολιτική μιας επιχείρησης.
- ❑ Έχει οριζόντιο χαρακτήρα VS Έχει ειδικό, ανά κλάδο χαρακτήρα.
- ❑ Ωστόσο, βλ. και προληπτικό έλεγχο συγκεντρώσεων, exploitative abuses, sector inquiries

Πολιτική του Ανταγωνισμού



Πολιτική Ανταγωνισμού

Γιατί?

Για να ρυθμίσει τις περιπτώσεις που οι αγορές «αποτυγχάνουν», και συγκεκριμένα τις περιπτώσεις που επιχειρήσεις με δύναμη στην αγορά, υιοθετώντας συμπεριφορές όπως:

1. Συμπράξεις
2. Συγχωνεύσεις
3. Τιμολογήσεις κάτω του κόστους
4. Συμπεριφορές που αποκλείουν ανταγωνιστές

περιορίζουν τον ανταγωνισμό κατά τρόπο βλαπτικό για την κοινωνική ευημερία

Πολιτική και Δίκαιο Ανταγωνισμού

Πώς;

A) Ύπαρξη κανόνων δικαίου-**Δίκαιο του
Ελεύθερου Ανταγωνισμού**

ΚΑΙ

B) Η **αποτελεσματική εφαρμογή** των
κανόνων δικαίου (Αρχές Ανταγωνισμού,
Δικαστήρια)

Ευρωπαϊκοί κανόνες ανταγωνισμού

- Άρθρο 101 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης «ΣΛΕΕ» (πρώην 81 της Συνθήκης της Ευρωπαϊκής Κοινότητας «ΣυνΚΕΚ»): **απαγόρευση συμπράξεων μεταξύ επιχειρήσεων**
- Άρθρο 102 ΣΛΕΕ (πρώην 82 ΣυνΚΕΚ): **απαγόρευση κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης**
- Κανονισμός 139/2004: **Έλεγχος συγκεντρώσεων επιχειρήσεων** (πρώτος Κανονισμός: 1989)

Ελληνικοί κανόνες ανταγωνισμού

Ελληνικός νόμος για την Προστασία του Ελεύθερου
Ανταγωνισμού- Από 20/4/2011: Ν. 3959/2011
(αντικατέστησε τον Ν. 703/1977)

- Άρθρο 1 Ν. 3959/2011: **απαγόρευση συμπράξεων μεταξύ επιχειρήσεων**
- Άρθρο 2 Ν. 3959/2011: **απαγόρευση κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης**
- Άρθρα 5-11 Ν. 3959/2011: **Έλεγχος συγκεντρώσεων επιχειρήσεων**

Στάδια Ανάλυσης

Η μεθοδολογία που ακολουθούν οι αρχές ανταγωνισμού κατά την ανάλυση μιας υπόθεσης περιλαμβάνει συνήθως τα εξής τρία στάδια:

Στάδιο 1: Ορισμός της Σχετικής Αγοράς

Ορισμός της σχετικής αγοράς προϊόντων στην οποία λαμβάνει χώρα η υπό εξέταση πρακτική.

Ορισμός της γεωγραφικής έκτασης αυτής της αγοράς.

Στάδια Ανάλυσης (συν.)

Στάδιο 2: Ανάλυση της Αγοράς

Διερεύνηση των συνθηκών δομής της αγοράς.

Υπολογισμός των μεριδίων των συμμετεχόντων στην αγορά.

Εξακρίβωση του κατά πόσο οι συμμετέχοντες έχουν **Μονοπωλιακή Δύναμη** ή ενισχύουν Μονοπωλιακή Δύναμη στην σχετική αγορά.

Στάδιο 3: Ετυμηγορία

Εξακρίβωση του κατά πόσο η υπό εξέταση πρακτική μπορεί να οδηγήσει σε σημαντική μακροχρόνια μείωση του ανταγωνισμού και της ευημερίας.

Σε περίπτωση που κριθεί ότι αυτό ισχύει, η υπό εξέταση πρακτική απαγορεύεται ή επιτρέπεται υπό όρους.

Ορισμός της αγοράς

- **Σχετική αγορά προϊόντων:** «Η αγορά του σχετικού προϊόντος περιλαμβάνει όλα τα προϊόντα ή και τις υπηρεσίες που είναι δυνατόν να εναλλάσσονται ή να υποκαθίστανται αμοιβαία από τον καταναλωτή, λόγω των χαρακτηριστικών, των τιμών και της χρήσης για την οποία προορίζονται».
- **Σχετική γεωγραφική αγορά:** «Η σχετική γεωγραφική αγορά περιλαμβάνει την περιοχή όπου οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις συμμετέχουν στην προμήθεια προϊόντων ή υπηρεσιών και οι όροι του ανταγωνισμού είναι επαρκώς ομοιογενείς και η οποία μπορεί να διακριθεί από γειτονικές κυρίως περιοχές, διότι στις εν λόγω περιοχές οι όροι του ανταγωνισμού διαφέρουν σημαντικά».

Ορισμός Σχετικής Αγοράς

Ο ορισμός της σχετικής αγοράς:

- Έχει κρίσιμη πρακτική σημασία μια και επηρεάζει τα συμπεράσματα.
- Δεν είναι μονοσήμαντος - μπορεί να είναι διαφορετικός ανάλογα με την υπό εξέταση υπόθεση.
- Περιλαμβάνει δύο διαστάσεις: (α) Σχετική αγορών προϊόντων και (β) Σχετική γεωγραφική αγορά.

Ορισμός Σχετικής Αγοράς (συν.)

□ Σχετική αγορά προϊόντων:

Περιλαμβάνει το προϊόν ή τα προϊόντα που αφορούν την υπό εξέταση υπόθεση καθώς και όλα τα προϊόντα που είναι υποκατάστατα τους είτε από πλευρά ζήτησης είτε από πλευρά προσφοράς.

Παράδειγμα:

Είναι ξεκάθαρο ότι η Coca-Cola και η Pepsi ανήκουν στην ίδια αγορά προϊόντων.

Ισχύει αυτό και για τα άλλα ανθρακούχα αναψυκτικά; Ισχύει για μη-ανθρακούχα αναψυκτικά;

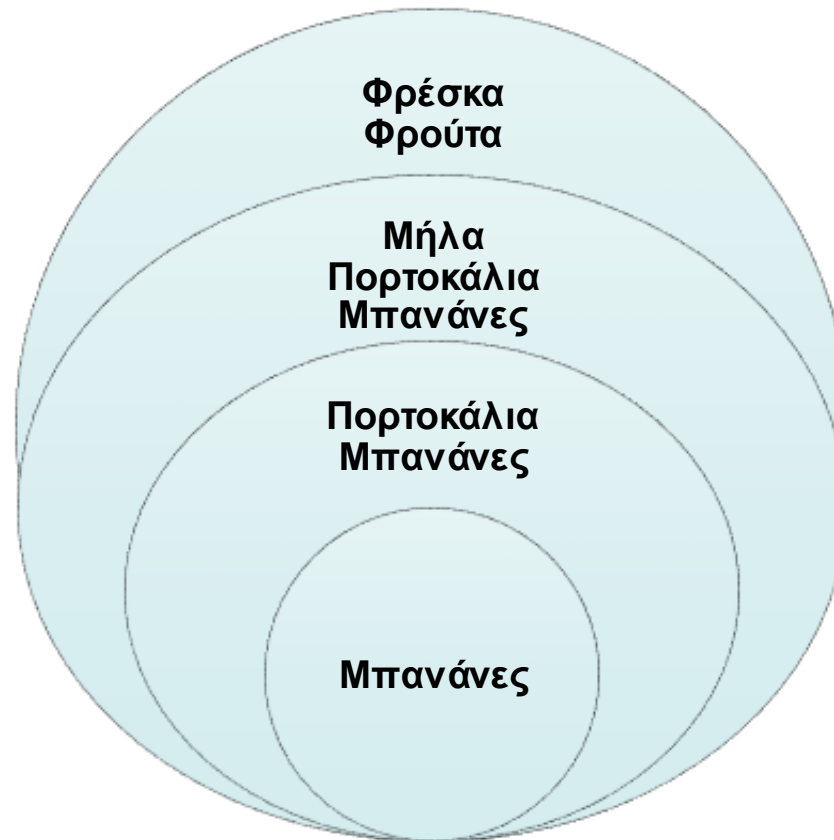
Ορισμός Σχετικής Αγοράς (συν.)

□ Σχετική γεωγραφική αγορά:

Τα όρια της καθορίζονται από την απάντηση στην ερώτηση αν η αύξηση της τιμής ενός προϊόντος ή μιας ομάδας προϊόντων σε μια περιοχή X επηρεάζει σημαντικά την ζήτηση και επομένως την τιμή σε μια άλλη περιοχή Y , και την προσφορά των προϊόντων από την Y στην X .

Αν η απάντηση είναι ΝΑΙ τότε οι δύο περιοχές είναι στην ίδια αγορά.

Υποκατάσταση από την πλευρά της ζήτησης



Υποκατάσταση από την πλευρά της ζήτησης

“Hypothetical monopolist” / “SSNIP” (“Small but Significant Non Transitory Increase in Price”) test:

- Εξετάζει τις συνέπειες μίας υποθετικής μικρής αλλά σημαντικής μη-παροδικής αύξησης της τιμής (5-10%) του προϊόντος (ή προϊόντων) πάνω στην κερδοφορία ενός υποθετικού μονοπωλητή
- Αν η τιμή του προϊόντος A αυξηθεί κατά 5-10%, η στροφή των καταναλωτών προς το προϊόν B θα καταστήσει την αύξηση των τιμών για το προϊόν A ανώφελη?
- Αν “NAI”: A και B ανήκουν στην ίδια αγορά προϊόντων.
- SSNIP test για τις μπανάνες, αν NAI
- SSNIP test για τις μπανάνες και τα πορτοκάλια, αν NAI
- SSNIP test για τις μπανάνες και τα πορτοκάλια κ.ο.κ.

Υποκατάσταση από την πλευρά της ζήτησης

- Προβλήματα και όρια στη χρήση του SSNIP test:
 - Αρκετές φορές οι επιλογές των καταναλωτών δεν εξαρτώνται αποκλειστικά από την τιμή του προϊόντος.
 - **“Cellophane fallacy”**
 - Η Du Pont είχε ήδη μονοπώλιο στο σελοφάν και χρέωνε τιμές μονοπωλίου.
 - Είναι το σελοφάν διακριτή αγορά σε σχέση με τα υπόλοιπα ευέλικτα υλικά συσκευασίας?
 - Οι τιμές που χρέωνε η Du Pont για το σελοφάν ήταν ήδη υπερβολικά ψηλές και για αυτό στρέφονταν πλέον οι καταναλωτές προς άλλα «ανταγωνιστικά προϊόντα». Αν οι τιμές ήταν σε επίπεδα «ανταγωνιστικά», οι καταναλωτές πιθανόν δεν θα στρέφονταν προς άλλα υλικά συσκευασίας.

Υποκατάσταση από την πλευρά της ζήτησης

- Οι πελάτες θα μετακινούνταν σε υποκατάστατα προϊόντα σε απάντηση προς μία υποθετική, μικρή (της τάξης του 5%-10%) αλλά διαρκή αύξηση της τιμής? (**2 στάδια**)
 - Αν ΟΧΙ, η αύξηση της τιμής είναι επικερδής
→ → → → → → → → → → → → → → → → → Τα προϊόντα δεν είναι υποκατάστατα
 - Αν ΝΑΙ, είναι η αύξηση της τιμής επικερδής?
 - Εξαρτάται από τις χαμένες πωλήσεις
→ → **Critical Loss Analysis**
- Το SSNIP test είναι μία επαναλαμβανόμενη διαδικασία
 - Αν δεν είναι επικερδής, διευρύνουμε την αγορά
→ → → → → → → → → → → → → → → → → Τα προϊόντα είναι υποκατάστατα.
 - Αυτή η διεύρυνση της αγοράς γίνεται έως ότου η μικρή αύξηση τιμής ορισμένων προϊόντων να καθίσταται επικερδής.

Υποκατάσταση από την πλευρά της ζήτησης: Critical Loss Analysis

- Υπολογίζει πόσο πρέπει να πέσουν οι πωλήσεις του υποθετικού μονοπωλίου προκειμένου να καταστεί μη επικερδής η υποθετική αύξηση της τιμής του προϊόντος.
 - Η αύξηση της τιμής έχει **αρνητική επίδραση** στο κέρδος, γιατί οι πωλήσεις πέφτουν όσο ορισμένοι καταναλωτές στρέφονται προς υποκατάστατα προϊόντα.
 - Ωστόσο, υπάρχει και αντισταθμιστική **θετική επίδραση** στα κέρδη του υποθετικού μονοπωλίου, γιατί έχει μεγαλύτερο περιθώριο κέρδους στο σύνολο των υπολειπόμενων πωλήσεων που κάνει.
 - Αν η αρνητική επίδραση είναι μεγαλύτερη από τη θετική, τότε η αύξηση της τιμής δεν είναι επικερδής και η αγορά είναι ευρύτερη.
 - **Critical loss:** το ποσοστό μείωσης της ποσότητας ώστε οι αντίρροπες επιδράσεις στα κέρδη της αύξησης της τιμής να αλληλο – εξουδετερώνονται: καμία αλλαγή στα κέρδη
 - Αν η πραγματική μείωση των πωλήσεων (actual loss) είναι μεγαλύτερη από το ποσοστό του critical loss, τότε η αύξηση της τιμής δεν είναι επικερδής
 - → Διεύρυνση της αγοράς
 - Αν η πραγματική μείωση των πωλήσεων (actual loss) είναι μικρότερη από το ποσοστό του critical loss, τότε η αύξηση της τιμής είναι επικερδής
 - → Η αγορά έχει οριστεί.

Υπόθεση 27/76

United Brands vs Commission

- Για να μπορεί η μπανάνα να θεωρηθεί ότι αποτελεί το αντικείμενο ξεχωριστής αγοράς πρέπει να μπορεί να εξατομικεύεται διά των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της, τα οποία να τη διαφοροποιούν από τα λοιπά νωπά φρούτα σε σημείο που να μπορεί ελάχιστα να αντικατασταθεί από αυτά και να μην υφίσταται από αυτές παρά ανεπαίσθητο ανταγωνισμό.
- Η μπανάνα ωριμάζει ολόκληρο το έτος, ασχέτως εποχής. Η παραγωγή της είναι καθ' όλο το έτος μεγαλύτερη της ζήτησεως την οποία και μπορεί να ικανοποιεί ανά πάσα στιγμή. Το χαρακτηριστικό αυτό καθιστά την μπανάνα προνομιούχο φρούτο, του οποίου, η παραγωγή και διάθεση στο εμπόριο μπορούν να προσαρμόζονται στις εποχιακές διακυμάνσεις των λοιπών νωπών φρούτων οι οποίες είναι και γνωστές και μπορούν να υπολογίζονται. Δεν υφίσταται αναγκαστικό εποχιακό υποκατάστατο, εφόσον ο καταναλωτής μπορεί να προμηθεύεται μπανάνες όλο το έτος. Δεδομένου ότι η μπανάνα αποτελεί φρούτο διαθέσιμο ανά πάσα στιγμή και σε επαρκείς ποσότητες, η δυνατότητα υποκαταστάσεώς της από τα λοιπά φρούτα, πρέπει, προκειμένου να υπολογιστεί ο βαθμός ανταγωνισμού που υφίσταται μεταξύ αυτής και λοιπών νωπών φρούτων, να αξιολογηθεί στο σύνολο του έτους.

Υπόθεση 27/76

United Brands vs Commission

- Καίτοι, δεν είναι δυνατό να αμφισβητηθεί ότι κατά τους θερινούς μήνες και κατά τη διάρκεια μερικών εβδομάδων περί το τέλος του έτους το προϊόν αυτό υφίσταται τον ανταγωνισμό των λοιπών φρούτων, η ικανότητα προσαρμογής που παρουσιάζει, ο όγκος των εισαγωγών του και η διάθεσή του στο εμπόριο στην οικεία γεωγραφική αγορά έχει ως αποτέλεσμα οι όροι ανταγωνισμού να είναι εξαιρετικά περιορισμένοι και η τιμή του να προσαρμόζεται χωρίς σημαντικές δυσχέρειες σ' αυτή την κατάσταση αφθονίας φρούτων στην αγορά.
- Όπως προκύπτει από τις μελέτες σχετικά με την αγορά της μπανάνας που περιλαμβάνει η δικογραφία, η αγορά αυτή δεν παρουσιάζει σημαντική μακροπρόθεσμη διασταυρούμενη ελαστικότητα, ούτε επίσης, υφίσταται, όπως ειπώθηκε, γενικευμένη δυνατότητα εποχικής υποκαταστάσεως, μεταξύ της μπανάνας και όλων των εποχιακών φρούτων, αλλά μόνο μεταξύ αυτής και δύο φρούτων (ροδάκινα και επιτραπέζια σταφύλια) και σε χώρα (Γερμανία) της οικείας γεωγραφικής αγοράς. Όσον αφορά τα δύο φρούτα που μπορούν να διατίθενται ολόκληρο το χρόνο (πορτοκάλια και μήλα), για τα μεν πορτοκάλια δεν υφίσταται δυνατότητα υποκαταστάσεως ενώ για τα μήλα υφίσταται σε περιορισμένο μόνο βαθμό.

Υπόθεση 27/76

United Brands vs Commission

- Η παραπάνω πολύ μειωμένη δυνατότητα υποκατάστασεως οφείλεται στα ειδικά χαρακτηριστικά της μπανάνας και σε όλους τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του καταναλωτή. Η μπανάνα διαθέτει ορισμένα χαρακτηριστικά όπως καλή εμφάνιση, γεύση, μαλακή υφή, έλλειψη πυρήνων, εύκολη χρήση, σταθερό και συνεχές επίπεδο παραγωγής, τα οποία της επιτρέπουν να ικανοποιεί τις διαρκείς ανάγκες σημαντικής κατηγορίας πληθυσμού, συγκεκριμένης από παιδιά, ηλικιωμένους και ασθενείς.
- Μεγάλος αριθμός καταναλωτών που έχει διαρκή ανάγκη μπανανών δεν αποτρέπεται σε βαθμό σημαντικό ή έστω αισθητό από την κατανάλωση του προϊόντος αυτού λόγω της αφίξεως στην αγορά άλλων νωπών φρούτων και ότι ακόμα και οι εποχιακές αιχμές το επηρεάζουν για λίγο μόνο χρόνο και σε περιορισμένο βαθμό από άποψη δυνατότητας υποκατάστασεως.

Υποκατάσταση από την πλευρά της προσφοράς

- Μπορούν οι προμηθευτές να μετατοπίζουν την παραγωγή τους σε άλλα προϊόντα/γεωγραφικές περιοχές και να τα εμπορεύονται βραχυπρόθεσμα χωρίς σημαντικό πρόσθετο κόστος και χωρίς σημαντικό επιπλέον κίνδυνο λόγω των μεταβολών στις τιμές?
- Κριτήρια της *αμεσότητας* και *αποτελεσματικότητας*
- Παραδείγματα: ο τομέας του χαρτιού-διάφορες ποιότητες (αλληλογραφίας, πολυτελών εκδόσεων κτλ.)

Ανάλυση της Αγοράς

□ Διερεύνηση των συνθηκών δομής της αγοράς:

Συγκέντρωση της αγοράς

Εμπόδια εισόδου

Δύναμη αγοραστών

Τεχνολογικά πλεονεκτήματα

...

□ Υπολογισμός των μεριδίων αγοράς των συμμετεχόντων στην αγορά.

Ανάλυση της Αγοράς (συν.)

□ Μονοπωλιακή Δύναμη (ΜΔ):

Είναι η ικανότητα μιας επιχείρησης να πουλάει το προϊόν της σε τιμή υψηλότερη από την ανταγωνιστική τιμή κατά κερδοφόρο τρόπο.

Σημείωση:

Υπάρχει αντίστροφη σχέση μεταξύ ΜΔ & στατικής οικονομικής ευημερίας:

→ Η ένταση της ΜΔ των συμμετεχόντων σε μια υπό εξέταση υπόθεση είναι εξαιρετικής σημασίας. Οι αρχές ανταγωνισμού συνήθως δεν απαγορεύουν πρακτικές στις οποίες οι συμμετέχοντες δεν έχουν ισχυρή ΜΔ και δεν δημιουργούν/ενισχύουν ΜΔ.

3. ΣΥΜΠΡΑΞΗ

Ορισμός και Αποτελέσματα

Σύμπραξη = Συμπαιγνία = Εναρμονισμένες Πρακτικές

Είναι η κατάσταση στην οποία οι τιμές των επιχειρήσεων είναι υψηλότερες από κάποιο ανταγωνιστικό υπόβαθρο (η τιμή ισορροπίας που προκύπτει σε ένα υπόδειγμα στο οποίο οι επιχειρήσεις ανταγωνίζονται ομαλά στην αγορά).

Συνεπάγεται την αύξηση της ΜΔ, των κερδών και την μείωση της οικονομικής ευημερίας

Αντιμετώπιση

Άρθρο 101ΣΛΕΕ: Απαγορεύει τις συμπράξεις

Επιβολή προστίμων που φτάνουν μέχρι το 10% του κύκλου εργασιών των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων.

Απαιτείται η ύπαρξη στοιχείων συνεννόησης μεταξύ των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων για την καταδίκη τους:

- Έκτακτες επισκέψεις για τη συλλογή hard evidence
- Προγράμματα επιείκειας

ΣΥΜΠΡΑΞΗ

- «Σύμπραξη» σύμφωνα με τον Νόμο σημαίνει «οποιαδήποτε τυπική ή άτυπη, γραπτή ή άγραφη, εκτελεστή κατά νόμο ή μη, **συμφωνία** δύο ή περισσότερων επιχειρήσεων ή ενώσεων επιχειρήσεων ή την **εναρμονισμένη πρακτική** δύο ή περισσότερων επιχειρήσεων ή την **απόφαση** ένωσης επιχειρήσεων»
- Συστατικά στοιχεία του πιο πάνω ορισμού:
 1. Συμφωνία
 2. Εναρμονισμένη πρακτική
 3. Απόφαση ένωσης επιχειρήσεων

ΣΥΜΠΡΑΞΗ

Συμφωνία

- Σύμφωνα με τον Νόμο «συμφωνία σημαίνει οποιαδήποτε διευθέτηση μεταξύ τουλάχιστον δύο επιχειρήσεων ή ενώσεων επιχειρήσεων, δυνάμει της οποίας **το ένα από τα μέρη εκουσίως αναλαμβάνει την υποχρέωση** να περιορίσει την ελευθερία του προς ενέργεια αναφορικά με ένα άλλο από τα μέρη»
- Για την ύπαρξη συμφωνίας αρκεί η **έκφραση κοινής βούλησης (joint intention)** επιχειρήσεων να συμπεριφερθούν στην αγορά κατά καθορισμένο τρόπο (*Υπόθεση T-41/96, Bayer v. Επιτροπής, Υπόθεση T-9/99, HFB v. Επιτροπής, Υπόθεση T-61/99, Adriatica di Navigazione v. Επιτροπής*)
- Ο τύπος της συμφωνίας είναι άσχετος - μπορεί να συναφθεί εγγράφως, επισήμως ή προφορικά - αρκεί ένας όρος της συμφωνίας να αποτελεί την έκφραση της βουλήσεως των μερών να συμπεριφερθούν στην αγορά με συγκεκριμένο τρόπο χωρίς να είναι αναγκαίο η συμφωνία αυτή να συνιστά υποχρεωτική και έγκυρη σύμβαση σύμφωνα με το εθνικό δίκαιο (*Υπόθεση T-41/96, Bayer v. Επιτροπής*)

ΣΥΜΠΡΑΞΗ

Συμφωνία

- Οι «**συμφωνίες κυρίων**» εμπίπτουν στην έννοια της συμφωνίας (*Υπόθεση 141/89, Trefileurope*)
- Οι συμφωνίες που έχουν τερματιστεί εμπίπτουν στην έννοια της απαγορευμένης συμφωνίας όταν εξακολουθούν να παράγουν τα αποτελέσματά τους και μετά την τυπική παύση της ισχύος τους
 - Μια συμφωνία θεωρείται ότι εξακολουθεί να παράγει αποτελέσματα, αν από τη συμπεριφορά των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων μπορεί να συναχθεί η ύπαρξη στοιχείων εναρμονισμένης πρακτικής και συντονισμού που προσιδιάζουν στη σύμπραξη και οδηγούν στο ίδιο αποτέλεσμα με εκείνο στο οποίο απέβλεπε η σύμπραξη

Η ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΜΕΤΑΞΥ «ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ» ΚΑΙ ΜΟΝΟΜΕΡΟΥΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ

- *Υπόθεση T-41/96, Bayer v. Επιτροπής*
 - Η Bayer France και Bayer Spain είχαν εφαρμόσει μια νέα πολιτική προσφοράς ώστε να καταστεί πιο δύσκολη εκ μέρους των μεταπωλητών τους η εξαγωγή προϊόντων στο ΗΒ
 - Πρέπει να διακριθούν οι περιπτώσεις στις οποίες μια επιχείρηση έλαβε πράγματι ένα μονομερές μέτρο, και συνεπώς χωρίς τη ρητή ή σιωπηρή συμμετοχή άλλης επιχειρήσεως, από τις περιπτώσεις στις οποίες ο μονομερής χαρακτήρας είναι αποκλειστικά φαινομενικός
 - Δεν μπορεί να θεωρεί ότι μια συμπεριφορά που είναι φαινομενικά μονομερής από πλευράς του παραγωγού και η οποία υιοθετήθηκε στο πλαίσιο των συμβατικών σχέσεων που διατηρεί με τους μεταπωλητές του συνεπάγεται στην πραγματικότητα συμφωνία μεταξύ επιχειρήσεων, αν δεν αποδεικνύει την ύπαρξη ρητής ή σιωπηρής συναινέσεως, εκ μέρους των λοιπών εταίρων, έναντι της υιοθετηθείσας από τον παραγωγό συμπεριφοράς

ΣΥΜΠΡΑΞΗ

Εναρμονισμένη πρακτική

- Σύμφωνα με το άρθρο 2 «εναρμονισμένη πρακτική σημαίνει το συντονισμό μεταξύ επιχειρήσεων, οι οποίες χωρίς να έχουν φτάσει στο στάδιο της σύναψης συμφωνίας αντικατέστησαν συνειδητά τους κινδύνους του ανταγωνισμού με μια πρακτική συνεργασία μεταξύ τους» (Υπόθεση 48/69, ICI v. Επιτροπής)
- Ο σκοπός είναι να διευρυνθεί ο απαγορευτικός κανόνας πέραν από τις «συμφωνίες»
- Οι επιχειρήσεις δεν χρειάζεται να έχουν συνεννοηθεί στη βάση κοινού σχεδίου αλλά να υιοθετούν μηχανισμούς συμπαιγνίας που διευκολύνουν τον συντονισμό της εμπορικής τους συμπεριφοράς
- **Παράδειγμα:** η εκ των προτέρων αλληλοενημέρωση των επιχειρήσεων για τη στάση που προτίθεται να κρατήσει η καθεμία αναφορικά με τις τιμές της ή άλλες κρίσιμες παραμέτρους

ΣΥΜΠΡΑΞΗ

Εναρμονισμένη πρακτική

- Δεν απαγορεύεται το δικαίωμα των εταιρειών να προσαρμόζονται στη συμπεριφορά των ανταγωνιστών τους, ωστόσο σε μια ελεύθερη αγορά πρέπει να καθορίζουν αυτόνομα την πολιτική τους και να δρουν κινούμενοι από τις δυνάμεις της αγοράς (*Υποθέσεις T-5/00 και T-6/00, Nederlandse Federatieve και Technische Unie BV*)
- Αυτό που απαγορεύεται είναι κάθε άμεση ή έμμεση επαφή μεταξύ των επιχειρήσεων, η οποία θα είχε ως αντικείμενο ή αποτέλεσμα είτε να επηρεάσει την συμπεριφορά στην αγορά ενός ανταγωνιστή, είτε να αποκαλύψει σε ανταγωνιστή την συμπεριφορά του

ΣΥΜΠΡΑΞΗ

Εναρμονισμένη πρακτική

- Για την ύπαρξη εναρμονισμένης πρακτικής αρκεί η επιχείρηση, μέσω της δηλώσεως των προθέσεων της, να έχει εξαλείψει ή τουλάχιστον να έχει περιορίσει σημαντικά την αβεβαιότητα ως προς την αναμενόμενη συμπεριφορά της στην αγορά (*Υπόθεση T-25/95 κ.α., Cimenteries v. Επιτροπής*)
- Πρέπει όμως να τεκμαίρεται, πλην αποδείξεως του αντιθέτου που βαρύνει τους ενδιαφερομένους επιχειρηματίες, ότι όσες επιχειρήσεις μετείχαν στη διαβούλευση και εξακολουθούν να δρουν στην αγορά, λαμβάνουν υπόψη τις πληροφορίες που αντήλλαξαν με τους ανταγωνιστές τους για να καθορίσουν τη συμπεριφορά τους στην αγορά (*Υπόθεση C-199/92, Hüls v. Επιτροπής*)
- Στο βαθμό που η μετέχουσα στη συνεννόηση επιχείρηση παραμένει δραστήρια στην οικεία αγορά, το τεκμήριο περί αιτιώδους συναφείας μεταξύ της συνεννοήσεως και της συμπεριφοράς της εν λόγω επιχείρησης στην αγορά εφαρμόζεται έστω και αν η συνεννόηση προκύπτει από μία και μόνο σύσκεψη των ενδιαφερόμενων επιχειρήσεων (*Υπόθεση C-8/08, T-Mobile*)

ΣΥΜΠΡΑΞΗ

Εναρμονισμένη πρακτική v. σιωπηρή σύμπραξη

- Σιωπηρή σύμπραξη (tacit collusion): συντονισμός για περιορισμό του ανταγωνισμού χωρίς ρητή συμφωνία/επαφή
 - Μικρός αριθμός επιχειρήσεων, ομογένεια προϊόντων, διαφάνεια, εμπόδια εισόδου
- Η απαίτηση αυτοτέλειας δεν εμποδίζει τις επιχειρήσεις να προσαρμόζονται ευφυώς στην υφιστάμενη ή αναμενόμενη συμπεριφορά των ανταγωνιστών τους, ωστόσο απαγορεύεται αυστηρά κάθε άμεση ή έμμεση επαφή μεταξύ επιχειρήσεων που έχει ως αντικείμενο ή αποτέλεσμα να επηρεάσει τη συμπεριφορά τους στην αγορά (*Συνεκδικασθείσες υποθέσεις 40/73 κ.α., Suiker Unie v. Επιτροπής*)
- Στην υπόθεση *Woodpulp* – 40 παραγωγοί χαρτοπολτού είχαν εναρμονίσει τις τιμές τους. Ένδειξη θεωρήθηκαν οι τριμηνιαίες ανακοινώσεις των τιμών τους, η ταυτόχρονη ή σχεδόν ταυτόχρονη ανακοίνωση των τιμών
- Η ύπαρξη παράλληλης συμπεριφοράς μπορεί να θεωρηθεί ως απόδειξη εναρμονισμένης πρακτικής, όταν η τελευταία αποτελεί τη μόνη βάσιμη εξήγηση για τη συμπεριφορά αυτή (*Υπόθεση 89/85, Woodpulp v. Επιτροπής*)

ΣΥΜΠΡΑΞΗ

Απόφαση ένωσης επιχειρήσεων

- Αποσκοπεί στην κάλυψη κάθε έκφρασης της βούλησης της ένωσης, με οποιαδήποτε μορφή (π.χ. οδηγίες, εγκύκλιοι, ανακοινώσεις, κανόνες συμπεριφοράς, αποφάσεις ΔΣ ή ΓΣ, καταστατικό), ώστε να μη διαφεύγουν οι επιχειρήσεις από τους κανόνες ανταγωνισμού απλώς και μόνον λόγω του τρόπου με τον οποίο συντονίζουν τη συμπεριφορά τους στην αγορά
- Οι αποφάσεις **πρέπει να έχουν υποχρεωτικό/δεσμευτικό** χαρακτήρα για τα μέλη της ένωσης

ΕΝΩΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

- Συστάσεις ενώσεων
 - η σύσταση, μολονότι στερείται δεσμευτικού αποτελέσματος, δεν εκφεύγει του πεδίου εφαρμογής της αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας, όταν η αποδοχή της συστάσεως από τις αποδέκτριες επιχειρήσεις ασκεί αισθητή επιρροή στους κανόνες του ανταγωνισμού της αγοράς (*Συνεκδ. Υποθέσεις 96-102, 104, 105, 108 και 110/82, IAZ v. Επιτροπής*)
 - Μία πράξη μπορεί να χαρακτηριστεί ως απόφαση ένωσης επιχειρήσεων, χωρίς να έχει κατ' ανάγκη δεσμευτικό χαρακτήρα για τα ενδιαφερόμενα μέλη, τουλάχιστον στον βαθμό που τα μέλη τα οποία αφορά η εν λόγω απόφαση **συμμορφώνονται** προς αυτή (*Υπόθεση T-325/01, Daimler Chrysler v. Επιτροπής*)

ΟΡΙΖΟΝΤΙΕΣ v. ΚΑΘΕΤΕΣ ΣΥΜΠΡΑΞΕΙΣ

■ Οριζόντιες συμπράξεις

- Μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον ίδιο τομέα/αγορά και στο ίδιο στάδιο παραγωγής (π.χ. μια συμφωνία μεταξύ δύο κατασκευαστών ανταλλακτικών αυτοκινήτων)
- Πολύ πιο επικίνδυνες από τις κάθετες συμπράξεις γιατί συνήθως έχουν ως αντικείμενο ή αποτέλεσμα τον συντονισμό της δράσης των ανταγωνιστών προς ζημία των καταναλωτών

ΟΡΙΖΟΝΤΙΕΣ v. ΚΑΘΕΤΕΣ ΣΥΜΠΡΑΞΕΙΣ

■ Κάθετες συμφωνίες:

- Μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον ίδιο τομέα/αγορά αλλά σε διαφορετικό στάδιο της αλυσίδας παραγωγής ή διανομής (π.χ. μια συμφωνία μεταξύ κατασκευαστή αυτοκινήτου και διανομέα)
- Οι κάθετες συμφωνίες μπορεί να έχουν ευεργετικά αποτελέσματα στον ανταγωνισμό, π.χ. ο παραγωγός θέλει να επιβάλει στους διανομείς ελάχιστες προδιαγραφές ποιότητας (εκπαίδευση του προσωπικού, διαρρύθμιση του καταστήματος), μπορεί όμως να έχουν και επιβλαβή αποτελέσματα, π.χ. ο παραγωγός καθορίζει και επιβάλλει τις τιμές μεταπώλησης

ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Αντικείμενο ν. Αποτέλεσμα

- Μια συμφωνία ή εναρμονισμένη πρακτική απαιτείται να έχει ως «αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα την παρακώλυση, τον περιορισμό ή την νόθευση του ανταγωνισμού εντός της Δημοκρατίας»
- Το αντικείμενο ή το αποτέλεσμα αποτελούν διαζευκτικές και όχι σωρευτικές προϋποθέσεις
- Εάν αποδειχθεί ότι μια συμφωνία έχει ως αντικείμενο την παρεμπόδιση ή τον περιορισμό του ανταγωνισμού δεν επιβάλλεται η εξέταση των αποτελεσμάτων (*Υπόθεση C-501/06, GlaxoSmithKline v. Επιτροπής*)

ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Εξ αντικειμένου περιορισμός

- Μια συμφωνία ή εναρμονισμένη πρακτική έχει συνήθως ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού εφόσον από την φύση της είναι ικανή να περιορίσει τον φυσιολογικό ανταγωνισμό (*Υπόθεση C-8/08, T-Mobile*)
- Κατευθυντήριες γραμμές Ευρωπαϊκής Επιτροπής αναφορικά με το άρθρο 101(3) ΣΛΕΕ
 - Συμφωνίες που έχουν ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού είναι εκείνες οι οποίες είναι από τη φύση τους ικανές να περιορίσουν τον ανταγωνισμό. Πρόκειται για περιορισμούς οι οποίοι, [...], είναι τόσο πιθανό να επηρεάσουν δυσμενώς τον ανταγωνισμό ώστε δεν είναι ανάγκη [...] να αποδειχθούν οι συγκεκριμένες επιπτώσεις τους στην αγορά. Το τεκμήριο αυτό βασίζεται στο **σοβαρό χαρακτήρα του περιορισμού** καθώς και στην **εμπειρία**, από την οποία προκύπτει ότι οι συμφωνίες που έχουν ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού ενδέχεται να έχουν αρνητικές επιπτώσεις στην αγορά και να θέσουν σε κίνδυνο τους στόχους που επιδιώκουν οι κοινοτικοί κανόνες ανταγωνισμού. Οι περιορισμοί του ανταγωνισμού, ως αντικείμενο των εν λόγω συμφωνιών, όπως ο **καθορισμός των τιμών και η κατανομή των αγορών**, συνεπάγονται μείωση της παραγωγής και αύξηση των τιμών, πράγμα που οδηγεί σε κακή κατανομή των πόρων, λόγω της μη παραγωγής των προϊόντων και υπηρεσιών που ζητούν οι πελάτες. Οδηγούν επίσης σε μείωση της ευημερίας των καταναλωτών, οι οποίοι υποχρεώνονται να καταβάλλουν υψηλότερες τιμές για τα εν λόγω προϊόντα και υπηρεσίες

ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Εξ αντικειμένου περιορισμός

- Η εκτίμηση ότι μια συμφωνία έχει ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού βασίζεται στην εξέταση μιας σειράς στοιχείων ιδίως από το ίδιο το περιεχόμενο της
- Λαμβάνεται επίσης υπόψη το **οικονομικό και νομικό πλαίσιο** της συμφωνίας καθώς και η πραγματική διαγωγή και συμπεριφορά των μερών στην αγορά (*Υπόθεση C-501/06, GlaxoSmithKline v. Επιτροπής*)
- Δεν απαιτείται η ύπαρξης πρόθεσης προκειμένου να κριθεί ότι μια συμφωνία περιορίζει εξ αντικειμένου τον ανταγωνισμό, ωστόσο μπορεί να ληφθεί υπόψη (*Υπόθεση C-501/06, GlaxoSmithKline v. Επιτροπής*)
- Παραδείγματα εξ αντικειμένου παραβάσεων (*Συνεκδικασθείσες υποθέσεις T-374/94 κ.α., European Night Services κ.α. v. Επιτροπής*):
 - Καθορισμός τιμών
 - Κατανομή αγοράς
 - Έλεγχος παραγωγής και σημείων πώλησης/διανομής

ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Εξ αποτελέσματος περιορισμός

- Στη περίπτωση που δεν διαπιστώνεται ότι το αντικείμενο της σύμπραξης επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό δυσμενώς τον ανταγωνισμό, θα πρέπει να εξετάζονται τα αποτελέσματα
- Για το σκοπό αυτό απαιτείται ο εντοπισμός στοιχείων που αποδεικνύουν ότι στην πραγματικότητα ο ανταγωνισμός είτε εμποδίστηκε είτε περιορίστηκε είτε νοθεύτηκε αισθητά (*Υπόθεση 56/65, Société Technique Minière*)
- Η εκτίμηση ότι μια συμφωνία έχει ως αποτέλεσμα τον περιορισμό του ανταγωνισμού βασίζεται στην εξέταση μια σειράς ιδίως από το περιεχόμενο της. Λαμβάνεται επίσης υπόψη το **οικονομικό και νομικό πλαίσιο** της συμφωνίας καθώς και η πραγματική διαγωγή και συμπεριφορά των μερών στην αγορά (*Υπόθεση C-501/06, GlaxoSmithKline v. Επιτροπής*)

ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Εξ αποτελέσματος περιορισμός

- Στην πράξη προκειμένου να διαπιστωθεί αν μια συμφωνία πρέπει να απαγορευθεί είναι θεμιτό να εξετάζεται **το πώς θα λειτουργούσε η αγορά στην απουσία της υπό κρίση σύμπραξης**. Αυτό συνιστά το σημείο αναφοράς ή/και μέτρο σύγκρισης
- Θα ήταν μάταιο, πράγματι, να ερευνηθεί μια συμφωνία, απόφαση ή πρακτική με βάση τα αποτελέσματά της, εάν τα αποτελέσματα αυτά έπρεπε να απομονωθούν από την αγορά, στην οποία εκδηλώνονται και αν μπορούσαν να εξεταστούν μόνο αποκομμένα από το σύνολο των αποτελεσμάτων, συγκλινόντων ή μη, εντός του οποίου παράγονται (*Υπόθεση 23/67, Brasserie de Haecht*)

ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Εξ αποτελέσματος περιορισμός

- **Κατευθυντήριες γραμμές Ευρωπαϊκής Επιτροπής αναφορικά με τις οριζόντιες συμφωνίες**
 - Για να έχει μια συμφωνία αποτελέσματα που περιορίζουν τον ανταγωνισμό [...] πρέπει να έχει, πραγματικό ή ενδεχόμενο, αισθητά δυσμενή αντίκτυπο σε μία τουλάχιστον από τις παραμέτρους του ανταγωνισμού στην αγορά, όπως η τιμή, η παραγωγή, η ποιότητα του προϊόντος, η ποικιλία των προϊόντων ή η καινοτομία
 - Αποτελέσματα που περιορίζουν τον ανταγωνισμό εντός της σχετικής αγοράς ενδέχεται να προκύψουν εάν αναμένεται με εύλογο βαθμό πιθανότητας ότι λόγω της συμφωνίας τα μέρη είναι σε θέση να αυξήσουν επικερδώς τις τιμές ή να μειώσουν επικερδώς την παραγωγή, την ποιότητα, την ποικιλία των προϊόντων ή την καινοτομία. Αυτό θα εξαρτηθεί από αρκετούς παράγοντες, όπως η φύση και το περιεχόμενο της συμφωνίας, ο βαθμός στον οποίο τα μέρη, μεμονωμένα ή από κοινού, έχουν ή αποκτούν κάποιο βαθμό ισχύος στην αγορά και ο βαθμός στον οποίο η συμφωνία συμβάλλει στη δημιουργία, στη διατήρηση ή στην ενίσχυση της συγκεκριμένης ισχύος στην αγορά ή επιτρέπει στα μέρη να εκμεταλλευθούν την εν λόγω ισχύ στην αγορά

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΑΠΑΓΟΡΕΥΜΕΝΩΝ ΣΥΜΠΡΑΞΕΩΝ

- **Άμεσος ή έμμεσος καθορισμός των τιμών αγοράς ή πώλησης ή των άλλων όρων συναλλαγής**
 - Η ελεύθερη διαμόρφωση των τιμών αποτελεί μια αποφασιστική παράμετρο της ανταγωνιστικής διαδικασίας
 - Κάθε σύμπραξη που περιορίζει την ελευθερία καθορισμού των τιμών είναι αντιανταγωνιστική εξ αντικειμένου
 - Το ίδιο ισχύει και για τον καθορισμό δεσμευτικών κατώτατων τιμών μεταπώλησης στο πλαίσιο κάθετων συμπράξεων
 - Η ανακοίνωση ενδεικτικών τιμών ή μη δεσμευτικών τιμών μπορεί να κριθεί ως αντιανταγωνιστική όταν οδηγεί εκ των πραγμάτων σε εναρμονισμένη πρακτική μεταξύ προμηθευτή και μεταπωλητών – ιδιαίτερα σημαντική η ύπαρξη μηχανισμών παρακολούθησης και τιμωρίας των παρεκκλίσεων
 - Ρήτρες αποκλειστικότητας
 - Ρήτρες μη άσκησης ανταγωνισμού

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΑΠΑΓΟΡΕΥΜΕΝΩΝ ΣΥΜΠΡΑΞΕΩΝ

- **Περιορισμός ή έλεγχος της παραγωγής, της διάθεσης, της τεχνολογικής ανάπτυξης**
 - Περιλαμβάνονται και τα συστήματα ποσοτώσεων
 - Καρτέλ κρίσης – θα μπορούσαν να τύχουν εξαίρεσης
 - Συμφωνίες εξειδίκευσης της παραγωγής και έρευνας και ανάπτυξης μπορεί να τύχουν εξαίρεσης
- **Γεωγραφική ή και άλλη κατανομή των αγορών**
 - περιορίζουν τον ενδοσηματικό ανταγωνισμό (intra-brand competition)
 - Απαγόρευση παράλληλων εισαγωγών
- **Η εφαρμογή ανόμοιων όρων για ισοδύναμες συναλλαγές**
 - Διακριτική μεταχείριση
- **Εξάρτηση της σύναψης συμβάσεων από την αποδοχή εκ μέρους των συναλλασσομένων πρόσθετων παροχών**
 - Συζευγμένες συμβάσεις

ΑΝΤΑΛΛΑΓΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΜΕΤΑΞΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ

- Η ύπαρξη ανταλλαγής πληροφοριών είναι ένα σημαντικό στοιχείο που εξετάζεται στις περιπτώσεις απαγορευτικών συμπράξεων αφού διευκολύνει το συντονισμό των επιχειρήσεων
- Διάφορες μορφές:
 - Άμεση ανταλλαγή δεδομένων
 - Ανταλλαγή μέσω κοινού οργανισμού (π.χ. επαγγελματική ένωση ή ένωση επιχειρήσεων)
 - Μέσω τρίτου
 - Μέσω δημοσίευσης
- Μέσω της ανταλλαγής πληροφοριών οι επιχειρήσεις μπορούν να έρθουν σε συνεννόηση αναφορικά με τους όρους και τις λεπτομέρειες της σύμπραξης
- Μπορεί επίσης να **βελτιώσει την σταθερότητα** της σύμπραξης
 - Για παράδειγμα μέσω της ανταλλαγής πληροφοριών οι επιχειρήσεις μπορούν να **παρακολουθήσουν τυχόν αποκλίσεις από το συμπαιγνιακό αποτέλεσμα**

ΑΝΤΑΛΛΑΓΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΜΕΤΑΞΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ

- Ανταλλαγές πληροφοριών σχετικά με προθέσεις μελλοντικής συμπεριφοράς όσον αφορά τις τιμές ή ποσότητες, τις πωλήσεις, τα μερίδια αγοράς, τις περιοχές εκμετάλλευσης, τους καταλόγους τιμών, και εκ των προτέρων ανακοινώσεις μεταβολής τιμών είναι πολύ πιθανόν να έχουν ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού
- Ειδικότερα η εκ των προτέρων ανακοινώσεις τιμών είναι χρήσιμες έτσι ώστε να αποφεύγεται ο δαπανηρός πειραματισμός στην αγορά
- Ανταλλαγή πληροφοριών οι οποίες δεν έχουν ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού, εξετάζονται ως προς το αποτέλεσμα τους στην αγορά και κατά περίπτωση

ΑΝΤΑΛΛΑΓΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΜΕΤΑΞΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ

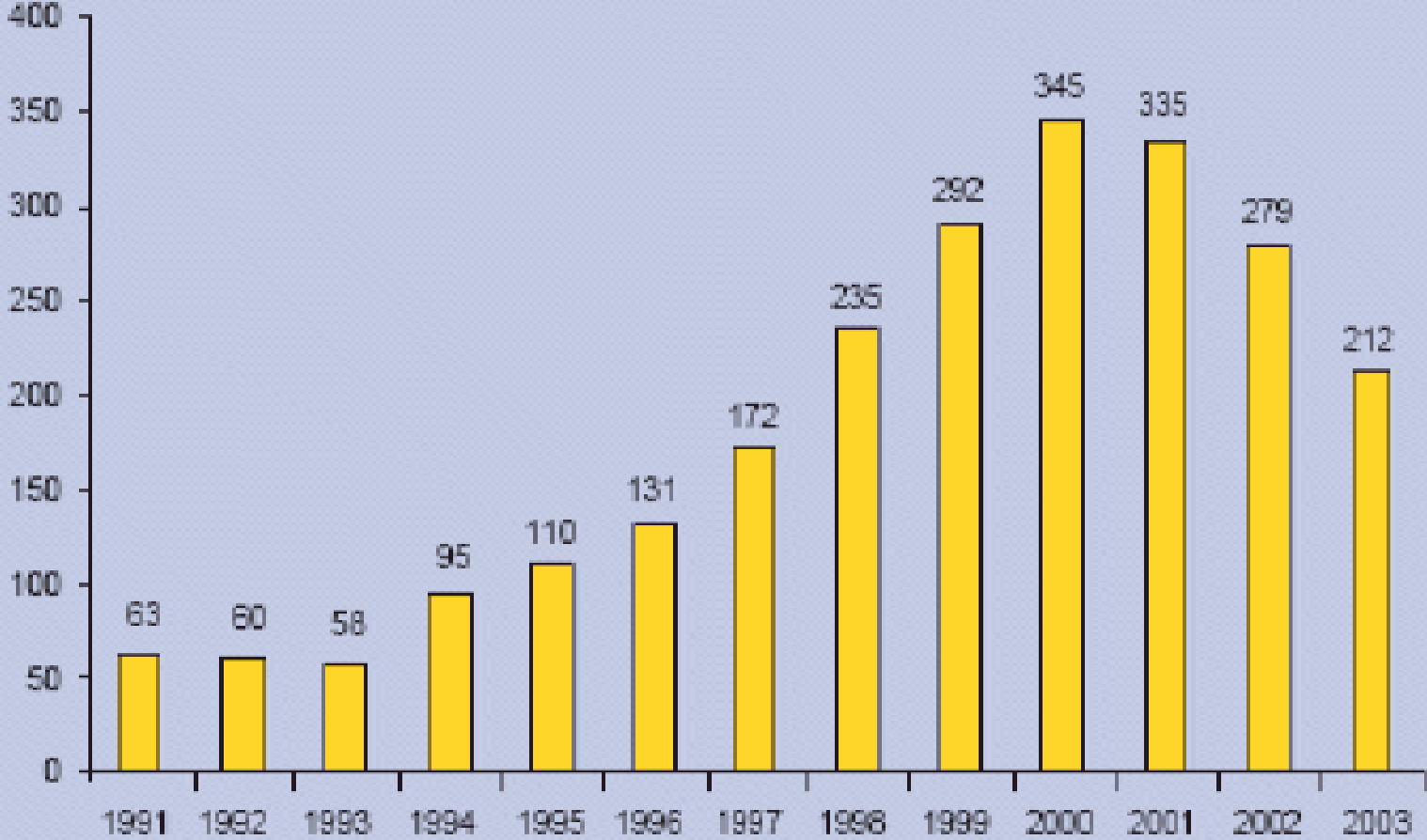
- Η αξιολόγηση συγκρίνει τα πιθανά αποτελέσματα της ανταλλαγής πληροφοριών με **την κατάσταση του ανταγωνισμού που θα επικρατούσε στην απουσία της ανταλλαγής πληροφοριών** (Κατευθυντήριες γραμμές Ε.Ε. για την εφαρμογή του άρθρου 101)
- Χρειάζεται ανάλυση των οικονομικών συνθηκών και εκτίμηση του αντίκτυπου στην αγορά
- Ειδικότερα πρέπει να εξεταστούν:
 - **Τα χαρακτηριστικά της αγοράς** (π.χ. διαφάνεια, βαθμός συγκέντρωσης)
 - **Η φύση και τα χαρακτηριστικά της ανταλλαγής πληροφοριών:**
 - Ο βαθμός που οι εμπορικές πληροφορίες θεωρούνται «ευαίσθητες»
 - Δημόσια διαθέσιμες πληροφορίες
 - Δημόσια ανταλλαγή πληροφοριών
 - Συχνότητα ανταλλαγής
 - Ιστορικότητα πληροφοριών

ΑΝΤΑΛΛΑΓΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΜΕΤΑΞΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ

- *Υπόθεση C-7/95, John Deere*
 - Ανταλλαγή πληροφοριών σχετικά με τις πωλήσεις γεωργικών ελκυστήρων
 - Ολιγοπωλιακή αγορά με υψηλή συγκέντρωση
 - Οι πληροφορίες έδιδαν στα μέρη της συμφωνίας τη δυνατότητα να γνωρίζουν τις πωλήσεις των ανταγωνιστών τους εντός και εκτός των ζωνών δραστηριότητας τους
 - Συστηματική και συχνή ανταλλαγή
 - Η κοινοποίηση γινόταν μόνον μεταξύ των συνεργαζομένων επιχειρήσεων

4. ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΕΙΣ

Notifications received — EC merger cases
Period: 1.1.1991-31.12.2003



Κύριες Επιδράσεις

Οι κυριότερες επιδράσεις που μπορεί να έχει μια οριζόντια συγχώνευση είναι:

(α) Μονομερείς επιδράσεις

Αύξηση της ΜΔ της νέας επιχείρησης.

(β) Επιδράσεις στον συντονισμό των επιχειρήσεων

Μπορεί να επηρεάσει την πιθανότητα σύμπραξης.

(γ) Επιδράσεις στην αποτελεσματικότητα.

Μπορεί να αυξήσει την αποτελεσματικότητα της νέας επιχείρησης.

Αντιμετώπιση

Σύμφωνα με τη Ρύθμιση Κανονισμού:

“A concentration which creates or strengthens a dominant position as a result of which effective competition would be significantly impeded in the Common Market or in a substantial part of it shall be declared incomplete within the Common Market.”

Σημείωση:

Τα τελευταία χρόνια λαμβάνονται όλο και περισσότερες οι επιδράσεις της συγχώνευσης στην αποτελεσματικότητα.

5. ΚΑΤΑΧΡΗΣΗ ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑΣ ΘΕΣΗΣ

Ορισμός Δεσπόζουσας Θέσης

Οικονομική Θεωρία: Οι επιχειρήσεις με πολύ υψηλό μερίδιο αγοράς είναι κυρίαρχες στην αγορά τους.

Ευρωπαϊκό Δικαστήριο: ΔΘ είναι μια θέση οικονομικής δύναμης/ισχύος που έχει μια επιχείρηση που της επιτρέπει να περιορίσει τον ανταγωνισμό στη σχετική αγορά, παρέχοντας της τη δυνατότητα να συμπεριφέρεται σε σημαντικό βαθμό, ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές, τους πελάτες της και εν τέλει τους καταναλωτές.

Βασικοί Τύποι Κατάχρησης ΔΘ

Οι βασικοί τύποι καταχρηστικής συμπεριφοράς:

(α) Συμπεριφορά που μπορεί να είναι αντί-ανταγωνιστική, είτε επειδή είναι συμπεριφορά αποκλεισμού για υπάρχοντες ή νέους ή δυνητικούς ανταγωνιστές ή επιχειρήσεις που βρίσκονται σε άλλα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας, είτε επειδή αυξάνει την πιθανότητα σύμπραξης.

Π.χ. Κάθετοι περιορισμοί, Συνδεδεμένες πωλήσεις, Επιθετική συμπεριφορά, Εκπτώσεις πίστης,

Βασικοί Τύποι Κατάχρησης ΔΘ (συν.)

(β) Συμπεριφορά που οδηγεί σε εκμετάλλευση καταναλωτών ή άλλων επιχειρήσεων (αγοραστών ή πολιτών) μέσω:

-Υπερβολικά υψηλών τιμών

-Διακριτικών τιμών

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Αντικειμενική έννοια

- Η έννοια της καταχρηστικής εκμετάλλευσης είναι **αντικειμενική**
 - Δεν απαιτείται η απόδειξη ύπαρξης πρόθεσης
 - Στοιχεία που δεικνύουν πρόθεση λαμβάνονται υπόψη
- Αφορά τη συμπεριφορά δεσπτόζουσας επιχείρησης, η οποία είναι σε θέση να επηρεάσει τη δομή της αγοράς όπου, λόγω ακριβώς της παρουσίας της, ο βαθμός του ανταγωνισμού είναι ήδη μειωμένος, και η οποία έχει ως συνέπεια, με την προσφυγή σε **μέσα διαφορετικά από εκείνα που διέπουν τον φυσιολογικό ανταγωνισμό [...] την παρεμπόδιση της διατήρησης του υφιστάμενου επιπέδου ανταγωνισμού ή και της ανάπτυξης του** (Υπόθεση Hoffman La-Roche)

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

- Η κατάχρηση μπορεί να εκδηλωθεί σε μια διαφορετική σχετική αγορά από αυτήν στην οποία η επιχείρηση κατέχει δεσπόμενη θέση
 - Υπόθεση PrimeTel v. ΑΤΗΚ (Απόφαση ΕΠΑ 50/2012)
 - Η ΑΤΗΚ κατείχε δεσπόμενη θέση στη σχετική αγορά της λιανικής ευρυζωνικής πρόσβασης
 - Καταχράστηκε τη δεσπόμενη αυτή θέση στη σχετική αγορά της λιανικής συνδρομητικής τηλεόρασης
 - Οι δύο σχετικές αγορές έχουν «στενούς δεσμούς συνάφειας»

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

- Υπόθεση *Travelines Tourist Services Ltd v. Κυπριακές Αερογραμμές* (Απόφαση ΕΠΑ 16/2006)
 - *Cyprair Holidays* εμπορική επωνυμία προϊόντος που προσέφεραν οι Κυπριακές Αερογραμμές σε τουριστικούς πράκτορες
 - Πακετοποίηση αεροπορικών εισιτηρίων και κρατήσεων σε ξενοδοχεία
 - Η ΕΠΑ έκρινε ότι οι Κυπριακές Αερογραμμές δεν κατέχουν δεσπόζουσα θέση στη σχετική αγορά οργανωμένων διακοπών από την Ελλάδα με αερομεταφορά και απέρριψε την καταγγελία

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Άρθρο 2 του Ν. 3959/2011

Απαγορεύεται η καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης [...] ιδιαίτερα εάν η πράξη αυτή έχει ως αποτέλεσμα ή ενδεχόμενο αποτέλεσμα:

- α) τον άμεσο ή έμμεσο καθορισμό αθέμιτων τιμών αγοράς ή πώλησης ή άλλων μη θεμιτών υπό τις περιστάσεις όρων συναλλαγής,
- β) τον περιορισμό της παραγωγής, της διάθεσης ή της τεχνολογικής ανάπτυξης προς ζημιά των καταναλωτών,
- γ) την εφαρμογή ανόμοιων όρων για ισοδύναμες συναλλαγές, με συνέπεια ορισμένες επιχειρήσεις να τίθενται σε μειονεκτική θέση στον ανταγωνισμό,
- δ) την εξάρτηση σύναψης συμφωνιών από την αποδοχή εκ μέρους των αντισυμβαλλομένων πρόσθετων υποχρεώσεων, οι οποίες εκ της φύσεώς τους ή σύμφωνα με τις εμπορικές συνήθειες, δεν έχουν σχέση με το αντικείμενο των συμφωνιών αυτών.

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Άρθρο 2 του Ν. 3959/2011

- Ο Ν. 3959/2011 δεν δίνει ένα γενικό ορισμό του τι συνιστά κατάχρηση
- Στο άρθρο 2 αναφέρονται **ενδεικτικά** ορισμένες πρακτικές οι οποίες όταν ασκούνται από επιχείρηση με δεσπίζουσα θέση συνιστούν κατάχρηση

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Κατηγοριοποίηση ανάλογα με την επίπτωση

- **Εκμεταλλευτικές πρακτικές**
 - Επηρεάζουν άμεσα τα συμφέροντα των καταναλωτών ή άλλων επιχειρήσεων (προμηθευτών ή αγοραστών)
 - Άμεση ή έμμεση επιβολή αθέμιτων/άδικων τιμών (π.χ. υπερβολική τιμολόγηση) ή όρων συναλλαγής
- **Καταχρηστικός αποκλεισμός**
 - Επηρεάζει έμμεσα τα συμφέροντα των καταναλωτών
 - Δημιουργία εμποδίων εισόδου νέων ανταγωνιστών ή παραγκωνισμού υφιστάμενων ανταγωνιστών ή επιχειρήσεων που βρίσκονται σε άλλα στάδια της παραγωγικής αλυσίδας (π.χ. άρνηση πώλησης, εκπτώσεις πίστης, άνιση μεταχείριση, συμπίεση περιθωρίου κέρδους)

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Κατηγοριοποίηση ανάλογα με τον τύπο

- **Τιμολογιακές πρακτικές**
 - Υπερβολική τιμολόγηση
 - Ληστρική τιμολόγηση
 - Διακριτική τιμολόγηση
 - Εκπτώσεις πίστης
 - Συμπίεση περιθωρίου κέρδους
- **Μη τιμολογιακές πρακτικές**
 - Άρνηση/διακοπή προμήθειας
 - Συμφωνίες αποκλειστικής συνεργασίας
 - Δεσμευμένες και ομαδικές πωλήσεις

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Υπερβολική τιμολόγηση

- Η τιμή ενός προϊόντος είναι υπερβολική όταν δεν έχει λογική σχέση με την οικονομική του αξία
- Θα πρέπει να διαπιστωθεί κατά πόσο υφίσταται **υπερβολική δυσαναλογία μεταξύ των δαπανών που πράγματι έγιναν και της τιμής που ζητήθηκε** και, σε περίπτωση καταφατικής απάντησης, να εξεταστεί εάν επιβλήθηκε δίκαιη τιμή, είτε κατά **απόλυτη έννοια** είτε σε **σύγκριση με τα ανταγωνιστικά προϊόντα** (Υπόθεση **United Brands**)
- **Υπόθεση ΕΠΑ v. ΑΤΗΚ** (Απόφαση ΕΠΑ 8/2002)
 - Μεγάλη απόκλιση μεταξύ προϋπολογιζόμενων και πραγματικών κερδών
 - 22% απόδοση στο επενδυμένο κεφάλαιο
 - Πρόστιμο ύψους 20 εκ. ΛΚ
- **Υπόθεση ΕΠΑ v. JCC** (Απόφαση ΕΠΑ 11/2005)
 - Αθέμιτες χρεώσεις στις υπηρεσίες αποδοχής καρτών
 - Αθέμιτες χρεώσεις για ενοικίαση τερματικών σε εμπόρους

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Καταχρηστικός αποκλεισμός

- Συμφωνίες αποκλειστικής συνεργασίας
- Εκπτώσεις πίστης
- Άρνηση/διακοπή προμήθειας
- Ληστρική (εξοντωτική) τιμολόγηση
- Συμπίεση περιθωρίου κέρδους
- Διακριτική μεταχείριση
- Δεσμευμένες και ομαδικές πωλήσεις

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Συμφωνίες αποκλειστικής συνεργασίας

- Η δεσπόζουσα επιχείρηση απαιτεί από τους αγοραστές της να προμηθεύονται αποκλειστικά τα δικά της προϊόντα
- Οριζόντιος αποκλεισμός ανταγωνιστών

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Εκπτώσεις πίστης

- Η δεσπύζουσα επιχείρηση με έμμεσο τρόπο ωθεί τους αγοραστές να προμηθεύονται τα δικά της μόνο προϊόντα, μέσω προσφοράς εκπτώσεων πίστωσης σε πελάτες της
- Κατά αυτό τον τρόπο
 - Εμποδίζεται ο εφοδιασμός των πελατών από ανταγωνιστές της δεσπύζουσας επιχείρησης
 - Περιορίζονται οι επιλογές των πελατών
 - Αποθαρρύνεται η είσοδος στην αγορά
- Οι εκπτώσεις πίστης είναι καταχρηστικές όταν δεν στηρίζονται σε μια οικονομική αντιπαροχή που να δικαιολογεί αυτό το πλεονέκτημα
- Οι ποσοτικές εκπτώσεις που ισχύουν με αντικειμενικά και ενιαία κριτήρια για όλους τους πελάτες και στηρίζονται σε εύλογο οικονομικό αντιστάθμισμα π.χ. μείωση κόστους μεταφοράς ή εξόδων αποθήκευσης, είναι νόμιμες

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Εκπτώσεις πίστης

■ Υπόθεση Michelin

- Συστήματα εκπτώσεων βάσει ποσότητας, συναρτώμενα αποκλειστικά με τον όγκο των πωλήσεων, δεν αντιβαίνουν το άρθρο 102 ΣΛΕΕ
- Εφόσον η αύξηση της παρεχόμενης ποσότητας συνεπάγεται μείωση του κόστους για τον προμηθευτή, αυτός δικαιούται να μετακυλήσει τη μείωση στον πελάτη του, μέσω ευνοϊκότερης τιμολόγησης
- Ο τρόπος υπολογισμού της έκπτωσης δεν πρέπει να καταλήγει στη εφαρμογή άνισων όρων για ισοδύναμες παροχές έναντι των εμπορικώς συναλλασσομένων

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Εκπτώσεις πίστης

- Υπόθεση Helios Airways Ltd v. Cyprus Airways Ltd (Απόφαση ΕΠΑ 11/2004)
 - Χορήγηση εκπτώσεων σε τουριστικούς πράκτορες
 - ✓ Όγκος πωλήσεων
 - ✓ Μεγέθυνση των πωλήσεων
 - ✓ Πίστης
- Υπόθεση Άκης Παναγιώτου Λτδ v. Wyeth Hellas ΑΒΕΕ και Phadisco Ltd (Απόφαση ΕΠΑ 14/2009)
 - Με αγορά εμβολίων πνευμονόκοκκου (prevenar) δίνονταν δωρεάν ποσότητες εμβολίου μηνιγγιδόκοκκου (minignitec)
 - Σκοπός ήταν η δέσμευση των πελατών και η διεύρυνση στην αγορά εμβολίων μηνιγγιδόκοκκου

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Άρνηση/διακοπή προμήθειας

- Οι επιχειρήσεις είναι καταρχήν ελεύθερες να επιλέγουν τους αντισυμβαλλομένους τους
- Μια δεσπύζουσα επιχείρηση δεν μπορεί να παύσει την προμήθεια ενός αγοραστή, τιμωρώντας τον για τη συνεργασία με ανταγωνιστή της
- Ούτε και να εξαναγκάσει τους ανταγωνιστές της να τερματίσουν τη δραστηριοποίησή τους (π.χ. μέσω της άρνησης προμήθειας ενός προϊόντος απαραίτητου για την διεξαγωγή των δραστηριοτήτων ενός αγοραστή της)
- Ο αποκλεισμός μπορεί να εκδηλωθεί με διάφορους τρόπους:
 - Τερματισμός υφιστάμενης εμπορικής σχέσης
 - Άρνηση προμήθειας προϊόντων
 - Άρνηση παροχής πληροφοριών
 - Άρνηση πρόσβασης σε μια ουσιώδη διευκόλυνση (π.χ. δίκτυο τηλεπικοινωνιών)

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Άρνηση/διακοπή προμήθειας

- Το προϊόν που αποτελεί αντικείμενο άρνησης δε θα πρέπει απαραίτητως να έχει διατεθεί στην αγορά, αρκεί να υπάρχει ζήτηση από δυνητικούς αγοραστές
- Δεν είναι απαραίτητο να υπάρχει πραγματική άρνηση, αρκεί και μια **εξυπνοούμενη άρνηση** (π.χ. υπερβολική καθυστέρηση, υποβάθμιση της ποιότητας, επιβολή παράλογων όρων συναλλαγής)

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Άρνηση/διακοπή προμήθειας

- Εξετάζονται σωρευτικά τα ακόλουθα:
 - Η άρνηση αφορά προϊόν που αντικειμενικά απαιτείται για την άσκηση αποτελεσματικού ανταγωνισμού σε μια αγορά επόμενου σταδίου
 - Η άρνηση ενδέχεται να οδηγήσει σε εξάλειψη του αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην αγορά επόμενου σταδίου
 - Η άρνηση ενδέχεται να αποβεί επιζήμια για τους καταναλωτές

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Άρνηση/διακοπή προμήθειας

- Υπόθεση Callsat Telecommunications Ltd v. ΑΤΗΚ (Απόφαση ΕΠΑ 15/2006)
 - Άρνηση πρόσβασης στην αγορά εκμίσθωσης χωρητικότητας στα υποβρύχια καλώδια στην Κύπρο
 - Βασική διευκόλυνση για σύνδεση του κόμβου της Callsat
 - Διάκριση υπηρεσίας Cyta Internet Link (CIL) και Cyta Business Link (CBL)
 - Καταβολή υψηλότερης τιμής για πρόσθετη χωρητικότητα (270%)

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Άρνηση/διακοπή προμήθειας

- Υπόθεση Thunderworx Ltd v. ΑΤΗΚ
(Απόφαση ΕΠΑ 132/2008)
 - Παροχή υπηρεσιών σύνδεσης στο SMS Center της ΑΤΗΚ
 - Βασική διευκόλυνση για την παροχή υπηρεσιών premium SMS
 - Αδικοιολόγητη καθυστέρηση ισοδυναμεί με έμμεση άρνηση παροχής

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Άρνηση/διακοπή προμήθειας

- Υπόθεση PrimeTel v. ΑΤΗΚ (Απόφαση ΕΠΑ 7/2015)
 - Η άρνηση της ΑΤΗΚ να αποδεχθεί τη σταδιακή και/ή τμηματική αποπληρωμή οφειλών ή/και παραχώρηση διευκολύνσεων στην αποπληρωμή των εξόδων λειτουργίας και συντήρησης για το έτος 2013 αναφορικά με τη χωρητικότητα στο υποβρύχιο καλώδιο MINERVA, κρίθηκε ως καταχρηστική

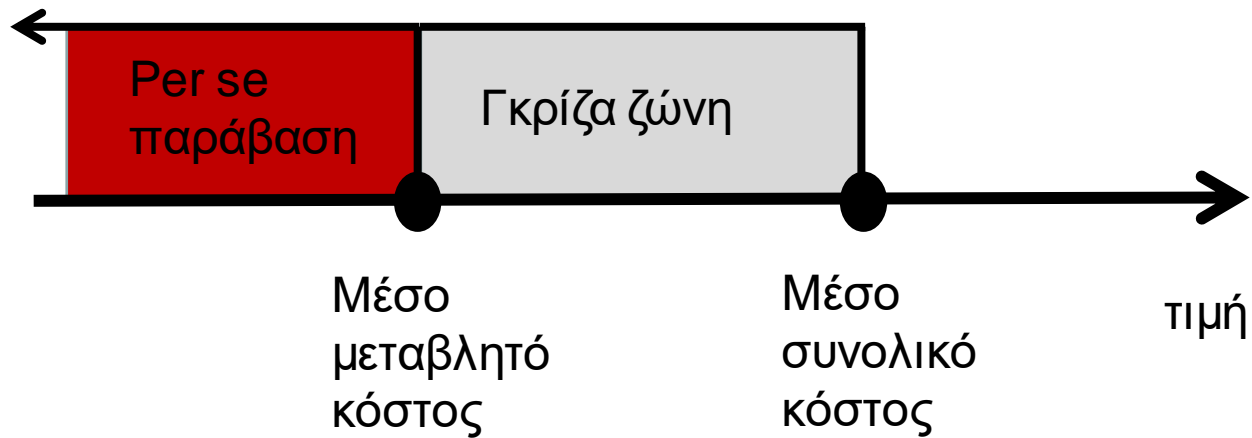
ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Ληστρική τιμολόγηση

- Η δεσπύζουσα επιχείρηση θέτει πολύ χαμηλή τιμή για ένα χρονικό διάστημα, έτσι ώστε να εκτοπίσει του ανταγωνιστές της και στο μέλλον να καθορίσει μονοπωλιακές τιμές, υπερκαλύπτοντας τις απώλειες κερδών
- Κριτήριο Akzo
 - Τιμές κάτω του μέσου μεταβλητού κόστους θεωρούνται καταχρηστικές, καθότι η εφαρμογή τέτοιων τιμών δεν εξυπηρετεί άλλον οικονομικό σκοπό πλην του εξοβελισμού των ανταγωνιστών
 - Τιμές άνω του μέσου μεταβλητού κόστους και κάτω του μέσου συνολικού κόστους δύναται να θεωρηθούν καταχρηστικές εφόσον αποτελούν μέρος ενός σχεδίου εκτοπισμού των ανταγωνιστών της δεσπύζουσας επιχείρησης από την αγορά
 - Επιβεβαιώθηκε στην **Υπόθεση Tetra Pak II**
 - Η απόδειξη της επανάκτησης (recoupment) δεν συνιστά προϋπόθεση (**Υπόθεση France Telecom**)

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Ληστρική τιμολόγηση



ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Ληστρική τιμολόγηση

■ Υπόθεση Tetra Pak

- Επιλεκτική τιμολόγηση κάτω του κόστους σε συγκεκριμένους πελάτες ή γεωγραφικές περιοχές
- Σε εκθέσεις συναντήσεων του διοικητικού συμβουλίου της Tetrapak αναφερόταν ότι πρέπει να γίνουν θυσίες στις τιμές ώστε να καταπολεμηθεί ο ανταγωνισμός



ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Ληστρική τιμολόγηση

■ Υπόθεση Wanadoo

- Βρέθηκαν στοιχεία ότι η εταιρεία έθετε τιμές κάτω από το μέσο μεταβλητό κόστος της από το τέλος του 1999 μέχρι τον Οκτώβριο του 2002 και ότι το μερίδιο αγοράς της την αντίστοιχη περίοδο αυξήθηκε από 46% σε 72%
- Εντοπίστηκαν έγγραφα που δήλωναν ότι η εταιρεία έχει ζημιά τις αντίστοιχες χρονιές και ότι σχεδιάζει να έχει ζημιά το 2003 και το 2004

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Ληστρική τιμολόγηση

- Υπόθεση Areeba Ltd v. ΑΤΗΚ (Απόφαση ΕΠΑ 5/2007)
 - Παροχή δωρεάν σύντομων γραπτών μηνυμάτων (bonus sms) από την ΑΤΗΚ σε πελάτες της
 - Η ΕΠΑ έκρινε ότι δεν επηρεάζεται ο ανταγωνισμός



ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Διακριτική τιμολόγηση

- Η διακριτική τιμολόγηση των πελατών από μία δεσπύζουσα επιχείρηση χωρίς αντικειμενική αιτιολόγηση είναι παράνομη
- **Υπόθεση Aéroports de Paris**
 - Η διαχειρίστρια εταιρεία του αεροδρομίου του Παρισιού επέβαλε διαφορετικές χρεώσεις για την άδεια παροχής υπηρεσιών εδάφους σε επιχειρήσεις που προσέφεραν τις εν λόγω υπηρεσίες σε τρίτους με δικά τους μέσα και στις επιχειρήσεις που προσέφεραν τις εν λόγω υπηρεσίες χωρίς δικά τους μέσα
 - Κρίθηκε ότι η διαφοροποίηση στις χρεώσεις δεν δικαιολογείται αντικειμενικά και συνιστά δυσμενή διάκριση η οποία παρέχει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις οι οποίες εφαρμόζουν το σύστημα της εξυπηρέτησης με ίδια μέσα (και οι οποίες παρέχουν επίσης υπηρεσίες σε τρίτους) να αποσβέσουν τις επενδύσεις τους και να προσφέρουν ευνοϊκότερους όρους στους τρίτους σε σχέση με τους ανταγωνιστές τους

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Συμπίεση περιθωρίου κέρδους

- Εκδηλώνεται σε κάθετα διαρθρωμένες αγορές
- Η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση κατέχει δεσπόμενη θέση στην αγορά μιας βασικής εισροής για την παροχή ενός προϊόντος στην αγορά επόμενου σταδίου
- Η δεσπόμενη επιχείρηση έχει κίνητρο να επιβάλει υψηλή τιμή για την βασική εισροή ώστε να συμπιέσει την κερδοφορία των ανταγωνιστών της στην αγορά επόμενου σταδίου

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

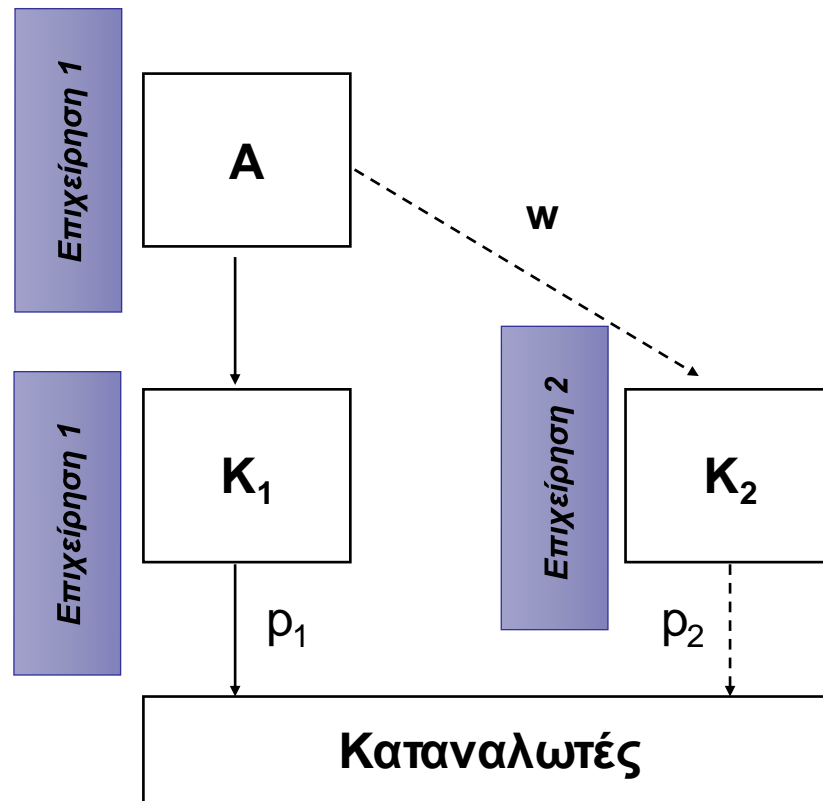
Συμπίεση περιθωρίου κέρδους

- Η αξιολόγηση της πρακτικής της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους βασίζεται στο κριτήριο του αποτελεσματικού ανταγωνιστή (efficient competitor test)
- Εξετάζεται κατά πόσο θα μπορούσε η δεσπύζουσα επιχείρηση να πραγματοποιήσει κέρδος, εάν βρισκόταν στη θέση του ανταγωνιστή της και αγόραζε χονδρικώς την ενδιάμεση εισροή
 - θα πρέπει επίσης να αποδειχθεί το επιζήμιο για τον ανταγωνισμό αποτέλεσμα από την πρακτική της δεσπύζουσας επιχείρησης π.χ. διατήρηση ή και ανάπτυξη του ανταγωνισμού (Υπόθεση Deutsche Télécom)

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Συμπίεση περιθωρίου κέρδους

- Περιθώριο = Λιανική τιμή – χονδρική τιμή < λιανικό κόστος



ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Συμπίεση περιθωρίου κέρδους

- Υπόθεση ΕΠΑ ν. ΑΤΗΚ (Απόφαση ΕΠΑ 8/2005)
 - Παροχή υπηρεσιών διαδικτύου (σταθερών τηλεπικοινωνιακών δικτύων και ευρυζωνικής πρόσβασης στο διαδίκτυο)
 - Διαχωρισμός λιανικής και χονδρικής αγοράς
 - Η χρέωση των λιανικών πελατών της ΑΤΗΚ γίνεται σε χαμηλότερες τιμές από ότι σε χονδρικούς πελάτες της (Telepassport και Callsat)

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Συμπίεση περιθωρίου κέρδους

- Υπόθεση Areeba v. ΑΤΗΚ (Απόφαση ΕΠΑ 4/2006)
 - Μειώσεις πέραν του 80% στο μηνιαίο πάγιο
 - Μειώσεις πέραν του 80% στα τέλη συνδρομητικής τηλεφωνίας
 - Η Areeba ενοικίαζε υπηρεσίες διασύνδεσης από την ΑΤΗΚ
 - Παροχή υπηρεσιών στους τελικούς χρήστες (κατώτατο επίπεδο αγοράς) και σε φορείς εκμετάλλευσης δικτύων και υπηρεσιών (ανώτατο επίπεδο αγοράς)

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Δεσμευμένες και ομαδικές πωλήσεις

- Δεσμευμένη πώληση (tying) υπάρχει όταν η πώληση ενός προϊόντος εξαρτάται από την αγορά ενός άλλου προϊόντος
 - Φωτοτυπική μηχανή και φωτοτυπικό χαρτί
 - Τηλεφωνική συσκευή και συμβόλαιο τηλεφωνίας
- Θα πρέπει να υπάρχουν δύο διακριτές αγορές
 - Αγορά για το δεσμεύον προϊόν (tying market)
 - Αγορά για το δεσμευμένο προϊόν (tied market)

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Δεσμευμένες και ομαδικές πωλήσεις

- Η δεσπόμενη επιχείρηση ασκώντας τη δύναμη που κατέχει στην αγορά του δεσμεύοντος προϊόντος, μπορεί να υποχρεώσει τους ανταγωνιστές της να αποσυρθούν από τη δευτερογενή αγορά, και μετέπειτα να αυξήσει τις τιμές της
- Η δύναμη στην αγορά του δεσμεύοντος προϊόντος αξιοποιείται ως **μοχλός πίεσης** (leverage) σε μια άλλη αγορά στην οποία δεν κατέχει δεσπόμενη θέση
- Η βασικότερη ανταγωνιστική επίπτωση της πρακτικής των δεσμευμένων πωλήσεων είναι ο αποκλεισμός της αγοράς του δεσμευόμενου προϊόντος

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Δεσμευμένες και ομαδικές πωλήσεις

■ Υπόθεση Microsoft

- Ομαδική πώληση λειτουργικού συστήματος Windows και Windows media player
- Η γενικευμένη παρουσία του Windows Media Player στους προσωπικούς Η/Υ επηρέαζε τεχνητά τις στρατηγικές ανάπτυξης ανταγωνιστικών προϊόντων προς όφελος της Microsoft
- Περιορισμός του ανταγωνισμού και παρεμπόδιση καινοτομιών, που συρρικνώνει τελικά τις επιλογές των καταναλωτών

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Δεσμευμένες και ομαδικές πωλήσεις

- Αντίστοιχα αποτελέσματα αποκλεισμού προκύπτουν και από την πρακτική των ομαδικών πωλήσεων (bundling), όπου μια δεσπόζουσα επιχείρηση πωλεί δύο ή περισσότερα προϊόντα σε τιμή πιο συμφέρουσα τιμή από αυτήν που θα ίσχυε σε περίπτωση αγοράς του κάθε προϊόντος χωριστά (mixed bundling) ή ομαδικά (pure bundling)

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Αντικειμενική αιτιολόγηση ως άμυνα

- Η δεσπόζουσα επιχείρηση μπορεί να προβάλει την αντικειμενική αναγκαιότητα και τις βελτιώσεις αποτελεσματικότητας, ως λόγους εξαίρεσης
- Το γεγονός ότι μια επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση δεν την περιορίζει από το να προσπαθήσει να εμπορικά της συμφέροντα (**Υπόθεση United Brands**)
- Απαραίτητη προϋπόθεση είναι ότι δεν έχει προκύψει καθαρή ζημία για τους καταναλωτές
- Το βάρος απόδειξης βρίσκεται στους ώμους της οικείας επιχείρησης

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Αντικειμενική αιτιολόγηση ως άμυνα

- Η δεσπόζουσα επιχείρηση πρέπει να αποδείξει ότι είναι **αρκούντως πιθανό**, και **βάσει επαληθεύσιμων αποδεικτικών στοιχείων**, ότι πληρούνται οι ακόλουθες **σωρευτικές** προϋποθέσεις:
 - Οι βελτιώσεις αποτελεσματικότητας έχουν υλοποιηθεί ή είναι πιθανό να υλοποιηθούν
 - Η συμπεριφορά είναι απαραίτητη για την υλοποίηση των βελτιώσεων αποτελεσματικότητας και δεν υπάρχουν λιγότερο ανταγωνιστικές εναλλακτικές δυνατότητες που να είναι ικανές να οδηγήσουν στις ίδιες βελτιώσεις αποτελεσματικότητας (αρχή αναλογικότητας) (**Υποθέσεις Masterfoods, British Airways και Post Danmark**)
 - Οι βελτιώσεις αποτελεσματικότητας αντισταθμίζουν τυχόν αρνητικές επιπτώσεις στον ανταγωνισμό (**Υπόθεση British Airways**)
 - Η συμπεριφορά δεν εξαλείφει τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό καταργώντας όλες ή τις περισσότερες υφιστάμενες πηγές πραγματικού ή δυνητικού ανταγωνισμού