

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗ  
ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ  
ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑΣ  
ΘΕΣΗΣ

---

Δρ. Παναγιώτης Αγησιλάου  
Επιμορφωτικό σεμινάριο ΚΕΒΕ  
16<sup>η</sup> Ιουλίου 2020





# Σύνοψη παρουσίασης

Νομικό πλαίσιο

Θεμελίωση  
δεσπόζουσας  
θέσης

Καταχρηστική  
εκμετάλλευση

Κατηγοριοποίηση  
καταχρηστικών  
πρακτικών

Υπερβολική  
τιμολόγηση

Επιθετική  
τιμολόγηση

Άρνηση  
προμήθειας

Δεσμευμένες  
πωλήσεις

Εκπτώσεις  
αποκλειστικότητας  
/ πίστης

Άλλες  
καταχρηστικές  
πρακτικές





## Νομικό πλαίσιο

Άρθρο 6(1), Νόμος 13(Ι)/3008

Απαγορεύεται η καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης από μια ή περισσότερες επιχειρήσεις που κατέχει ή κατέχουν δεσπόζουσα θέση στο σύνολο ή μέρος της εγχώριας αγοράς ενός προϊόντος, ιδιαίτερα εάν η πράξη αυτή έχει ως αποτέλεσμα ή ενδεχόμενο αποτέλεσμα:

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



## Δεσπόζουσα θέση

### Νομική προσέγγιση

- Δεσπόζουσα θέση σημαίνει τη θέση **οικονομικής δύναμης** που απολαμβάνει η επιχείρηση, που την καθιστά ικανή να **παρακωλύει τη διατήρηση αποτελεσματικού ανταγωνισμού** στη **σχετική αγορά** και της επιτρέπει να ενεργεί σε **αισθητό βαθμό** ανεξάρτητα από τους **ανταγωνιστές** και τους **πελάτες** της και σε τελική ανάλυση ανεξάρτητα από τους **καταναλωτές** (Υπόθεση United Brands)

### Οικονομική προσέγγιση

- Η ικανότητα μίας επιχείρησης να καθορίσει τιμές πάνω από το ανταγωνιστικό επίπεδο για μια σημαντική περίοδο
- Δύναμη αγοράς = μονοπωλιακή δύναμη



## Δεσπόζουσα θέση

Η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης προκύπτει από διάφορους παράγοντες → *«εάν θεωρηθούν αυτοτελώς δεν συνιστούν απαραίτητα ικανή προϋπόθεση και/ή αποφασιστική ένδειξη για τη θεμελίωση δεσπόζουσας θέσης, αλλά όταν συνδυάζονται μεταξύ τους, οδηγούν στη δημιουργία της»* (Υπόθεση Hoffman-La Roche)

Παράγοντες: *Μερίδια αγοράς και βαθμός συγκέντρωσης, διαχρονική εξέλιξη μεριδίων αγοράς, κάθετη ολοκλήρωση, έλεγχος ουσιωδών εισροών/υποδομών (essential facility), εμπόδια εισόδου στην αγορά (νομικά, διοικητικά, οικονομικά), εμπόδια επέκτασης, ισχύς αγοραστών (buyer power), συμπεριφορά της επιχείρησης*



# Δεσπόζουσα θέση

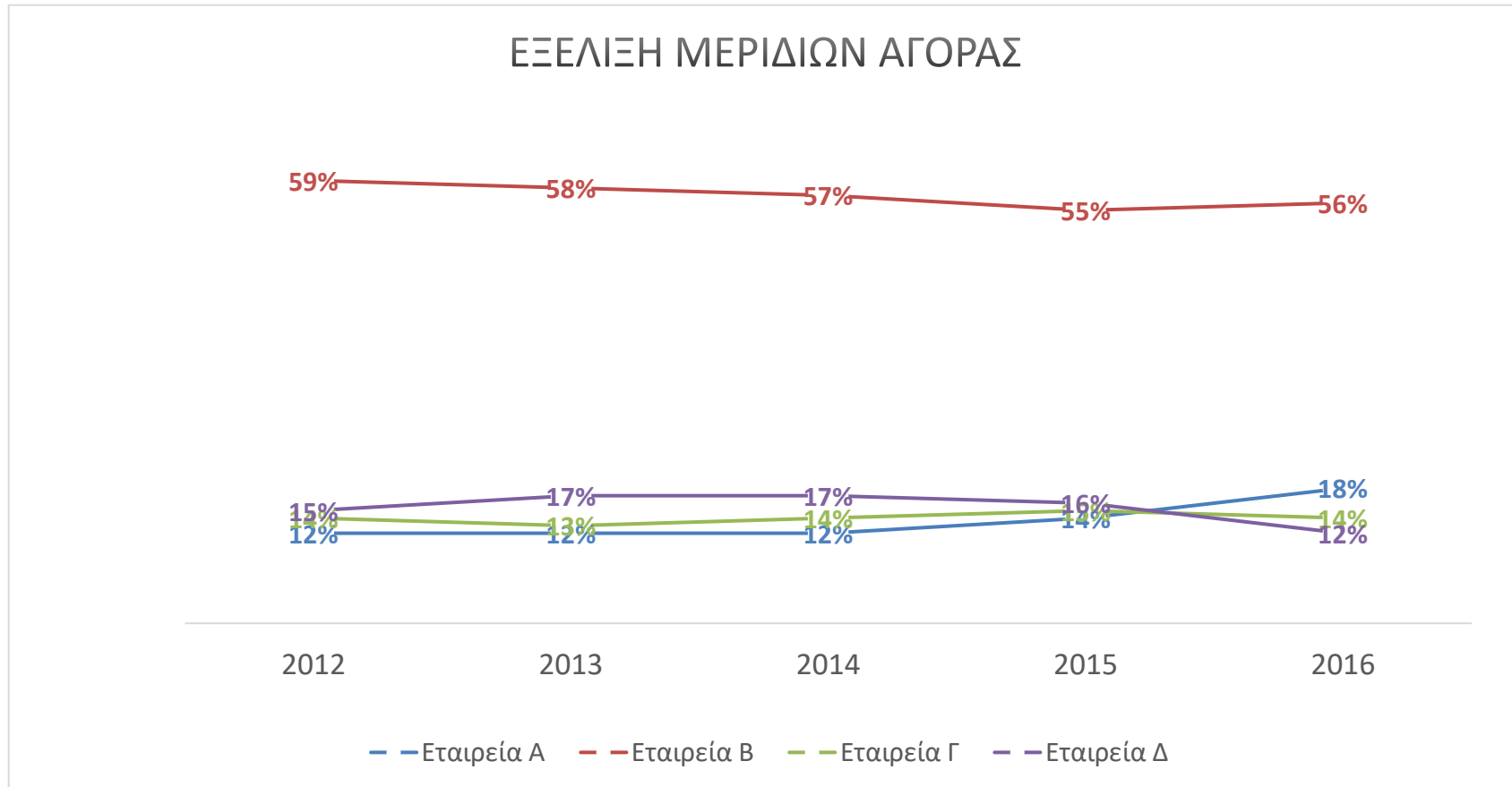
## Μερίδια αγοράς

- Σημαντική ένδειξη της ισχύος ΑΛΛΑ δεν συνεπάγονται την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης π.χ. περιορισμοί στην παραγωγική ικανότητα
- «Παρόλο που η σημασία των μεριδίων αγοράς μπορεί να είναι διαφορετική σε κάθε αγορά, μπορεί να θεωρηθεί δικαιολογημένα ότι ιδιαίτερα υψηλά μερίδια συνιστούν, από μόνα τους, **πλην εξαιρετικών περιπτώσεων**, απόδειξη της υπάρξεως δεσπόζουσας θέσης» (**Υποθέσεις Hoffmann La-Roche και General Electric**)
- Υψηλά μερίδια αγοράς + Σταθερότητα μεριδίων αγοράς → ένδειξη απουσίας σημαντικών ανταγωνιστικών πιέσεων
- Κατακερματισμός μεριδίων αγοράς ανταγωνιστών → ένδειξη απουσίας σημαντικών ανταγωνιστικών πιέσεων



# Δεσπόζουσα θέση

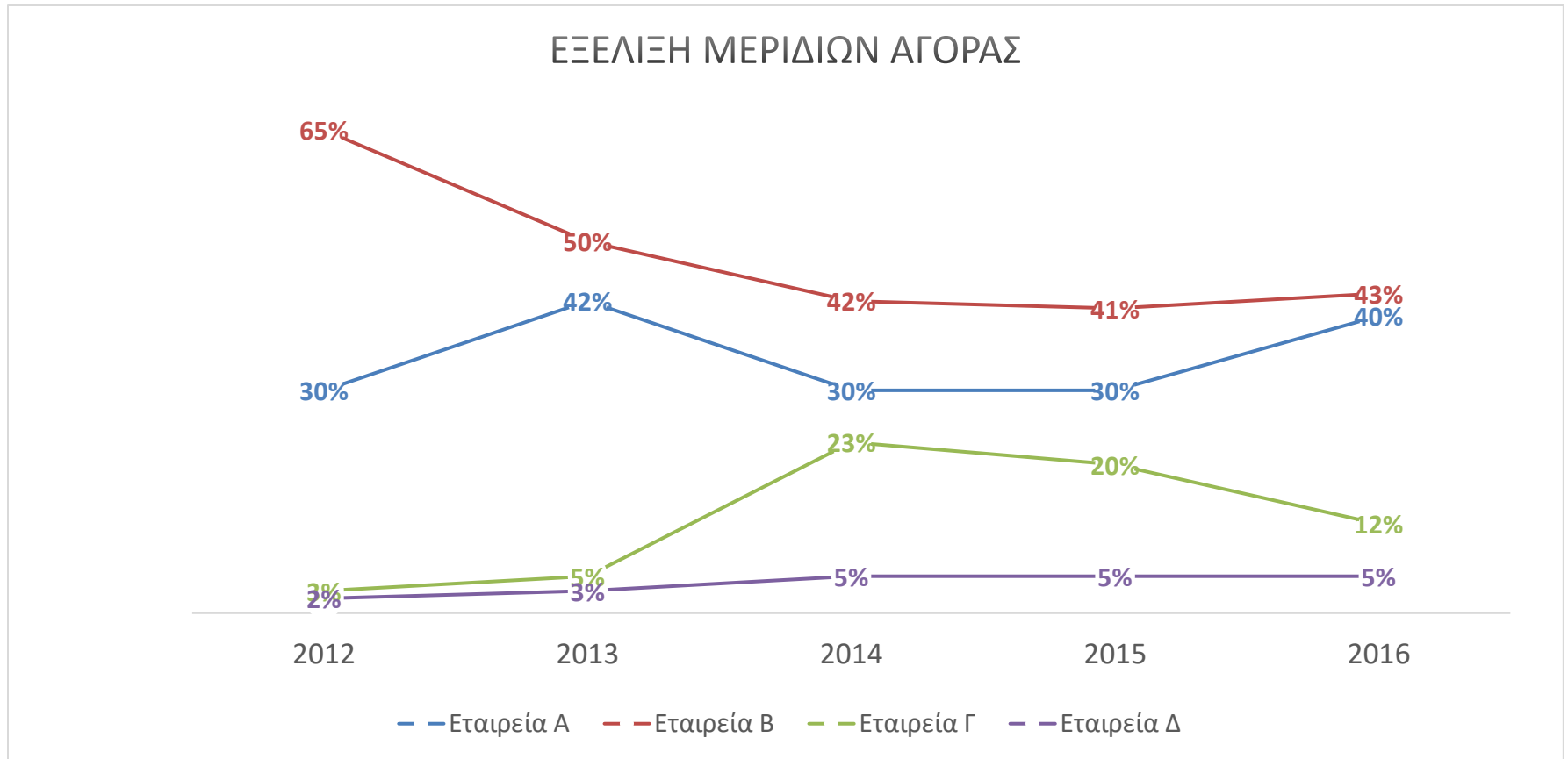
## Μερίδια αγοράς - ασυμμετρία





# Δεσπόζουσα θέση

## Μερίδια αγοράς – διαχρονική εξέλιξη





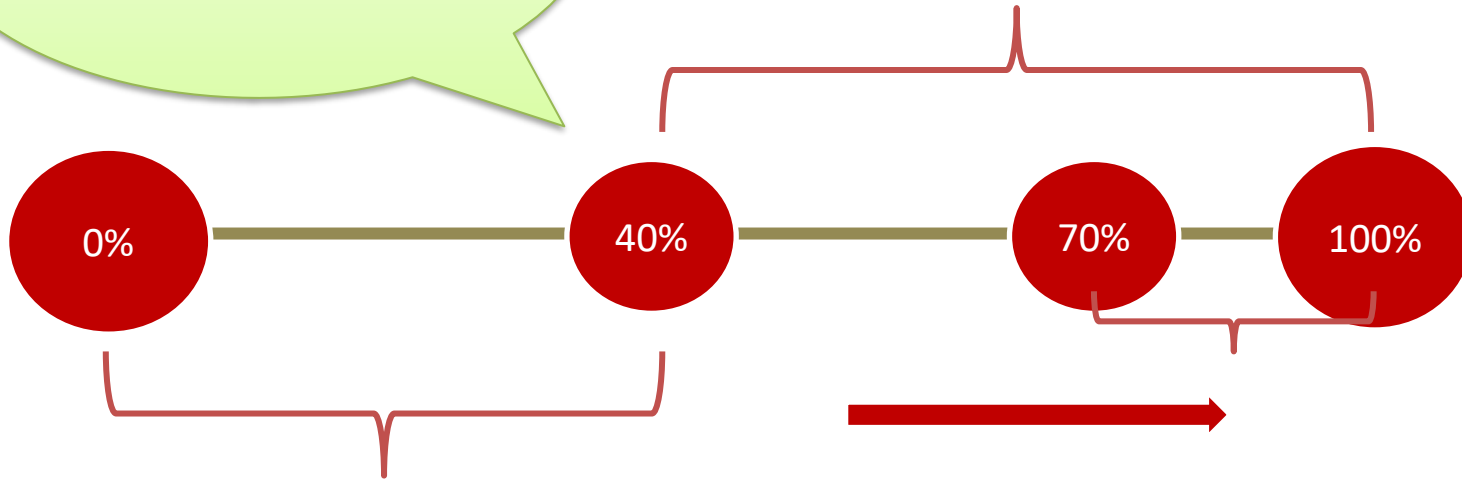


# Δεσπόζουσα θέση

## Μερίδια αγοράς

Αύξηση μεριδίου αγοράς  
→ αύξηση πιθανότητας  
δεσπόζουσας θέσης

Πιθανή η ύπαρξη  
δεσπόζουσας θέσης



Απίθανη η ύπαρξη  
δεσπόζουσας θέσης



# Δεσπόζουσα θέση

Εμπόδια εισόδου / επέκτασης

## Εμπόδια εισόδου

- Καθοριστικός παράγοντας βαθμού και ανθεκτικότητας δύναμης αγοράς
- Απουσία εμποδίων εισόδου → ανεπιτυχής η άσκηση ισχύος στις τιμές
- Καθιστούν αδύνατη την ανάπτυξη δυνητικού ανταγωνισμού

## Εμπόδια επέκτασης

- Καθιστούν δύσκολη την αύξηση της παραγωγής μιας υφιστάμενης επιχείρησης
- Επίπεδο παραγωγικής ικανότητας
- Βαθμός αξιοποίησης παραγωγικής ικανότητας



# Δεσπόζουσα θέση

## Εμπόδια εισόδου / επέκτασης

### Νομικοί φραγμοί

- Μονοπωλιακά / αποκλειστικά δικαιώματα
- Άδειες λειτουργίας / εγκατάστασης (π.χ. ταξί)
- Χωροταξικές ρυθμίσεις
- Δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας / πατέντες / ευρεσιτεχνίες
- Ποσοτώσεις παραγωγής (π.χ. αγελαδινό γάλα)

### Άλλα πλεονεκτήματα

- Οικονομίες κλίμακας και φάσματος
- Προνομιακή πρόσβαση σε πρώτες ύλες / τεχνολογία
- Εγκατεστημένο σύστημα διανομής / πωλήσεων
- Επιδράσεις δικτύου (network effects)
- Κόστος εναλλαγής προμηθευτή (switching cost)
- Μη ανακτήσιμο κόστος (sunk cost)



# Δεσπόζουσα θέση

## Εμπόδια εισόδου / επέκτασης

### Πληροφοριακά εμπόδια εισόδου

- Τεχνικές προδιαγραφές
- Πληροφορίες που αφορούν πελάτες

### Στρατηγικά εμπόδια

- Μεγάλες διαφημιστικές δαπάνες → μη ανακτήσιμο κόστος
- Μακροπρόθεσμες συμβάσεις με πελάτες → επιδράσεις εγκλωβισμού (locked-in effects)
- Αύξηση κόστους μεταστροφής (switching cost)
- Υπερπολλαπλασιασμός προϊόντων (brand proliferation)
- Δίκτυο αποκλειστικής αντιπροσώπευσης



# Δεσπόζουσα θέση

## Δύναμη αγοραστή

- **Η ισχύς των αγοραστών μπορεί να επιβάλλει ανταγωνιστικό περιορισμό στη συμπεριφορά μιας επιχείρησης**
- Πρέπει να περιλαμβάνεται στην αξιολόγηση της ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης (**Υπόθεση Italian Flat Glass, Ανακοίνωση προτεραιοτήτων Ευρωπαϊκής Επιτροπής**)
- Παραδείγματα αγοραστών με ισχύ
  - Υπεραγορές
  - Πλατφόρμες συνδρομητικής τηλεόρασης
  - Κυβερνήσεις που αγοράζουν αμυντικό εξοπλισμό ή φάρμακα
- **Πηγές ισχύος**
  - Μέγεθος πελάτη → συγκριτικά με προμηθευτές και μέγεθος αγοράς
  - Εμπορική σημασία πελάτη
- **Μέτρηση ισχύος**
  - Στροφή σε εναλλακτικό προμηθευτή
  - Προώθηση νέας εισόδου στην αγορά
  - Κάθετη ολοκλήρωση



# Καταχρηστική εκμετάλλευση

Ιδιαίτερη ευθύνη (special responsibility)

- Η κατοχή δεσπόμενης θέσης δεν απαγορεύεται
- Επιχειρήσεις με δεσπόμενα θέση → φέρουν ιδιαίτερη ευθύνη να μην νοθεύουν με τη συμπεριφορά τους τον ανταγωνισμό

*«Η διαπίστωση της ύπαρξης δεσπόμενης θέσης δεν συνεπάγεται αυτή καθ' αυτή καμία μομφή προς την οικεία επιχείρηση, αλλά σημαίνει μόνο ότι η τελευταία υπέχει ανεξάρτητα από τους λόγους που κατέχει μια τέτοια θέση, ιδιαίτερη ευθύνη να μη θίγει με τη συμπεριφορά της την άσκηση πραγματικού και ανόθευτου ανταγωνισμού στην κοινή αγορά» (Υποθέσεις Michelin και Irish Sugar)*

→ η υποχρέωση αυτή δεν υφίσταται για τις επιχειρήσεις που δεν κατέχουν δεσπόμενα θέση



## Καταχρηστική εκμετάλλευση

Ιδιαίτερη ευθύνη (special responsibility)

- Δικαίωμα δεσπόζουσας επιχείρησης να διαφυλάσσει τα εμπορικά της συμφέροντα όταν απειλούνται  
*«Η δεσπόζουσα επιχείρηση έχει την ευχέρεια, σε λογικό μέτρο, να προβαίνει σε πράξεις που κρίνει πρόσφορες για την προστασία των συμφερόντων της, πλην όμως δεν μπορούν να γίνουν δεκτές τέτοιες ενέργειες, όταν αποσκοπούν στην ενίσχυση της δεσπόζουσας αυτής θέσης και στην καταχρηστική εκμετάλλευση της»*  
**(Υποθέσεις United Brand, British Gypsum και Campagnie Maritime Belge Transports)**



# Καταχρηστική εκμετάλλευση

## Έννοια κατάχρησης

- Η έννοια της καταχρηστικής εκμετάλλευσης είναι **αντικειμενική**
  - Δεν απαιτείται η απόδειξη ύπαρξης πρόθεσης
  - Στοιχεία που δεικνύουν πρόθεση λαμβάνονται υπόψη κατά τον υπολογισμό του προστίμου

*«Αφορά τη συμπεριφορά δεσπίζουσας επιχείρησης, η οποία είναι σε θέση να επηρεάσει τη δομή της αγοράς όπου, λόγω ακριβώς της παρουσίας της, ο βαθμός του ανταγωνισμού είναι ήδη μειωμένος, και η οποία έχει ως συνέπεια, με την προσφυγή σε μέσα διαφορετικά από εκείνα που διέπουν τον φυσιολογικό ανταγωνισμό [...] την παρεμπόδιση της διατήρησης του υφιστάμενου επιπέδου ανταγωνισμού ή και της ανάπτυξη του» (Υπόθεση Hoffman La-Roche)*





# Καταχρηστική εκμετάλλευση

## Οικονομοκεντρική προσέγγιση

Εστιάζει στην ανταγωνιστική ζημία (competitive harm) και όχι στον τύπο της παράβασης

Θεωρίες ανταγωνιστικής ζημίας (theories of competitive harm)

Σχετικά έγγραφα

- Μια οικονομική προσέγγιση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ (EAGCP report, Ιούλιος 2005)
- Έγγραφο διαβούλευσης αναφορικά με το άρθρο 102 ΣΛΕΕ (Δεκέμβρης 2005)
- Ανακοίνωση προτεραιοτήτων αναφορικά με την εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ (25/2/2009)



# Καταχρηστική εκμετάλλευση

## Κατηγοριοποίηση βάσει τύπου

### Τιμολογιακές καταχρήσεις

- Υπερβολική τιμολόγηση (excessive pricing)
- Ληστρική τιμολόγηση (predatory pricing)
- Διακριτική τιμολόγηση (price discrimination)
- Εκπτώσεις πίστης (loyalty rebates)
- Συμπίεση περιθωρίου κέρδους (margin squeeze)

### Μη τιμολογιακές καταχρήσεις

- Αθέμιτοι όροι συναλλαγής (unfair trading terms)
- Άρνηση/διακοπή προμήθειας (refusal to deal/supply)
- Δεσμευμένες και ομαδικές πωλήσεις (tying / bundling)



# Καταχρηστική εκμετάλλευση

## Κατηγοριοποίηση βάσει επίπτωσης

### Εκμεταλλευτικές πρακτικές

- Άμεσος επηρεασμός συμφερόντων καταναλωτών / άλλων επιχειρήσεων (προμηθευτών ή αγοραστών)
- Άμεση ή έμμεση επιβολή αθέμιτων/άδικων τιμών (π.χ. υπερβολική τιμολόγηση) ή όρων συναλλαγής

### Καταχρηστικός αποκλεισμός

- Έμμεσος επηρεασμός συμφερόντων καταναλωτών
- Δημιουργία εμποδίων εισόδου νέων ανταγωνιστών ή παραγκωνισμού υφιστάμενων ανταγωνιστών ή επιχειρήσεων που βρίσκονται σε άλλα στάδια της παραγωγικής αλυσίδας (π.χ. άρνηση πώλησης, εκπτώσεις πίστης, άνιση μεταχείριση, συμπίεση περιθωρίου κέρδους)



## Υπερβολική τιμολόγηση (Excessive pricing)

### Ορισμός υπερβολικής τιμολόγησης

- **Η τιμή ενός προϊόντος είναι υπερβολική όταν δεν έχει λογική σχέση με την οικονομική του αξία (Υπόθεση General Motors)**
- **Η οικονομική αξία ενός προϊόντος δεν περιορίζεται στο κόστος του συν ένα εύλογο περιθώριο κέρδους (cost-plus pricing) → Υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που προσδίδουν αξία σε ένα προϊόν που δεν αντικατοπτρίζονται κατ' ανάγκην στο κόστος του (Υπόθεση Port of Helsingborg)**



## Υπερβολική τιμολόγηση

- **Τεστ υπερβολικής τιμολόγησης**
  - Συγκρίσεις τιμών και κόστους
  - Συγκρίσεις τιμών σε διαφορετικές γεωγραφικές περιοχές / αγορές
  - Διαχρονικές συγκρίσεις τιμών
  - Συγκρίσεις τιμών ίδιας επιχείρησης σε άλλες αγορές





# Υπερβολική τιμολόγηση

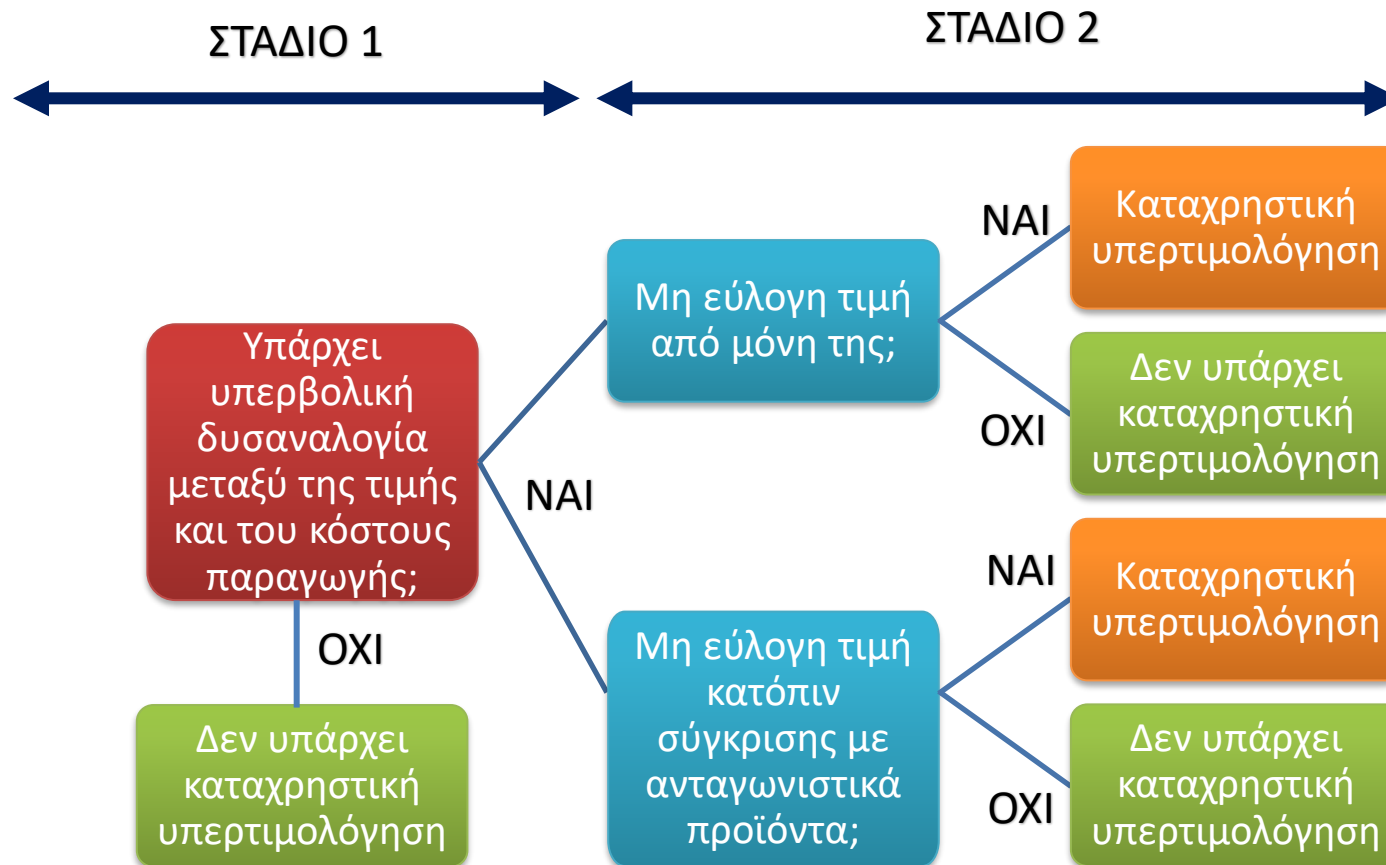
## Τεστ United Brands

- **Πρώτο στάδιο (Υπερβολικές τιμές)**
  - Σύγκριση τιμής και **πραγματικού κόστους** (συμπεριλαμβανομένου του κόστους κεφαλαίου)
  - Εάν η απόκλιση κριθεί υπερβολική → εφαρμογή δεύτερου σταδίου
- **Δεύτερο στάδιο (Αθέμιτες / μη δίκαιες τιμές)**
  - Μη εύλογη τιμή από μόνη της ή
  - Μη εύλογη τιμή κατόπιν σύγκρισης με ανταγωνιστικά προϊόντα



# Υπερβολική τιμολόγηση

## Τεστ United Brands





# Υπερβολική τιμολόγηση

## Τεστ United Brands

- **Μη εύλογες τιμές από μόνες τους**
  - Διαφορά τιμής και οικονομικής αξίας
  - Οικονομική αξία → στοιχεία πέραν του κόστους και εύλογου κέρδους π.χ. ζήτηση, θέση, αξία για αγορές επόμενου σταδίου
  - **Υπόθεση *Merci convenzionale porto di Genova SpA v. Siderurgica Gabrielli SpA (C-179/90)***
    - Μία τιμή μπορεί να κριθεί ως μη εύλογη από μόνη της όταν οι πελάτες της δεσπόζουσας επιχείρησης δεν λαμβάνουν κάποιο προϊόν / υπηρεσία ως αντιπαροχή για την τιμή που πληρώνουν σε αυτήν
  - **Υπόθεση *Der Grüne Punkt - Duales System Deutschland GmbH v. Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (C-385/07)***
    - Μία τιμή μπορεί να κριθεί ως μη εύλογη από μόνη της όταν η δεσπόζουσα επιχείρηση απαιτεί να καταβληθεί τιμή από τους πελάτες της για ένα προϊόν / υπηρεσία που δεν ζήτησαν να λάβουν





# Υπερβολική τιμολόγηση

## Τεστ United Brands

- **Σύγκριση με ανταγωνιστικά προϊόντα**
  - Δεν υπάρχει συγκεκριμένο ποσοστό απόκλισης στις τιμές χρέωσης μεταξύ των ανταγωνιστικών προϊόντων
  - Διαφορές στις τιμές μεταξύ γεωγραφικών περιοχών → δεν συνεπάγονται κατ' ανάγκην υπερβολική τιμολόγηση
  - Υπόθεση C- 177/16, Biedrība 'Autortiesību un komunikēšanās konsultāciju aģentūra – Latvijas Autoru apvienība' v. Konkurences padome
    - Οι τιμές μπορεί να διαφέρουν για αντικειμενικούς λόγους (π.χ. φορολογία, προτιμήσεις καταναλωτών, οικονομική αξία για αγοραστές, κουλτούρα, ιστορική / πολιτιστική κληρονομιά)
    - Δεν υπάρχει υποχρέωση εφαρμογής ενιαίας / ομοιόμορφης τιμολόγησης



# Υπερβολική τιμολόγηση

## Υπόθεση United Brands

- **United Brands Continentaal BV (UB)** → Μεγαλύτερος προμηθευτής μπανανών παγκοσμίως και στην ΕΕ
- **Αντικείμενο υπόθεσης** (μεταξύ άλλων)
  - υπερβολική τιμολόγηση (επιβολή τιμών σε ορισμένους διανομείς πιο πάνω από ότι σε άλλους/Ιρλανδίας, μέχρι και 138%)
- **Θεμελίωση δεσπόζουσας θέσης UB**
  - μερίδιο αγοράς 45%
  - κατακερματισμένη αγορά (υπερδιπλάσιο μερίδιο αγοράς από τον αμέσως επόμενο μεγαλύτερο ανταγωνιστή)
  - κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση (παραγωγή, μεταφορά, ωρίμανση μπανανών)
  - ισχυρό εμπορικό σήμα Chiquita → το πιο γνωστό παγκοσμίως, έντονη διαφήμιση





# Υπερβολική τιμολόγηση

## Υπόθεση United Brands

- **Αξιολόγηση τιμών της UB από Ευρωπαϊκή Επιτροπή**
  - Τιμές μπανανών Chiquita
    - Οι τιμές στη Γερμανία, Δανία και BENELUX ήταν υπερδιπλάσιες από τις τιμές στην Ιρλανδία
    - 20-40% πιο πάνω από τις τιμές των μη επώνυμων μπανανών στην Δανία, Γερμανία, Βέλγιο και Λουξεμβούργο
    - 7% πιο πάνω από τις ανταγωνιστικές επώνυμες μπανάνες
  - Η Ιρλανδία σημείο αναφοράς λόγω κερδών της UB → αμφισβητήθηκε από την UB
  - Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διέταξε την UB να μειώσει τις τιμές της κατά 15%



# Υπερβολική τιμολόγηση

## Υπόθεση United Brands

- **Απόφαση ΔΕΕ**

- Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή απέτυχε να αναλύσει το κόστος παραγωγής μπαναμών → οι γεωγραφικές συγκρίσεις τιμών είναι ανεπαρκείς
  - **Η διαφορά 7% στις τιμές δεν μπορεί αυτομάτως να θεωρηθεί ως υπερβολική και ως εκ τούτου μη εύλογη/αθέμιτη**
  - Πρέπει πρώτα να συλλεγούν/εξεταστούν τα κόστη της δεσπόζουσας επιχείρησης και συγκριθούν με τις τιμές της
  - **Μόνον όταν είναι ανέφικτο να γίνει αυτό μπορεί να εξεταστούν οι τιμές άλλων προϊόντων αναφοράς**
  - Η UB υπέβαλε στοιχεία που έδειχναν ότι οι τιμές της στην Ιρλανδία οδηγούσαν σε ζημίες → η Ευρωπαϊκή Επιτροπή απέτυχε να τα λάβει υπόψη της
  - Το βάρος απόδειξης της κατάχρησης φέρει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή



# Υπερβολική τιμολόγηση

## Υπόθεση Port of Helsingborg

- Το λιμάνι επέτρεπε στα φέριμποτ να διασταυρώσουν τον πορθμό του Øresund (συνδέει τη Σουηδία και τη Δανία) σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα
- Υπήρχε ο ισχυρισμός για υπερβολικές χρεώσεις σε σχέση με άλλα λιμάνια
- Η γεωγραφική σύγκριση τιμών δεν είναι κατάλληλη → διαφορετικές συνθήκες και δομή κόστους λιμανιών
- Εξετάστηκε κατά πόσον οι τιμές είναι υπερβολικές από μόνες τους → θεώρησε την «οικονομική αξία»
- Εκτός από το κόστος θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη και άλλοι παράγοντες π.χ. ζήτηση, μη ανακτήσιμο κόστος, τοποθεσία λιμανιού, κόστος ευκαιρίας





# Υπερβολική τιμολόγηση

## Υπόθεση Port of Helsingborg

«[...] η οικονομική αξία ενός προϊόντος/υπηρεσίας δεν μπορεί απλά να καθοριστεί από το άθροισμα του κόστους που συνδεόταν με την παροχή του εν λόγω προϊόντος/υπηρεσίας και ενός περιθωρίου κέρδους το οποίο θα είναι ένα προκαθορισμένο ποσοστό του κόστους παραγωγής. **Η οικονομική αξία πρέπει να καθοριστεί σε σχέση με τις συγκεκριμένες περιστάσεις κάθε υπόθεσης και να λαμβάνει υπόψη επίσης παράγοντες εκτός από το κόστος όπως π.χ. η ζήτηση για το προϊόν/υπηρεσίας.**

Κατά συνέπεια, η διαπίστωση θετικής διαφοράς μεταξύ της τιμής και του εκτιμώμενου κόστους παραγωγής που υπερβαίνει αυτό που ισχυρίζεται η Scandlines claims ότι αποτελεί εάν λογικό περιθώριο κέρδους, δεν οδηγεί απαραίτητως στο συμπέρασμα ότι η τιμή είναι αθέμιτη, **δεδομένου ότι η τιμή έχει λογική σχέση με την οικονομική αξία του προσφερόμενου προϊόντος/υπηρεσίας»**





# Υπερβολική τιμολόγηση

Προσφυγή 741/2013, ΑΤΗΚ v. ΕΠΑ, ημερ. 10.6.2019

- Ακύρωση απόφασης της Επιτροπής Προστασίας του Ανταγωνισμού
- Μη επαρκής αιτιολόγηση της επιλεγόμενης μεθόδου εκτίμησης της «δίκαιης» τιμής (σημείο αναφοράς για εφαρμογή τεστ United Brands)
- Προβλήθηκαν από την ΑΤΗΚ εναλλακτικές μέθοδοι εκτίμησης της «δίκαιης» τιμής
- Δεν έγινε σχετική έρευνα + Δεν αιτιολογήθηκε η μη χρήση της εναλλακτικής μεθόδου που προτάθηκε
- Θα μπορούσε να προκύψουν πιο ασφαλή συμπεράσματα
- Μη εφικτός ο έλεγχος νομιμότητας από το Δικαστήριο
- Σχετικό άρθρο:
  - <http://www.cylegalnews.com/2019/08/7412013-v-1062019.html?fbclid=IwAR2EB4DpH932fx1xlczeTy58PiZRIwPI2bl8GfZqdMp9vgr87TTB8CmDy6c>



## Επιθετική τιμολόγηση (predatory pricing)

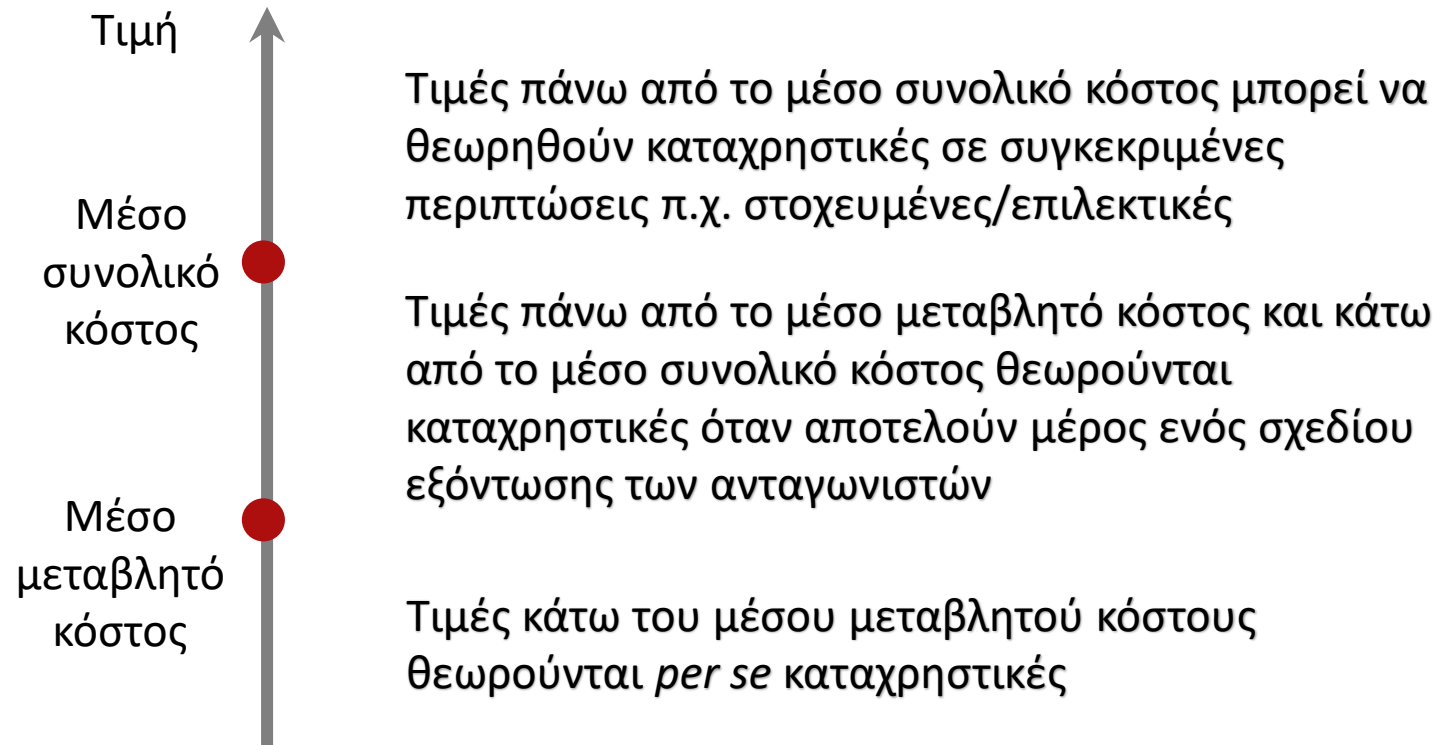
- Επιβολή πολύ χαμηλής τιμής από δεσπόζουσα επιχείρηση με σκοπό:
  - Εκτοπισμό / πειθάρχηση ανταγωνιστών
  - Αποτροπή εισόδου
  - Ανάκτηση απώλειας κέρδους στο μέλλον μέσω υψηλών τιμών
- Συστατικά στοιχεία
  - Βραχυπρόθεσμα → απώλεια κερδών
  - Πρόθεση εξόντωσης ανταγωνιστών (μπορεί να συνάγεται από διαφορά τιμής και κόστους)
  - Μακροπρόθεσμα → ανάκτηση απολεσθέντων κερδών







## Επιθετική τιμολόγηση (predatory pricing)

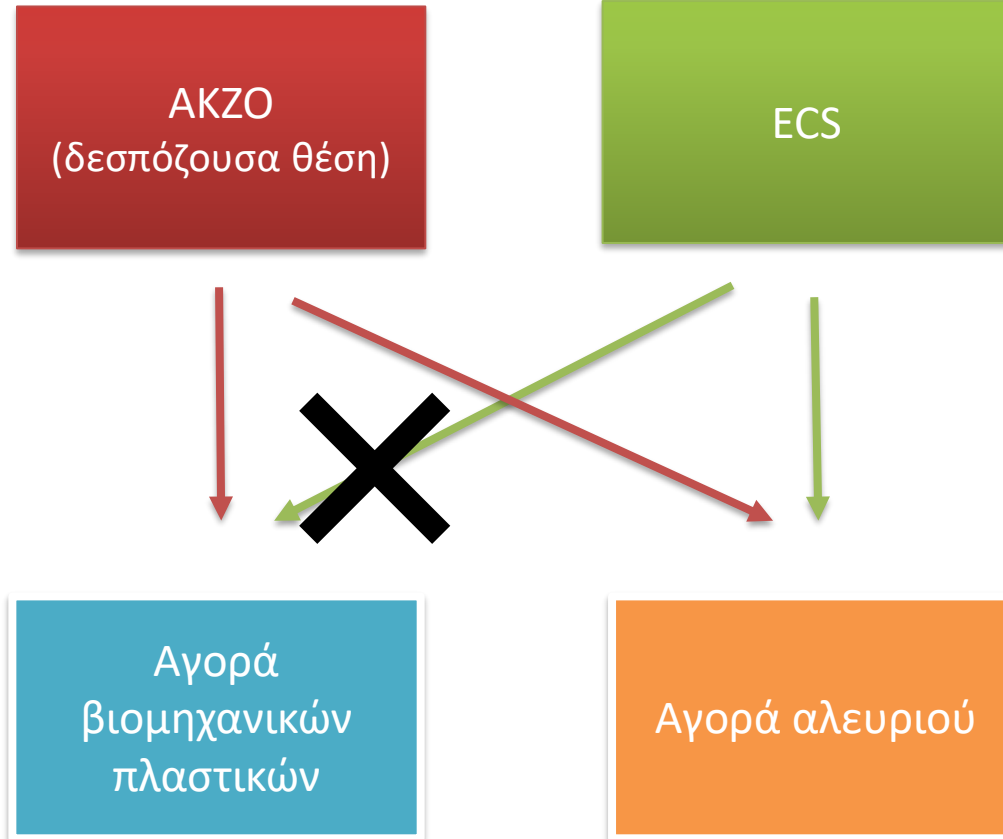




# Επιθετική τιμολόγηση

## Υπόθεση Akzo

Αγορά  
υπεροξειδίου  
του βενζολίου





# Επιθετική τιμολόγηση

## Υπόθεση Akzo

- Απειλές Akzo προς ECS → στόχευαν στον εξαναγκασμό της ECS να αποσυρθεί από τη βιομηχανία των πλαστικών
- Πρόθεση Akzo να προχωρήσει σε:
  - γενική μείωση τιμών πέραν του υπεροξειδίου του βενζολίου
  - πωλήσεις κάτω του κόστους ακόμη και εάν αυτή η ενέργεια θα της προκαλούσε ζημίες
- Επιβεβαίωση απειλών από εσωτερικό σημείωμα στελέχους της Akzo



# Επιθετική τιμολόγηση

## Υπόθεση Akzo

- Η Akzo άρχισε να προμηθεύει τους μεγαλύτερους πελάτες της ECS που δραστηριοποιούνταν στη βιομηχανία του αλευριού με υπεροξείδιο βενζολίου σε πολύ χαμηλές τιμές (**επιλεκτική/στοχευμένη μείωση τιμών**)
  - Κάτω από το μέσο συνολικό κόστος της Akzo
  - Πολύ πιο κάτω από τις τιμές που επικρατούσαν προηγουμένως στην αγορά (πριν την είσοδο της ECS στον τομέα των πλαστικών)
  - Οι τιμές σε πιστούς πελάτες της Akzo ήταν κατά 60% υψηλότερες (ζήτημα διακριτικής τιμολόγησης)
  - Πωλούσε κάτω από το μέσο μεταβλητό κόστος ορισμένα μίγματα βιταμινών που προμηθευόταν από τρίτες επιχειρήσεις προκειμένου να τις μεταπωλήσει σε πελάτες της (μέρος ευρύτερης στρατηγικής)
  - Χρονική διάρκεια: τέλος δεκαετίας '80 για μία δεκαετία



# Επιθετική τιμολόγηση

## Υπόθεση Akzo

- **Επιδράσεις σε ECS**
  - Μείωση πωλήσεων περίπου 30% μέσα σε 4 χρόνια (1980-1984) στο HB
  - Μείωση περιθωρίων κέρδους
  - Αύξηση τραπεζικού δανεισμού → πρόσθετο κόστος από τόκους
  - Περικοπές σε E&A → καθυστέρηση αλλαγών στο εργοστάσιο της / αύξηση παραγωγικής δυναμικότητας
- Η Επιτροπή έκρινε ότι η Akzo εφάρμοσε επιθετική τιμολόγηση → **εστίασε στις απειλές και τις προθέσεις της Akzo**
- Στόχος της πρακτικής της Akzo ήταν ο αποκλεισμός / πειθάρχηση της ECS → η Akzo δεν εφάρμοσε μια γενική πολιτική μείωσης τιμών
- Η Akzo επεδίωξε να διατηρήσει/ενισχύσει τη θέση της στην αγορά μέσω αποκλεισμού της ECS
- Δεν υπήρχε αντικειμενική αιτιολόγηση της συμπεριφοράς της Akzo
- Σοβαρή παράβαση καθώς στόχευε στον αποκλεισμό της επέκτασης της ECS σε ένα άλλο μέρος της αγοράς



# Επιθετική τιμολόγηση

## Υπόθεση Akzo

- Το ΔΕΕ επικύρωσε την απόφαση της Επιτροπής → καθόρισε ένα διττό κανόνα (Κριτήριο Akzo) που βασίζεται στο κόστος
  - $\text{Τιμή} < \text{ΜΜΚ}$  → δεν υπάρχει οικονομική εξήγηση → per se κατάχρηση
  - $\text{ΜΜΚ} < \text{Τιμή} < \text{ΜΣΚ}$  → κατάχρηση μόνον εάν αποτελεί μέρος ενός ευρύτερου σχεδίου εξόντωσης των ανταγωνιστών → μπορεί να οδηγήσει στον αποκλεισμό μίας επιχείρησης εξίσου αποτελεσματικής με την δεσπύουσα επιχείρηση



# Επιθετική τιμολόγηση

## Υπόθεση Wanadoo

- Η France Telecom κατείχε σχεδόν μονοπωλιακή θέση στη χονδρική αγορά ευρυζωνικών υπηρεσιών
- Η Wanadoo ανήκε κατά 72% στην France Telecom
- Από τα τέλη του 1999 μέχρι τον 10/2002 εμπορεύονταν προϊόντα ADSL με την επωνυμία Wanadoo ADSL (χωρίς ADSL modem) και eXtense (με ADSL modem) σε οικιακούς χρήστες
- Άλλοι πάροχοι υπηρεσιών γρήγορου διαδικτύου προσέφεραν ανταγωνιστικά προϊόντα
  - Βασίζονταν σε αγορά χονδρικών ευρυζωνικών υπηρεσιών από την France Telecom
  - Υπήρχαν περιορισμοί στην αδεσμοποίητη πρόσβαση στον τοπικό βρόχο (local loop unbundling)



# Επιθετική τιμολόγηση

## Υπόθεση Wanadoo

- Στόχος της Wanadoo → εξόντωση του ανταγωνισμού σε πρώιμο στάδιο ανάπτυξης της αγοράς
- **Τιμολόγηση Wanadoo**

03/2001 – 07/2001	08/2001-12/2001	01/2002 – 10/2002
$\frac{\text{Έσοδα}}{\text{Μεταβλητό κόστος}} = 60,3\%$	$\frac{\text{Έσοδα}}{\text{Συνολικό κόστος}} = 89,5\%$	$\frac{\text{Έσοδα}}{\text{Συνολικό κόστος}} = 92\%$
Τιμή < MMK	MMK < Τιμή < ΜΣΚ + πρόθεση εξόντωσης	MMK < Τιμή < ΜΣΚ + πρόθεση εξόντωσης





# Επιθετική τιμολόγηση

## Υπόθεση Wanadoo

- Στρατηγικό σχέδιο εξόντωσης ανταγωνιστών
  - Έγγραφο 07/2000
    - «*προληπτικός αποκλεισμός της αγοράς ADSL με πλήρη προσφορά περιλαμβάνουσα [επιπλέον] πακέτο (rack) και επιτάχυνση των τοποθετήσεων για το 2001, αλλά αρνητικό ισολογισμό*»
  - Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο 07/2000
    - «*είναι δυσχερής ο προσωρινός αποκλεισμός της αγοράς με υπερβολικά υψηλή τιμή*»
  - Ενημερωτικό έγγραφο για το 2001
    - «*ο προληπτικός αποκλεισμός της αγοράς ADSL είναι αναγκαίος*»
  - Παρουσίαση της 28/2/2001
    - «*εκστρατεία προληπτικού αποκλεισμού της αγοράς υψηλής ταχύτητας από τη [Wanadoo]*»



# Επιθετική τιμολόγηση

## Υπόθεση Wanadoo

- **Επιδράσεις στην αγορά**
  - Περίοδος 01/2001 – 09/2002 → το μερίδιο αγοράς της Wanadoo αυξήθηκε από **46% σε 72%** (την ίδια περίοδο το μέγεθος της αγοράς πενταπλασιάστηκε) → σημαντική μείωση του αθροιστικού μεριδίου αγοράς των ανταγωνιστών της Wanadoo
  - Έξοδος της Mangoosta (ανταγωνίστρια της Wanadoo) από την αγορά
  - Είσοδος στην αγορά ενός νέου ανταγωνιστή με 5.000 συνδρομητές
- **Αυξημένη πιθανότητα ανάκτησης ζημιών**
  - Υψηλό κόστος μεταστροφής καταναλωτών λόγω επιδράσεων «εγκλωβισμού» (*locked-in effects*)
  - Υψηλό κόστος εισόδου στην αγορά και απόκτησης κρίσιμης μάζας συνδρομητών (π.χ. υψηλό κόστος για εξοπλισμό, εμπορική προώθηση, εμπορική επωνυμία)
  - Υψηλό κόστος δημιουργίας νέου δικτύου → εμπόδια εισόδου στην αγορά
  - Κάθετη ολοκλήρωση της France Telecom → ευκολότερη η εκμετάλλευση της δεσπόζουσας της θέσης
  - Αυξημένα κέρδη Wanadoo μετά τον 10/2002 → λογική η υπόθεση για επανάκτηση



## Άρνηση προμήθειας / συνεργασίας (refusal to supply / deal)

- Η δεσπόζουσα επιχείρηση έχει δικαίωμα να επιλέγει τους αντισυμβαλλομένους της, ΕΝΤΟΥΤΟΙΣ
  - δεν μπορεί να παύσει την προμήθεια ενός αγοραστή, τιμωρώντας τον για τη συνεργασία με ανταγωνιστή
  - να εξαναγκάσει τους ανταγωνιστές της να τερματίσουν τη δραστηριοποίησή τους (π.χ. μέσω της άρνησης προμήθειας ενός προϊόντος απαραίτητου για την διεξαγωγή των δραστηριοτήτων τους)
- Τρόποι αποκλεισμού
  - τερματισμός υφιστάμενης εμπορικής σχέσης
  - άρνηση προμήθειας προϊόντων
  - άρνηση παροχής πληροφοριών
  - άρνηση πρόσβασης σε μια ουσιώδη διευκόλυνση / υποδομή (π.χ. δίκτυο τηλεπικοινωνιών)



## Άρνηση προμήθειας / συνεργασίας

- **Ρητή ν. Εξυπονοούμενη άρνηση προμήθειας**
  - καθυστέρηση στην εκτέλεση παραγγελίας
  - προσκόμματα
  - υπερβολικές απαιτήσεις
- **Εξετάζονται σωρευτικά:**
  - ❶ Η άρνηση αφορά προϊόν που αντικειμενικά απαιτείται για την άσκηση αποτελεσματικού ανταγωνισμού σε μια αγορά → δεν υπάρχει πραγματικό / δυνητικό υποκατάστατο
  - ❷ Η άρνηση ενδέχεται να οδηγήσει σε εξάλειψη του αποτελεσματικού ανταγωνισμού σε αγορά επόμενου σταδίου
  - ❸ Η άρνηση ενδέχεται να αποβεί επιζήμια για τους καταναλωτές



# Άρνηση προμήθειας / συνεργασίας

## Υπόθεση Magill

- Τρεις ραδιοτηλεοπτικοί φορείς (RTE, BBC και ITP)
  - δημοσίευαν εβδομαδιαίες λίστες με τα τηλεοπτικά τους προγράμματα
  - απέστειλαν δωρεάν σε εφημερίδες και περιοδικά τις λίστες των προγραμμάτων τους με περιορισμούς χρήσης
- Οι κατάλογοι προστατεύονταν από δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας (βάσει εθνικού δικαίου)
- Οι ραδιοτηλεοπτικοί φορείς αρνήθηκαν να χορηγήσουν πληροφορίες για τα τηλεοπτικά τους προγράμματα στην Magill → επικαλέστηκαν τα δικαιώματα δημιουργού
- Η Magill επεδίωξε να εκδώσει έναν περιεκτικό οδηγό όλων των ραδιοτηλεοπτικών φορέων παρά την άρνηση των ραδιοτηλεοπτικών φορέων να χορηγήσουν άδεια χρήσης
- Προσφυγή ραδιοτηλεοπτικών φορέων στο Δικαστήριο → εξέδωσε απαγόρευση χρήσης των λιστών με το εβδομαδιαίο τους πρόγραμμα από την Magill
- Η Magill υπέβαλε καταγγελία ενώπιον της Ευρωπαϊκής Επιτροπής



# Άρνηση προμήθειας / συνεργασίας

## Υπόθεση Magill

- **Απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής**

- Ραδιοτηλεοπτικοί φορείς → *de facto* μονοπωλιακή θέση σε σχέση με το εβδομαδιαίο τους πρόγραμμα
- Αναγκαίες οι πληροφορίες τηλεοπτικού περιεχομένου των ραδιοτηλεοπτικών φορέων (π.χ. ημέρα/ώρα, τίτλος προγράμματος) για την ετοιμασία ενιαίου περιεκτικού οδηγού → δυνατότητα παρεμπόδισης ανταγωνισμού στην αγορά των εβδομαδιαίων τηλεοπτικών προγραμμάτων
- Δεν υπάρχει αντικειμενική αιτιολόγηση
- **Η άρνηση χορήγησης άδειας χρήσης συνιστά κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης**

- **Απόφαση Γενικού Δικαστηρίου**

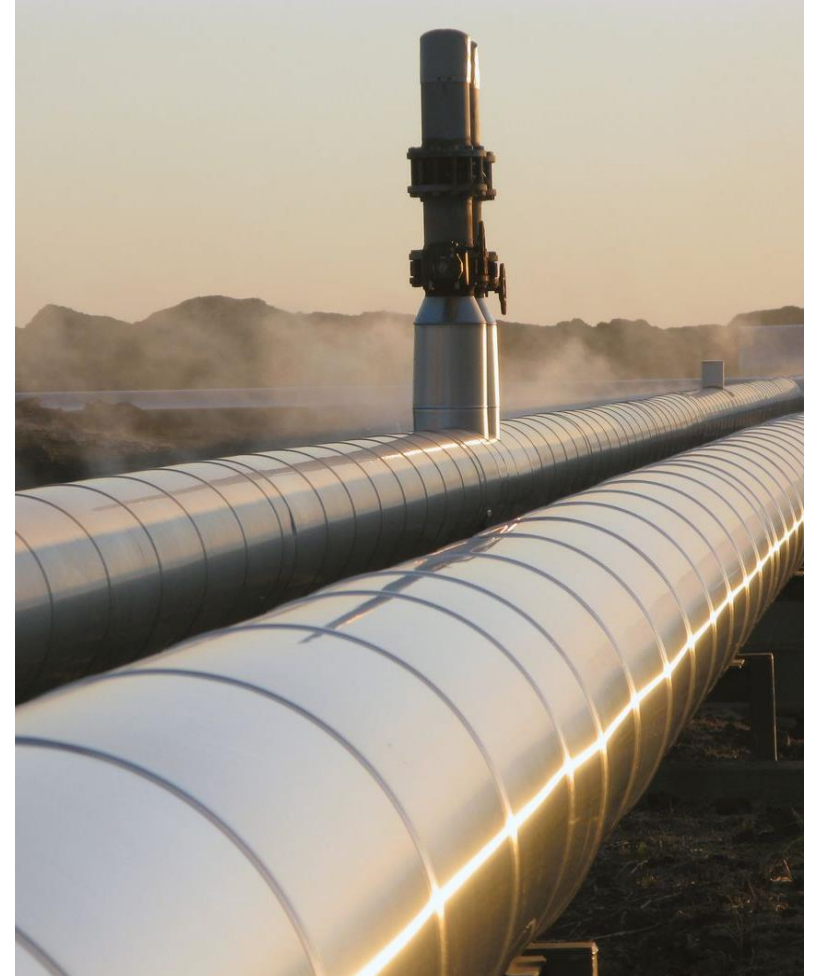
- Η εξάσκηση ενός δικαιώματος που αφορά δικαιώματα δημιουργού μπορεί σε **εξαιρετικές περιπτώσεις να συνιστά κατάχρηση**
- Προυποθέσεις
  - ❶ Αναγκαιότητα πρόσβασης για δραστηριοποίηση σε μια γειτονική αγορά
  - ❷ Αποκλεισμός ανταγωνισμού
  - ❸ Αποτροπή εμφάνισης νέου προϊόντος



# Άρνηση προμήθειας / συνεργασίας

## Υπόθεση GDF

- **GDF** → κατείχε δεσπόζουσα θέση στην αγορά του φυσικού αερίου στην Γαλλία
- Διαχειριζόταν αγωγούς μεταφοράς φυσικού αερίου από Βόρεια θάλασσα προς Ευρώπη
- **Marathon Oil** → ήθελε να αποκτήσει πρόσβαση σε αγωγούς μεταφοράς φυσικού αερίου από τη Βόρεια Θάλασσα προς τη Δυτική Ευρώπη
- **Επίμαχη πρακτική**
  - Δέσμευση πλειοψηφίας δυναμικότητας δικτύου μεταφοράς από GDF (over hoarding)
  - Άρνηση συνεργασίας με Marathon Oil → περιορισμένη διαθεσιμότητα χωρητικότητας
  - Αγωγοί μεταφοράς φυσικού αερίου → ουσιώδης υποδομή / διευκόλυνση με χαρακτηριστικά φυσικού μονοπωλίου





# Άρνηση προμήθειας / συνεργασίας

## Υπόθεση GDF

- Θεωρία ανταγωνιστικής ζημίας
  - Διατήρηση / ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης μέσω αποκλεισμού εισόδου νέων ανταγωνιστών
  - Απουσία ανταγωνιστικής πίεσης / εισόδου σε αποτελεσματική κλίμακα
- Δεσμεύσεις GDF
  - Άμεση αποδέσμευση 10% δυναμικότητας αγωγών μεταφοράς φυσικού αερίου στη Γαλλία σε όφελος άλλων επιχειρήσεων
  - Το μερίδιο αγοράς στις δεσμευμένες χωρητικότητες δεν θα υπερβαίνει το 50% στα επόμενα 10 έτη





## Δεσμευμένες πωλήσεις (Tying)

- Δεσμευμένες πωλήσεις
  - Ο πελάτης που αγοράζει ένα προϊόν (δεσμεύον προϊόν) υποχρεώνεται να αγοράσει και ένα άλλο προϊόν (δεσμευμένο προϊόν)
    - Φωτοτυπική μηχανή και φωτοτυπικό χαρτί
    - Τηλεφωνική συσκευή και συμβόλαιο τηλεφωνίας
  - Το δεσμευμένο προϊόν μπορεί να αγοραστεί και μεμονωμένα
  - Θα πρέπει να υπάρχουν δύο διακριτές αγορές
    - Αγορά για το δεσμεύον προϊόν (tying market)
    - Αγορά για το δεσμευμένο προϊόν (tied market)
  - Ανεξάρτητη ζήτηση → τα προϊόντα θα αγοράζονταν ξεχωριστά εάν δεν υπήρχε δεσμευμένη πώληση τους
    - Προσφορά του δεσμευμένου προϊόντος από ανταγωνιστικές επιχειρήσεις → ένδειξη ξεχωριστών προϊόντων



# Δεσμευμένες πωλήσεις

## Τεχνική δεσμευμένη πώληση

- Το δεσμεύον προϊόν λειτουργεί κανονικά όταν συνδυαστεί με το δεσμευμένο προϊόν αλλά όχι με ανταγωνιστικά προϊόντα

## Συμβατική δεσμευμένη πώληση

- Ο πελάτης που αγοράζει το δεσμεύον προϊόν αναλαμβάνει την υποχρέωση να αγοράσει το δεσμευμένο προϊόν και όχι ανταγωνιστικά προϊόντα
- **Υπόθεση Napier Brown / British Sugar**
  - Προσφορά προϊόντων μόνον με τιμολόγηση παράδοσης και όχι με τιμολόγηση παραλαβής από το εργοστάσιο
  - Πίεση για χρησιμοποίηση της υπηρεσίας διανομής της δεσπόζουσας επιχείρησης



# Δεσμευμένες πωλήσεις

## Θετικές επιδράσεις

- Ζήτηση
  - Χαμηλότερη τιμή για αγορά του πακέτου
  - Καλύτερη πληροφόρηση για προτιμήσεις πελάτη (metering device)
- Προσφορά
  - Μείωση κόστους παραγωγής και διανομής → εκμετάλλευση οικονομιών κλίμακας και φάσματος
  - Μείωση κόστους εμπορικής προώθησης και τιμολόγησης (π.χ. Triple play)
  - Τεχνική εμπορικής προώθησης (π.χ. εφημερίδες και περιοδικά, ταξιδιωτικά πακέτα)
  - Προστασίας φήμης μέσω διασφάλισης ελέγχου ποιότητας

## Αρνητικές επιδράσεις

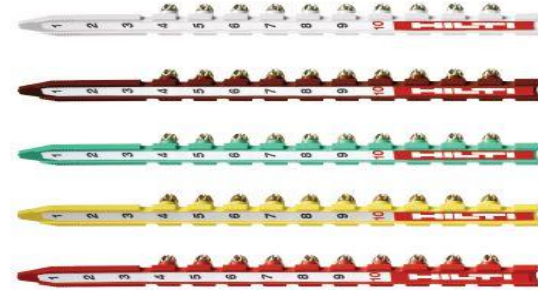
- Άσκηση δύναμης στην αγορά του δεσμεύοντος προϊόντος → Αποκλεισμός ανταγωνιστών από την αγορά του δεσμευμένου προϊόντος (leverage)
- Δημιουργία εμποδίων εισόδου στην αγορά
- Περιορισμός επιλογών για καταναλωτές



## Δεσμευμένες πωλήσεις

### Υπόθεση Hilti

- Hilti → δραστηριοποιείται στην κατασκευή διαφόρων προϊόντων για την στερέωση υλικών π.χ. πιστόλια καρφώματος, δεσμίδες φυσιγγίων, φυσιγγία και καρφιά
- Κατείχε δεσπόμενη θέση (70-80% στην αγορά καρφιών στο ΗΒ)





# Δεσμευμένες πωλήσεις

## Υπόθεση Hilti

- **Επίμαχη πρακτική Hilti**
  - Αρνήθηκε να πωλήσει πιστόλια καρφώματος χωρίς δικά της καρφιά
  - Αρνήθηκε να χορηγήσει εγγύηση για την ποιότητα των προϊόντων της εάν ο καταναλωτής χρησιμοποιούσε ανταγωνιστικά καρφιά
  - Μείωσε τις εκπτώσεις για την αγορά προϊόντων της από πελάτες που αγόραζαν ανταγωνιστικά καρφιά
  - Ισχυρίστηκε ότι η συμπεριφορά της στόχευε στη διασφάλιση της καλής ποιότητας και της ασφάλειας των προϊόντων της
- **Απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής**
  - Αποκλεισμός ανταγωνιστών Hilti στην αγορά καρφιών για πιστόλια Hilti → αποστέρηση εναλλακτικών πηγών προμήθειας σε καταναλωτές
  - Μεγαλύτερα οφέλη Hilti από καρφιά και όχι πιστόλια
  - Παρεμπόδιση εισόδου νέων ανταγωνιστών στην αγορά καρφιών



# Δεσμευμένες πωλήσεις

## Υπόθεση Nespresso

- Nespresso
  - Μερίδιο αγοράς 73% στις μηχανές espresso μιας μερίδας το 2012 → δεσπόμενη θέση
  - Μερίδιο αγοράς 85% στην αγορά των καψουλών για μηχανές espresso μιας μερίδας → δεσπόμενη θέση
- Εφαρμογή τεχνικής και συμβατικής δέσμευσης
  - Περίοδος 2007-2013 έγιναν 4 τροποποιήσεις σε μηχανές Nespresso → ασύμβατες οι ανταγωνιστικές κάψουλες
  - Χορήγηση εγγύησης μόνον σε όσους αγόραζαν κάψουλες Nespresso (οδηγίες χρήσης στις μηχανές Nespresso) → αποκλεισμός ανταγωνιστικών κάψουλων
  - Αποκλεισμός ανταγωνιστών και δημιουργία εμποδίων εισόδου στην αγορά

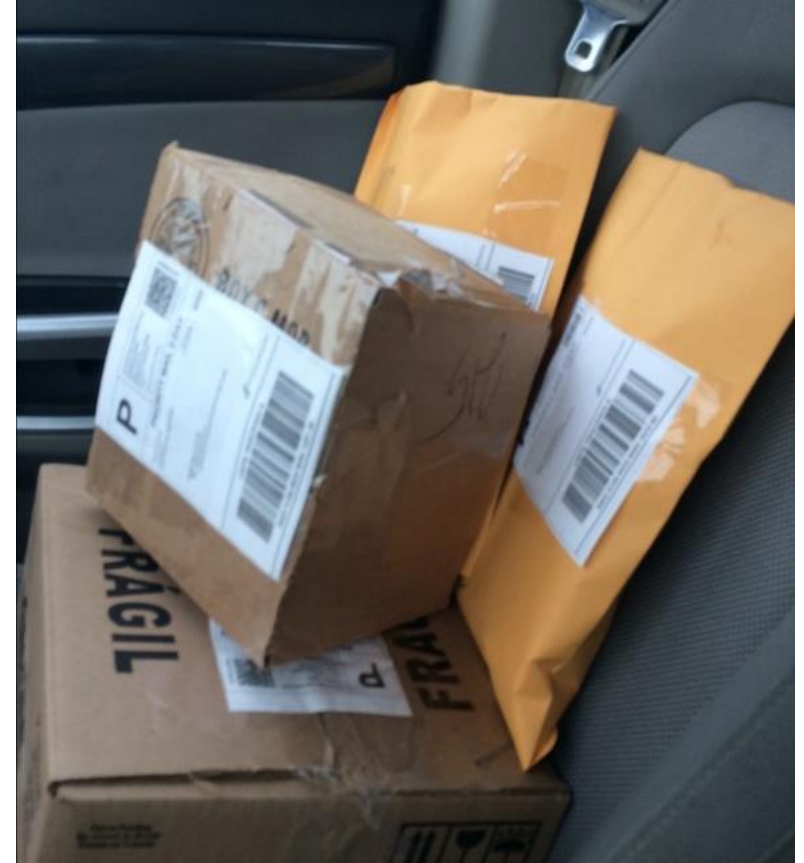




# Εκπτώσεις (Rebates)

## Υπόθεση Deutsche Post I

- Η DP κατείχε δεσπύζουσα θέση στην αγορά της παράδοσης δεμάτων/πακέτων μέσω ταχυδρομείου (85% μερίδιο αγορά)
- Εφάρμοσε ένα μακροχρόνιο σχέδιο εκπτώσεων πίστης (1974 -2000) → χορηγούσε εκπτώσεις σε μεγάλους πελάτες υπό τον όρο ότι θα απέστελλαν όλα τα δέματα/πακέτα ή μεγάλο μέρος αυτών μέσω DP
- Αντιανταγωνιστικές επιδράσεις
  - Αποθάρρυνση ανταγωνιστών να αποκτήσουν κρίσιμη μάζα πελατείας → επηρέασε την επιτυχία εισόδου στην αγορά







# Άλλες καταχρηστικές πρακτικές

## Υπόθεση InBev (ΑΤ.40134)

- InBev παραγωγός μπίρας με δεσπόζουσα θέση στο Βέλγιο
- Επίμαχη πρακτική – γεωγραφικός αποκλεισμός (geoblocking)
  - Αλλαγή συσκευασίας μπίρας Jupiler που προμηθεύει σε λιανέμπορες και χονδρέμπορες στην Ολλανδία ώστε να καταστεί πιο δύσκολη η εισαγωγή στο Βέλγιο
    - Δεν περιλάμβανε στη συσκευασία γαλλική εκδοχή υποχρεωτικών πληροφοριών
    - Αλλαγή σχεδιασμού και μεγέθους συσκευασίας
  - Περιορισμός όγκου πωλήσεων μπίρας Jupiler σε χονδρέμπορες στην Ολλανδία → με σκοπό να περιοριστούν οι εισαγωγές στο Βέλγιο
  - Εφαρμογή στρατηγικών προώθησης μπίρας Jupiler στην Ολλανδία υπό τον όρο οι λιανέμπορες να μην προσφέρουν τις ίδιες προωθήσεις σε πελάτες από το Βέλγιο
  - Άρνηση προμήθειας συγκεκριμένων εμπορικών επωνυμιών μπίρας εάν δεν περιορίζονταν οι εισαγωγές λιγότερο ακριβών μπυρών Jupiler από την Ολλανδία στο Βέλγιο
- **γεωγραφικός αποκλεισμός (geo-blocking)**
- Χρονική διάρκεια παράβασης: 9/2/2009 – 31/10/2016
- Πρόστιμο: €200 εκ. (απόφαση 13/5/2019)





# Άλλες καταχρηστικές πρακτικές

Υπόθεση InBev (ΑΤ.40134)





# Άλλες καταχρηστικές πρακτικές

## Υπόθεση Dstrigas

- **Dstrigas** → κατείχε δεσπύζουσα θέση στην εισαγωγή και προμήθεια φυσικού αερίου στο Βέλγιο (μέχρι το 2001 κατείχε δημοσιονομικό μονοπώλιο)
- Επίμαχες πρακτικές
  - Συμβόλαια με μεγάλους βιομηχανικούς πελάτες με μεγάλη διάρκεια για προμήθεια φυσικού αερίου (περίπου 60%)
  - Απαγόρευση μεταπώλησης φυσικού αερίου
- Θεωρία ανταγωνιστικής ζημίας
  - Αδύνατη η στροφή των καταναλωτών σε εναλλακτικούς προμηθευτές
  - Πρακτικά αδύνατη η είσοδος νέων ανταγωνιστών στην αγορά προμήθειας φυσικού αερίου → μεγάλο μέρος της αγοράς ήταν δεσμευμένο με μακροχρόνιες συμβάσεις με την Dstrigas
  - Έλλειψη ρευστότητας στην αγορά φυσικού αερίου
  - Καθυστέρηση ανάπτυξης ανταγωνισμού στην αγορά



# Άλλες καταχρηστικές πρακτικές

## Υπόθεση Distrigas

- **Δεσμεύσεις Distrigas (ισχύουν για 4 έτη – 2007 μέχρι 2010)**
  - Περίπου 65% του όγκου φυσικού αερίου θα αποδεσμευτεί από μακροχρόνια συμβόλαια → δεν εφαρμόζεται εάν το μερίδιο αγοράς της Distrigas είναι <40% ή το μερίδιο αγοράς του δεύτερου μεγαλύτερου ανταγωνιστή ανέλθει στο 20% του μεριδίου αγοράς της Distrigas → **άλλοι προμηθευτές μπορούν να διεκδικήσουν την απελευθερωμένη ζήτηση**
  - Κανένα νέο συμβόλαιο με βιομηχανικό πελάτη δεν θα έχει διάρκεια πέραν των 5 ετών → **πρακτικά εφικτή η μεταστροφή (switching)**
  - Για υφιστάμενα συμβόλαια πέραν των 5 ετών θα προστεθεί όρος που να προνοεί τον πρόωρο μονομερή τερματισμό τους με προειδοποίηση
  - Κανένα συμβόλαιο με μεταπωλητές φυσικού αερίου δεν θα έχει διάρκεια πέραν των 2 ετών
  - Δεν θα υπάρχει κανένας όρος που να περιορίζει τη χρήση, προορισμό, μεταπώληση φυσικού αερίου
  - Δεν θα υπάρχει όρος για ανανέωση της συμφωνίας και θα αφαιρεθούν τέτοιοι όροι από τις υφιστάμενες συμφωνίες ή δεν θα εφαρμοστούν



# Άλλες καταχρηστικές πρακτικές

## Υπόθεση Google Shopping

- **Google**

- Μερίδιο αγοράς πάνω από 90% στην αγορά της γενικής διαδικτυακής αναζήτησης (search engines)
- Το 2004 εισήγαγε την υπηρεσία Froogle → παραδοχή Google για αποτυχία
- Το 2008 άλλαξε την εμπορική επωνυμία της Froogle σε Google Product Search → εισάχθηκαν νέα χαρακτηριστικά π.χ. ο πελάτης πατώντας κλικ σε μία κυψελίδα που περιλαμβάνει φωτογραφία / τιμή του προϊόντος κατευθύνεται στην ιστοσελίδα του πωλητή (προηγουμένως πατώντας κλικ ο πελάτης κατευθυνόταν στο Google Comparison Service)
- Το 2013 μετονομάστηκε σε Google Shopping (υπηρεσίες σύγκρισης αγορών- CSS)



# Άλλες καταχρηστικές πρακτικές

## Υπόθεση Google Shopping

The screenshot shows a Google search for "cuisinart toaster". The search bar contains the text "cuisinart toaster" and the Google logo is on the left. Below the search bar are navigation tabs: "All" (selected), "Shopping", "Images", "Videos", "News", "More", "Settings", and "Tools". The results show "About 544,000 results (0.55 seconds)". A section titled "Shop for Cuisinart toasters" displays five product listings. The first four are standard search results, and the fifth is marked as "Sponsored".

Product Name	Price	Retailer
Cuisinart 2-Slice Metal Classic ...	£49,95	John Lewis By Kelkoo
Cuisinart The Bakery Artisan ...	£69,95	Harts Of Stur By Google
Cuisinart Custom Select 4-Slice ...	£79,95	eCookshop.co.uk By Twenga
Cuisinart 4-Slice Metal Classic ...	£69,95	Currys By Shopzilla
Cuisinart ® Classic 4-Slice ...	£69,95	John Lewis By Google

[Cuisinart Toasters - Make Your House Into A Home - crateandbarrel.com](http://www.crateandbarrel.com)

[www.crateandbarrel.com/Toasters/home\\_decor](http://www.crateandbarrel.com/Toasters/home_decor)



# Άλλες καταχρηστικές πρακτικές

## Υπόθεση Google Shopping

- **Στρατηγική Google**
  - Συστηματική παρουσίαση του Google Shopping σε πιο περίοπτη θέση στα αποτελέσματα της μηχανής αναζήτησης της Google
  - Υποβάθμιση των ανταγωνιστικών υπηρεσιών της Google Shopping
- **Εμπειρικά στοιχεία**
  - Απότομη πτώση κίνησης σε ανταγωνιστικές υπηρεσίες και ραγδαία αύξηση της κίνησης της υπηρεσίας Google Shopping (επεξεργασία 5,4 Terabyte δεδομένων με ιστορικά αναζήτησης)
  - Η μετακίνηση από την πρώτη θέση στην τρίτη θέση στην πρώτη σελίδα των αποτελεσμάτων αναζήτησης μειώνει τα κλικ κατά 50%



# Άλλες καταχρηστικές πρακτικές

## Υπόθεση Google Shopping

- **Αντι-ανταγωνιστικές επιδράσεις**

- Δημιουργία μη αξιοκρατικού πεδίου άσκησης ανταγωνισμού → αθέμιτο ανταγωνιστικό προβάδισμα Google
- Επιλογή Google Shopping με μεγαλύτερη συχνότητα λόγω αλλοίωσης της σειράς αποτελεσμάτων στη μηχανή αναζήτησης της → στρέβλωση της επισκεψιμότητας
  - Αύξηση κλικ → αύξηση εσόδων
  - Μεγαλύτερη διάθεση λιανοπωλητών να χρησιμοποιήσουν την υπηρεσία Google Shopping





# Άλλες καταχρηστικές πρακτικές

## Υπόθεση Google Shopping

- Πρόστιμο ύψους **€2.424.495.000**
- Τερματισμός παραβάσεων εντός 90 ημερών από την έκδοση της απόφασης







# Άλλες καταχρηστικές πρακτικές

## Υπόθεση Google Android



- **Google**
  - Το 1997 κυκλοφόρησε η μηχανή αναζήτησης Google Search → κυρίαρχη μηχανή αναζήτησης
  - Το 2005 εξαγόρασε τον αρχικό προγραμματιστή του λειτουργικού συστήματος Android για κινητές συσκευές
  - Περίπου το 80% των έξυπνων κινητών συσκευών λειτουργούν με Android
- Κατοχή δεσπόμενης θέσης
  - Μερίδιο αγοράς πέραν του 90% στην αγορά υπηρεσιών γενικής (Google Search Engine)
  - Μερίδιο αγοράς πέραν του 95% στην αγορά λειτουργικών συστημάτων για έξυπνες κινητές συσκευές για τα οποία είναι δυνατό να παρέχεται άδεια χρήσης
  - Περισσότερο από το 90% των εφαρμογών που τηλεφορτώνονται σε συσκευές Android προέρχεται από το κατάστημα εφαρμογών Play Store της Google



# Άλλες καταχρηστικές πρακτικές

## Υπόθεση Google Android

- Επίμαχες πρακτικές της Google
  - Απαίτηση προεγκατάστασης εφαρμογών Google Search και Google Chrome → όρος για παραχώρηση άδειας χρήσης του καταστήματος εφαρμογών Play Store
  - Καταβολή ποσών για αποκλειστική προεγκατάσταση εφαρμογής Google Search
  - Αποτροπή προεγκατάστασης εναλλακτικών εκδόσεων του Android «fork εκδόσεις Android» (ανεξάρτητες παράλληλες εκδόσεις)



# Άλλες καταχρηστικές πρακτικές

## Υπόθεση Google Android

- **Αντιανταγωνιστικές πρακτικές**
- ① *Παράνομη επιβολή δέσμευσης για τις εφαρμογές αναζήτησης και φυλλομετρητή της Google*
  - **Επιβολή δέσμευσης για την εφαρμογή Google Search**
    - Η Google εξασφάλισε την προεγκατάσταση της εφαρμογής Google Search ουσιαστικά σε όλες τις συσκευές Android
    - Οι εφαρμογές αναζήτησης αποτελούν σημαντικό σημείο εισόδου για αναζητήσεις σε κινητές συσκευές
  - **Επιβολή δέσμευσης για τον φυλλομετρητή Google Chrome**
    - Η Google εξασφάλισε την προεγκατάσταση του φυλλομετρητή της για κινητές συσκευές ουσιαστικά σε όλες τις συσκευές Android
    - Οι φυλλομετρητές αποτελούν σημαντικό σημείο εισόδου για τις αναζητήσεις σε κινητές συσκευές, ενώ η εφαρμογή Google Search αποτελεί την προεπιλεγμένη μηχανή αναζήτησης στο Google Chrome



# Άλλες καταχρηστικές πρακτικές

## Υπόθεση Google Android

- Η προεγκατάσταση προκαλεί σημαντικά αποτελέσματα προσκόλλησης (status quo bias)
- Εμπειρικά στοιχεία (2016)
  - Στις συσκευές **Android** (στις οποίες είναι προεγκατεστημένες οι εφαρμογές Google Search και Chrome), περισσότερο από το 95% όλων των αναζητήσεων έγιναν μέσω Google Search
  - Στις συσκευές **Windows** (στις οποίες δεν είναι προεγκατεστημένες οι εφαρμογές Google Search και Chrome), λιγότερο από το 25% όλων των αναζητήσεων έγιναν μέσω Google Search. Περισσότερες από το 75% των αναζητήσεων έγιναν μέσω της μηχανής αναζήτησης Bing της Microsoft, η οποία είναι προεγκατεστημένη σε συσκευές Windows Mobile
- Περιορισμός κινήτρων κατασκευαστών να προεγκαθιστούν ανταγωνιστικές εφαρμογές αναζήτησης και φυλλομετρητή → **μη αξιοκρατικό πεδίο άσκησης ανταγωνισμού**



# Άλλες καταχρηστικές πρακτικές

## Υπόθεση Google Android

### ② *Εξάρτηση παράνομων καταβολών ποσών από την αποκλειστική προεγκατάσταση της εφαρμογής Google Search*

- Παροχή οικονομικών κινήτρων σε ορισμένους από τους μεγαλύτερους κατασκευαστές συσκευών και σε φορείς εκμετάλλευσης δικτύων κινητών επικοινωνιών, υπό τον όρο να προεγκαθιστούν **αποκλειστικά** την εφαρμογή Google Search σε ολόκληρο το φάσμα των δικών τους συσκευών Android
- Περιορισμός κινήτρων των κατασκευαστών για προεγκατάσταση ανταγωνιστικών εφαρμογών αναζήτησης
- Εάν τα ίδια ποσά καταβάλλονταν από ανταγωνιστικές μηχανές αναζήτησης θα πραγματοποιούσαν ζημίες



# Άλλες καταχρηστικές πρακτικές

## Υπόθεση Google Android

### ③ *Παράνομη παρεμπόδιση ανάπτυξης και διανομής ανταγωνιστικών λειτουργικών συστημάτων Android*

- Αποτροπή κατασκευαστών συσκευών να αναπτύξουν / χρησιμοποιήσουν οποιαδήποτε εναλλακτική έκδοση του Android δεν ήταν εγκεκριμένη από τη Google («fork εκδόσεις Android»)
- Αποστέρηση σε καταναλωτές πρόσβασης σε περαιτέρω καινοτομία και έξυπνες κινητές συσκευές που βασίζονται σε εναλλακτικές εκδόσεις του λειτουργικού συστήματος Android



# Άλλες καταχρηστικές πρακτικές

## Υπόθεση Google Android

- Πρόστιμο ύψους **€4.342.865.000**
- Τερματισμός παραβάσεων εντός 90 ημερών από την έκδοση της απόφασης





# Άλλες καταχρηστικές πρακτικές

## Υπόθεση Google AdSense

- **AdSense for Search**

- Πλατφόρμα μεσιτείας διαδικτυακών διαφημίσεων αναζήτησης
- Η Google λειτουργεί ως μεσίτης μεταξύ των διαφημιζόμενων και των ιδιοκτητών των ιστοτόπων (π.χ. εφημερίδων, ταξιδιωτικών υπηρεσιών) που επιθυμούν να επωφεληθούν από τον χώρο γύρω από τις σελίδες των αποτελεσμάτων αναζήτησης στον ιστότοπο τους
- Μερίδιο αγοράς πέραν του 85% στην αγορά μεσιτείας διαδικτυακών διαφημίσεων αναζήτησης

- Αντιανταγωνιστικές πρακτικές

- **Ρήτρες αποκλειστικότητας** → απαγόρευση σε εκδότες να τοποθετήσουν στα αποτελέσματα αναζήτησης που γίνονται στις ιστοσελίδες τους διαφημίσεις αναζήτησης από ανταγωνιστές της Google





# Άλλες καταχρηστικές πρακτικές

## Υπόθεση Google AdSense

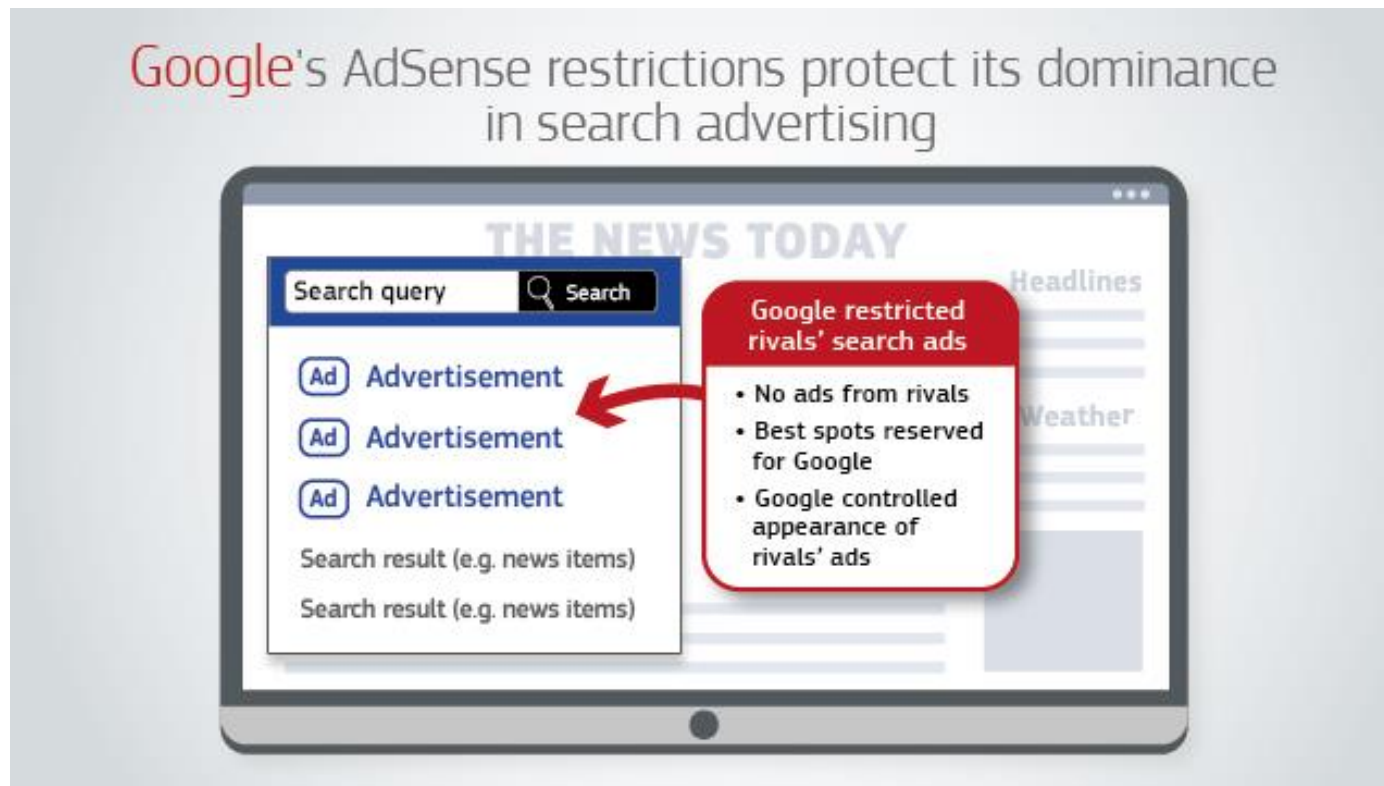
- Ρήτρες βάσει των οποίων οι εκδότες ήταν υποχρεωμένοι να ζητούν τη γραπτή έγκριση της Google για την πραγματοποίηση αλλαγών στον τρόπο με τον οποίο απεικονίζονται όλες οι διαφημίσεις των ανταγωνιστών → **η Google μπορούσε να ελέγξει πόσο ελκυστικές ήταν οι ανταγωνιστικές διαφημίσεις αναζήτησης π.χ. πόσα κλικ προσέλκυαν**
- Ρήτρες «προνομιούχας τοποθέτησης» → οι εκδότες υποχρεώνονταν να κρατούν τον πλέον επικερδή χώρο στις σελίδες με αποτελέσματα αναζήτησης για τις διαφημίσεις της Google και η Google απαιτούσε έναν ελάχιστο αριθμό χώρου → **δεν επιτρεπόταν στους ανταγωνιστές της Google να τοποθετούν τις δικές τους διαφημίσεις αναζήτησης στα σημεία των σελίδων αναζήτησης των ιστοτόπων με τη μεγαλύτερη ορατότητα και τα περισσότερα κλικ**



# Άλλες καταχρηστικές πρακτικές


## Υπόθεση Google AdSense

- Πρόστιμο ύψους €1.494.459.000





**TROJAN ECONOMICS**  
Experts in Competition Economics



Ευχαριστώ για την  
προσοχή σας

**Δρ. Παναγιώτης Αγησιλάου**

**W:** [www.trojaneconomics.com](http://www.trojaneconomics.com)

**E:** [p.agisilaou@trojaneconomics.com](mailto:p.agisilaou@trojaneconomics.com)

**T:** (+357) 22560175

**F:** (+357) 22560065



[www.trojaneconomics.com](http://www.trojaneconomics.com)