ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

ΘΕΜΑ : Αντιμετώπιση των Παρεμποδιστικών του Ανταγωνισμού Πρακτικών δεσπόζουσας Επιχείρησης.

Επιβλέπων Καθηγητής : Καρύδης Γ.



ΑΦΟΥΞΕΝΙΔΟΥ ΕΛΕΝΗ

Α. Μ. 4080012

2009

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Α. Εισαγωγή

Β. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού

Γ. Καταχρηστικές πρακτικές επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση στην αγορά

1. Ορισμός δεσπόζουσας θέσης
2. Επιβολή κάθετων περιορισμών
3. Συνδεδεμένες πωλήσεις
4. Άρνηση παροχής / πώλησης
5. Εκπτώσεις πίστης
6. Επιθετική συμπεριφορά/ τιμολόγηση

Δ. Συμπεράσματα

Ε. Βιβλιογραφία

Α. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Με τη Συνθήκη ίδρυσης της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Συνθήκη του Μάαστριχτ), τα συμβαλλόμενα κράτη αποφάσισαν να δημιουργήσουν έναν ενιαίο οικονομικό χώρο, την Κοινή Αγορά, μέσα στην οποία θα κινούνται ελεύθερα εμπορεύματα, πρόσωπα, υπηρεσίες και κεφάλαια.. Για το σκοπό αυτό δημιουργήθηκε και η τελωνειακή ένωση, δηλαδή καταργήθηκαν οι δασμοί και οι ποσοτικοί περιορισμοί στο διακοινοτικό εμπόριο ενώ καθιερώθηκε και το κοινό εξωτερικό δασμολόγιο έναντι των τρίτων χωρών. Η συνθήκη στηρίζεται στην ιδέα ότι η δημιουργία της κοινής αγοράς θα έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση των εμπορικών συναλλαγών μεταξύ των κρατών-μελών και επομένως την ανάπτυξη της οικονομικής δραστηριότητας ,την επέκταση των εθνικών οικονομιών και την ανύψωση του βιοτικού επιπέδου των λαών της Κοινότητας. Για να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι θα πρέπει να υπάρχουν επιχειρήσεις οι οποίες θα ανταγωνίζονται μεταξύ τους για την κατάκτηση της αγοράς. Από τον ανταγωνισμό των επιχειρήσεων ωφελούνται σημαντικά οι εθνικές οικονομίες και οι καταναλωτές. Η αυξημένη οικονομική δραστηριότητα των επιχειρήσεων αυξάνει τον οικονομικό πλούτο, συμβάλει στην τεχνολογική πρόοδο, δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας και συνεπάγεται νέα έσοδα για το κράτος.

Ο καλύτερος τρόπος για την προώθηση της οικονομικής αποτελεσματικότητας, της παραγωγικότητας και της καινοτομίας είναι ο ανοικτός και ελεύθερος ανταγωνισμός. Οι καταναλωτές επωφελούνται από τον ανταγωνισμό μέσω των χαμηλότερων τιμών, της καλύτερης ποιότητας και της μεγαλύτερης επιλογής νέων ή βελτιωμένων προϊόντων ή υπηρεσιών. Όμως οι θετικές αυτές επιδράσεις του ανταγωνισμού χάνονται εάν, οι κρατικοί φραγμοί, που καταργήθηκαν από τη συνθήκη, όπως για παράδειγμα οι απαγορεύσεις εισαγωγών, οι υψηλοί δασμοί και οι ποσοτικοί περιορισμοί, αντικατασταθούν με ιδιωτικούς περιορισμούς, που θα έχουν δημιουργήσει οι ίδιες οι επιχειρήσεις.

Συνεπώς είναι πολύ σημαντικό να υπάρχει η κατάλληλη νομοθεσία που θα ρυθμίζει τη συμπεριφορά των επιχειρήσεων στην αγορά της Ε.Ε. και θα περιορίζει οποιαδήποτε πρακτική που αντίκειται στον ελεύθερο ανταγωνισμό.

Βασική προϋπόθεση, βέβαια, αποτελεί και η ύπαρξη κοινοτικών ή εθνικών οργάνων, που θα ελέγχουν τη άμεση και ορθή εφαρμογή της νομοθεσίας και με τον τρόπο αυτό θα εξασφαλίζουν τη σωστή λειτουργία της ενιαίας αγοράς.

Επιπλέον είναι προφανές ότι δεν αρκεί να υπάρχει ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων, αλλά ταυτόχρονα δεν πρέπει αυτός να νοθεύεται από τα ίδια τα κράτη-μέλη (για παράδειγμα με ενισχύσεις στις εθνικές τους επιχειρήσεις). Για το λόγο αυτό δημιουργήθηκαν συγκεκριμένα άρθρα στη Συνθήκη ΕΚ (τα άρθρα 81-89) που αποβλέπουν στη δημιουργία πλήρους και ανόθευτου ανταγωνισμού.

Στη συγκεκριμένη εργασία θα ασχοληθούμε με τις καταχρηστικές πρακτικές που κατά καιρούς εφαρμόζουν επιχειρήσεις, με δεσπόζουσα θέση στην αγορά, και πώς αντιμετωπίζονται οι συγκεκριμένες πρακτικές από τα αρμόδια όργανα. Έμφαση θα δοθεί στις πρακτικές που παρεμποδίζουν την είσοδο ή παραμονή των επιχειρήσεων στην αγορά, δηλαδή στον αντιανταγωνιστικό αποκλεισμό.

Αρχίζοντας με μια συνοπτική παρουσίαση του ρόλου και των αρμοδιοτήτων της Επιτροπής Ανταγωνισμού , θα συνεχίσουμε αναλύοντας την κάθε καταχρηστική πρακτική ξεχωριστά και πως αντιμετωπίζεται. Παράλληλα, θα παρουσιάζονται και κάποιες αντιπροσωπευτικές υποθέσεις καταχρηστικών πρακτικών ούτως ώστε να γίνεται πιο κατανοητό το πώς αντιμετωπίζονται οι πρακτικές αυτές στην πραγματικότητα .

Β. Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού είναι ο θεματοφύλακας της εύρυθμης λειτουργίας της αγοράς και εγγυάται την εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού. Παράλληλα είναι υπεύθυνη για τη χάραξη και εφαρμογή των προσανατολισμών της πολιτικής ανταγωνισμού, λειτουργεί ως ανεξάρτητη αρχή και έχει διοικητική και οικονομική αυτοτέλεια.

Κύριοι στόχοι της Επιτροπής Ανταγωνισμού (Ε.Α.) είναι η διατήρηση και αποκατάσταση της υγιούς ανταγωνιστικής δομής της αγοράς, η προστασία των συμφερόντων του καταναλωτή και η οικονομική ανάπτυξη των κρατών-μελών της ευρωζώνης. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού είναι υπεύθυνη για τον εντοπισμό και την καταπολέμηση των πρακτικών, που περιορίζουν ή νοθεύουν τον ανταγωνισμό, αλλά και των φραγμών εισόδου στην αγορά, η οποία πρέπει να είναι ελεύθερη και ανοιχτή για όλες τις επιχειρήσεις.

Η Ε.Α. συνεργάζεται στενά με τη Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού και τις εθνικές Αρχές Ανταγωνισμού των κρατών-μελών της Ε.Ε., κυρίως μέσω του Ευρωπαϊκού Δικτύου Ανταγωνισμού (Ε.Δ.Α.). Έτσι μεταξύ των Αρχών Ανταγωνισμού υπάρχει αμοιβαία ενημέρωση για τις νέες υποθέσεις και αποφάσεις , εφόσον υπάρχει ανάγκη γίνεται ο συντονισμός των ερευνών τους και ανταλλαγή των αποδεικτικών στοιχείων.

Ειδικότερα ο ρόλος της Επιτροπής Ανταγωνισμού είναι[1]:

- Να διαπιστώνει την ύπαρξη συμπράξεων επιχειρήσεων που έχουν ως αντικείμενο ή αποτέλεσμα τον περιορισμό του ανταγωνισμού
- Να αποφασίζει την απαλλαγή συμπράξεων που περιορίζουν τον ανταγωνισμό αλλά έχουν θετικά οικονομικά αποτελέσματα, είναι προς όφελος του καταναλωτή και δεν δημιουργούν προϋποθέσεις κατάργησης του ανταγωνισμού
- Να διαπιστώνει την καταχρηστική συμπεριφορά επιχειρήσεων με δεσπόζουσα θέση στην αγορά

[1] Επιτροπή Ανταγωνισμού, Αρμοδιότητες και Λειτουργία της Επιτροπής Ανταγωνισμού, http://www.epant.gr/content.php?Lang=gr&id=16

- Να διαπιστώνει καταχρηστική εκμετάλλευση, από μια ή περισσότερες επιχειρήσεις, της σχέσης οικονομικής εξάρτησης στην οποία βρίσκεται προς αυτήν/ αυτές μια επιχείρηση, η οποία κατέχει θέση πελάτη ή προμηθευτή και δεν διαθέτει ισοδύναμη εναλλακτική λύση
- Να ελέγχει προληπτικά την επίδραση στον ανταγωνισμό συγκεντρώσεων επιχειρήσεων
- Να επιβάλλει κυρώσεις σε περιπτώσεις παράβασης των κανονισμών
- Να γνωμοδοτεί επί θεμάτων ανταγωνισμού

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού επικεντρώνεται στις μορφές των συμπεριφορών που είναι περισσότερο επιζήμιες για τους καταναλωτές. Καθοριστικό στοιχείο για τη δράση της Επιτροπής είναι η διαφύλαξη του ουσιαστικού ανταγωνισμού και όχι απλώς η προστασία των ανταγωνιστών. Έτσι κατά κύριο λόγο επιδιώκει να διαφυλάξει την ανταγωνιστική διαδικασία στην εσωτερική αγορά και να εξασφαλίσει ότι οι επιχειρήσεις που κατέχουν δεσπόζουσα θέση δεν αποκλείουν τους ανταγωνιστές τους με παράνομα μέσα.

Η Ε.Α. μπορεί να κινήσει τη διαδικασία κατά των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων όταν, από έρευνες σε κλάδους οικονομίας ή σε τύπους συμφωνιών, διαπιστώσει ότι ενδέχεται να παραβιάζονται οι κανόνες ανταγωνισμού. Επίσης η διαδικασία μπορεί να ξεκινήσει από ανεπίσημες καταγγελίες ιδιωτών ή με τη συμπλήρωση του εντύπου Γ. Η Επιτροπή μπορεί να πάρει τις απαραίτητες πληροφορίες και αποδεικτικά στοιχεία από ανταλλαγή πληροφοριών από τις εθνικές αρχές ανταγωνισμού αλλά και από συμπράττουσες σε μια σύμπραξη επιχειρήσεις, οι οποίες θέλουν να επωφεληθούν της ευνοϊκής μεταχείρισης που επιφυλάσσει η Επιτροπή στις περιπτώσεις αυτές. Η Επιτροπή έχει τη διακριτική ευχέρεια να δίνει διαφορετικό βαθμό προτεραιότητας στο χειρισμό των καταγγελιών, ανάλογα με το κατά πόσο θίγεται το κοινοτικό συμφέρον.

Οι καταγγελίες των ιδιωτών αποτελούν το σημαντικότερο μέσο ανίχνευσης παραβάσεων του κοινοτικού δικαίου. Μπορούν να υποβάλλουν καταγγελία τα φυσικά ή νομικά πρόσωπα που αποδεικνύουν ότι έχουν έννομο συμφέρον, δηλαδή όσοι βλάπτονται ατομικά από την παράνομη συμπεριφορά. Τέτοια

πρόσωπα είναι οι ανταγωνιστές, οι προμηθευτές ή οι αγοραστές των προϊόντων ή υπηρεσιών που αποτελούν αντικείμενο της συμφωνίας ή της καταχρηστικής πρακτικής. Επίσης καταγγελίες μπορούν να υποβάλλουν και οι ενώσεις καταναλωτών αλλά και μεμονωμένοι καταναλωτές όταν θίγονται από την παράνομη συμπεριφορά.

Μόλις πάρει μια καταγγελία, η Επιτροπή προβαίνει σε έρευνα που γίνεται σε δυο φάσεις. Κατ' αρχάς εξετάζει προσεκτικά τα πραγματικά περιστατικά και αξιολογεί τα προσκομισθέντα από τον καταγγέλλοντα στοιχεία ενώ παράλληλα προσπαθεί εξ' ιδίων να συλλέξει περαιτέρω πληροφορίες. Όταν μια καταγγελία δεν αποδεικνύεται η Επιτροπή μπορεί να την απορρίψει.

Σε δεύτερη φάση η Επιτροπή ερευνά τη δυνατότητα αν θα κινήσει τη διαδικασία κατά της καταγγελλόμενης επιχείρησης. Για τη συλλογή των αναγκαίων στοιχείων η Επιτροπή μπορεί, κατόπιν αίτησης ή βάσει αποφάσεως, να ζητήσει από τις επιχειρήσεις να της παράσχουν όλες τις απαραίτητες πληροφορίες. Ακόμα έχει τη δυνατότητα να ενεργεί αναγκαίους ελέγχους σε επιχειρήσεις ή ενώσεις επιχειρήσεων. Οι εξουσιοδοτημένοι από την Επιτροπή υπάλληλοι έχουν την εξουσία να εισέρχονται σε κάθε χώρο, γήπεδο και μεταφορικό μέσο των επιχειρήσεων και ενώσεων επιχειρήσεων, να ελέγχουν βιβλία και κάθε άλλο έγγραφο επαγγελματικής δραστηριότητας ανεξάρτητα από τη μορφή αποθήκευσης του, να λαμβάνουν αντίγραφο ή απόσπασμα των βιβλίων και εγγράφων να σφραγίζουν οποιοδήποτε επαγγελματικό χώρο και βιβλία ή έγγραφα, να ζητούν από το νόμιμο εκπρόσωπο ή μέλος προσωπικού της επιχείρησης εξηγήσεις και διασαφηνίσεις για γεγονότα ή έγγραφα που σχετίζονται με το αντικείμενο της έρευνας και να καταγράφουν τις απαντήσεις. Μάλιστα, βάσει Κανονισμού, επιτρέπεται ακόμα και ο έλεγχος σε κατοικίες επιχειρηματιών, διευθυντών, διευθυνόντων συμβούλων και λοιπών μελών των εμπλεκομένων επιχειρήσεων, εφόσον υπάρχουν εύλογες υπόνοιες ότι φυλάσσονται εκεί βιβλία ή άλλα έγγραφα που συνδέονται με την επιχείρηση και το αντικείμενο ελέγχου και τα οποία είναι πρόσφορα για την απόδειξη σοβαρής παράβασης των κοινοτικών κανόνων ανταγωνισμού και εφόσον προηγουμένως ζητηθεί σχετική άδεια από την αρμόδια δικαστική αρχή.

Η πρώτη έρευνα στην οποία προβαίνει η Επιτροπή είναι αν η καταγγελλόμενη συμφωνία ή πρακτική μπορεί να επηρεάσει το μεταξύ των κρατών-μελών εμπόριο και άρα αν μπορεί να εμπέσει στο πεδίο εφαρμογής των άρθρων 81 και 82 Συνθ. ΕΚ . Σε περίπτωση που ισχύει κάτι τέτοιο, οι πληροφορίες διαβιβάζονται και στις υπόλοιπες αρχές ανταγωνισμού και διαπιστώνεται αν έχει υποβληθεί καταγγελία σε κάποια άλλη αρχή ανταγωνισμού και αποφασίζεται ποια από τις αρχές είναι η πιο κατάλληλη για να ασχοληθεί με την υπόθεση.

Όταν η Επιτροπή διαπιστώσει, αυτεπαγγέλτως ή κατόπιν καταγγελίας, παράβαση των άρθρων 81ή/ και 82 έχει τη δυνατότητα να εκδώσει απόφαση με περιεχόμενο την υποχρέωση των εμπλεκομένων επιχειρήσεων να παύσουν την παράβαση που έχει διαπιστωθεί. Ακόμα η Επιτροπή μπορεί να δεχτεί από τις εμπλεκόμενες επιχειρήσεις τις δεσμεύσεις τους ότι θα ανταποκριθούν στις αντιρρήσεις της Επιτροπής , αλλιώς η Επιτροπή μπορεί να επιβάλλει πρόστιμο μέχρι και 10% του κύκλου εργασιών κάθε εμπλεκόμενης επιχείρησης. Το ύψος του προστίμου καθορίζεται με βάση τη σοβαρότητα και τη διάρκεια της παράβασης.

Γενικότερα η Επιτροπή, ανάλογα με την περίπτωση μπορεί να πάρει τις ακόλουθες αποφάσεις[2]:

- **Να διαπιστώσει και να παύσει την παράβαση**: Εάν η Επιτροπή διαπιστώσει παραβίαση των διατάξεων των άρθρων 81 και 82 της συνθήκης, μπορεί με απόφασή της να υποχρεώσει τις εκάστοτε επιχειρήσεις ή ενώσεις επιχειρήσεων να θέσουν τέρμα στην διαπιστούμενη παράβαση ή να διαπιστώσει το τέλος της παράβασης.
- **Να διατάξει τη λήψη προσωρινών μέτρων**: Σε δεόντως δικαιολογημένες επείγουσες περιπτώσεις, η Επιτροπή μπορεί, ενεργώντας αυτεπαγγέλτως και μετά από μια πρώτη διαπίστωση παράβασης, να διατάξει τη λήψη προσωρινών μέτρων.
- **Να καταστήσει εκτελεστές τις αναλήψεις υποχρεώσεων**: Όταν πρόκειται να λάβει απόφαση παύσης της παράβασης οι δε επιχειρήσεις αναλαμβάνουν

---

[2] Εφαρμογή των άρθρων 81 και 82 της συνθήκης ΕΚ
http://europa.eu/legislation_summaries/competition/firms/l26092_el.htm

υποχρεώσεις για να αντιμετωπίσουν την αντίθεση της Επιτροπής, μπορεί, για καθορισμένη χρονική περίοδο, να απαιτήσει την εκπλήρωση των υποχρεώσεων αυτών. Η Επιτροπή μπορεί να κινήσει εκ νέου τη διαδικασία όταν η κατάσταση αλλάξει, όταν οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις δεν πληρούν τις υποχρεώσεις τους ή όταν η απόφαση στηρίζεται σε ελλιπείς, ανακριβείς ή παραποιημένες πληροφορίες.

- **Να διαπιστώσει ότι δεν μπορεί να εφαρμοστούν τα άρθρα 81 και 82**: Η Επιτροπή μπορεί, για λόγους κοινοτικού συμφέροντος, να διαπιστώσει ότι βάσει των στοιχείων που έχει στην κατοχή της, ότι δεν μπορεί να εφαρμοστεί το άρθρο 81 της συνθήκης σε μια συμφωνία, μια απόφαση ένωσης επιχειρήσεων ή εναρμονισμένη πρακτική είτε διότι δεν πληρούνται οι όροι του άρθρου 81 παράγραφος 1, είτε διότι πληρούνται οι όροι εξαίρεσης του άρθρου 81, παράγραφος 3. Μπορεί να πράξει το ίδιο σε περιπτώσεις δεσπόζουσας θέσης που προβλέπονται στο άρθρο 82 της συνθήκης

Ο Κανονισμός 1/2003 επέφερε σημαντικές αλλαγές στη λειτουργία της Επιτροπής Ανταγωνισμού. Κατ'αρχάς καθιερώθηκε το σύστημα των παράλληλων αρμοδιοτήτων , με βάση το οποίο η Επιτροπή και οι αρχές ανταγωνισμού των κρατών-μελών συναποτελούν ένα δίκτυο δημοσίων αρχών το οποίο καλείται Ευρωπαϊκό Δίκτυο Ανταγωνισμού (ΕΔΑ). Ο Κανονισμός εισάγει συγκεκριμένους κανόνες συνεργασίας μεταξύ των εθνικών Αρχών Ανταγωνισμού. Εισάγονται νέες ελεγκτικές εξουσίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, προκειμένου αυτή να ανταποκριθεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο στις σύγχρονες ανάγκες . Επαναπροσδιορίζονται τα είδη αποφάσεων, τις οποίες εκδίδει η Επιτροπή και ορίζονται για πρώτη φορά κοινά είδη αποφάσεων για τις εθνικές Αρχές Ανταγωνισμού σε σχέση με την εφαρμογή των αρ. 81,82 συνθ. ΕΚ. Παράλληλα θεσπίζεται ο θεσμός της συνεργασίας μεταξύ Ευρωπαϊκής Επιτροπής και εθνικών δικαστηρίων των κρατών-μελών ενώ καθιερώνεται και ο κανόνας της υπεροχής του κοινοτικού δικαίου του ανταγωνισμού έναντι του εθνικού δικαίου του ανταγωνισμού.[3]

Όμως στο πλαίσιο του συστήματος των παράλληλων αρμοδιοτήτων καθίσταται αναγκαία προϋπόθεση ο καταμερισμός εργασίας. Κάθε υπόθεση πρέπει να εξετάζεται από μία μόνο αρχή και γι' αυτό είναι αναγκαίο να

[3] Ηλιόπουλος Κ.Π., Η εφαρμογή του ευρωπαϊκού δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού στην Ελλάδα (1981 -2005), εκδ. Σάκκουλα, 2006

εξευρίσκεται κάθε φορά η κατάλληλη αρχή ανταγωνισμού. Τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται είναι τα εξής: α) η συμφωνία ή πρακτική να έχει άμεσες πραγματικές ή προβλέψιμες συνέπειες για τον ανταγωνισμό εντός των ορίων της επικρατείας της αρχής, να εφαρμόζεται στο εσωτερικό της επικράτειας ή να προέρχεται από αυτήν. β) Η αρχή να είναι ικανή να θέσει τέλος αποτελεσματικά στην όλη παράβαση, γ) να είναι σε θέση να συγκεντρώσει τα αποδεικτικά στοιχεία που χρειάζονται προκειμένου να αποδειχθεί η παράβαση.

Επιπλέον ο Κανονισμός θεσπίζει μηχανισμό αλληλοενημέρωσης των αρχών ανταγωνισμού προκειμένου να διασφαλίζεται η αποτελεσματική και ταχεία κατανομή των υποθέσεων.[4]

Οι αλλαγές αυτές συντέλεσαν στην αποτελεσματικότητα τόσο της Επιτροπής Ανταγωνισμού όσο και των εθνικών αρχών ανταγωνισμού . Τέθηκαν οι βάσεις για τη συνεργασία των αρχών μεταξύ τους και δημιουργήθηκε ένα πιο αποκεντρωμένο σύστημα, το οποίο συμβάλει στον ταχύτερο εντοπισμό των παραβάσεων και την αποτελεσματικότερη αντιμετώπισή τους.

[4] Κουτσούκης Δ.Β., Η εφαρμογή των αρ. 81 και 82 Συνθ.ΕΚ από την Επιτροπή, τις εθνικές Αρχές Ανταγωνισμού και τα δικαστήρια, 2005

Γ. ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕ ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑ ΘΕΣΗ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Στη συγκεκριμένη εργασία θα ασχοληθούμε με τις καταχρηστικές πρακτικές που εφαρμόζουν επιχειρήσεις με δεσπόζουσα θέση στην αγορά, οι οποίες απαγορεύονται από το άρθρο 82 Συνθ. ΕΚ.

Σύμφωνα με το άρθρο 82 Συνθ. ΕΚ (πρώην αρθ. 86) « Κάθε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης από μία ή περισσότερες επιχειρήσεις μέσα στην κοινή αγορά, ή μέσα σ' ένα σημαντικό τμήμα αυτής, θα απαγορεύεται ως ασύμβατη με την κοινή αγορά σε περίπτωση που μπορεί να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ των κρατών-μελών. Μια τέτοια κατάχρηση, συγκεκριμένα, μπορεί να συνίσταται σε:

- Άμεση ή έμμεση επιβολή «άδικων» τιμών αγοράς ή πώλησης ή άλλων άδικών εμπορικών συνθηκών
- Περιορισμός στην παραγωγή, τεχνολογική ανάπτυξη ή ανάπτυξη αγορών σε βάρος των καταναλωτών
- Εφαρμογή ανόμοιων συνθηκών σε ισοδύναμες συναλλαγές, εφόσον αυτό έχει ως αποτέλεσμα τα θέτει κάποιους σε μειονεκτική θέση
- Υποχρέωση αποδοχής συμπληρωματικών υποχρεώσεων από άλλα μέρη σε συμβάσεις, υποχρεώσεις που από τη φύση τους ή σύμφωνα με τα εμπορικά έθιμα ,δεν έχουν καμία σχέση με το αντικείμενο αυτών των συμβάσεων.

Έτσι δεν είναι αυτό καθ'εαυτό παράνομο μια επιχείρηση να κατέχει δεσπόζουσα θέση και μια δεσπόζουσα επιχείρηση δικαιούται να ανταγωνίζεται άλλες επιχειρήσεις σε αξιοκρατική βάση. Ωστόσο μια δεσπόζουσα επιχείρηση φέρει ιδιαίτερη ευθύνη να μην παρεμποδίζει με τη συμπεριφορά της την άσκηση πραγματικά ανόθευτου ανταγωνισμού στην κοινή αγορά.

Για να ισχύσει το αρθ. 82 πρέπει κατ' αρχάς να διαπιστωθεί ότι μία ή περισσότερες επιχειρήσεις κατέχουν δεσπόζουσα θέση σε μια συγκεκριμένη αγορά. Δηλαδή θα πρέπει να προσδιοριστεί η αγορά ή η σχετική αγορά και φυσικά η έννοια της δεσπόζουσας θέσης. Στη συνέχεια, η καταχρηστική εκμετάλλευση της δεσπόζουσας αυτής θέσης, να γίνεται σε βαθμό ή με τρόπο που

να αποκλείει τον ανταγωνισμό και τέλος η καταχρηστική αυτή πρακτική να μπορεί να επηρεάσει το ενδοκοινοτικό εμπόριο. Έτσι είναι σημαντικό να προσδιοριστεί η έννοια της δεσπόζουσας θέσης και να οριοθετηθεί η σχετική αγορά .

7. Ορισμός δεσπόζουσας θέσης

Η σχετική αγορά είναι μια έννοια που δεν έχει σταθερό και απόλυτο περιεχόμενο, προσδιορίζεται από τις ειδικές περιστάσεις κάθε εξεταζόμενης περίπτωσης. Η οριοθέτηση της σχετικής αγοράς γίνεται με βάση το προϊόν ή την υπηρεσία στα οποία αναφέρεται και με βάση τον γεωγραφικό χώρο που αναπτύσσονται ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού αναφορικά με το σχετικό προϊόν ή την υπηρεσία.

Έτσι για να μπορέσουμε να οριοθετήσουμε τη σχετική αγορά θα πρέπει να εξετάσουμε την εναλλαξιμότητα των συγκεκριμένων προϊόντων από την πλευρά της ζήτησης, με βάση τα χαρακτηριστικά τους και τη χρήση για την οποία προορίζονται. Επίσης σημαντική παράμετρο αποτελεί η χρήση για την οποία προορίζεται η υπηρεσία ή το προϊόν. Τέλος ένας σημαντικός παράγοντας είναι η τιμή των προϊόντων, γιατί σε περίπτωση ομοειδών προϊόντων των οποίων οι τιμές διαφέρουν σημαντικά το πιο πιθανό είναι να ανήκουν ,τα προϊόντα αυτά , σε διαφορετικές αγορές

Σύμφωνα με το αρθ. 82 , για την εφαρμογή του, είναι αρκετό η δεσπόζουσα θέση να υφίσταται σε ένα σημαντικό τμήμα της αγοράς, δηλαδή μπορεί να υφίσταται ακόμα και σε μια εθνική αγορά. Όμως είναι σημαντικό να προσδιοριστεί και η έννοια της δεσπόζουσας θέσης μια επιχείρησης.

Σύμφωνα με την Επιτροπή, μια επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση όταν έχει τη δυνατότητα να λειτουργεί με πλήρη ανεξαρτησία στην αγορά, χωρίς να λαμβάνει υπόψη της τη συμπεριφορά άλλων ανταγωνιστών, των αγοραστών ή των προμηθευτών της και γενικότερα όταν είναι αντικειμενικά ικανή να παρακωλύσει τον ελεύθερο ανταγωνισμό.

Επίσης η Επιτροπή θεωρεί ότι μια επιχείρηση που είναι σε θέση να αυξάνει επικερδώς τις τιμές και να τις διατηρήσει σε επίπεδο υψηλότερο

εκείνου που αντιστοιχεί στον ανταγωνισμό επί σημαντικό χρονικό διάστημα (περίοδος περίπου δύο ετών), δεν αντιμετωπίζει επαρκώς αποτελεσματικούς ανταγωνιστικούς περιορισμούς, και γι'αυτό μπορεί να θεωρηθεί ότι κατέχει δεσπόζουσα θέση.

Ο ορισμός της δεσπόζουσας θέσης αποτελείται από τρία βασικά συστατικά[5]:

α) πρέπει να υπάρχει θέση οικονομικής ισχύος σε μια συγκεκριμένη αγορά και σε σύγκριση πάντα με τους αντιπάλους της επιχείρησης

β) η εν λόγω επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να παρεμποδίσει τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό στη σχετική αγορά και,

γ) η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να δρα ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές, τους πελάτες της και τους καταναλωτές και να μην υπόκειται σε ανταγωνιστικούς περιορισμούς, δηλαδή έχει σημαντική δύναμη στην αγορά (significant market power[6])

Γενικότερα, σύμφωνα με τη νομολογία της Ε.Ε., μια επιχείρηση θεωρείται ότι κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά εάν έχει για μεγάλα χρονικά διαστήματα, μερίδιο μεγαλύτερο από 50%. Βέβαια λαμβάνονται υπόψη και άλλοι παράγοντες όπως το ποσοστό συμμετοχής άλλων ανταγωνιστών στην ίδια αγορά. Αν δηλαδή υπάρχουν λίγοι ανταγωνιστές με υψηλά μερίδια αγοράς (ας πούμε πάνω από 20%-25% ο καθένας), τότε το 50%-60% δεν αποτελεί επαρκή ένδειξη δεσπόζουσας θέσης, ενώ αν η υπόλοιπη αγορά είναι κατακερματισμένη, ακόμα και με 40% μπορεί να θεωρηθεί ότι η επιχείρηση έχει δεσπόζουσα θέση.

Ρόλο παίζει και η διαφοροποίηση των προϊόντων της επιχείρησης και συγκεκριμένα τα σήματα φήμης (brand names) όπως και άλλα νομικά ή πραγματικά εμπόδια εισόδου στη σχετική αγορά. Επιπλέον η δύναμη των επιχειρήσεων στην αγορά μπορεί να περιοριστεί από την τυχόν πολύ ισχυρή δύναμη των αγοραστών, όπως για παράδειγμα τις μεγάλες αλυσίδες supermarket.

---

[5] European Commission DG Competition, DG Competition Discussion Paper on the Application of Article 82 of the Treaty to Exclusionary Abuses, Brussels, 2005, COMP-Abuse-of-dominance@cec.eu.int

[6] Μια επιχείρηση θεωρείται ότι έχει αξιόλογη δύναμη στην αγορά όταν μπορεί να επηρεάσει τις τιμές των προϊόντων, την παραγωγή, την καινοτομία , την ποικιλία και ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών και άλλες παραμέτρους του ανταγωνισμού για μεγάλο χρονικό διάστημα.

Επίσης υπάρχει και η περίπτωση της συλλογικής δεσπόζουσας θέσης, όταν δηλαδή οι επιχειρήσεις ενεργούν συντονισμένα σε μια αγορά. Αυτό που έχει σημασία στη συγκεκριμένη περίπτωση είναι ότι οι επιχειρήσεις αυτές μπορούν να υιοθετήσουν κοινές πολιτικές στη σχετική αγορά και να δρουν ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές, τους πελάτες και τους καταναλωτές τους.

Για την εκτίμηση της δεσπόζουσας θέσης θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη η ανταγωνιστική διάρθρωση της αγοράς, δηλαδή η θέση στην αγορά της δεσπόζουσας επιχείρησης και των ανταγωνιστών της, οι περιορισμοί που επιβάλλονται μέσω της επέκτασης των ανταγωνιστών ή μέσω της εισόδου νέων ανταγωνιστών στην αγορά και η αντισταθμιστική ισχύς των αγοραστών.

Σύμφωνα με τη θεωρία του ελεύθερου ανταγωνισμού υπάρχουν τρεις κύριες μορφές κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης[7] :

α) Η εκμεταλλευτική κατάχρηση (exploitative abuse), που αφορά στις σχέσεις της δεσπόζουσας επιχείρησης με τους προμηθευτές και πελάτες της,

β) Η παρεμποδιστική κατάχρηση (exclusionary abuse), που αφορά στις πρακτικές της δεσπόζουσας επιχείρηση που είτε εκτοπίζουν τους ανταγωνιστές από τη σχετική αγορά είτε εμποδίζουν την πρόσβασής τους σ' αυτή, και

γ) Η καταχρηστική μεταβολή της δομής της αγοράς (reprisal abuse), όπου οι επιχειρήσεις επιδιώκουν την ενίσχυση της δεσπόζουσας θέσης τους μέσω του πλήρους ή του σχεδόν ολοσχερούς αποκλεισμού του ανταγωνισμού.

Αυτό που θα μας απασχολήσει περισσότερο στη συγκεκριμένη εργασία είναι η παρεμποδιστική κατάχρηση των επιχειρήσεων με δεσπόζουσα θέση και πώς αυτή έχει αντιμετωπιστεί από την Επιτροπή Ανταγωνισμού και το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο (ΔΕΚ).

Η συμπεριφορά που μπορεί να είναι αντι-ανταγωνιστική, επειδή αποτελεί συμπεριφορά αποκλεισμού για υπάρχοντές ή νέους ή δυνητικούς ανταγωνιστές ή επιχειρήσεις που βρίσκονται σε άλλα στάδια της παραγωγικής αλυσίδας , κατηγοριοποιείται στις εξής πρακτικές :

[7] Καρύδης Γ., Ζευγώλης Ν. Μ., Η Άρνηση Συναλλαγής στη Διελκυστίνδα ανάμεσα στην Ελευθερία των Συμβάσεων και τον Ελεύθερο Ανταγωνισμό υπό το Πρίσμα του Άρθρου 82 ΣυνθΕΚ : Δικαίωμα ή Παράβαση από Πλευράς Κανόνων Ανταγωνισμού, Ελληνική Επιθεώρηση Ευρωπαϊκού Δικαίου, Τόμος 27, Τεύχος 3, 2007

1. Επιβολή κάθετων περιορισμών και συμβόλαια αποκλεισμού (Vertical Foreclosure & Exclusive Supply)
2. Συνδεδεμένες πωλήσεις (Tying & Bundling)
3. Άρνηση πώλησης/ παροχής (Refusal to supply)
4. Εκπτώσεις πίστης (Loyalty/ Fidelity Discounts/ Rebates)
5. Επιθετική Συμπεριφορά / Τιμολόγηση (Predatory Pricing/ Behaviour)

Στη συνέχεια θα αναλύσουμε σε τι συνίσταται η κάθε πρακτική και πώς αντιμετωπίζονται από την Επιτροπή Ανταγωνισμού.

2. Επιβολή κάθετων περιορισμών και Συμβόλαια αποκλεισμού

Η παρεμποδιστική κατάχρηση από μια δεσπόζουσα επιχείρηση μπορεί να διακριθεί σε επιβολές οριζόντιων ή κάθετων περιορισμών ανάλογα με το είδος αντίπαλου θέλει να αποκλείσει η δεσπόζουσα επιχείρηση. Στον οριζόντιο αποκλεισμό η δεσπόζουσα επιχείρηση προσπαθεί να αποκλείσει ανταγωνιστές της που βρίσκονται στο ίδιο στάδιο παραγωγής. Στη συγκεκριμένη περίπτωση χρησιμοποιεί την επιθετική τιμολόγηση (predatory pricing), την προώθηση συγκεκριμένου σήματος (single branding) και εκπτώσεων καθώς και τις συνδεδεμένες πωλήσεις. Όσον αφορά τους κάθετους περιορισμούς, πρόκειται για συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων, οι οποίες λειτουργούν σε διαφορετικά στάδια της κάθετης αλυσίδας. Συνήθως ο περιορισμός επιβάλλεται από τον παραγωγό στον έμπορο. Στην περίπτωση αυτή συνήθως χρησιμοποιείται η άρνηση παροχής/ πώλησης ή με τη χρήση υποχρεώσεων αποκλειστικής αγοράς ή εκπτώσεων, με τις υποχρεώσεις αποκλειστικής προμήθειας μέσω των οποίων η δεσπόζουσα επιχείρηση προσπαθεί να αποκλείσει τους ανταγωνιστές της εμποδίζοντας τους πελάτες της να αγοράζουν από άλλους προμηθευτές. Μια υποχρέωση αποκλειστικής αγοράς υποχρεώνει έναν πελάτη σε συγκεκριμένη αγορά να αγοράζει αποκλειστικά ή σε μεγάλο βαθμό μόνο από την επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση.

Οι κάθετοι περιορισμοί συνήθως περιλαμβάνουν :

- Μη –γραμμική τιμολόγηση (non-linear pricing), όταν δηλαδή ο έμπορος πρέπει να πληρώσει μια σταθερή αμοιβή (fee) στον παραγωγό εκτός της τιμής να μονάδα που αγοράζει. Η τιμολόγηση θεωρείται μη –γραμμική γιατί αν και το συνολικό ποσό που πληρώνει ο έμπορος είναι γραμμική συνάρτηση της ποσότητας αγοράς, η τιμή ανά μονάδα αγοράς μειώνεται μη–γραμμικά με την ποσότητα.
- Καθορισμό της τιμής στην οποία ο έμπορος πουλάει το αγαθό του παραγωγού. Στη συγκεκριμένη περίπτωση ο παραγωγός μπορεί να επιβάλει μια ελάχιστη ή μέγιστη τιμή στην οποία μπορεί να πουλάει ο έμπορος, η πιο συνηθισμένη όμως περίπτωση είναι η επιβολή ελάχιστης τιμής.
- Περιορισμό της γεωγραφικής περιοχής στην οποία ο έμπορος μπορεί να πουλάει το αγαθό του παραγωγού (territorial restrictions) ή περιορισμό του αριθμού των εμπόρων μέσω επιλογής (selective distribution).
- Αποκλειστική αντιπροσώπευση (Exclusive dealing). Πρόκειται για συμφωνία όπου ο έμπορος πουλάει μόνο το αγαθό του συγκεκριμένου παραγωγού.
- Quantity forcing. Στην περίπτωση αυτή ο έμπορος είναι υποχρεωμένος να αγοράσει μια ελάχιστη ποσότητα από ένα συγκεκριμένο προϊόν του παραγωγού.
- Απαιτήσεις συγκεκριμένων υπηρεσιών (service requirements), όπου ο παραγωγός απαιτεί ένα συγκεκριμένο επίπεδο προ- και μετά- την πώληση υπηρεσιών από τον έμπορο, όπως για παράδειγμα συγκεκριμένες συνθήκες επίδειξης, διαφήμιση, marketing, υπηρεσίες συντήρησης κ.α.
- Την εξάρτηση της πώλησης ενός προϊόντος από την αγορά άλλων προϊόντων
- Εκπτώσεις πίστης, όπου ο έμπορος έχει εκπτώσεις που βασίζονται στο πσοοστό των αγορών που κάνει από τον παραγωγό.
- Ρήτρες αποκλειστικής προμήθειας, που έχουν ως αποτέλεσμα να στερούν από τον πελάτη την επιλογή της πηγής προμήθειας αγαθών ή υπηρεσιών, να αποκλείουν την πρόσβαση στη σχετική αγορά σε άλλους προμηθευτές/ παραγωγούς ομοειδών προϊόντων ή υπηρεσιών ενώ παράλληλα δεν προβλέπεται κάποιο οικονομικό αντάλλαγμα υπέρ του πελάτη που να αντισταθμίζει μια τέτοια αποκλειστική δέσμευση.

Τα αρνητικά αποτελέσματα για τον ανταγωνισμό είναι ότι ορισμένοι αγοραστές εντός της αγοράς δεν μπορούν πλέον να αγοράσουν προϊόντα από τον συγκεκριμένο προμηθευτή , γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε στεγανοποίηση της αγοράς προμήθειας. Επιπλέον όταν οι περισσότεροι ή όλοι οι ανταγωνιζόμενοι προμηθευτές περιορίζουν τον αριθμό των λιανοπωλητών, αυτό ενδέχεται να διευκολύνει τις αθέμιτες συμπράξεις είτε στο επίπεδο των διανομέων είτε σε επίπεδο προμηθευτών. Τέλος, επειδή το προϊόν θα προσφέρεται από λιγότερους διανομείς προκαλείται η μείωση του ενδοσηματικού ανταγωνισμού[8] .

Μια ιδιαίτερη κατηγορία κάθετου περιορισμού είναι η περίπτωση της προώθησης συγκεκριμένου σήματος (single branding ή «αγγλική ρήτρα»). Πρόκειται για συμφωνίες που έχουν ως κύριο χαρακτηριστικό το ότι ο αγοραστής παρακινείται να συγκεντρώσει τις παραγγελίες του για συγκεκριμένο είδος προϊόντος σε έναν προμηθευτή. Στην περίπτωση αυτή υπάρχει η υποχρέωση μα άσκηση ανταγωνισμού και επιβολή όρων στον αγοραστή ως προς τις ποσότητες. Όταν μια υποχρέωση ή ένα σύστημα κινήτρων, που έχει συμφωνηθεί μεταξύ τους προμηθευτή και του αγοραστή αναγκάζει τον δεύτερο να προμηθεύεται τις ανάγκες του για ένα συγκεκριμένο προϊόν και τα υποκατάστατά του από έναν μόνο προμηθευτή. Τα κύρια αρνητικά αποτελέσματα για τον ανταγωνισμό είναι ότι οι άλλοι προμηθευτές στη δεδομένη αγορά αδυνατούν να πραγματοποιήσουν πωλήσεις προς τους συγκεκριμένους αγοραστές , γεγονός που ενδέχεται να οδηγήσει σε στεγανοποίηση της αγοράς, τα μερίδια αγοράς γίνονται περισσότερο άκαμπτα, όσον αφορά τη διανομή τελικών προϊόντων, οι συγκεκριμένοι λιανοπωλητές αναγκάζονται να πωλούν ένα μόνο σήμα , που σημαίνει ότι δεν αναπτύσσεται ανταγωνισμός μεταξύ διαφορετικών σημάτων, γεγονός που περιορίζει τον ανταγωνισμό μεταξύ σημάτων[9].

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα κάθετου περιορισμού αλλά και προώθησης συγκεκριμένου σήματος αποτελεί η υπόθεση της Nestle στην Ελλάδα. Σύμφωνα με την Επιτροπή Ανταγωνισμού Η εταιρεία «NESTLE ΕΛΛΑΣ Α.Ε»

[8] Ηλιόπουλος Κ. Π., Η εφαρμογή του ευρωπαϊκού δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού στην Ελλάδα (1981 -2005), εκδ. Σάκκουλα, 2006

[9] European Commission DG Competition, DG Competition Discussion Paper on the Application of Article 82 of the Treaty to Exclusionary Abuses, Brussels, 2005, COMP-Abuse-of-dominance@cec.eu.int

παραβίασε τα άρθρα 2 του ν.703/77 και 82 της ΣυνθΕΚ καταχρώμενη τη δεσπόζουσα θέση της στην αγορά του στιγμιαίου καφέ μέσω:

- της παροχής εκπτώσεων στόχων και πίστεως, της απαγορεύσεως-παρεμπόδισης των παράλληλων εισαγωγών, αλλά και της απαγόρευσης διενέργειας παράλληλων προωθητικών ενεργειών με άλλα ανταγωνιστικά προϊόντα στις σχέσεις της με τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ (αγορά στιγμιαίου καφέ λιανικής πώλησης),
- της επιβολής ρητών όρων αποκλειστικής προμήθειας και ομαδικών πωλήσεων, καθώς και της παροχής εκπτώσεων πίστεως που αποσκοπούσαν στη δημιουργία πιστής πελατειακής σχέσης μεταξύ της εν λόγω εταιρείας και των επιχειρήσεων μαζικής εστίασης (αγορά στιγμιαίου καφέ μαζικής εστίασης
- της επιβολής υποκρύπτουσας υποχρέωσης μη ανταγωνισμού (αντίστοιχης της 'αγγλικής ρήτρας'), στη σχέση της εταιρείας με τους διανομείς της.

Η Επιτροπή βασίστηκε σε μια καταγγελία για να ξεκινήσει αυτεπάγγελτη έρευνα συνολικά στην αγορά καφέ. Σύμφωνα με τη Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού της Ανεξάρτητης Αρχής η Nestle Hellas δραστηριοποιούμενη ως leader στην αγορά του στιγμιαίου καφέ, με μερίδια πάνω από 85%, επέβαλε καταχρηστικούς όρους στις συναλλαγές της με αλυσίδες σούπερ μάρκετ, επιχειρήσεις μαζικής εστίασης και διανομείς της. Για να καταλήξει στο συμπέρασμα αυτό η Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού μελέτησε τις συμβάσεις της Nestle με τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ Καρφούρ Μαρινόπουλος, Αφοί Βερόπουλοι, Μετρό, Makro, Μασούτης και Α-Β Βασιλόπουλος, με τον όμιλο αγορών ΕΛΟΜΑΣ, με τη Γρηγόρης Μικρογεύματα, τη Λεβέντης, με περίπου 250 μικρομεσαίες εταιρείες μαζικής εστίασης, καφετέριες, κυλικεία, σνακ μπαρ, ακόμη και καφενεία, καθώς και με εταιρείες διανομής.[10] Έτσι η Nestle Hellas υποχρεώθηκε να παραλείψει στο μέλλον τις εν λόγω παραβάσεις και της επιβλήθηκε πρόστιμο για κάθε ένα έτος παράβασης (2002-2006) συνολικά 149.901 ευρώ[11].

[10] Πλάτωνας Τσούλος , Για κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης εγκαλείται η Nestle, 2008 http://www.greekretail.gr/articles/2205/index.html

[11] Επιτροπή Ανταγωνισμού, Έκδοση Απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού σχετικά με την αυτεπάγγελτη έρευνα της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού για τη διερεύνηση τυχόν παραβάσεων των άρθρων 1 και 2 του ν. 703/77, όπως ισχύει και 81 και 82 ΣΕΚ από την εταιρεία «NESTLE ΕΛΛΑΣ ΑΕ»,

3. Συνδεδεμένες πωλήσεις (Tying & Bundling)

Μία δεσπόζουσα επιχείρηση ενδέχεται να επιχειρήσει τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών της με πρακτικές δέσμευσης και δεσμοποίησης (Tying & Bundling). Η «δέσμευση» (tying) αναφέρεται σε καταστάσεις στις οποίες οι πελάτες που αγοράζουν ένα προϊόν, το «δεσμεύον» προϊόν, υποχρεώνονται να αγοράσουν κι ένα άλλο προϊόν από τη δεσπόζουσα επιχείρηση, το «δεσμευμένο» προϊόν.

Η «δεσμοποίηση» (bundling) αναφέρεται συνήθως στον τρόπο που τα προϊόντα προσφέρονται και κοστολογούνται από τη δεσπόζουσα επιχείρηση. Στην περίπτωση της αμιγούς δεσμοποίησης τα προϊόντα πωλούνται μόνο από κοινού και σε καθορισμένες αναλογίες. Στην περίπτωση της μεικτής δεσμοποίησης (που συχνά αναφέρεται ως έκπτωση πολλαπλών προϊόντων) τα προϊόντα διατίθενται και μεμονωμένα, αλλά το άθροισμα των τιμών μεμονωμένης πώλησης είναι υψηλότερο από την τιμή δεσμοποίησης.

Σε άλλες περιπτώσεις, προμηθευτές χρησιμοποιούν την προσφορά διαφορετικών πακέτων σχετιζόμενων προϊόντων σε διαφορετικές τιμές για να μπορέσουν έμμεσα να κάνουν διάκριση μεταξύ διαφορετικών τύπων καταναλωτών, και έτσι να προβούν σε διακριτική τιμολόγηση και να αυξήσουν τις πωλήσεις και τα έσοδά τους.

Η δέσμευση και η δεσμοποίηση αποτελούν κοινές πρακτικές και αποσκοπούν στην παροχή καλύτερων προϊόντων ή προσφορών στους πελάτες με οικονομικά αποδοτικότερους τρόπους. Πολλά προϊόντα είναι για τεχνικούς λόγους ή για λόγους αποτελεσματικότητας συνδεδεμένα και δεν θίγουν το ανταγωνισμό όταν γίνονται από επιχειρήσεις χωρίς δεσπόζουσα θέση. Ωστόσο μια επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση στην αγορά μπορεί να βλάψει τους καταναλωτές αποκλείοντας από την αγορά τα άλλα προϊόντα που αποτελούν μέρος του προϊόντος δέσμευσης. Με τη δέσμευση η δεσπόζουσα επιχείρηση καταφέρνει να περιορίζει τους πιθανούς καταναλωτές των ανταγωνιστών της, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει στην περιθωριοποίηση ή έξοδο των ανταγωνιστών από την αγορά ή να δημιουργήσει εμπόδια εισόδου σε νέους ανταγωνιστές.

Η Επιτροπή αναλαμβάνει δράση όταν μια επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση στη δεσμευμένη αγορά, όταν τα δεσμευμένα και τα δεσμεύοντα προϊόντα είναι ξεχωριστά και όταν η πρακτική δέσμευσης ενδέχεται να οδηγήσει σε αντιανταγωνιστικό αποκλεισμό. Το εάν τα προϊόντα είναι ξεχωριστά κρίνεται με βάση τη ζήτηση των πελατών. Δύο προϊόντα είναι ξεχωριστά εάν, χωρίς τη δέσμευση ή τη δεσμοποίησή τους, σημαντικός αριθμός πελατών θα αγόραζε ή θα είχε αγοράσει το δεσμεύον προϊόν χωρίς το δεσμευμένο από τον ίδιο προμηθευτή, γεγονός που θα επέτρεπε την αυτόνομη παραγωγή τόσο του δεσμεύοντος όσο και τους δεσμευμένου προϊόντος. Απόδειξη ότι τα δυο προϊόντα είναι ξεχωριστά μπορεί να αποτελέσει το γεγονός ότι, εάν είχαν τη δυνατότητα επιλογής , οι πελάτες θα αγόραζαν το δεσμεύον και το δεσμευμένο προϊόν ξεχωριστά από διαφορετικές πηγές προμήθειας ή η παρουσία στην αγορά επιχειρήσεων που ειδικεύονται στην κατασκευή ή πώληση του δεσμευμένου προϊόντος χωρίς το δεσμεύον προϊόν.

Ο κίνδυνος αντιανταγωνιστικού αποκλεισμού είναι μεγαλύτερος όταν η δεσπόζουσα επιχείρηση ακολουθεί μονίμως στρατηγική δέσμευσης ή δεσμοποίησης. Μάλιστα όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός της των δεσμοποιημένων προϊόντων τόσο υψηλότερο είναι το ενδεχόμενο του αντιανταγωνιστικού αποκλεισμού. Ακόμα, σημασία έχει και η ταυτότητα των δεσμευμένων πελατών, γιατί οι πελάτες που είναι το πιο πιθανό να στραφούν σε ανταγωνιστές , θεωρούνται ως σημαντικοί για τη δεσπόζουσα επιχείρηση.

Οι εκπτώσεις πολλαπλών προϊόντων ενδέχεται να περιορίζουν τον ανταγωνισμό τόσο στη δεσμευμένη όσο και στη δεσμεύουσα αγορά εάν είναι τόσο μεγάλες ώστε εξίσου αποτελεσματικοί ανταγωνιστές, που προσφέρουν μόνο μερικά από τα στοιχεία, να μην μπορούν να ανταγωνιστούν τη δέσμη της έκπτωση.

Αντιπροσωπευτική περίπτωση δεσμευμένων προϊόντων αποτελεί η υπόθεση της Microsoft.[12] Στη συγκεκριμένη υπόθεση η Επιτροπή Ανταγωνισμού κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η Microsoft Corporation παραβίασε τη νομοθεσία ανταγωνισμού της Ε.Ε. εκμεταλλευόμενη τη σχεδόν

[12] Υπόθεση COMP/C-3/37.792 – Microsoft

μονοπωλιακή θέση[13] της στην αγορά λειτουργικών συστημάτων για προσωπικούς υπολογιστές (ΠΥ) για να περιορίσει τον ανταγωνισμό στις αγορές λειτουργικών συστημάτων υπηρεσιών εξυπηρετητή ομάδας εργαζομένων και αναπαραγωγών μέσων (Media Player). Η Επιτροπή διέταξε τη Microsoft να γνωστοποιήσει στους ανταγωνιστές της πληροφορίες για τις διεπαφές που απαιτούνται έτσι ώστε τα προϊόντα τους να είναι σε θέση να συνομιλούν με τα ευρύτατα διαδεδομένα λειτουργικά συστήματα Windows. Επίσης ζητήθηκε από τη Microsoft να προτείνει μια έκδοση του λειτουργικού συστήματος Windows που δε θα περιλαμβάνει τον αναπαραγωγό μέσων Windows (Windows Media Player-WMP) σε κατασκευαστές προσωπικών υπολογιστών.

Συγκεκριμένα η Επιτροπή Βάσισε τη διαπίστωση της καταχρηστικής σύνδεσης προϊόντων σε τέσσερα στοιχεία[14]:

I. Η Microsoft κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά λειτουργικών συστημάτων ΠΥ
II. Το λειτουργικό σύστημα ΠΥ Windows και WMP είναι δύο διαφορετικά προϊόντα
III. Η Microsoft δεν παρέχει στους πελάτες της τη δυνατότητα να αποκτήσουν τα Windows χωρίς τα WMP και
IV. Η σύνδεση των εν λόγω δύο προϊόντων αποκλείει τον ανταγωνισμό.

Η τακτική της αναγκαστικής αποκλειστικότητας την οποία εφάρμοσε η Microsoft έχει σημαντικό αντίκτυπο στις αγορές λειτουργικών συστημάτων διακομιστή ομάδας εργαζομένων και για εφαρμογές αναπαραγωγής μέσων με ροή δεδομένων. Και για το λόγο αυτό η απόφαση διατάσσει τη Microsoft να προσφέρει προς πώληση σε τελικούς χρήστες και κατασκευαστές αρχικού εξοπλισμού (ΚΑΕ) στον ΕΟΧ μια πλήρως λειτουργούσα έκδοση του λογισμικού Windows η οποία δεν θα ενσωματώνει το WMP. Η Microsoft διατηρεί το δικαίωμα να προσφέρει μια δέσμη που θα περιλαμβάνει τα Windows και το

[13] Άνω του 95% των προσωπικών υπολογιστών σε παγκόσμιο επίπεδο είναι εξοπλισμένοι με τα λειτουργικά συστήματα της Microsoft

[14] Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ της 24ης Μαΐου 2004 σχετικά με διαδικασία βάσει του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ και του άρθρου 54 της συμφωνίας για τον ΕΟΧ κατά της Microsoft Corporation, 2007

WMP. Γι' αυτές τις πολύ σημαντικές παραβιάσεις, οι οποίες συνεχίστηκαν για πεντέμισι χρόνια, η Επιτροπή επέβαλε πρόστιμο 497.2 εκατ. ευρώ.[15]

4. Άρνηση πώλησης/ παροχής (Refusal to supply)

Γενικά στην ελεύθερη αγορά οι επιχειρήσεις είναι αυτές που αποφασίζουν ποιους θα προμηθεύουν και σε ποιους θα αρνηθούν τη συνέχεια της προμήθειας των προϊόντων τους. Το ίδιο ισχύει συνήθως για τις επιχειρήσεις με δεσπόζουσα θέση στην αγορά., μόνο που όταν πρόκειται για τέτοιου είδους επιχειρήσεις, μια άρνηση παροχής, πώλησης ή πρόσβασης σε ουσιώδεις διευκολύνσεις (essential facilities) μπορεί να αποβεί αντιανταγωνιστική.

Τυπικά προβλήματα ανταγωνισμού δημιουργούνται όταν η δεσπόζουσα επιχείρηση ανταγωνίζεται στην αγορά «επόμενου σταδίου»[16] τον αγοραστή που αρνείται να προμηθεύσει . Μια παράνομη άρνηση προμήθειας έχουμε όταν, για τη προμήθεια, ο αγοραστής πρέπει να αποδεχθεί ορισμένους περιορισμούς της συμπεριφοράς τους. Παράνομη είναι η διακοπή της προμήθειας για να τιμωρηθούν οι πελάτες που συναλλάσσονται με ανταγωνιστές ή η άρνηση προμήθειας πελατών που δεν αποδέχονται δεσμευτικές ρυθμίσεις., η άρνηση χορήγησης άδειας εκμετάλλευσης για δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας ή άρνηση χορήγησης πρόσβασης σε εγκατάσταση ή δίκτυο πρωταρχικής σημασίας. Τέτοιου είδους πρακτικές συνήθως έχουν ως στόχο να αποκλείσουν από την αγορά όχι τους πελάτες αλλά τους ανταγωνιστές της δεσπόζουσας επιχείρησης.

Γενικότερα η άρνηση πώλησης (refusal to supply) μια εισροής από μια δεσπόζουσα επιχείρηση μπορεί να αποτελεί παράβαση του αρθ. 82, εάν δεν μπορεί να δικαιολογηθεί αντικειμενικά, όπως για παράδειγμα για λόγους ασφαλείας, για λόγους προσωρινής έλλειψης παραγωγικής δυνατότητας, για την προστασία της ακεραιότητας του δικτύου ή λόγω έλλειψης αξιοπιστίας του πελάτη κ.α. Εδώ θα πρέπει να γίνει η διάκριση της «upstream» αγοράς, όπου

[15] http://europa.eu.int/comm/competition/index_en.html

[16] Ο όρος «αγορά επόμενου σταδίου» χρησιμοποιείται σε σχέση με την αγορά για την οποία η εισροή που μια εταιρεία αρνείται να παράσχει είναι απαραίτητη για την κατασκευή προϊόντος ή την παροχή υπηρεσίας.

αρνείται η πρόσβαση σε εισροές, από την «downstream» αγορά, για την οποία οι εισροές είναι αναγκαίες για την παραγωγή προϊόντων ή την παροχή υπηρεσιών. Με την άρνηση παροχής στην «upstream» αγορά η δεσπόζουσα επιχείρηση προστατεύει και ενισχύει τη θέση της στην αγορά, ενώ εξαλείφοντας τον ανταγωνισμό στην «downstream» αγορά, την κάνει λιγότερο ελκυστική για πιθανούς ανταγωνιστές. Επιπλέον δεν είναι απαραίτητο να υπάρχει πραγματική άρνηση εκ μέρους της δεσπόζουσας επιχείρησης, αρκεί μια εξυπονοούμενη άρνηση, που μπορεί να λάβει τη μορφή υπερβολικής καθυστέρησης ή άλλης υποβάθμισης της προμήθειας τους προϊόντος ή να συνίσταται στην επιβολή παράλογων όρων σε αντάλλαγμα της προμήθειας.

Η Επιτροπή θα θεωρεί καταχρηστικές τις πρακτικές αυτές στις οποίες ισχύουν οι ακόλουθες περιστάσεις:

- Η άρνηση αφορά προϊόν ή υπηρεσία που αντικειμενικά χρειάζεται μια εταιρεία για να ασκήσει αποτελεσματικό ανταγωνισμό σε αγορά επόμενου σταδίου, δηλαδή το κατά πόσο η προμήθεια της εισροής, που αποτελεί το αντικείμενο της άρνησης, είναι αντικειμενικά αναγκαία για την άσκηση αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην αγορά.
- Η άρνηση ενδέχεται να οδηγήσει σε εξάλειψη του αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην αγορά επόμενου σταδίου. Η πιθανότητα εξάλειψης του ανταγωνισμού αυξάνεται γενικά όσο μεγαλύτερο είναι το μερίδιο αγοράς της δεσπόζουσας επιχείρησης στην αγορά επόμενου σταδίου.
- Η άρνηση ενδέχεται να αποβεί σε ζημιά των καταναλωτών, εάν δηλαδή οι ενδεχόμενες αρνητικές συνέπειες της άρνησης προμήθειας στη σχετική αγορά υπερβαίνουν μακροπρόθεσμα τις αρνητικές συνέπειες που θα είχε η επιβολή υποχρέωσης προμήθειας.

Υπάρχουν πολλές πρακτικές που ανήκουν στην περίπτωση της «άρνησης παροχής», οι κύριες είναι οι εξής[17]:

1) Περίπτωση στην οποία μία ή περισσότερες επιχειρήσεις παύουν μια υπάρχουσα σχέση παροχής. Για να θεωρηθεί αυτή η περίπτωση ως καταχρηστική θα πρέπει η εν λόγω συμπεριφορά να χαρακτηριστεί σαν παύση παροχής, η εν

[17] European Commission DG Competition, DG Competition Discussion Paper on the Application of Article 82 of the Treaty to Exclusionary Abuses, Brussels, 2005, COMP-Abuse-of-dominance@cec.eu.int

λόγω επιχείρηση να κατέχει δεσπόζουσα θέση, η άρνηση παροχής να έχει αρνητικές συνέπειες στον ανταγωνισμό και η άρνηση να μην δικαιολογείται αντικειμενικά.

2) Περίπτωση στην οποία μία ή περισσότερες επιχειρήσεις αρνούνται να ξεκινήσουν την παροχή μιας εισροής, συμπεριλαμβανομένου των προϊόντων πνευματικής ιδιοκτησίας. Για να χαρακτηριστεί η περίπτωση ως καταχρηστική θα πρέπει η εν λόγω επιχείρηση να αρνείται την παροχή σε νέους αγοραστές ή να τους θέτει πολύ υψηλές τιμές για την εισροή, η εν λόγω επιχείρηση να κατέχει δεσπόζουσα θέση, η εισροή να είναι ουσιώδης, η άρνηση παροχής να έχει αρνητικές συνέπειες στον ανταγωνισμό και να μη δικαιολογείται αντικειμενικά.

3) Περίπτωση στην οποία η εισροή αποτελεί αναγκαία πληροφορία για τη διαλειτουργικότητα, δηλαδή όταν μια επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση αρνείται να παρέχει μια πληροφορία με τρόπο που να ευνοεί την επέκταση της κυριαρχίας της από τη μία αγορά στην άλλη.

Παράδειγμα μιας τέτοιας καταχρηστικής πρακτικής είναι η υπόθεση Σωτ. Λέλος και Σία και άλλοι κατά Glaxo SmithKline[18] . Στη συγκεκριμένη υπόθεση η φαρμακευτική εταιρεία Glaxo SmithKline εκμεταλλεύτηκε κατά τρόπο καταχρηστικό της δεσπόζουσα θέση της αρνούμενη να ικανοποιήσει τις συνήθεις παραγγελίες της προκειμένου να εμποδίσει τις παράλληλες εξαγωγές που πραγματοποιούν ορισμένοι χονδρέμποροι από ένα κράτος- μέλος προς άλλα κράτη-μέλη. Άλλο ένα παράδειγμα είναι η υπόθεση Raleigh (1981), που είναι η πρώτη υπόθεση άρνηση προμήθειας που ερευνήθηκε από τις αρχές ανταγωνισμού της Βρετανίας. Η υπόθεση αφορούσε την άρνηση της Raleigh, μιας εταιρείας παραγωγής ποδηλάτων, να προμηθεύσει ορισμένα μεγάλα καταστήματα προσφορών. Οι αρχές ανταγωνισμού, αφού έλαβαν υπόψη τους όλα τα στοιχεία που είχαν στη διάθεσή τους, υποστήριξαν ότι η τακτική της Raleigh περιόριζε σημαντικά τον ανταγωνισμό στην αγορά ποδηλάτων στη Βρετανία και η άρνηση προμήθειας αφορούσε μόνο μια ορισμένη κατηγορία καταστημάτων. Η Επιτροπή αποφάνθηκε ότι η συμπεριφορά της Raleigh ήταν αντιανταγωνιστική και ότι η πολιτική που ασκούσε έβλαπτε το δημόσιο συμφέρον.

[18] C-468/06 έως 478/06, http://curia.europa.eu/el/actu/communiques/cp08/aff/cp080065el.pdf

Ένας ιδιαίτερα σημαντικός τύπος άρνησης παροχής αποτελεί η άρνηση πρόσβασης σε ουσιώδεις διευκολύνσεις. Μια υποδομή/ διευκόλυνση (facility) ή ένας συντελεστής παραγωγής θεωρείται ουσιώδης αν η πρόσβαση σε αυτήν/ αυτόν είναι απαραίτητη για να λειτουργήσει μια επιχείρηση σε μια αγορά και είναι αδύνατο ή εξαιρετικά δύσκολο να αναδημιουργηθεί λόγω τεχνικών, γεωγραφικών, οικονομικών ή νομικών περιορισμών. Συνήθως ο ιδιοκτήτης μιας ουσιώδους διευκόλυνσης είναι κυρίαρχη επιχείρηση και η άρνηση πρόσβασης στη διευκόλυνση σε άλλες επιχειρήσεις που επιθυμούν να λειτουργήσουν στα υπόλοιπα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας είναι πιθανόν ότι θα αποτελεί καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης.

Παράδειγμα μιας τέτοιας περίπτωσης είναι η υπόθεση κατά της Ελλάδας στον τομέα εξόρυξης λιγνίτη από τη ΔΕΗ[19]. Συγκεκριμένα η Ελληνική Δημοκρατία είχε χορηγήσει τα δικαιώματα για την εξόρυξη λιγνίτη στη Δημόσια Επιχείρηση Ηλεκτρισμού Α.Ε. (ΔΕΗ) και διατηρούσε σε ισχύ προνομιακά δικαιώματα προς όφελος της ΔΕΗ για την εκμετάλλευση λιγνίτη στην Ελλάδα με αποτέλεσμα να δημιουργείται ανισότητα ευκαιριών μεταξύ επιχειρήσεων όσον αφορά την πρόσβαση σε πρωτογενή καύσιμα (δηλ. λιγνίτη) για την παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας και να παρέχεται στη ΔΕΗ η δυνατότητα να διατηρεί ή να ενισχύει τη δεσπόζουσα θέση που κατέχει στην ελληνική αγορά χονδρικής προμήθειας ηλεκτρικής ενέργειας μέσω του αποκλεισμού ή της παρεμπόδισης της εισόδου νέων φορέων στην εν λόγω αγορά.. Η Επιτροπή θεωρεί ότι τα μέτρα που οφείλει να λάβει η Ελληνική Δημοκρατία πρέπει να εξασφαλίζουν στους ανταγωνιστές της ΔΕΗ, αφενός, πρόσβαση σε επαρκείς ποσότητες λιγνίτη στην Ελλάδα και, αφετέρου, τη δυνατότητα παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας με βάση τον λιγνίτη, ώστε να είναι σε θέση να ανταγωνίζονται επί ίσοις όροις την ΔΕΗ στη χονδρική αγορά ηλεκτρικής ενέργειας.

Όσον αφορά τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας (Intellectual Property Rights), η άρνηση παροχής τους δεν συνιστά από μόνη της πρακτική αποκλεισμού. Μόνο σε εξαιρετικές περιπτώσεις η άρνηση παροχής τους θα μπορούσε να θεωρηθεί καταχρηστική, όπως για παράδειγμα όταν η δεσπόζουσα

[19] Υπόθεση COMP/38.700

επιχείρηση αρνείται να παρέχει την άδεια ή την πληροφόρηση και το γεγονός αυτό εμποδίζει την ανάπτυξη των αγορών, για τις οποίες η άδεια/ πληροφόρηση αυτή είναι αναπόσπαστο κομμάτι της εισροής τους. Όμως υπάρχει μια σημαντική προϋπόθεση : η επιχείρηση που ζητάει την άδεια/ πληροφόρηση, δεν το κάνει για να αντιγράψει το αγαθό, αλλά για να παράγει νέα προϊόντα ή υπηρεσίες που δεν παρέχονται από τον ιδιοκτήτη της άδεις και για τα οποία υπάρχει πιθανή ζήτηση[20]. Έτσι τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας δε θα πρέπει να στέκονται εμπόδιο στην καινοτομία και την περαιτέρω ανάπτυξη της τεχνολογίας.

Παράδειγμα μιας τέτοιας πρακτικής είναι και πάλι η υπόθεση της Microsoft [21]. Στη συγκεκριμένη περίπτωση όμως μας ενδιαφέρει η άρνηση της Microsoft να παρέχει ουσιώδεις πληροφορίες στους ανταγωνιστές της που θα τους επέτρεπαν να σχεδιάσουν λειτουργικά συστήματα που θα μπορούσαν να «συνομιλήσουν» με τα ευρύτατα διαδεδομένα προϊόντα Windows για προσωπικούς υπολογιστές. Συγκεκριμένα το 1998 η εταιρεία Sun Microsystems επέβαλε καταγγελία εναντίων της Microsoft για την άρνηση χορήγησης πληροφοριών. Η έρευνα της Επιτροπής έδειξε ότι η Sun δεν ήταν η μόνη εταιρεία στην οποία η Microsoft είχε αρνηθεί τη χορήγηση των πληροφοριών αυτών και ότι η εν λόγω μη αποκάλυψη των πληροφοριών εκ μέρους της Microsoft αποτελούσε μέρος μιας ευρύτερης στρατηγικής που αποσκοπούσε στον αποκλεισμό των άλλων ανταγωνιστών από την αγορά αυτή. Η απόφαση διατάσσει τη Microsoft να γνωστοποιήσει τις πληροφορίες τις οποίες έχει αρνηθεί να παράσχει και να επιτρέψει τη χρήση τους για την ανάπτυξη συμβατών προϊόντων. Η εντολή γνωστοποίησης περιορίζεται στις προδιαγραφές πρωτοκόλλου και στην εξασφάλιση της διαλειτουργικότητας με τα βασικά χαρακτηριστικά ενός τυπικού δικτύου ομάδας εργαζομένων. Δεν αφορά μόνον τη Sun αλλά και κάθε επιχείρηση που έχει συμφέροντα στην ανάπτυξη προϊόντων

[20] European Commission DG Competition, DG Competition Discussion Paper on the Application of Article 82 of the Treaty to Exclusionary Abuses, Brussels, 2005, COMP-Abuse-of-dominance@cec.eu.int

[21] Υπόθεση COMP/C-3/37.792 — Microsoft, είναι η ίδια υπόθεση που αναλύσαμε παραπάνω και αποτελείται από δυο είδους καταχρηστικές πρακτικές, τη σύνδεση προϊόντων, που αναλύσαμε παραπάνω , και την άρνηση παροχής πληροφοριών.

που συνιστούν ανταγωνιστικό περιορισμό για τη Microsoft στην αγορά λειτουργικών συστημάτων διακομιστή ομάδας εργαζομένων[22].

5. Εκπτώσεις πίστης (Loyalty/ Fidelity Discounts/ Rebates)

Οι εκπτώσεις που προσφέρουν στους πελάτες τους οι επιχειρήσεις αποτελούν ένα είδος ανταγωνισμού τιμών και γενικά δεν υπάρχει λόγος να μην ενθαρρύνονται, γιατί είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος κινητοποίησης των διανομέων μιας επιχείρησης. Όταν όμως οι εκπτώσεις προσφέρονται από μια επιχείρηση με σημαντική δύναμη στην αγορά και σε συγκεκριμένους πελάτες, τότε αντιπροσωπεύουν ένα είδος διακριτικής τιμολόγηση και μπορεί να είναι αντιανταγωνιστικές. Μπορούν ακόμα να οδηγήσουν σε τιμές που συνιστούν επιθετική τιμολόγηση ή να οδηγήσουν στον αποκλεισμό μιας αγοράς από δυνητικούς ανταγωνιστές ή γενικότερα να κάνουν πιο δύσκολη την είσοδο στην αγορά.

Τα είδη των εκπτώσεων είναι τα έξης[23] :

- **Εκπτώσεις όγκου** (quantity discounts), όπου η ποσότητα της έκπτωσης αυξάνεται ανάλογα με τον όγκο των πωλήσεων, μάλιστα ο όγκος που ενεργοποιεί την έκπτωση πρέπει να είναι σημαντικό ποσοστό, αν όχι το σύνολο, των αναμενόμενων αναγκών του πελάτη τη συγκεκριμένη περίοδο. Γενικά οι εκπτώσεις όγκου δεν θεωρείται ότι παραβιάζουν το αρθ. 82, όταν όμως έχουν ως στόχο τη δέσμευση των πελατών ή έχουν ως αποτέλεσμα τον αποκλεισμό ή τις διακρίσεις τότε αποκτούν το χαρακτήρα των εκπτώσεων πίστης και θεωρούνται ως δυνάμει καταχρηστικές.
- **Εκπτώσεις πίστης** (Fidelity rebates), που χορηγούνται με βάση την υποχρέωση του πελάτη να προμηθεύεται αποκλειστικά ή σχεδόν αποκλειστική τα προϊόντα του από μια συγκεκριμένη επιχείρηση. Γενικά η πιθανότητα οι εκπτώσεις πίστης να έχουν αρνητικές επιδράσεις στον ανταγωνισμό εξαρτάται από το κατά πόσο και σε ποιο βαθμό οι εκπτώσεις :

[22] Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ της 24ης Μαΐου 2004 σχετικά με διαδικασία βάσει του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ και του άρθρου 54 της συμφωνίας για τον ΕΟΧ κατά της Microsoft Corporation, (Υπόθεση COMP/C-3/37.792 — Microsoft)

[23] Dr Kamann H.G. and Bergmann E., The granting of rebates by market dominant undertakings under article 82 of the EC treaty, European Competition Law Review, Issue 2, 2005

α) Μειώνουν τη διαφάνεια τιμών στην αγορά, β) Μειώνουν την ένταση τους ανταγωνισμού ή αυξάνουν την πιθανότητα να αποκλειστούν δυνητικού ανταγωνιστές, γ) Αυξάνουν την πιθανότητα συμπαιγνίας με αρνητικές επιδράσεις. Μια σημαντική επίδραση των εκπτώσεων πίστης είναι το γεγονός ότι αλλάζουν τις αγοραστικές συνήθειες των πελατών προκαλώντας μια συγκέντρωση των αγορών σε χρόνο και πηγή. Επιπλέον μπορεί να μειώσουν τον αριθμό των ανταγωνιστών, ενώ αυξάνοντας τα εμπόδια εισόδου, μπορούν να μειώσουν τον δυνητικό ανταγωνισμό δίνοντας έτσι τη δυνατότητα στις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις να αυξήσουν τις τιμές τους.

- **Εκπτώσεις στόχου** (Target rebates), που χορηγούνται σε έναν πελάτη, ο οποίος, σε μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο, καταφέρνει να φτάσει στις στοχευμένες πωλήσεις. Οι εκπτώσεις αυτές μπορούν να γίνουν καταχρηστικές εάν συμπεριλαμβάνουν αδικαιολόγητα διακριτικά αποτελέσματα ή ασκούν μεγάλες πιέσεις στους πελάτες να προμηθεύονται αποκλειστικά από τη δεσπόζουσα επιχείρηση. (Υπόθεση British Airways[24])
- **Λειτουργικές εκπτώσεις** (Function rebates), όπου πρόκειται για αρνητική αμοιβή/ αποζημίωση όταν ο πελάτης εκτελέσει διάφορες υπηρεσίες του προμηθευτή, όπως για παράδειγμα η προώθηση των πωλήσεων. Τέτοιου είδους εκπτώσεις γίνονται καταχρηστικές όταν η χορήγησή τους εξαρτάται από την υποκειμενική εκτίμηση της δεσπόζουσας επιχείρησης για το αν ο πελάτης έχει εκπληρώσει τα κριτήρια της έκπτωσης. (Υπόθεση Michelin)
- **Ειδικές εκπτώσεις** (Special rebates), οι οποίες χορηγούνται σε συγκεκριμένους, επιλεγμένους πελάτες ή σε συγκεκριμένες περιπτώσεις . Όταν οι εκπτώσεις αυτές βασίζονται σε αντικειμενικούς λόγους και προϋποθέσεις και το ποσοστό της έκπτωσης καθορίζεται αντικειμενικά, τότε επιτρέπονται, αλλιώς θεωρούνται καταχρηστικές, όπως για παράδειγμα εκπτώσεις που χορηγούνται σε πελάτες που βρίσκονται στα σύνορα, για να εμποδιστεί η παράλληλη εισαγωγή από τους γειτονικούς ανταγωνιστές.
- **Εκπτώσεις δέσμευσης** (Tying rebates). Τέτοιου είδους εκπτώσεις βασίζονται στην αγορά μιας ομάδας προϊόντων όπου η επιχείρηση έχει

[24] CFI, judgement of December 17, 1983, Case T-219/99, British Airways v Commission

δεσπόζουσα θέση σε ένα ή μερικά από τα προϊόντα (της ομάδας) αλλά όχι σε όλα. Παράβαση του αρθ. 82 θα υπάρξει αν η δέσμευση δεν δικαιολογείται αντικειμενικά και αν τα προϊόντα της ομάδας μπορούν να πωληθούν ξεχωριστά.

Οι εκπτώσεις διακρίνονται σε εκπτώσεις χωρίς προϋποθέσεις και σε εκπτώσεις με προϋποθέσεις. Οι εκπτώσεις χωρίς προϋποθέσεις χορηγούνται σε συγκεκριμένους πελάτες/ διανομείς για κάθε αγορά τους και ανεξάρτητα από την αγοραστική τους συμπεριφορά.. Για παράδειγμα τέτοιες εκπτώσεις χορηγούνται σε πελάτες που βρίσκονται κοντά στα σύνορα της περιφέρειας και γι'αυτό μπορεί να στραφούν στους ανταγωνιστές του προμηθευτή τους και γι'αυτό τέτοιου είδους εκπτώσεις μπορεί αν θεωρηθεί ότι έχουν ως αποτέλεσμα τον αποκλεισμό των δυνητικών ανταγωνιστών από τη σχετική αγορά.

Οι εκπτώσεις υπό προϋποθέσεις[25] είναι εκπτώσεις που χορηγούνται σε πελάτες/ διανομείς ως επιβράβευση μιας συγκεκριμένης αγοραστικής συμπεριφοράς. Συνήθως πρόκειται για χορήγηση έκπτωσης σε πελάτη εάν οι αγορές τους στη διάρκεια μιας καθορισμένης περιόδου αναφοράς υπερβαίνουν ένα ορισμένο όριο, οπότε η έκπτωση χορηγείται είτε για το σύνολο των αγορών (αναδρομική έκπτωση) ή μόνο για εκείνες που υπερβαίνουν το προβλεπόμενο όριο (επαυξητικές εκπτώσεις). Γενικότερα οι αναδρομικές εκπτώσεις μπορεί να προκαλέσουν σημαντικό αποκλεισμό της αγοράς, δεδομένου ότι μπορεί να καθιστούν λιγότερο ελκυστικό για τους πελάτες να αλλάζουν προμηθευτή για μικρό μέρος της ζήτησης, εάν αυτό θα οδηγούσε σε απώλεια αναδρομικών εκπτώσεων .

Η Επιτροπή συνήθως ερευνά το κατά πόσο το σύστημα των εκπτώσεων είναι σε θέση να εμποδίζει την επέκταση ή την είσοδο εξίσου αποτελεσματικών ανταγωνιστών καθιστώντας γι' αυτούς δυσχερέστερη την ικανοποίηση μέρους της ζήτησης μεμονωμένων πελατών. Επιπλέον εκτιμά ποια τιμή θα έπρεπε να προσφέρει ένας ανταγωνιστής για να αποζημιώσει τον πελάτη για την απώλεια της υπό προϋποθέσεις έκπτωσης εάν ο πελάτης αυτός άλλαζε προμηθευτή για μέρος της ζήτησης του και δεν έκανε χρήσης της επιχείρησης που κατέχει

[25] European Commission DG Competition, DG Competition Discussion Paper on the Application of Article 82 of the Treaty to Exclusionary Abuses, Brussels, 2005, COMP-Abuse-of-dominance@cec.eu.int

δεσπόζουσα θέση. Η πραγματική τιμή την οποία θα πρέπει να συναγωνιστεί η άλλη επιχείρηση δεν είναι η μέση τιμή της επιχείρησης που κατέχει δεσπόζουσα θέση, αλλά η κανονική τιμή τιμοκαταλόγου μείον την έκπτωση που χάνει εάν ο πελάτης αλλάξει προμηθευτή υπολογιζόμενη επί του σχετικού φάσματος πωλήσεων και για τη σχετική χρονική περίοδο.

Όταν η πραγματική τιμή είναι χαμηλότερη του Μέσου Αποφεύξιμου Κόστους (ΜΑΚ), τότε κατά γενικό κανόνα, το καθεστώς εκπτώσεων είναι δυνατόν να αποκλείσει από την αγορά ακόμα και εξίσου αποτελεσματικούς ανταγωνιστές. Όταν η πραγματική τιμή κυμαίνεται μεταξύ του Μέσου Αποφεύξιμου Κόστους (ΜΑΚ) και του Μέσου Μακροπρόθεσμου Επαυξητικού Κόστους (ΜΜΕΚ) , η Επιτροπή εξετάζει εάν και άλλοι παράγοντες οδηγούν στο συμπέρασμα ότι η πραγματική τιμή ενδέχεται να επηρεάσει την είσοδο ή την επέκταση ακόμα και εξίσου αποτελεσματικών ανταγωνιστών. Τότε η Επιτροπή εξετάζει εάν και σε ποιό βαθμό οι ανταγωνιστές διαθέτουν ρεαλιστικές και αποτελεσματικές στρατηγικές αντεπίθεσης. Αν κάτι τέτοιο δεν ισχύει τότε η Επιτροπή κρίνει ότι το καθεστώς εκπτώσεων μπορεί να αποκλείσει από την αγορά εξίσου αποτελεσματικούς ανταγωνιστές[26].

Επίσης θεωρείται σημαντικό να εξεταστεί εάν το καθεστώς εκπτώσεων εφαρμόζεται με εξατομικευμένο ή τυποποιημένο κατώτατο όριο. Ένα εξατομικευμένο κατώτατο όριο, δηλαδή ένα όριο που βασίζεται σε ποσοστό των συνολικών απαιτήσεων του πελάτη ή σε ένα εξατομικευμένο επιδιωκόμενο όγκο, επιτρέπεται στη δεσπόζουσα επιχείρηση να θέσει το όριο σε επίπεδο που θα δυσκόλευε του πελάτες να αλλάξουν προμηθευτές, ισχυροποιώντας στο έπακρο τους δεσμούς μαζί τους. Αντίθετα ένα τυποποιημένο κατώτατο όριο όγκου, όταν το όριο είναι το ίδιο για όλους ή για ομάδα πελατών, ενδέχεται να είναι υπερβολικά υψηλό για ορισμένους μικρότερους πελάτες ή και υπερβολικά χαμηλό για μεγαλύτερους πελάτες, με αποτέλεσμα να μην επηρεάζει τους δεσμούς μαζί τους. Εάν όμως μπορεί να αποδειχθεί ότι ένα τυποποιημένο όριο όγκου ισοδυναμεί περίπου με τις απαιτήσεις σημαντικής μερίδας πελατών, τότε

[26] Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, Ανακοίνωση της Επιτροπής, Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις, Βρυξέλλες , 2009

η Επιτροπή πιθανόν να κρίνει ότι ένα τέτοιο τυποποιημένο σύστημα εκπτώσεων ενδέχεται να προκαλεί αντιανταγωνιστικό αποκλεισμό.

Η υπόθεση της Michelin[27] αποτελεί παράδειγμα καταχρηστικής χορήγησης ποσοτικών εκπτώσεων στους πελάτες της. Η έκπτωση υπολογιζόταν με βάση ολόκληρο τον κύκλο εργασιών του πελάτη σε σχέση με τη Michelin. Το Δικαστήριο (ΔΕΚ) έκρινε ότι τα bonus που χορηγούσε η Michelin στους πελάτες της ήταν άδικα και οικονομικά μη δικαιολογημένα εξαιτίας της υποκειμενικότητας του καθορισμού των κριτηρίων για την παροχή bonus. Οι πελάτες δεν θα μπορούσαν να προβλέψουν το μέγεθος των εκπτώσεων και γι'αυτό ήταν γίνονταν υποκείμενοι στις πιέσεις της Michelin. Μάλιστα οι εκπτώσεις γίνονταν στην αγορά της Γαλλίας όπου η Michelin κατείχε δεσπόζουσα θέση. Το φαινόμενο του αποκλεισμού ήταν ιδιαίτερα αισθητό σε σχέση με τους ανταγωνιστές χάρη στα μερίδια αγοράς που διέθετε η Michelin, που μπορούσε κατά κάποιον τρόπο να αποσβέσει το κόστος των εν λόγω εκπτώσεων, ενώ οι ανταγωνιστές της δεν μπορούσαν να πράξουν το ίδιο και κατά συνέπεια έπρεπε να αποδεχθούν χαμηλότερο επίπεδο απόδοσης ή να παραιτηθούν από την ανάκτηση του απολεσθέντος όγκου συναλλαγών. Έτσι σύμφωνα με την Επιτροπή και ο Δικαστήριο η συμπεριφορά της Michelin συνιστούσε σοβαρή κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης που αποσκοπούσε στο να εκδιώξει ή τουλάχιστον να περιορίσει την ανάπτυξη των ανταγωνιστών της Michelin στις γαλλικές αγορές αναγομωμένων και καινούργιων ελαστικών αντικατάστασης για φορτηγά και λεωφορεία και γι'αυτό της επιβλήθηκε πρόστιμο σχεδόν 20 εκατ. ευρώ[28].

[27] Υπόθεση COMP/E-2/36.041/PO — MICHELIN

[28] Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ της 20ης Ιουνίου 2001 σχετικά με τη διαδικασία εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ, (Υπόθεση COMP/E-2/36.041/PO — MICHELIN)

6) Επιθετική Συμπεριφορά/ Τιμολόγηση (Predatory Pricing/ Behaviour)

Επιθετική συμπεριφορά (Predatory Behaviour) θεωρείται οποιαδήποτε ενέργεια ή πρακτική εκ μέρους μιας επιχείρησης που έχει σκοπό να προκαλέσει την έξοδο ανταγωνιστών της από την αγορά. Η επιθετική τιμολόγηση είναι μια στρατηγική κατά την οποία μια επιχείρηση υπόκειται σκοπίμως βραχυχρόνιες ζημιές σε μια αγορά, τιμολογώντας κάτω του κόστους, έτσι ώστε να προκαλέσει την έξοδο των ανταγωνιστών της από την αγορά ή τον αποκλεισμό νέων ανταγωνιστών σε αυτήν ή σε άλλες αγορές στις οποίες δραστηριοποιείται, και να έχει τη δυνατότητα να χρεώνει πολύ υψηλές τιμές μελλοντικά. Γιατί αν οι ανταγωνιστές της δεν είναι σε θέση να ακολουθήσουν την ίδια πολιτική τιμών, μοιραία θα αποσυρθούν από τη σχετική αγορά. Αν η στρατηγική πετύχει, οι καταναλωτές ενδέχεται να ωφεληθούν βραχυχρόνια από τις χαμηλές τιμές αλλά μακροπρόθεσμα η μείωση του ανταγωνισμού θα οδηγήσει σε υψηλότερες τιμές ίσως χαμηλότερη ποιότητα και λιγότερες δυνατότητες επιλογής.

Στην πράξη είναι συνήθως δύσκολο να διακριθεί η επιθετική τιμολόγηση από τον κανονικό ανταγωνισμό των τιμών. Γιατί η τιμολόγηση δεν είναι απαραίτητα επιθετική μόνο επειδή η επιχείρηση χαμηλώνει τις τιμές των προϊόντων της. Η ουσία της επιθετικής τιμολόγηση έγκειται στο γεγονός ότι η επιχείρηση προτίθεται να κάνει κάποιες θυσίες βραχυχρόνια όταν ξέρει ότι αυτό μπορεί να πιέσει τους αντίπαλους της να αποσυρθούν και ότι σύντομα οι θυσίες της θα αναπληρωθούν , με την επιβολή υψηλότερων τιμών στα προϊόντα. Τέτοιου είδους στρατηγική μπορεί να είναι αποδοτική και επικερδής μόνο όταν η επιχείρηση έχει ήδη μια ισχυρή θέση στην αγορά.

Για να θεωρηθεί η επιθετική τιμολόγηση καταχρηστική , σύμφωνα με το αρθρο82, θα πρέπει ο αποκλεισμός να είναι αποφασιστικής σημασίας στην προστασία και ενδυνάμωση της δεσπόζουσας θέσης της επιχείρησης και συνεπώς να επιτρέψει, στη συνέχεια, την επιστροφή της επιχείρησης σε υψηλότερες τιμές ούτως ώστε να ανακτήσει την «επένδυση». Όμως σε μια αγορά με λίγους αλλά δυνατούς ανταγωνιστές μια τέτοια καταχρηστική πρακτική είναι λίγο δύσκολο να πετύχει. Η επιθετική τιμολόγηση είναι μια επικίνδυνη στρατηγική

επειδή οι απώλειες μπορεί να μην ανακτηθούν , αν η επιχείρηση δεν υπολογίσει σωστά τα δεδομένα της αγοράς. Άλλο ένα ρίσκο αποτελεί το γεγονός ότι, όταν η επιχείρηση πουλήσει το προϊόν της σε χαμηλή τιμή, με στόχο τον αποκλεισμό των αντιπάλων, τα προϊόντα της μπορεί να μείνουν στην αγορά δημιουργώντας συμμετοχές χαμηλού κόστους[29].

Η Επιτροπή κρίνει μια συμπεριφορά ως επιθετική εάν η δεσπόζουσα επιχείρηση, χρεώνοντας χαμηλότερη τιμή για το σύνολο ή συγκεκριμένο τμήμα της παραγωγής της στο σχετικό χρονικό διάστημα, υπέστη ή υφίσταται ζημιές που θα μπορούσε να αποφύγει. Η Επιτροπή λαμβάνει υπόψη της το Μέσο Αποφεύξιμο Κόστος (ΜΑΚ) ως το κατάλληλο σημείο αφετηρίας για να εκτιμήσει εάν η δεσπόζουσα επιχείρηση υφίσταται ή έχει υποστεί ζημιές που μπορούσε να αποφύγει. Εάν μια δεσπόζουσα επιχείρηση χρεώνει τιμή χαμηλότερη του ΜΑΚ για το σύνολο ή μέρος της παραγωγής της, δεν καλύπτει τα έξοδα που θα μπορούσαν να αποφευχθούν εάν δεν παρήγαγε τα συγκεκριμένα προϊόντα, αυτό σημαίνει ότι η εταιρεία υφίσταται ζημιά που θα μπορούσε να αποφευχθεί. Συνεπώς στις περισσότερες περιπτώσεις η Επιτροπή θεωρεί τον καθορισμό τιμών κάτω του ΜΑΚ ως σαφή ένδειξη επιθετικής τιμολόγησης[30].

Για να διαπιστώσει την ύπαρξη στρατηγικής εξόντωσης η Επιτροπή ενδέχεται επίσης να εξετάσει εάν η εικαζόμενη συμπεριφορά εξόντωσης απέφερε βραχυπρόθεσμα καθαρά έσοδα χαμηλότερα από αυτά που θα αναμένονταν εάν η δεσπόζουσα επιχείρηση ακολουθούσε μια φυσιολογική εναλλακτική συμπεριφορά. Η Επιτροπή μπορεί να βασιστεί σε άμεσα αποδεικτικά στοιχεία που συνίστανται σε έγγραφα από τη δεσπόζουσα επιχείρηση, τα οποία δείχνουν σαφώς την ύπαρξη στρατηγικής εξόντωσης, όπως για παράδειγμα ένα λεπτομερές σχέδιο θυσιών για τον αποκλεισμό ανταγωνιστή, την αποτροπή εισόδου στην αγορά ή την πρόληψη της εμφάνισης νέας αγοράς κ.α.

Όπου όμως δεν υπάρχουν άμεσα στοιχεία επιθετικής τιμολόγηση η Επιτροπή θα πρέπει να βασιστεί σε έμμεσα στοιχεία, όπως το αν υπάρχει πραγματικός ή πιθανός αποκλεισμός, τη διαβάθμιση, τη διάρκεια και τη

[29] European Commission DG Competition, DG Competition Discussion Paper on the Application of Article 82 of the Treaty to Exclusionary Abuses, Brussels, 2005, COMP-Abuse-of-dominance@cec.eu.int

[30] Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, Ανακοίνωση της Επιτροπής, Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις, Βρυξέλλες , 2009

συνέχεια της χαμηλής τιμολόγησης, αν υπάρχει συγκεκριμένη κατηγορία στοχευμένων πελατών, αν η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να ανακτήσει τη θυσία της με κέρδη που θα βγάλει αργότερα, αν η επιθετική πρακτική σε μια αγορά μπορεί να δημιουργήσει την ίδια φήμη και στις άλλες αγορές[31] κ.α.

Στην υπόθεση Azko Chemie BV[32], η Επιτροπή υποστήριξε ότι η Azko είχε προβεί σε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης της στην αγορά οργανικού υπεροξειδίου με το να τιμολογεί επιθετικά έχοντας σαν στόχο να προκαλέσει την έξοδο από την αγορά ενός ανταγωνιστή της. Το δικαστήριο επιβεβαίωσε ότι οι πολιτικές τιμολόγησης των επιχειρήσεων με δεσπόζουσα θέση θα μπορούσαν να υπαχθούν στο αρθ.82 και πρότεινε δύο τεστ προκειμένου να θεωρούνται οι τιμές επιθετικές: α) θεώρησε τις τιμές κάτω του μέσου μεταβλητού κόστους ως επιθετικές, καθώς μια επιχείρηση δεν έχει κανένα συμφέρον να θέσει τέτοιες τιμές πέραν του να προκαλέσει την έξοδο από την αγορά των ανταγωνιστών της και β) ότι οι τιμές κάτω από το μέσο συνολικό κόστος αλλά πάνω από το μέσο μεταβλητό κόστος πρέπει να θεωρούνται ως καταχρηστικές εάν καθορίζονται με στόχο να προκαλέσουν την έξοδο ενός ανταγωνιστή από την αγορά.

Μία πιο πρόσφατη υπόθεση είναι αυτή της Επιτροπής κατά της Wanadoo[33] Interactive, η οποία, σύμφωνα με την Επιτροπή, καταχράστηκε την δεσπόζουσα θέση της (72% επικουρική της France Telecom) ασκώντας επιθετική τιμολόγηση στην αγορά υπηρεσιών πρόσβασης στο Ιντερνετ μέσω ADSL . Η Επιτροπή ανακάλυψε ότι μέχρι το 2002 οι λιανικές τιμές που χρέωνε η Wanadoo ήταν κάτω του κόστους. Η πρακτική αυτή περιόριζε την είσοδο και την ανάπτυξη πιθανών ανταγωνιστών στην αγορά της κοινωνίας της πληροφόρησης. Με βάση τη σοβαρότητα της κατάχρησης και την περίοδο στην οποία έλαβε μέρος (1999-2002) η Επιτροπή της επέβαλε πρόστιμο 10,35 εκατ. ευρώ.

[31] European Commission DG Competition, DG Competition Discussion Paper on the Application of Article 82 of the Treaty to Exclusionary Abuses, Brussels, 2005, COMP-Abuse-of-dominance@cec.eu.int

[32] Case IV/ 30.698 Engineering and Chemical Sypplies (Epson and Gloucester) Ldt v. Akzo Chemie UK Ltd, 1982

[33] Case COMP/38.233 Wanadoo Interactive

Δ. Συμπεράσματα

Με την εξέλιξη των ευρωπαϊκών κοινοτήτων, με τη δημιουργία της ενιαίας αγοράς και της νομισματικής και οικονομικής ένωσης και με όλες τις αλλαγές που έχουν συντελεστεί στον πολιτικό και πολιτισμικό της τομέα, η Ε.Ε. έχει φτάσει στο σημείο που είναι σήμερα. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει αποτελέσει ένα από τα πιο σημαντικά όργανα για να διαφυλαχθούν όλα αυτά τα κεκτημένα και για να μπορέσει η Ένωση να συνεχίσει να εξελίσσεται. Ένα από τα δομικά στοιχεία της Ένωσης είναι φυσικά η οικονομία, η ανάπτυξή της και η ευημερία των πολιτών είναι οι κύριοι στόχοι της Ένωσης. Για να επιτευχθούν όμως αυτοί οι στόχοι είναι αναγκαία η ύπαρξη των επιχειρήσεων στις οποίες βασίζεται όλα η οικονομία. Η Επιτροπή με τη σειρά της είναι αυτή που διαφυλάσσει τη σωστή λειτουργία της οικονομίας, αυτή που θέτει τους όρους και φροντίζει αυτοί οι όροι να τηρούνται.

Με το πέρασμα των χρόνων οι κανόνες του ανταγωνισμού άλλαξαν και η Επιτροπή προσαρμόστηκε στις αλλαγές αυτές. Η αποκεντρωμένη σύνθεση της Επιτροπής, με τη λειτουργία των εθνικών αρχών ανταγωνισμού, συμβάλει στον ταχύτερο εντοπισμό των παραβάσεων και την αντιμετώπισή τους σύμφωνα πάντα με τους κανονισμούς της Ένωσης. Έτσι η Επιτροπή απέκτησε τη δύναμη να αντιμετωπίζει αποτελεσματικά επιχειρήσεις με παγκόσμια ισχύ, που εκμεταλλευόμενες τη δύναμή τους , απέκλειαν τους ανταγωνιστές τους από την κοινή αγορά και εκμεταλλεύονταν τα πλεονεκτήματα που τους προσέδιδε η σχεδόν μονοπωλιακή τους θέση, με επιπτώσεις τόσο στις τιμές των προϊόντων όσο και στην ποικιλία τους.

Εξετάζοντας όλες αυτές τις υποθέσεις κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης, αυτό που παρατηρείται κυρίως είναι η ύπαρξη πολλών εμποδίων στη νομοθεσία των κρατών-μελών, η έλλειψη διαφανούς, νομιμοποιημένης βάσης προσαρμοσμένης στους ευρωπαϊκούς κανόνες ανταγωνισμού, η έλλειψη των εξειδικευμένων στον ανταγωνισμό δικαστηρίων, εκτενείς διαδικασίες, αβεβαιότητες στον υπολογισμό των επιπτώσεων. Όλα αυτά αποτελούν προβλήματα που πρέπει να επιλυθούν όχι μόνο σε επίπεδο κράτους-μέλους αλλά και σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Είναι πολλά αυτά που έχουν ήδη αλλάξει για να προσαρμοστεί η κοινότητα στα νέα οικονομικά δεδομένα αλλά υπάρχουν πολλά που ακόμα πρέπει να γίνουν. Η οικονομική κρίση έχει αλλάξει τα δεδομένα στα κράτη-μέλη της Ε.Ε. Οι μικρές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν δυσκολίες βιωσιμότητας και οι μεγάλες εκμεταλλεύονται το γεγονός αυτό για να αποκτήσουν ακόμα μεγαλύτερη ισχύ στην κοινότητα. Είναι λοιπόν επιτακτική η ανάγκη να προσαρμοστεί τόσο η νομοθεσία της Ε.Ε. όσο και τα όργανά της στις σημερινές ανάγκες των πολιτών και των επιχειρήσεων της Ε.Ε.

Ε. Βιβλιογραφία

Ελληνική

- Ηλιόπουλος Κ.Π., Η εφαρμογή του ευρωπαϊκού δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού στην Ελλάδα (1981 -2005), εκδ. Σάκκουλα, 2006
- Καρύδης Γ.Σ., Ευρωπαϊκό Δίκαιο Επιχειρήσεων και ανταγωνισμού, Σάκκουλας, 2001
- Καρύδης Γ., Ζευγώλης Ν. Μ., Η Άρνηση Συναλλαγής στη Διελκυστίνδα ανάμεσα στην Ελευθερία των Συμβάσεων και τον Ελεύθερο Ανταγωνισμό υπό το Πρίσμα του Άρθρου 82 ΣυνθΕΚ: Δικαίωμα ή Παράβαση από Πλευράς Κανόνων Ανταγωνισμού, Ελληνική Επιθεώρηση Ευρωπαϊκού Δικαίου, Τόμος 27, Τεύχος 3, 2007
- Κουτσούκης Δ.Β., Η εφαρμογή των αρ. 81 και 82 Συνθ.ΕΚ από την Επιτροπή, τις εθνικές Αρχές Ανταγωνισμού και τα δικαστήρια, 2005
- Τζουγανάτος Δ.Ν., Οι συμφωνίες αποκλειστικής και επιλεκτικής διανομής στο δίκαιο του ανταγωνισμού (ελεύθερου και αθέμιτου), Νομική Βιβλιοθήκη, 2001
- Πλάτωνας Τσούλος , Για κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης εγκαλείται η Nestle, 2008 http://www.greekretail.gr/articles/2205/index.html
- Έκθεση της Επιτροπής , Έκθεση επί της πολιτικής Ανταγωνισμού 2008, Βρυξέλλες , 2009
- Εφαρμογή των άρθρων 81 και 82 της συνθήκης ΕΚ http://europa.eu/legislation_summaries/competition/firms/l26092_el.htm
- Επιτροπή Ανταγωνισμού, Αρμοδιότητες και Λειτουργία της Επιτροπής Ανταγωνισμού, http://www.epant.gr/content.php?Lang=gr&id=16
- Επιτροπή Ανταγωνισμού, Έκδοση Απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού σχετικά με την αυτεπάγγελτη έρευνα της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού για τη διερεύνηση τυχόν παραβάσεων των άρθρων 1 και 2 του ν. 703/77, όπως ισχύει και 81 και 82 ΣΕΚ από την εταιρεία «NESTLE ΕΛΛΑΣ ΑΕ»,
- Επιτροπή Ανταγωνισμού Ανεξάρτητη Διοικητική Αρχή, Αρμοδιότητες και Λειτουργία της Επιτροπής Ανταγωνισμού, 2006
- Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, Ανακοίνωση της Επιτροπής, Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις, Βρυξέλλες , 2009

- Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ της 24ης Μαΐου 2004 σχετικά με διαδικασία βάσει του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ και του άρθρου 54 της συμφωνίας για τον ΕΟΧ κατά της Microsoft Corporation, 2007
- Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ της 20ης Ιουνίου 2001 σχετικά με τη διαδικασία εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ, (Υπόθεση COMP/E-2/36.041/PO — MICHELIN

Ξενόγλωσση

- CFI, judgement of December 17, 1983, Case T-219/99, British Airways v Commission
- European Commission DG Competition, DG Competition Discussion Paper on the Application of Article 82 of the Treaty to Exclusionary Abuses, Brussels, 2005, COMP-Abuse-of-dominance@cec.eu.int
- Giuilio F., When are Rebates Exclusionary?, European Competition Law Review, Issue 9, 2005
- Gual J and others, An Economic Approach to Article 82, Report by EAGCP, 2005
- Jallest J.T., EU Competition Policy: Some Real Case Applications,, 2007
- Kallaygher j. and Sher B., Rebates Revisited: Anti-competitive Effects and Exclusionary Abuse Under Article 82, European Competition Law Review, Issue 5, 2004
- Kallaugher J. and Weitbrecht A., Developments under articles 81 and 82- the Year 2005 in Review, European Competition Law Review, Issue 3, 2006
- Dr Kamann H.G. and Bergmann E., The granting of rebates by market dominant undertakings under article 82 of the EC treaty, European Competition Law Review, Issue 2, 2005
- MEMO/09/147 Brussels, 2nd April 2009, Antitrust: Commission Welcomes Judgement of the Court of Justice in French Broadband Case
- Moura e Silva M., Predatory Pricing under Article 82 and the Recoupment Test : Do not go gentle into that good night, European Competition Law Review, Issue 2, 2009
- Niels G. and Jenkins H., Reform of article 82: Where the Link Between Dominance and Effects Breaks Down European Competition Law Review, Issue 11, 2005

- Office of Fair Trading, Abuse of Dominant Position- Understanding Competition Law, 2004
- Wind E., Remedies and Sanctions in Article 82 of the EC Treaty, European Competition Law Review, Issue 12, 2005

