

Γ. Πελεκάνος, Οι τιμές των προϊόντων και το δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού, Μελετήματα Sakkoulas Online, 2023

Sakkoulas-Online.gr - Εκτύπωση σελίδων 1-8 για προσωπική χρήση του συνδρομητή ΣΟΥΖΑΝΑ ΚΑΤΣΙΩΝΗ

0 Οι τιμές των προϊόντων και το δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού

Γρηγόρης Μ. Πελεκάνος

Δικηγόρος

Η Πρόεδρος της ΕΚΤ κ. Christine Lagarde τόνισε ότι η εμμονή του δείκτη τιμών καταναλωτή και του δομικού πληθωρισμού¹ σε υψηλά επίπεδα μάλλον οφείλεται στο «greedflation», δηλαδή στη διατήρηση ή αύξηση των περιθωρίων κέρδους των επιχειρήσεων (πληθωρισμός κερδών ή suppliers' inflation), ειδικά καθώς η ζήτηση ξεπέρασε την προσφορά². Παρόμοια επισήμανση έγινε και από το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο³.

Ταυτόχρονα, σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία της EUROSTAT, ο πληθωρισμός αποκλιμακώθηκε στη ΕΕ από 6,1% τον Μάιο σε 5,5% τον Ιούνιο με τον δομικό πληθωρισμό να παραμένει ψηλά στο 5,4%⁴. Οι τιμές καταναλωτή όχι μόνο εξακολουθούν να απέχουν από τον στόχο του 2%, αλλά και η ίδια η ΕΚΤ δεν αναμένει πλέον ότι μπορεί να τον μειώσει σε αυτό το επίπεδο πριν από το 2026.

Σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ για τον Ιούνιο 2023, συγκριτικά με τον Ιούνιο 2022, ο γενικός δείκτης τιμών καταναλωτή αυξήθηκε στο 1,8% (λόγω μειώσεων σε φυσικό αέριο, ηλεκτρισμό, καύσιμα και πετρέλαιο), αλλά οι τιμές των ειδών διατροφής, αλκοολούχων ποτών και καπνού και των διαρκών αγαθών – ειδών νοικοκυριού αυξήθηκαν κατά 12,2%, 3,4% και 7,6% αντίστοιχα⁵.

Υπό τα δεδομένα αυτά, τίθεται εύλογα το θέμα αν συντρέχει πληθωρισμός κερδών ή suppliers' inflation και πώς θα επέλθει μείωση του γενικού δείκτη μέσω μείωσης των περιθωρίων κέρδους των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου στα βασικά είδη νοικοκυριού και διατροφής.

1 Η λιανική αγορά στην Ελλάδα μπορεί να χαρακτηριστεί ολιγοπωλιακή. Τέσσερις μεγάλες αλυσίδες super market διακινούν το 82% του τζίρου που αφορά τα νοικοκυριά.

Ο μεγαλύτερος όμιλος έχει ετήσιες πωλήσεις 3,99 δισ. ευρώ πέρυσι, αυξημένες κατά 5,1% έναντι του 2020.

Η δεύτερη μεγαλύτερη αλυσίδα έχει πωλήσεις 1,97 δισ. ευρώ, μειωμένες κατά 2,7% συγκριτικά με το 2020.

Στην τρίτη θέση βρίσκεται αλυσίδα που πραγματοποίησε ετήσιο τζίρο 1,37 δισ. ευρώ, επιτυγχάνοντας αύξηση 2,7%.

Την τέταρτη θέση ακτέχει αλυσίδα που εμφάνισε οριακή αύξηση πωλήσεων (+0,11%) στα 883,47 εκατ. ευρώ.

Συνολικά σε τζίρο 10,1 δισ. ευρώ οι τέσσερις αλυσίδες έκαναν τα 8,2 δισ. ευρώ⁶.

Η Κυβέρνηση από την αρχή της κρίσης Covid επέβαλε πάγωμα των περιθωρίων κέρδους στο επίπεδο προηγούμενων χρονικών σημείων αναφοράς⁷. Εν συνεχεία, με την ενεργειακή κρίση του 2022 επέβαλε το «καλάθι του νοικοκυριού»⁸. Και τα δύο μέτρα στρεβλώνουν τον ανταγωνισμό. Θεωρητικά, εφόσον υπάρχουν ανοικτές αγορές και ανταγωνισμός οι τιμές πρέπει να μειώνονται ή τουλάχιστον να είναι αντίστοιχες της εικαζόμενης «αξίας/χρησιμότητας» των προϊόντων και υπηρεσιών από τους καταναλωτές τους. Το καλάθι του νοικοκυριού, συνετέλεσε να αυξηθούν οι πωλήσεις των private labels (που ήδη ήταν φθηνά, αλλά χαμηλότερης ποιότητας bulk προϊόντα), στρεβλώθηκαν μερίδια αγοράς, πιάστηκαν περιθώρια των παραγωγών που αναγκάστηκαν να δώσουν «γη και ύδωρ» στα super market για χώρο και καλό ράφι και προωθητικές ενέργειες⁹. Στην ίδια κατεύθυνση είναι και οι προτεινόμενες μειώσεις συντελεστών ΦΠΑ¹⁰. Καμία από αυτές τις προτάσεις δεν αντιμετωπίζει το θέμα ως δομικό πρόβλημα.

Παρόλα τα μέτρα:

Οι δέκα μεγαλύτεροι όμιλοι και εταιρείες super market εμφάνισαν στην τελευταία χρήση συνολικά καθαρά κέρδη 195,65 εκατ. ευρώ, αυξημένα κατά 16,9% σε ετήσια βάση.

- 2 Το καθαρό περιθώριο κέρδους τους ήταν 1,99% επί των πωλήσεων, από 1,75% το 2020 και μόλις 0,72% το 2019. Το αντίστοιχο περιθώριο στον κλάδο συνολικά ήταν 2,20% το 2021, έναντι 1,92% το 2020¹¹.

Η κλασική οικονομική επιστήμη σε συνθήκες ολιγοπωλίου και ανελαστικής ζήτησης αναγνωρίζει ότι η πίεση στις τιμές μόνο ανοδική θα είναι¹². Καμία ολιγοπωλιακή επιχείρηση δεν θέλει «to rock the boat», καθώς ένας πόλεμος τιμών είναι καταστροφικός για όλους. Ταυτόχρονα, πολλοί παραγωγικοί κλάδοι και υπηρεσίες έχουν ολιγοπωλιακή διάρθρωση, οπότε και οι προμηθευτές όταν είναι ισχυροί δεν επιθυμούν τον πόλεμο τιμών ούτε μεταξύ τους ούτε με τα super market. Η λύση είναι, κατά την οικονομική επιστήμη, η διεύρυνση των ανταγωνιζομένων.

Εφόσον ευσταθεί η πραγματολογική ανάλυση του λιανικού εμπορίου που εκτέθηκε, από την πλευρά του ισχύοντος δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού η ΕΠΑΝΤ έχει περιορισμένη δυνατότητα παρέμβασης. Είτε θα ελεγχθούν οι επιχειρήσεις για οριζόντιες¹³ (κυρίως) ή κάθετες¹⁴ συμφωνίες περιορισμού του ανταγωνισμού (διμερή ή πολυμερή καρτέλ¹⁵), είτε για (μονομερή) κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης¹⁶. Μετά τη γνωστή υπόθεση καρτέλ όπου καταδικάστηκαν supermarket και ο ΣΕΣΜΕ (συναντήσεις Sofitel)¹⁷ υποθέτουμε ότι τα super market αποφεύγουν την οριζόντια συμφωνία και τις εναρμονισμένες πρακτικές και δεν έχει προκύψει θέμα αντι-ανταγωνιστικής σύμπραξης. Ταυτόχρονα, καμία αλυσίδα super market δεν κατέχει δεσπόζουσα θέση, που γενικά προϋποθέτει μερίδιο 45%-50%¹⁸ και απόσταση από τον δεύτερο και τρίτο ανταγωνιστή¹⁹, ώστε να υπάρχει εξουσία πάνω στην τιμή για σημαντικό χρονικό διάστημα (power over price for a medium to long term). Οι πρόσφατες τροποποιήσεις του νόμου 3959/2011 για τον ελεύθερο ανταγωνισμό, δηλαδή η απαγόρευση price signaling και προσκλήσεων προς κατάρτιση αντι-ανταγωνιστικών συμφωνιών που κινούνται στο μεταίχμιο της διμερούς και

3 μονομερούς συμπεριφοράς, πάλι λίγη επιρροή έχουν στο συγκεκριμένο. Το πρόβλημα

λοιπόν παρουσιάζεται ως «δομικό» και αφορά όλους τους κλάδους όπου υπάρχουν υψηλά επίπεδα συγκέντρωσης.

Τι μπορεί να γίνει;

Επανελημμένα η ΕπΑντ έχει «κατηγορηθεί» ότι δεν έχει παρεμβεί ώστε να μειωθούν οι τιμές. Όμως όπως σε συντομία ήδη αναφέρθηκε, το ισχύον νομικό πλαίσιο δεν της επιτρέπει ιδιαίτερες παρεμβάσεις.

Κατ' αρχήν μπορεί η Επιτροπή Ανταγωνισμού να μην εγκρίνει περαιτέρω συγχωνεύσεις και εξαγορές (στην ορολογία του δικαίου ανταγωνισμού «συγκεντρώσεις») ή να επιβάλλει όρους σε συγχωνεύσεις μεταξύ αλυσίδων *super market*. Αυτό όμως έχει πολύ συγκεκριμένες προϋποθέσεις και η πρόβλεψη επιπτώσεων συγκεντρώσεων επί των τιμών και της ποιότητας υπηρεσιών δεν είναι εύκολη άσκηση. Ήδη από το 2010 και εφεξής, πληθώρα τέτοιων συγκεντρώσεων έχουν γίνει δεκτές από την Επιτροπή Ανταγωνισμού και έχουν ενισχύσει την ολιγοπωλιακή δομή της αγοράς²⁰. Εναλλακτικά, θα μπορούσαν να μειωθούν τα οικονομικά *thresholds* συγκεντρώσεων, πάνω από τα οποία και μόνο ελέγχονται συγκεντρώσεις, ώστε να ελέγχονται εξαγορές που πέφτουν σήμερα «κάτω από το ραντάρ», ειδικότερα για συγκεκριμένους κλάδους που κρίνονται προβληματικοί λόγω της ολιγοπωλιακής δομής τους. Η δυνατότητα τέτοιων κλαδικών παρεμβάσεων προβλέπεται ήδη από την κείμενη νομοθεσία, αλλά προϋποθέτει σε βάθος έρευνα ²¹.

Δεύτερον, μπορεί το όριο της δεσπόζουσας θέσης να μειωθεί ειδικά για έναν κλάδο. Προηγούμενα εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης υπάρχουν: η Φινλανδία έχει μειώσει το μερίδιο αγοράς στη λιανική στο 30% στη σχετική αγορά²², οπότε περισσότερες μονομερείς πρακτικές μπορούν να εξεταστούν για το αν αποτελούν καταχρήσεις.

4 Τρίτον, να εισαχθεί η έννοια της «σχετικής δεσπόζουσας θέσης». Ήδη στην Αυστρία, επίσης κράτος μέλος της ΕΕ, η νομοθεσία καρτέλ²³ προβλέπει ότι μια επιχείρηση θεωρείται ως δεσπόζουσα αν έχει κυριαρχική θέση σε σχέση με προμηθευτές και πελάτες και ότι τέτοια θέση τεκμαίρεται ότι υπάρχει αν οι πελάτες ή και οι προμηθευτές βασίζονται στη διατήρηση επιχειρηματικών σχέσεων προκειμένου να αποφύγουν σοβαρό οικονομικό μειονέκτημα. Πρακτικά αυτό σημαίνει ότι μια επιχείρηση «βασίζεται σε άλλη» όταν η διακοπή επιχειρηματικών σχέσεων θα είχε τόσο αρνητικές οικονομικές συνέπειες ή και δυσκολίες που λειτουργούν αποτρεπτικά στην απόφαση αποδέσμευσης. Αν, για παράδειγμα, η διακοπή σχέσεων με μια αλυσίδα θα σήμαινε απώλεια κρίσιμης ποσότητας τζιρού και κερδοφορίας που λειτουργεί αποτρεπτικά στην ελεύθερη επιλογή συναλλασσόμενων, η αλυσίδα θα κατείχε «σχετική δεσπόζουσα θέση». Πρόσφατη απόφαση του Ανώτατου Ακυρωτικού της Αυστρίας ανάγκασε εταιρεία που κρίθηκε ότι κατείχε σχετική δεσπόζουσα θέση να αλλάξει κάποιους όρους εμπορικών συναλλαγών της με πελάτη²⁴.

Στο ελληνικό δίκαιο υφίσταται το άρθρο 18Α ν.146/2014 περί αθέμιτου ανταγωνισμού (που προϋπήρχε ως άρθρο 2Α στον ν. 703/1977 για τον ελεύθερο ανταγωνισμό, που εν συνεχεία τροποποιήθηκε με τον ν. 3959/2011), που απαγορεύει την καταχρηστική εκμετάλλευση θέσης οικονομικής εξάρτησης. Όμως, η διάταξη αυτή έχει ερμηνευτεί στενά, ώστε μόνον εάν δεν υπάρχει «ισοδύναμη εναλλακτική λύση» να θεωρείται ότι υφίσταται «σχέση οικονομικής εξάρτησης»²⁵. Το αυστριακό κριτήριο της «αποτροπής αλλαγής λόγω δαπανών και δυσκολιών»²⁶ είναι προφανώς διαφορετικό και πιο ευέλικτο κριτήριο.

Οικοσύστημα²⁷

Σχεδόν σε όποιον κλάδο, χονδρεμπορικό και λιανικό, της ελληνικής οικονομίας και να κοιτάξει κανείς, κυριαρχούν 3-5 επιχειρήσεις, από τον τραπεζικό τομέα μέχρι την ενέργεια και τη λιανική.

Το καλοκαίρι του 2021²⁸, η ΕπΑντ προσπάθησε να αντιμετωπίσει την ολιγοπωλιακή δομή των ψηφιακών αγορών, όταν επιχείρησε να εισάγει, πρώιμα και ως τμήμα του δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού, το Digital Markets Act και την έννοια του πυλωρού (gatekeeper).

- 5 Η διάταξη –αφαιρουμένων των ειδικών αναφορών σε (ψηφιακές) «πλατφόρμες»– είχε το εξής περιεχόμενο: Απαγορεύεται η καταχρηστική εκμετάλλευση της θέσης ισχύος που διαθέτει επιχείρηση σε οικοσύστημα δομικής σημασίας για τον ανταγωνισμό στην ελληνική επικράτεια... (Γ)ια την εφαρμογή της (απαγόρευσης) η Επιτροπή Ανταγωνισμού λαμβάνει υπ' όψιν το επιχειρηματικό μοντέλο του οικοσυστήματος και τους κανόνες που διέπουν τις σχέσεις των εμπλεκόμενων μερών²⁹, ενώ ως «οικοσύστημα» νοείται ένα σύμπλεγμα αλληλένδετων και σε σημαντικό βαθμό αλληλεξαρτώμενων οικονομικών δραστηριοτήτων διαφορετικών επιχειρήσεων με σκοπό την παροχή προϊόντων ή υπηρεσιών που επιδρούν στην ίδια ομάδα χρηστών...³⁰. (Ε)να οικοσύστημα τεκμαίρεται ότι έχει «δομική σημασία» για τον ανταγωνισμό όταν η μη συμμετοχή σε αυτό επηρεάζει σημαντικά την αποτελεσματική άσκηση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων τρίτων επιχειρήσεων, λαμβάνοντας ιδίως υπ' όψιν: α) την οικονομική του ισχύ ή το σημαντικό μερίδιο του συγκεκριμένου οικοσυστήματος στον συνολικό κύκλο εργασιών ή στα έσοδα ενός ή περισσότερων κλάδων της ελληνικής οικονομίας... τη σημασία των δραστηριοτήτων του για την πρόσβαση τρίτων σε αγορές προμήθειας και πωλήσεων στην ελληνική επικράτεια... αλλά και στερείται δομικής σημασίας αν υπάρχουν άλλα τέσσερα τουλάχιστον ανεξάρτητα οικοσυστήματα που λειτουργούν ανεξάρτητα... (Ω)ς «θέση ισχύος» σε οικοσύστημα ορίζεται η κατάσταση οικονομικής ισχύος μιας επιχείρησης που της παρέχει την εξουσία να συμπεριφέρεται σε σημαντικό βαθμό ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές, τους πελάτες της και εν γένει τους χρήστες του οικοσυστήματος... (λαμβάνομένου υπ' όψιν) α) του ελέγχου από αυτή αναγκαίων πόρων και υποδομών για τη δραστηριότητα άλλων επιχειρήσεων, β) της δυνατότητας να θεσπίζει κανόνες που ρυθμίζουν τη λειτουργία του οικοσυστήματος και την πρόσβαση τρίτων σε αυτό, γ) της υψηλής διαπραγματευτικής δύναμης έναντι επιχειρηματικών ή τελικών χρηστών του οικοσυστήματος, δ) της εξάρτησης από αυτήν των χρηστών του οικοσυστήματος για διαμεσολαβητικές υπηρεσίες, αναγκαίες για την πρόσβαση σε αγορές προϊόντων και η απουσία αντίστοιχης εναλλακτικής λύσης³¹.

Η ρύθμιση καταπολεμήθηκε κατά τη διαβούλευση του σχεδίου νόμου, δημοσιεύθηκαν και αρνητικά άρθρα, ακόμη και σε μη επιστημονικές ιστοσελίδες. Η προτεινόμενη ρύθμιση αφαιρέθηκε από το σχέδιο νόμου πριν εισαχθεί στις αρμόδιες επιτροπές της Βουλής. Βέβαια, ως DMA κάποτε θα υιοθετηθεί για τις «πλατφόρμες» τύπου Google, Amazon κ.λπ., καθότι θα καταστεί υποχρεωτική νομοθεσία³².

- 6 Όμως η ρύθμιση όπως κατατέθηκε, και με μικρές επεμβάσεις, θα μπορούσε και να χρησιμοποιηθεί για την καταπολέμηση των αρνητικών επιπτώσεων ολιγοπωλιακών δομών. Αν μία αλυσίδα θεωρείται ότι είναι στο κέντρο ενός οικοσυστήματος (παραγωγών, προμηθευτών, τελικών καταναλωτών), που έχει δομική σημασία λόγω του μεγέθους και των αρνητικών επιπτώσεων από τη μη συμμετοχή σε αυτό, ελέγχει καταστάματα και ορίζει καταναλωτικές συμπεριφορές (διαφημίσεις, προσφορές κ.λπ.) και θέτει κανόνες όπως ένας

πυλωρός/gatekeeper, καθορίζοντας τη μεταφορά, αποθήκευση, πρόσβαση στο ράφι κ.λπ., και δεν έχει ικανό ανταγωνισμό από άλλα (τέσσερα κατά τη ρύθμιση) οικοσυστήματα, γιατί να μην θεωρηθεί ως κατέχουσα θέση ισχύος και να μπορεί να ελέγχεται αυτοτελώς;

Διεύρυνση και ενίσχυση της Επιτροπής Ανταγωνισμού

Φυσικά και υπάρχουν και επιπλέον δυνατότητες, όπως η διεύρυνση και ενίσχυση της Επιτροπής Ανταγωνισμού κατά το πρότυπο άλλων ευρωπαϊκών (και μη) αρχών προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού. Η ένταξη στις αρμοδιότητές της π.χ. της προυστασίας από παραπλανητικές διαφημίσεις και αθέμιτες πωλογογιακές πρακτικές, που τώρα ρυθμίζονται από το ν. 2251/94 περί προστασίας των καταναλωτών, όπως ισχύει, θα έδινε επιπλέον δυνατότητες παρέμβασης και ρύθμισης. Άλλα κράτη έχουν εφαρμόσει μέχρι και χωροταξικούς περιορισμούς στην ανάπτυξη αλυσίδων (Γαλλία)³³. Ακόμη, η Ελλάδα δεν έχει μεταφέρει στη εθνική νομοθεσία άλλες νομοθετικές πρωτοβουλίες της ΕΕ, όπως την Οδηγία (ΕΕ) 2019/633 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 17ης Απριλίου 2019 «σχετικά με τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές στις σχέσεις μεταξύ επιχειρήσεων στην αλυσίδα εφοδιασμού γεωργικών προϊόντων και τροφίμων»³⁴. Αν η ΕΠΑνΤ αποκτήσει διευρυμένες αρμοδιότητες παρέμβασης και ενισχυθεί αντίστοιχα, το αποτύπωμά της μπορεί να είναι πλέον ωφέλιμο για το υγιή ανταγωνισμό. Δυστυχώς, η εμπειρία δείχνει ότι δεν αρκεί ούτε η κινητοποίηση των ίδιων των καταναλωτών, στο πλαίσιο της νομοθεσίας προστασίας των καταναλωτών, ούτε των εξαρτώμενων επιχειρήσεων στο πλαίσιο του δικαίου αθέμιτου ανταγωνισμού και αθέμιτων πρακτικών στο εμπόριο ούτε του ίδιου του Κράτους μέσω των ελεγκτικών μηχανισμών του. Χρειάζεται νέο και δυναμικό μείγμα παρεμβάσεων.

Καμία από τις πιο πάνω προτάσεις δεν έχει ιδιαίτερο πολιτικό χρώμα, όπως φαίνεται από το ότι υιοθετούνται από συντηρητικές, κεντρώες, σοσιαλδημοκρατικές και αριστερές κυβερνήσεις χωρίς διάκριση. Ούτε είναι περιοριστικό το νομικό πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπως αποδεικνύεται από το γεγονός ότι υιοθετούνται από άλλα κράτη μέλη της.

Εξαρτώνται, όμως, οι επιλογές από δύο προϋποθέσεις: πρώτον, όλα αυτά και άλλα απαιτούν πολιτική βούληση ώστε η ανεξάρτητη Επιτροπή Ανταγωνισμού πράγματι να αποκτήσει τις αρμοδιότητες και την ελευθερία να ασκεί τις αρμοδιότητές της, και δεύτερον, την πεποίθηση ότι τα κράτη αναπτύσσονται όταν έχουν ανοικτούς (πολιτικούς και) οικονομικούς θεσμούς. Οι κλειστοί (λόγω διαφθοράς, νεποτισμού κ.λπ.) πολιτικοί θεσμοί δεν επιδιώκουν να ανοίξουν την οικονομία, καθότι οι «δεσμοί-δεσμεύσεις» επιθυμούν την εξαγωγή αξίας (value extraction) αντί της δημιουργίας αξίας (value creation). Διανοητές οικονομολόγοι, πολιτικοί επιστήμονες και νομικοί, όλων των αποχρώσεων, από τον Smith, τον Samuelson, τον Nash, τον Stiegler, μέχρι τους νεότερους όπως τον Acemoglu, Mazzucato και τον Stieglitz, υπενθυμίζουν, όπως πρώτος δίδαξε ο Polanyi, ότι οι αγορές είναι κοινωνικές δομές που δεν δημιουργούνται από μόνες τους και το Κράτος έχει ρόλο και ευθύνη να τις διαμορφώνει και να τις κρατά ανοικτές³⁵.

¹ *János Allenbach-Ammann*, 6 June 2023, ECB-Lagarde says corporate profits contributed to inflation, EURACTIV, [<https://www.euractiv.com/section/economy-jobs/news/ecb-lagarde-says-corporate-profits-contributed-to-inflation/>].

² *Francesco Canepa/Balazs Koranyi*, 19 June 2023, Analysis: ECB risks losing sight of 'greedflation' with laser-focus on wages, REUTERS, [<https://www.reuters.com/markets/europe/ecb-risks-losing-sight-greedflation-with-laser-focus-wages-2023-06-16/>].

- ³ IMF, tweet 26.6.2023 «Rising corporate profits were the largest contributor to Europe's inflation over the past two years as companies increased prices by more than the spiking costs of imported energy... corporate profits now account for nearly half of all euro area inflation».
- ⁴ Eurostat, 30 June 2023, Inflation in the euro area, Data from June 2023, <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Inflation_in_the_euro_area#Euro_area_annual_inflation_rate_and_its_main_components>.
- ⁵ ΕΛΣΤΑΤ, 7 Ιουλίου 2023, ΔΕΙΚΤΗΣ ΤΙΜΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ: Ιούνιος 2023, ετήσιος πληθωρισμός 1,8%, σ. 1-6 [<https://www.statistics.gr/documents/20181/b2b86715-8bfa-0985-c8ac-200afba52c1d>].
- ⁶ Food experts Society, 18 Νοεμβρίου 2022, [<https://cibum.gr/nea/epixeiriseis/sklavenitis-protos-mediafora-se-poliseis-to-2021-me-399-dis-eyro-deyteros-o-av-me-197-dis-eyro/>].
- ⁷ Οικονομία, 16 Νοεμβρίου 2020, Μέτρα για τις τιμές: Πλαφόν για τα είδη πρώτης ανάγκης, ΤΑ ΝΕΑ, [<https://www.tanea.gr/print/2020/11/16/economy/plafon-gia-crta-eidi-protis-anagkis>].
- ⁸ Οικονομία, 6 Ιουλίου 2023, Καλάθι του Νοικοκυριού: Σταθερές παραμένουν οι τιμές για 36η εβδομάδα, ΠΡΩΤΟ ΘΕΜΑ, [<https://www.protothema.gr/economy/article/1389760/kalathi-tou-noikokuriou-statheres-paramenoun-oi-times-gia-36i-evdomada/>].
- ⁹ Βλ. και Γνωμοδότηση 40/2022, 25 Οκτωβρίου 2022, Επιτροπή Ανταγωνισμού, σχετικά με τα θέματα προστασίας του ανταγωνισμού που τίθενται από την πρωτοβουλία «το καλάθι του νοικοκυριού» και θίγει τα ζητήματα πιθανής μόχλευσης από τα super market στις διαπραγματεύσεις με τους προμηθευτές ενδεχόμενων πρακτικών συστηματικής αυτοπροτίμησης (self-preferencing) και αυξήσεων τιμών προϊόντων εκτός «καλαθιού», με σκοπό την αντιστάθμιση απωλειών από τη διάθεση προϊόντων εντός «καλαθιού» σε προσιτές τιμές.
- ¹⁰ Ντίνος Σιωμόπουλος, 8 Μαΐου 2023, ΦΠΑ: Στο επίκεντρο της προεκλογικής αντιπαράθεσης ο μηδενικός συντελεστής στα τρόφιμα, ΤΑ ΝΕΑ, [<https://www.tanea.gr/2023/05/08/economy/fpa-sto-epikentro-tis-proeklogikis-antiparathesis-o-midenikos-syntelestis-sta-trofima/>].
- ¹¹ Οικονομία & Αγορές/Οικονομία, 17 Νοεμβρίου 2022, Θετικό για τον κλάδο των σούπερ μάρκετ το 2021, Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, [<https://www.naftemporiki.gr/finance/economy/1403589/thetiko-gia-ton-klado-ton-soyper-market-to-2021/>].
- ¹² Βλ. και OECD, 1999, POLICY ROUNDTABLES: Oligopoly, σ. 153, [<https://www.oecd.org/daf/competition/1920526.pdf>].
- ¹³ Δημήτριος Τζουγανάτος, 2020, Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού, 1ος ΤΟΜΟΣ2, Νομική Βιβλιοθήκη, σ. 16.
- ¹⁴ Όπως παραπάνω, σ. 530.
- ¹⁵ Richard Whish/David Bailey, 2018, Competition Law9, Κεφάλαιο 1, Competition policy and economics, σ. 4.
- ¹⁶ Όπως παραπάνω, Κεφάλαιο 5, Article 102, σ. 180.
- ¹⁷ Απόφαση 277/2005, 1 Απριλίου 2005, Επιτροπή Ανταγωνισμού.
- ¹⁸ Υπόθεση C-22/86 (Akzo Chemie), σκέψη 60, όπου υιοθετήθηκε το τεκμήριο κατοχής δεσπόζουσας θέσης όταν μια εταιρεία κατέχει το 50% μεριδίου της αγοράς, Βλ. και ΔΕΚ 27/76 (United Brands), σκέψη 108, όπου κρίθηκε ότι η κατοχή μεριδίου 40-45% οδήγησε στη διαπίστωση ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης στην αγορά, εφόσον υπήρχαν στοιχεία διατήρησης ισχυρής θέσης σε σημείο που καθίστατο δύσκολη η είσοδος κάποιου (στην αγορά).

¹⁹ 2000/74/EK: Απόφαση της Επιτροπής, της 14ης Ιουλίου 1999 (IV/D-2/34.780 – Virgin Atlantic/British Airways), σκέψεις 85 και 88, όπου κρίθηκε ότι η British Airways με μερίδιο αγοράς 39,7% κατέχει δεσποζούσα θέση στην «αγορά υπηρεσιών πρακτορείου αεροπορικών ταξιδιών που καλύπτει το Ηνωμένο Βασίλειο». Η πλησιέστερη ανταγωνιστής στην περίπτωση αυτή ήταν η Virgin Atlantic και το μερίδιο της BA ήταν μεγαλύτερο κατά 2,2 και πλέον φορές από το συνολικό μερίδιο των τεσσάρων μεγαλύτερων ανταγωνιστών της.

²⁰ Βλ. Ενδεικτικά Αποφάσεις 637/2017, 655/2018, 664/2018, 713/2020, 764/2022, 776/2022, 800/2022, 813/2023, Επιτροπή Ανταγωνισμού.

²¹ Συγκεκριμένα το άρθρο 6 § 7 του νόμου 3959/2011 προβλέπει τη δυνατότητα θέσπισης ειδικών κατώτατων ορίων ανά κλάδο: «Με κοινή απόφαση των Υπουργών Οικονομικών και Ανάπτυξης και Επενδύσεων, η οποία εκδίδεται κατόπιν δημόσιας διαβούλευσης, μπορεί να τροποποιούνται τα κατώτατα όρια και τα κριτήρια που προβλέπονται στην § 1. Με την ίδια απόφαση, μπορεί να ορίζονται διαφορετικά κατώτατα όρια και κριτήρια ανά κλάδους της οικονομίας. Η απόφαση αυτή βασίζεται σε στατιστικά στοιχεία, τα οποία συγκεντρώνει η Επιτροπή Ανταγωνισμού, μετά από χαρτογράφηση των αγορών, κάθε τριετία...» και το άρθρο 11 την εξέταση συγκεκριμένων κλάδων όπου δεν διασφαλίζονται συνθήκες αποτελεσματικού ανταγωνισμού και τη λήψη κάθε αναγκαίου μέτρου για τη διαμόρφωσή τους.

²² Φινλανδική Αρχή Προστασίας του Ανταγωνισμού και των Καταναλωτών (FCCA), Περίπτωση 4(α) της Πράξης Ανταγωνισμού (σε ελεύθερη απόδοση από αγγλικά), σε ισχύ από 1η Ιανουαρίου 2014, [<https://www.kkv.fi/en/competition-affairs/competition-act/>].

²³ § 4α του Ομοσπονδιακού Νόμου Καρτέλ/Federal Cartel Act-KartG, όπως τροποποιήθηκε και σε ισχύ από τις 10 Σεπτεμβρίου 2021 (σε ελεύθερη απόδοση από τα αγγλικά), [https://www.bwb.gv.at/fileadmin/user_upload/PDFs/Cartel_Act_2005_Sep_2021_english.pdf].

²⁴ Ανώτατο Αυστριακό Ακυρωτικό Δικαστήριο (OGH), 17 Φεβρουαρίου 2021, 16Ok4/20d, Büchl GmbH ("Büchl")/ Peugeot Austria Gesellschaft m.b.H. ("Peugeot"), όπου το Δικαστήριο έκρινε ότι δεν είναι αποφασιστικό κριτήριο σε αυτήν την υπόθεση αν νέα οχήματα ή υπηρεσίες πρέπει να γίνουν αντιληπτά ως ενιαία ή ξεχωριστές αγορές, καθώς η Büchl ήταν οικονομικά εξαρτημένη στη διατήρηση της επιχειρηματικής της σχέσης από την Peugeot και στις δύο αγορές (οχήματα και υπηρεσίες).

²⁵ Άρθρο 18Α, ν. 146/1914 (όπως το άρθρο 18Α προστέθηκε με το άρθρο 29 § 1 ν. 3784/2009).

²⁶ «... zur Vermeidung schwerwiegender betriebswirtschaftlicher Nachteile auf die Aufrechterhaltung der Geschäftsbeziehung angewiesen sind...», § 4a, Bundesgesetz gegen Kartelle und andere Wettbewerbsbeschränkungen (Kartellgesetz 2005-KartG 2005).

²⁷ Η έννοια του οικοσυστήματος χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά από τον *James F. Moore*, Business ecosystems and the view from the firm, *The Antitrust Bulletin*, 51(1). 31–75, καταλήγοντας στον ορισμό «κοινοτήτων συνεργαζόμενων εταιρειών που συγκεντρωτικά παράγουν αγαθά, υπηρεσίες ή λύσεις εξελίσσοντας παράλληλα τα προϊόντα τους κάτω από μία ενιαία σπικκή...»· *Michael G. Jacobides/Ioannis Lianos*, 18 Νοεμβρίου 2021, Ecosystems and competition law in theory and practice, *Industrial and Corporate Change*, 2021, 30, σ. 1199-1229, σ. 1201.

²⁸ Πρόταση για προσθήκη άρθρου 2Α στον ν. 3959/2011, Εκσυγχρονισμός του δικαίου ανταγωνισμού για την ψηφιακή εποχή-Τροποποίηση ν. 3959/2011 και Ενσωμάτωση της Οδηγίας (ΕΕ) 2019/1 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 11ης Δεκεμβρίου 2018, Άρθρο 4: Κατάχρηση θέσης ισχύος σε οικοσύστημα δομικής σημασίας για τον ανταγωνισμό, [<http://www.opengov.gr/ypoiar/?p=12352#comments>].

²⁹ Όπως παραπάνω, άρθρο 4 §§ 1-2 .

³⁰ Όπως παραπάνω, άρθρο 4 § 3.

³¹ Όπως παραπάνω, άρθρο 4 §§ 4-5.

³² Κανονισμός (ΕΕ) 2022/1925 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 14ης Σεπτεμβρίου 2022,

σχετικά με διεκδικήσιμες και δίκαιες αγορές στον ψηφιακό τομέα και για την τροποποίηση των Οδηγιών (ΕΕ) 2019/1937 και (ΕΕ) 2020/1828 (Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές).

³³ Το 1996 στη Γαλλία με τον νόμο Raffarin, ο Γάλλος νομοθέτης προσπάθησε να κάνει πιο σύνθετη την είσοδο των μεγάλων γερμανικών αλυσίδων super market στη γαλλική αγορά, καθιερώνοντας κάποια αυξημένα διοικητικά εμπόδια για την είσοδό τους, σε μια προσπάθεια προστασίας του ήδη υπάρχοντος ανταγωνισμού στη σχετική αγορά.

³⁴ ΕΕΕΕ L111/59, 25.4.2019

³⁵ *Karl Polanyi*, *The Great Transformation*², Beacon Press Boston 2001, Κεφάλαιο 4.

Sakkoulas-Online.gr - Εκτύπωση σελίδων 1-8 για προσωπική χρήση του συνδρομητή ΣΟΥΖΑΝΑ ΚΑΤΣΙΩΝΗ