

ΙΩΑΝΝΗΣ ΠΑΛΑΙΟΛΟΓΟΣ  
ΜΙΧΑΗΛ ΠΟΛΕΜΗΣ

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΔΡΑΣΕΩΝ  
ΤΩΝ ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΞΑΓΟΡΩΝ  
ΣΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Ανάτυπο

από τον Τιμητικό Τόμο για τον Καθηγητή Παναγιώτη Ι. Κανελλόπουλο, 2015



ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΑΚΚΟΥΛΑ  
ΑΘΗΝΑ - ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ



## **Αξιολόγηση των επιδράσεων των συγχωνεύσεων και εξαγορών στο επίπεδο ανταγωνισμού**

**Ιωάννης Παλαιολόγος**

*Καθηγητής Τμήματος Οικονομικής Επιστήμης, Πανεπιστήμιο Πειραιώς*

**Μιχαήλ Α. Πολέμης**

*Λέκτορας Τμήματος Οικονομικής Επιστήμης, Πανεπιστήμιο Πειραιώς*

### **I. Εισαγωγή**

Η επίδραση των συγχωνεύσεων στην κοινωνική ευημερία εξαρτάται από την ιδιαίτερη σημασία που αποδίδει το δίκαιο του ανταγωνισμού στην τελευταία. Παρόλο που οι οικονομολόγοι θεωρούν ότι η έννοια της κοινωνικής ευημερίας, εκτός από το πλεόνασμα του καταναλωτή (consumer surplus), θα πρέπει να περιλαμβάνει και το πλεόνασμα του παραγωγού (producer surplus), οι ευρωπαϊκές αρχές ανταγωνισμού φαίνεται να δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα στην επίδραση των συγχωνεύσεων στο πλεόνασμα του καταναλωτή. Κάτω από αυτό το πλαίσιο η Ε.Α. χρησιμοποιεί την ακόλουθη μεθοδολογία εξέτασης των επιπτώσεων των Σ&Ε στην κοινωνική ευημερία:

α) Αναλύει τις επιδράσεις των συγχωνεύσεων σε μονομερείς αυξήσεις τιμών και στην πιθανότητα συνεργασιακής συμπεριφοράς των επιχειρήσεων.

β) Διερευνά τις στατικές και δυναμικές ωφέλειες των Σ&Ε.

γ) Αναλύει την φύση του Δυνητικού ανταγωνισμού ή το ρυθμό φθοράς της Μονοπωλιακής Δύναμης των επιχειρήσεων.

δ) Αναλύει κατά πόσο μια συγχώνευση που αυξάνει την διαπραγματευτική δύναμη των επιχειρήσεων βοηθάει στην μείωση της δύναμης των προμηθευτών ενδιάμεσων αγαθών.

ε) Εξετάζει την πιθανότητα η μια από τις δύο επιχειρήσεις που συγχωνεύονται να αναγκαστεί να αποχωρήσει από την αγορά αν δεν πραγματοποιηθεί η συγχώνευση.

### **II. Οριζόντιες επιπτώσεις**

«Οριζόντιες συγκεντρώσεις» είναι οι συγκεντρώσεις, στις οποίες συμμετέχουν επιχειρήσεις που αποτελούν πραγματικούς ή δυνητικούς ανταγωνιστές στην ίδια σχετική αγορά. Δύο είναι οι βασικοί τρόποι με τους οποίους οι οριζόντιες συγκεντρώσεις ενδέχεται να εμποδίσουν σημαντικά τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό,

ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης: (α) καταργώντας σημαντικές ανταγωνιστικές πιέσεις σε μία ή περισσότερες επιχειρήσεις, οι οποίες ως εκ τούτου θα έχουν αυξημένη ισχύ στην αγορά, χωρίς να καταφύγουν σε συντονισμό της συμπεριφοράς τους (επιπτώσεις μη συντονισμένης συμπεριφοράς), (β) μεταβάλλοντας τη φύση του ανταγωνισμού ούτως ώστε επιχειρήσεις που προηγουμένως δεν συντόνιζαν τη συμπεριφορά τους, τώρα είναι πολύ πιθανότερο να συντονίζονται και να αυξάνουν τις τιμές ή με άλλο τρόπο να βλάπτουν τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό· μια συγκέντρωση μπορεί επίσης να καταστήσει το συντονισμό ευκολότερο, σταθερότερο ή αποτελεσματικότερο για τις επιχειρήσεις που συντόνιζαν τη συμπεριφορά τους και πριν από τη συγκέντρωση (επιπτώσεις συντονισμένης συμπεριφοράς).

Όπως προαναφέρθηκε, μία συγκέντρωση ενδέχεται να εμποδίσει σημαντικά τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό καταργώντας τις ανταγωνιστικές πιέσεις σε μία ή περισσότερες επιχειρήσεις, οι οποίες ως εκ τούτου θα έχουν αυξημένη ισχύ στη σχετική αγορά χωρίς να καταφύγουν σε συντονισμό της συμπεριφοράς τους (επιπτώσεις μη συντονισμένης συμπεριφοράς). Κατά κανόνα, μία συγκέντρωση με τέτοιου είδους επιπτώσεις θα εμποδίσει σημαντικά τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό με τη δημιουργία ή την ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης από μία και μόνη επιχείρηση, η οποία θα έχει συνήθως αισθητά μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς από τον επόμενο σε μέγεθος ανταγωνιστή μετά τη συγκέντρωση<sup>1</sup>.

Κατά την εκτίμηση των εν λόγω επιπτώσεων, η Επιτροπή Ανταγωνισμού λαμβάνει υπόψη της τους ακόλουθους κυρίως παράγοντες:

**Υψηλά μερίδια αγοράς**, ώστε μία ενδεχόμενη αύξηση των τιμών να αποβεί επικερδής για τη νέα οντότητα. Έχει γίνει δεκτό ότι μεγάλα μερίδια αγοράς (άνω του 50%) μπορούν από μόνα τους να μαρτυρούν την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης στη σχετική αγορά<sup>2</sup>. Εξάλλου, συνδυασμένα μερίδια αγοράς που δεν υπερβαίνουν το 25% κατατείνουν υπέρ της απουσίας οριζόντων επιπτώσεων μη συντονισμένης συμπεριφοράς<sup>3</sup>. Παράλληλα έχει γίνει δεκτό ότι αύξηση των μεριδίων λόγω της συγκέντρωσης της τάξης του 0-5% θεωρείται καταρχήν ανεπαίσθητη<sup>4</sup>.

---

1. Κατευθυντήριες Γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής της 05-02-2004 για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων, σημείο 25.

2. Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων της 05.02.2004, σημείο 17.

3. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων σύμφωνα με τον κανονισμό του Συμβουλίου για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων («Κατευθυντήριες Γραμμές»), 2004/C 31/03, παρ. 18.

4. M.5384, ό.π., σκ. 85, 90, 95-96, M.4844, ό.π., σκ. 137-138, 139-140, 155-156, M.4155, BNP PARIBAS/BNL, σκ. 30-31.

**Επίπεδα συγκέντρωσης (δείκτης ΗΗΙ):** Η Ε.Α. είναι ελάχιστα πιθανό να εντοπίσει οριζόντια προβλήματα ανταγωνισμού σε αγορές όπου ο δείκτης ΗΗΙ μετά τη συγκέντρωση δεν θα ξεπερνά το 1000 ή που κυμαίνεται μεταξύ 1000-2000 και η διαφορά («δέλτα») είναι κάτω από 250 ή που είναι πάνω από 2000 και το δέλτα κάτω από 150 εκτός ειδικών περιστάσεων<sup>5,6</sup>.

**Μη στενή υποκατάσταση μεταξύ των προϊόντων των συμμετεχουσών επιχειρήσεων και των αντιπάλων τους:** Όταν υφίστανται δυνατότητες υποκατάστασης μεταξύ των προϊόντων των διαφόρων εταιριών, οι πιθανότητες παρακώλυσης του ανταγωνισμού περιορίζονται<sup>7</sup>.

**Εναλλακτικές επιλογές εφοδιασμού:** Δυσκολία των πελατών των συμμετεχουσών επιχειρήσεων να ανεύρουν εναλλακτικούς προμηθευτές, είτε διότι αυτοί είναι ελάχιστοι, είτε διότι αντιμετωπίζουν σημαντικά έξοδα προσαρμογής<sup>8</sup>.

**Δυνατότητα αποκλεισμού ανταγωνιστών:** Δυνατότητα της προκύπτουσας από τη συγκέντρωση επιχείρησης να δυσχεράνει την επέκταση μικρότερων εταιριών στη σχετική αγορά ή να περιορίσει την ικανότητα των αντιπάλων επιχειρήσεων να την ανταγωνιστούν (π.χ. η νέα οντότητα μπορεί να ελέγχει ή να επηρεάζει σε τέτοιο βαθμό τις δυνατότητες διανομής), ώστε να είναι περισσότερο δαπανηρή η επέκταση δραστηριοτήτων ή η είσοδος αντιπάλων επιχειρήσεων<sup>9</sup>.

**Αντισταθμιστική ισχύς αγοραστών:** Ως αντισταθμιστική αγοραστική ισχύς πρέπει να νοείται η διαπραγματευτική ισχύς που έχει ο πελάτης έναντι του πωλητή στις μεταξύ τους διαπραγματεύσεις, λόγω του μεγέθους του, της εμπορικής σημασίας για τον πωλητή και της ικανότητας του πελάτη να στραφεί σε εναλλακτικούς προμηθευτές. Μία πηγή αντισταθμιστικής ισχύος είναι η δυνατότητα του πελάτη να απειλήσει ότι σε εύλογο χρονικό διάστημα θα στραφεί σε εναλλακτικές πηγές εφοδιασμού, αν ο προμηθευτής αποφάσισε να αυξήσει τις τιμές ή να εφαρμόσει δυσμενέστερους όρους παράδοσης. Συνήθως η αντισταθμιστική ισχύς χαρακτηρίζει μεγάλους και πολυσύνθετους πελάτες παρά μικρές επιχειρήσεις σε ένα κατακερματισμένο κλάδο. Δεν αρκεί η ύπαρξη αγοραστικής ισχύος πριν τη συγκέντρωση, αλλά πρέπει να υπάρχει και μετά τη πραγματοποίησή της, καθώς η συγκέντρωση

---

5. Απόφαση Ε.Επ. Μ.4314, Johnson & Johnson/Pfizer, παρ. 73, όπου η αύξηση μετά τη συγκέντρωση του ΗΗΙ από 2,904 σε 4,482 με 'δέλτα' 1,578 αποτέλεσε παράγοντα που λήφθηκε υπόψη για τη θεμελίωση δεσποζουσας θέσης της νέας οντότητας σε συνδυασμό με το μερίδιο αγοράς άνω του 50% στη σχετική αγορά.

6. Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές, ό.π., παρ. 19-20.

7. Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές, ό.π., παρ. 28-29.

8. Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές, ό.π., παρ. 31.

9. Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές, παρ. 36 (και νομολογία στην οποία παραπέμπει).

δύο προμηθευτών μπορεί να καταργεί μία αξιόπιστη πηγή εφοδιασμού<sup>10</sup>.

**Δυναμικός ανταγωνισμός - Εμπόδια εισόδου:** Όταν η είσοδος σε μία αγορά είναι πιθανή, έγκαιρη και επαρκής, τότε είναι δυνατόν να ματαιώσει ή να αποτρέψει τις αντανταγωνιστικές επιπτώσεις μίας συγκέντρωσης. Η είσοδος είναι πιθανή, εάν είναι επικερδής, λαμβάνοντας υπόψη τις επιπτώσεις που θα έχει στις τιμές η αύξηση του όγκου παραγωγής που είναι διαθέσιμη στην αγορά και τις πιθανές αντιδράσεις των ήδη παρουσών επιχειρήσεων. Η είσοδος ενδέχεται να είναι δυσκολότερη αν οι ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις προστατεύουν τα μερίδια αγοράς τους προσφέροντας μακροχρόνιες συμβάσεις ή επιλεκτικές μειώσεις τιμών στους πελάτες που προσπαθεί να προσελκύσει ο νεοεισερχόμενος. Οι πιθανότητες εισόδου μειώνονται, επίσης, εάν το κόστος αποτυχίας είναι μεγάλο.

Παραδείγματα επιχειρήσεων που εισήλθαν και εξήλθαν από το κλάδο κατά το παρελθόν μπορούν να αποτελέσουν χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με το μέγεθος των εμποδίων εισόδου. Τα εμπόδια εισόδου μπορεί να λάβουν τις ακόλουθες μορφές: νομικά πλεονεκτήματα που περιορίζουν τον αριθμό επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην αγορά λόγω π.χ. περιορισμού αριθμού αδειών εκμετάλλευσης, τεχνικά πλεονεκτήματα υπαρχουσών επιχειρήσεων όπως π.χ. πρόσβαση σε βασικές διευκολύνσεις με προνομιακούς όρους ή η πρόσβαση σε βασικές τεχνολογίες, η ύπαρξη πείρας ή φήμης που είναι δύσκολο να αποκτηθεί από μία νεοεισερχόμενη επιχείρηση, η προσήλωση στο σήμα, οι στενές σχέσεις προμηθευτών-πελατών, η σημασία προώθησης της διαφήμισης, το απαγορευτικό κόστος μεταστροφής σε ένα άλλο προμηθευτή. Περαιτέρω, το εάν θα είναι επικερδής η είσοδος σε μία αγορά εξαρτάται και από το εάν η αγορά είναι υπό ανάπτυξη ή εάν είναι κορεσμένη ή αναμένεται να συρρικνωθεί<sup>11,12</sup>. Η είσοδος είναι έγκαιρη εάν γίνει εντός δύο ετών, πάντοτε όμως εξαρτάται από τα χαρακτηριστικά της αγοράς. Πρέπει δε να είναι επαρκής, ώστε να θεωρηθεί υπολογίσιμη<sup>13</sup>.

### III. Κάθετες επιπτώσεις

Όταν αναφερόμαστε σε κάθετες Σ&Ε εννοούμε συγχωνεύσεις μεταξύ επιχειρήσεων διαφορετικών παραγωγικών σταδίων. Έτσι, μια κάθετη συγχώνευση μπορεί να πραγματοποιηθεί μεταξύ επιχειρήσεων που λειτουργούν στο στάδιο του τελικού

10. Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές, παρ. 65, 67.

11. Βλ. απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής Μ.774, ό.π., σημείο 232, όπου το γεγονός ότι συνολικά η ζήτηση των σχετικών προϊόντων αναμένονταν να περιοριστεί αποτελούσε παράγοντα αποτροπής εισόδου στη σχετική αγορά.

12. Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές, παρ. 69-71.

13. Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές, παρ. 74-75.

προϊόντος (Downstream firms) και επιχειρήσεων που λειτουργούν στο στάδιο του ενδιάμεσου αγαθού (Upstream firms). Με άλλα λόγια, στις κάθετες συγκεντρώσεις συμμετέχουν επιχειρήσεις που λειτουργούν σε διαφορετικά επίπεδα της αλυσίδας εφοδιασμού (π.χ. ο παραγωγός ενός συγκεκριμένου προϊόντος<sup>14</sup> συγχωνεύεται με έναν από τους διανομείς του<sup>15,16</sup>). Οι μη οριζόντιες συγκεντρώσεις δεν συνιστούν απειλή για τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό, εκτός εάν η επιχείρηση που προκύπτει από τη συγκέντρωση διαθέτει σημαντική ισχύ σε μία τουλάχιστον εκ των σχετικών αγορών. Τα μερίδια αγοράς και το επίπεδο συγκέντρωσης παρέχουν χρήσιμες ενδείξεις σχετικά με τη δύναμη της επιχείρησης στην αγορά και την ανταγωνιστική σημασία των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση επιχειρήσεων.

Δύο είναι οι βασικοί τρόποι με τους οποίους οι μη οριζόντιες συγκεντρώσεις ενδέχεται να παρεμποδίζουν σημαντικά τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό: μη συντονισμένα αποτελέσματα και συντονισμένα αποτελέσματα (επιδράσεις στη δυνατότητα συντονισμού των επιχειρήσεων στη σχετική αγορά που δραστηριοποιούνται).

Μη συντονισμένα αποτελέσματα ενδέχεται κυρίως να προκύψουν όταν μη οριζόντιες συγκεντρώσεις έχουν ως αποτέλεσμα τον αποκλεισμό από την αγορά (περίπτωση στην οποία η πρόσβαση πραγματικών ή δυνητικών ανταγωνιστών σε προμήθειες ή αγορές παρακωλύεται ή καταργείται συνεπεία της συγκέντρωσης, μειώνοντας έτσι την ικανότητα ή/και το κίνητρο των εταιρειών να ανταγωνιστούν). Ένας τέτοιος αποκλεισμός από την αγορά ενδέχεται να επιτρέψει στις εταιρείες που μετέχουν στη συγκέντρωση –και, ενδεχομένως, και σε ορισμένους ανταγωνιστές τους– να αυξήσουν επικερδώς τις τιμές που χρεώνουν στους καταναλωτές. Σε τέτοιες περιπτώσεις αποκλεισμού, παρεμποδίζεται σημαντικά ο αποτελεσματικός ανταγωνισμός και, γι' αυτό, στη συνέχεια τέτοιες περιπτώσεις αναφέρονται ως «επιζήμιος για τον ανταγωνισμό αποκλεισμός από την αγορά». Ο αποκλεισμός μπορεί μεταξύ άλλων να συνίσταται σε αποκλεισμό ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε εισροές. Αποκλεισμός ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε εισροές υπάρχει όταν, μετά τη συγκέντρωση, η επιχείρηση ενδέχεται να περιορίσει την πρόσβαση στα προϊόντα ή στις υπηρεσίες τα οποία θα παρείχε σε περίπτωση που δεν είχε πραγματοποιηθεί η συγκέντρωση, αυξάνοντας με τον τρόπο αυτό το κόστος των ανταγωνιστών

---

14. Η συγκεκριμένη επιχείρηση δραστηριοποιείται στην «αγορά **προηγούμενης** οικονομικής βαθμίδας».

15. Η συγκεκριμένη επιχείρηση δραστηριοποιείται στην «αγορά **επόμενη** οικονομικής βαθμίδας».

16. Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση των μη οριζόντιων συγκεντρώσεων σύμφωνα με τον Κανονισμό Συμβουλίου για τον έλεγχο συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων, της 18.10.2008, σημείο 4.

που δραστηριοποιούνται σε αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας και καθιστώντας δυσχερέστερη γι' αυτούς την προμήθεια εισροών υπό παρεμφερείς τιμές και συνθήκες με εκείνες που ίσχυαν προ της συγκέντρωσης. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση των τιμών που χρεώνει η εταιρία στους καταναλωτές, με αποτέλεσμα τη παρακώλυση του αποτελεσματικού ανταγωνισμού. Επίσης, μέσω της κάθετης ολοκλήρωσης, η νέα επιχείρηση ενδέχεται να αποκτήσει πρόσβαση σε εμπορικά ευαίσθητες πληροφορίες σχετικά με τις δραστηριότητες των ανταγωνιστών της που δραστηριοποιούνται στις αγορές προηγούμενης ή επόμενης οικονομικής βαθμίδας. Για παράδειγμα, εάν γίνει προμηθευτής ενός ανταγωνιστή που δραστηριοποιείται σε αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας, μια εταιρεία ενδέχεται να αποκτήσει κρίσιμες πληροφορίες, οι οποίες θα της επιτρέψουν να εφαρμόσει λιγότερο επιθετική τιμολογιακή πολιτική στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας εις βάρος των καταναλωτών. Ενδέχεται επίσης να θέσει τους ανταγωνιστές της σε ανταγωνιστικά μειονεκτική θέση, αποθαρρύνοντας με τον τρόπο αυτό την είσοδο ή την επέκτασή τους στην αγορά<sup>17</sup>.

Συντονισμένα αποτελέσματα προκύπτουν όταν η συγκέντρωση μεταβάλλει τη φύση του ανταγωνισμού κατά τρόπο ώστε να αυξάνεται σημαντικά η πιθανότητα να συντονίζονται στο εξής τη συμπεριφορά τους επιχειρήσεις που δεν το έπρατταν προηγουμένως, προκειμένου να αυξήσουν τις τιμές ή να παρεμποδίσουν με οποιονδήποτε άλλο τρόπο τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό. Η συγκέντρωση ενδέχεται επίσης να καταστήσει τον συντονισμό ευκολότερο, πιο σταθερό ή πιο αποτελεσματικό για επιχειρήσεις οι οποίες συντόνιζαν τη συμπεριφορά τους πριν από τη συγκέντρωση.

Συντονισμός στην αγορά ενδέχεται να προκύψει όταν οι ανταγωνιστές είναι σε θέση, χωρίς προσφυγή σε συμφωνία ή εναρμονισμένη πρακτική, να προσδιορίσουν και να επιδιώξουν κοινούς στόχους, αποφεύγοντας τις κανονικές αμοιβαίες ανταγωνιστικές πιέσεις μέσω ενός συνεκτικού συστήματος έμμεσων απειλών. Σε ένα κανονικό ανταγωνιστικό περιβάλλον, κάθε επιχείρηση έχει διαρκώς κίνητρο να ασκεί ανταγωνισμό. Αυτό το κίνητρο είναι που διατηρεί τελικά τις τιμές σε χαμηλά επίπεδα και που εμποδίζει τις επιχειρήσεις να μεγιστοποιούν από κοινού τα κέρδη τους. Ο συντονισμός συνιστά απομάκρυνση από τους κανονικούς όρους ανταγωνισμού. Οι επιχειρήσεις αποφεύγουν να θεσπίσουν τιμές χαμηλότερες από εκείνες που χρεώνουν οι ανταγωνιστές τους με συντονισμένο τρόπο, επειδή προβλέπουν ότι μια τέτοια συμπεριφορά θα θέσει σε κίνδυνο τον συντονισμό στο μέλλον. Για να προκύψουν επιπτώσεις συντονισμένης συμπεριφοράς, το κέρδος που θα αποκόμιζαν οι επιχειρήσεις από τον επιθετικό ανταγωνισμό βραχυπρόθεσμα («παρέκκλιση») πρέπει να είναι μικρότερο από την αναμενόμενη μείωση των εσόδων που συνεπάγε-

---

17. Ibid., παρ. 78.



ται η συμπεριφορά αυτή μακροπρόθεσμα, καθώς αναμένεται να προκαλέσει επιθετική απάντηση εκ μέρους των ανταγωνιστών («επιβολή κυρώσεων»)<sup>18</sup>.

Για να είναι βιώσιμος ο συντονισμός πρέπει: πρώτον, οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι σε θέση να ελέγχουν σε επαρκή βαθμό την τήρηση των όρων του συντονισμού· δεύτερον, η πειθαρχία προϋποθέτει την ύπαρξη κάποιων αξιόπιστων αποτρεπτικών μηχανισμών που μπορούν να ενεργοποιηθούν σε περίπτωση παρέκκλισης· τρίτον, οι αντιδράσεις τρίτων, όπως υφισταμένων και μελλοντικών ανταγωνιστών που δεν συμμετέχουν στον συντονισμό, καθώς και πελατών, δεν θα πρέπει να είναι ικανές να θέσουν σε κίνδυνο τα προσδοκώμενα αποτελέσματα του συντονισμού.

Μια κάθετη συγκέντρωση ενδέχεται να διευκολύνει τις επιχειρήσεις στις αγορές προηγούμενης ή επόμενης οικονομικής βαθμίδας να συμφωνήσουν στους όρους συντονισμού. Για παράδειγμα, όταν μια κάθετη συγκέντρωση συνεπάγεται αποκλεισμό από την αγορά οδηγεί στη μείωση του αριθμού των αποτελεσματικών ανταγωνιστών στην αγορά. Γενικά, η μείωση του αριθμού των επιχειρήσεων στην αγορά διευκολύνει τον συντονισμό των εναπομενουσών επιχειρήσεων της αγοράς.

Οι κάθετες συγκεντρώσεις ενδέχεται επίσης να αυξήσουν τον βαθμό συμμετρίας μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην αγορά. Αυτό ενδέχεται να αυξήσει το ενδεχόμενο συντονισμού διευκολύνοντας τη συμφωνία στους όρους συντονισμού. Ομοίως, η κάθετη ολοκλήρωση ενδέχεται να αυξήσει το επίπεδο διαφάνειας στην αγορά, διευκολύνοντας τον συντονισμό μεταξύ των εναπομεινάντων επιχειρήσεων της αγοράς.

Μια συγκέντρωση θεωρείται ότι έχει ως αποτέλεσμα τον αποκλεισμό από την αγορά όταν η πρόσβαση πραγματικών ή δυνητικών ανταγωνιστών σε προμήθειες ή αγορές εμποδίζεται ή καταργείται λόγω της συγκέντρωσης, μειώνοντας με τον τρόπο αυτό την ικανότητα ή/και τα κίνητρα των εν λόγω εταιρειών να ανταγωνισθούν η μια την άλλη. Ο εν λόγω αποκλεισμός από την αγορά ενδέχεται να αποθαρρύνει την είσοδο ή την επέκταση των ανταγωνιστών στην αγορά ή να ενθαρρύνει την έξοδο τους από αυτήν. Έτσι, αποκλεισμός από την αγορά μπορεί να διαπιστωθεί ακόμη και αν οι αποκλεισμένοι ανταγωνιστές δεν εξαναγκάζονται σε έξοδο από την αγορά: αρκεί το γεγονός ότι οι ανταγωνιστές περιέρχονται σε μειονεκτική θέση και, ως εκ τούτου, ασκούν λιγότερο αποτελεσματικό ανταγωνισμό. Ο εν λόγω αποκλεισμός θεωρείται επιζήμιος για τον ανταγωνισμό εάν οι συγχωνευόμενες εταιρείες –και ενδεχομένως και μερικοί από τους ανταγωνιστές τους αποκτούν έτσι τη δυνατότητα να αυξήσουν επικερδώς τις τιμές που χρεώνουν στους καταναλωτές

### ***Δυνατότητες αποκλεισμού ανταγωνιστών***

Για να αποτελέσει πρόβλημα ο αποκλεισμός ανταγωνιστών από την πρόσβαση

---

18. Ibid., παρ. 80 επ.

σε εισροές (αγορά χονδρικής εμπορίας), πρέπει η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση που προκύπτει από τη συγκέντρωση να έχει σημαντική ισχύ στην αγορά προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας (αγορά δύλισης). Μόνον στις περιπτώσεις αυτές μπορεί να αναμένεται ότι η συγχωνευθείσα εταιρεία θα επηρεάσει σημαντικά τους όρους του ανταγωνισμού στην αγορά προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας και επομένως πιθανότατα και στις τιμές και στους όρους εφοδιασμού στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας<sup>19</sup>. Στην υπό κρίση συγκέντρωση, τα ΕΛ.ΠΕ διαθέτουν ουσιώδη οικονομική ισχύ (SMP) στο στάδιο της δύλισης κατέχοντας μάλιστα και δεσπόζουσα θέση σε όλες τις επηρεαζόμενες αγορές γεγονός που τους προσδίδει τη δυνατότητα να εξασκήσουν την οικονομική δύναμη στην αγορά.

#### ***Κίνητρα αποκλεισμού ανταγωνιστών***

Το κίνητρο αποκλεισμού εξαρτάται από τον βαθμό στον οποίο ο αποκλεισμός θα είναι επικερδής. Η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση θα λάβει υπόψη με ποιον τρόπο οι προμήθειές της εισροών σε ανταγωνιστές που δραστηριοποιούνται στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας θα επηρεάσουν όχι μόνον τα κέρδη της από το τμήμα της δραστηριοποιούμενο στην αγορά προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας, αλλά και από το τμήμα της δραστηριοποιούμενο στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας. Ουσιαστικά, η συγχωνευθείσα εταιρεία βρίσκεται αντιμέτωπη με μια αντιστάθμιση μεταξύ του κέρδους που απώλεσε στην αγορά προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας, λόγω μείωσης των πωλήσεων εισροών σε (πραγματικούς ή δυνητικούς) ανταγωνιστές, και του κέρδους που αποκτά, βραχυπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα, από την αύξηση των πωλήσεων στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας ή, ανάλογα με την περίπτωση, από τη δυνατότητα αύξησης των τιμών για τους καταναλωτές. Η αντιστάθμιση είναι πιθανό να εξαρτάται από το επίπεδο κερδών που αποκτά η συγχωνευθείσα εταιρεία στις αγορές επόμενης και προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας. Εφόσον οι λοιποί παράγοντες παραμένουν αμετάβλητοι, όσο χαμηλότερα είναι τα περιθώρια κέρδους στην αγορά προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας τόσο μικρότερη είναι η απώλεια από τον περιορισμό των πωλήσεων εισροών. Ομοίως, όσο υψηλότερα είναι τα περιθώρια κέρδους στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας, τόσο μεγαλύτερο είναι το κέρδος που αποκτά από την αύξηση του μεριδίου στην αγορά αυτή εις βάρος των αποκλεισμένων ανταγωνιστών

#### **IV. Επιπτώσεις συντονισμένης συμπεριφοράς**

Συγκεντρώσεις σε αγορές με υψηλό βαθμό συγκέντρωσης μπορεί να εμποδίσουν

---

19. Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές για την αξιολόγηση μη-οριζόντιων συγκεντρώσεων σκέψη 35.

τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό με τη δημιουργία ή την ενίσχυση **συλλογικής δεσπόζουσας θέσης**, καθώς αυξάνουν την πιθανότητα συντονισμού της συμπεριφοράς των επιχειρήσεων και άρα αύξησης των τιμών, δίχως να προσφεύγουν σε συμφωνία ή εναρμονισμένη πρακτική με την έννοια των άρθρων 1 ν. 3959/2011 και 101 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (εφεξής «ΣΛΕΕ»). Έτσι, μία συγκέντρωση που δημιουργεί ή ενισχύει δεσπόζουσα θέση κατεχόμενη από τους μετέχοντες στη συγκέντρωση μαζί με μία τρίτη επιχείρηση μπορεί να αποδειχθεί ασύμβατη προς το καθεστώς του ανόθευτου ανταγωνισμού.

Πάντως, κατά την Ευρωπαϊκή νομολογία, ένας υψηλός βαθμός συγκέντρωσης σε μια ολιγοπωλιακή αγορά δεν αποτελεί αυτός καθαυτός καθοριστικό παράγοντα για την ύπαρξη συλλογικής δεσπόζουσας θέσης. Πρέπει επιπλέον να υπάρχουν ισχυρές αποδείξεις σχετικά με την έλλειψη πραγματικού ανταγωνισμού, καθώς και για την ανεπάρκεια της ανταγωνιστικής πίεσης εκ μέρους άλλων ανταγωνιστών (εφόσον αυτή υπάρχει στη σχετική αγορά). Βασικές προϋποθέσεις ανάπτυξης τέτοιων επιπτώσεων (κριτήρια ενδεχόμενης δημιουργίας ή ενίσχυσης συλλογικής δεσπόζουσας θέσης) είναι:

**Μερίδια αγοράς - συμμετρία:** Η ύπαρξη ευρύτατων μεριδίων αγοράς έχει μεγάλη σημασία. Ωστόσο, η κατοχή σημαντικού μεριδίου δεν είναι στοιχείο αμετάβλητο που αποδεικνύει την ύπαρξη ή μη ατομικής ή/και συλλογικής δεσπόζουσας θέσης. Η σημασία του ποικίλλει από αγορά σε αγορά ανάλογα με τη διάρθρωση της προσφοράς και της ζήτησης και τις διαφορετικές συνθήκες ανταγωνισμού<sup>20</sup>. Η κατοχή υψηλών μεριδίων αγοράς από τα μέλη ενός ολιγοπωλίου δεν έχει κατ' ανάγκη την ίδια σημασία σε σχέση με την ανάλυση μίας ατομικής δεσπόζουσας θέσης από τη σκοπιά των δυνατοτήτων των εν λόγω μελών να υιοθετήσουν μία συμπεριφορά ανεξάρτητη σε μεγάλο βαθμό έναντι των ανταγωνιστών τους, των πελατών και τελικά των καταναλωτών. Η κατοχή συνδυασμένου υψηλού μεριδίου αγοράς, ιδίως στην περίπτωση δυοπωλίου μπορεί, εντούτοις, εκτός αποδείξεως του εναντίου, να συνιστά σημαντική ένδειξη υπάρξεως συλλογικής δεσπόζουσας θέσεως<sup>21</sup>.

Στις περιπτώσεις που μετά τη συγκέντρωση προκύπτει δυοπώλιο με μερίδιο αγοράς άνω του 60%, τότε υφίσταται σοβαρό έρεισμα για την εξέταση της πιθανότητας συντονισμού λόγω δημιουργίας συλλογικής δεσπόζουσας θέσης<sup>22</sup>. Αξιολό-

---

20. Απόφαση ΠΕΚ, Gencor κ, Επιτροπής, T-102/96, ό.π., σκέψεις 201, 203.

21. T-102/96, ό.π., σκέψεις 205-206, βλ. και απόφαση Ε.Επ. M.1517, Rhodia/Donau Chemie, παρ. 61.

22. Βλ. ενδεικτικά νομολογία που παρατίθεται στο N. Levy, *The control of Concentrations Between Undertakings* (2008), κεφ. 14.08. Βλ. και απόφαση ΔΕΚ της 31.03.1998, συνεκδ. υποθέσεις C-68/94, Γαλλική Δημοκρατία κατά Επιτροπής, παρ. 226, όπου κρίθηκε ότι ένα συνολικό μερίδιο αγοράς ανερχόμενο στο 60% και κατανεμόμενο μη συμμετρικά δεν μπορεί να συνιστά

γηση της πιθανότητας ύπαρξης συλλογικής δεσπόζουσας θέσης λαμβάνει χώρα και στις περιπτώσεις που μετά την συγκέντρωση προκύπτει ότι τρεις επιχειρήσεις κατέχουν μερίδιο αγοράς άνω του 60%<sup>23</sup>. Αντίθετα, στις περιπτώσεις όπου τέσσερις και πλέον επιχειρήσεις κατέχουν μερίδιο αγοράς άνω του 60% μετά τη συγκέντρωση, θεωρείται καταρχήν ότι είναι δύσκολη η διατήρηση του ενδεχόμενου συντονισμού μεταξύ τους<sup>24</sup>. Μερίδια αγοράς που ανέρχονται έως 60% της σχετικής αγοράς δεν συνηγορούν στην ύπαρξη συλλογικής δεσπόζουσας θέσης<sup>25</sup>.

Παράλληλα, έχει γίνει δεκτό ότι αύξηση των μεριδίων λόγω της συγκέντρωσης της τάξης του 0-10% θεωρείται καταρχήν ότι δεν συνηγορεί στη δημιουργία συλλογικής δεσπόζουσας θέσης<sup>26</sup>. Ταυτόχρονα, κατά τη συγκεκριμένη ανάλυση, θα πρέπει να συνεκτιμάται ότι ο συντονισμός είναι πιο εύκολος σε περίπτωση συμμετρικών μεριδίων αγοράς<sup>27</sup>. Αντίθετα, η ύπαρξη ασυμμετρίας ως προς τα μερίδια αγοράς συμβάλλει στη μη στοιχειοθέτηση συλλογικής δεσπόζουσας θέσης<sup>28</sup>. Επίσης, θα πρέπει να συνυπολογίζεται ως στοιχείο ευνοϊκό για την ύπαρξη συλλογικής

---

από μόνο του αποφασιστική ένδειξη για την ύπαρξη συλλογικής δεσπόζουσας θέσεως.

23. Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις Ε.Επ. στην υπόθεση *Cinven/Warburg Pincus/Casema/Multi-kabel*, COMP/M.4338, παρ. 42 επ., στην *Degussa/Dow*, COMP/M.4154, παρ. 28 επ. και νομολογία που παρατίθεται στο NICHOLAS LEVY, *The control of Concentrations Between Undertakings* (2008), κεφ. 14.08.

24. Βλ. και απόφαση Ε.Επ. IV/M.1016, *Price Waterhouse/Coopers & Lybrand*, παρ. 103, όπου κρίθηκε ότι η δημιουργία συλλογικής δεσπόζουσας θέσης μεταξύ περισσότερων των τριών ανταγωνιστών είναι απίθανη.

25. Απόφαση ΔΕΚ στην υπόθ. C-68/94, ό.π., σκέψη 226. Στην υπόθεση αυτή έγινε δεκτό ότι τα μερίδια αγοράς 37% και 23% αντίστοιχα των δύο εμπλεκόμενων επιχειρήσεων δεν αρκούσαν για τη στοιχειοθέτηση συλλογικής δεσπόζουσας θέσης στη σχετική αγορά (βλ. *EU Merger Control Law 2007*, κεφ. 10, παρ. 14.08, σελ. 27-28 και εκεί νομολογία).

26. Βλ. ενδεικτικά απόφαση Ε.Επ. IV/M.2883 - *BERTELSMANN / ZOMBA*, παρ. 27, M.2867, *UPM/KYMMENE/MORGAN ADHESIVES COMPANY*, παρ. 25-26.

27. M.2533, *BP/EON*, παρ. 45, 72. Συνολικό μερίδιο περίπου 50-60% θεωρήθηκε ενδεικτικό συλλογικής δεσπόζουσας θέσης με δεδομένο ότι τα μερίδια ήταν αρκετά υψηλά και συμμετρικά για τις συμμετέχουσες στη συγκέντρωση οντότητες. Ταυτόχρονα λήφθηκαν υπόψη η υψηλή παραγωγική δυναμικότητα στα σχετικά προϊόντα των δύο επιχειρήσεων έναντι της αντίστοιχης των ανταγωνιστών (βλ. ιδίως παρ. 47), αλλά και ο μικρός αριθμός των ανταγωνιστών με πολύ χαμηλά μερίδια αγοράς (βλ. ιδίως παρ. 48, 50 και 52). Βλ. επίσης αποφάσεις ΠΕΚ T-102/96, ό.π., σκέψεις 207-208, 222, Ε.Επ. M.190, *Nestle/Perrier*, παρ. 123, M.3314, *Air Liquide/Messer*, σκέψη 92, 123, 94/208/EK, *Mannesmann/Valourec/Ilva*, σκέψεις 48-50, 53, 55, 59, 97/25/EK, *ABB/Daimler-Benz*, σκέψη 88, M.1673, *VEBA/VIAG*, παρ. 64-65, M.2690, *Solvay/Montedison-Ausimont*, παρ. 46.

28. Απόφαση Ε.Επ., M.1202, *Renault/Iveco*, παρ. 55, M.1298, *Kodak/Imation*, παρ. 59, M.1681, *Akzo Nobel/Hoechst Roussel VET*, παρ. 68. Βλ. συμπληρωματικά και νομολογία εις *EU Merger Control Law*, ό.π., 14.10 (4), σελ. 53-54.

δεσπόζουσας θέσης η σταθερότητα των μεριδίων αγοράς. Σημαντικές διαφοροποιήσεις μεταξύ των μεριδίων αγοράς κατά τη διάρκεια ενός χρονικού διαστήματος αποτελούν ένδειξη ότι η αγορά είναι ανταγωνιστική, συνηγορώντας κατά της θεμελιώσεως συλλογικής δεσπόζουσας θέσης στη σχετική αγορά<sup>29</sup>.

**Έλεγχος εκ μέρους των επιχειρήσεων των όρων συντονισμού:** Όσο λιγότερο περίπλοκο και περισσότερο σταθερό είναι το οικονομικό περιβάλλον τόσο πιο εύκολο για τις επιχειρήσεις είναι να καταλήξουν σε κοινή συμφωνία για τους όρους συντονισμού. Ευκολότερο είναι π.χ. να υπάρξει συντονισμός σε μία αγορά με λίγες επιχειρήσεις ή σχετικά με την τιμή που θα ισχύει για ένα και μόνο ομοιογενές προϊόν από ό,τι σε πολλά και ανόμοια προϊόντα. Επίσης, η ασταθής ζήτηση και η συχνή είσοδος νέων επιχειρήσεων ενδέχεται να δηλώνει ότι οι τρέχουσες συνθήκες της αγοράς δεν καθιστούν πιθανό το συντονισμό. Ευχερέστερος επιπλέον είναι ο συντονισμός κατανομής της αγοράς όταν οι πελάτες έχουν απλά χαρακτηριστικά που επιτρέπουν αμέσως την κατανομή πελατείας. Η δημοσιοποίηση πληροφοριών (π.χ. για τις τιμές) ή η ανταλλαγή τους μέσω εμπορικών ενώσεων ή μέσω σταυροειδών συμμετοχών ή συμμετοχής σε κοινές επιχειρήσεις μπορεί, επίσης, να βοηθά τις επιχειρήσεις να συμφωνήσουν τους όρους συντονισμού. Τέλος, πιο εύκολος είναι ο συντονισμός μεταξύ επιχειρήσεων που παρουσιάζουν κοινά σημεία π.χ. ως προς τη διάρθρωση του κόστους, τα μερίδια αγοράς, τα επίπεδα παραγωγικής ικανότητας ή/και κάθετης ολοκλήρωσης<sup>30</sup>. Περαιτέρω, πιο εύκολος είναι ο συντονισμός σε αγορές που δεν αναπτύσσονται, εμφανίζουν μία ωριμότητα και σταθερότητα, με αποτέλεσμα για την όποια έστω μικρή αύξηση της ζήτησης να μην υπάρχει κίνητρο εισόδου νέων ανταγωνιστών στην αγορά ή να μην υιοθετηθεί κάποια επιθετική στρατηγική οικειοποίησης της νέας ζήτησης από τις υπάρχουσες επιχειρήσεις. Επιπλέον, ο υψηλός βαθμός συγκέντρωσης μίας αγοράς ευνοεί την ανάπτυξη συντονισμού.

**Παρακολούθηση των παρεκκλίσεων και ύπαρξη αποτρεπτικών μηχανισμών:** Όσο μεγαλύτερη είναι η διαφάνεια στη σχετική αγορά τόσο μεγαλύτερη η πιθανότητα ανακάλυψης τυχόν παρεκκλίσεων από τους όρους συντονισμού μεταξύ επιχειρήσεων. Καθοριστικό στοιχείο είναι να διαπιστωθεί τί μπορούν να συναγάγουν οι επιχειρήσεις από τις πληροφορίες που είναι διαθέσιμες σχετικά με τις ενέργειες άλλων επιχειρήσεων. Πρακτικές που διευκολύνουν την παρακολούθηση παρεκκλίσεων είναι π.χ. η οικειοθελής δημοσίευση πληροφοριών ή η ανταλλαγή τους μέσω εμπορικών ενώσεων<sup>31</sup>. Στο πλαίσιο αυτό λαμβάνονται μέτρα αντιποίνων

---

29. Απόφαση ΠΕΚ στην υπόθ. T-342/99, ό.π., σκ. 111, 117-119, Ε.Επ. Μ.190, Nestle/Perrigier, σκ. 46 (στην υπόθεση αυτή παρά τις μικρές διακυμάνσεις των μεριδίων αγοράς ύψους περίπου 2,5%, θεωρήθηκε ότι τα μερίδια διατηρήθηκαν σταθερά κατά την εξεταζόμενη περίοδο).

30. Βλ. ανωτέρω Κατευθυντήριες, σημεία 41, 45-48.

31. Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές, παρ. 50-51.

και αποτροπής ώστε να μην έχει συμφέρον να παρεκκλίνει κάποιο μέλος του ολιγοπωλίου από την κοινή συμπεριφορά, τα οποία (μέτρα) μπορεί να συνίστανται στη διακοπή εμπορικών σχέσεων ή εφαρμογή επιθετικής πολιτικής προς συρρίκνωση του μεριδίου αγοράς του παρεκκλίνοντος μέρους ή την απειλή επιστροφής σε κατάσταση πλεονασματικής προσφοράς ή τη δυνατότητα επιλεκτικών πωλήσεων σε βάρος της επιχείρησης. Τα μέτρα αυτά θα πρέπει να θεωρούνται αποτελεσματικά και εφικτά, ενώ λαμβάνεται υπόψιν ότι σε συνθήκες μη διαφάνειας της αγοράς δύσκολα μπορούν να λειτουργήσουν. Περαιτέρω, θα πρέπει να αναμένεται με αρκετή βεβαιότητα ότι σε περίπτωση που διαπιστώνεται παρέκκλιση από μια επιχείρηση, θα ενεργοποιηθούν οι αποτρεπτικοί μηχανισμοί. Τα αντίποινα που εκδηλώνονται μετά από αρκετά μεγάλο χρονικό διάστημα ή που δεν είναι βέβαιο ότι θα ενεργοποιηθούν δεν είναι τόσο πιθανόν ότι αρκούν για να αντισταθμίσουν τα οφέλη από την «παραβατική» συμπεριφορά<sup>32</sup>.

**Αντίδραση τρίτων:** Προκειμένου να κριθεί επιτυχής ο συντονισμός μεταξύ επιχειρήσεων, θα πρέπει, σε περίπτωση θέσεως όρων συντονισμού εκ μέρους των συμμετεχουσών επιχειρήσεων, οι επιχειρήσεις που δεν συμμετέχουν να μην έχουν κίνητρο ή να μην είναι σε θέση να αντιδράσουν από απόψεως παραγωγικής ικανότητας<sup>33</sup>.

**Η ενίσχυση αγοραστικής ισχύος της νέας οντότητας** μπορεί να παρεμποδίσει τον ανταγωνισμό ιδίως δια της μείωσης των εισροών που αγοράζει. Τούτο μπορεί να προκύψει ιδίως όταν οι πωλητές των προηγούμενων σταδίων χαρακτηρίζονται από κατακερματισμό<sup>34</sup>.

Συνθήκες που έχουν καθοριστική επίδραση στην ικανότητα των επιχειρήσεων να διατηρήσουν εναρμονισμένη πρακτική και επομένως στο κατά πόσο η εναρμονισμένη πρακτική είναι εφικτή είναι<sup>35</sup>: α) Τα εμπόδια εισόδου. β) Η συχνότητα αλληλεπίδρασης και γ) Η καινοτομία.

Η πιθανότητα επομένως εκδήλωσης εναρμονισμένης πρακτικής είναι πολύ μικρή όταν δεν υπάρχουν εμπόδια εισόδου όταν στο συγκεκριμένο επιχειρηματικό κλάδο, οι δε επιχειρήσεις δεν ανταλλάσσουν πληροφορίες και δεν αναπτύσσουν συνεργασίες (αλληλεπίδραση), επιπλέον δε ο κλάδος χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη ή ανάπτυξη καινοτομιών. Κλάδοι που παρουσιάζουν ένα ή περισσότερα από αυτά τα χαρακτηριστικά είναι κλάδοι στους οποίους δεν φαίνεται αντικειμενικά πρόσφο-

---

32. Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές, παρ. 52-55.

33. Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές, παρ. 56.

34. Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές, παρ. 61-62.

35. Βλ. ΒΕΤΤΑΣ-ΚΑΤΣΟΥΛΑΚΟΣ, 2004 – Πολιτική Ανταγωνισμού και Ρυθμιστική Πολιτική, σελ.

ρη η εκδήλωση συμπεριφορών εναρμονισμένης πρακτικής<sup>36</sup>.

Οι παραπάνω παράγοντες καθορίζουν πόσο πρόσφορο είναι να εκδηλωθεί εναρμονισμένη πρακτική σε μία αγορά, και πόσο διατηρήσιμη θα είναι αυτή. Οι παράγοντες αυτοί εξαρτώνται από χαρακτηριστικά της αγοράς (κλάδος) και των επιχειρήσεων. Συνθήκες που έχουν καθοριστική επίδραση στην ικανότητα των επιχειρήσεων να διατηρήσουν εναρμονισμένη πρακτική είναι:

**α) Μεγάλη διαφάνεια αγοράς.** Η εναρμονισμένη συμπεριφορά είναι ευκολότερη όταν οι επιχειρήσεις μπορούν να παρατηρήσουν τις τιμές και τις πωλήσεις των άλλων επιχειρήσεων. Εναλλακτικά, η συμπεριφορά αυτή είναι πιο δύσκολη αν οι τιμές δεν είναι εύκολα παρατηρήσιμες ή το επίπεδο τους δεν συνάγεται εύκολα από τα δεδομένα της αγοράς. Η απουσία διαφάνειας σε τιμές και πωλήσεις δεν αποκλείει εναρμονισμένη πρακτική, την κάνει όμως πιο δύσκολα διατηρήσιμη και πιο περιορισμένη σε έκταση<sup>37</sup>.

**β) Ο αριθμός των συμμετεχουσών επιχειρήσεων,** ο οποίος συνδέεται θετικά με την ύπαρξη και διατήρηση εναρμονισμένης πρακτικής. Ειδικότερα, η εναρμονισμένη πρακτική παρουσιάζεται πιο δύσκολη όταν υπάρχει μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων που ανταγωνίζονται μεταξύ τους. Ο λόγος είναι ότι όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των επιχειρήσεων σε μία αγορά, τόσο μικρότερο είναι το μερίδιο του κέρδους που προκύπτει από την εναρμονισμένη πρακτική που αντιστοιχεί σε κάθε επιχείρηση. Επίσης όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των επιχειρήσεων τόσο πιο δύσκολος είναι ο συντονισμός μεταξύ τους και η εποπτεία εφαρμογής των εναρμονισμένων πρακτικών, ιδιαίτερα όταν ο συντονισμός αυτός βασίζεται σε μία σιωπηρή κατανόηση των παραμέτρων της εναρμονισμένης συμπεριφοράς (όπως η αναγνώριση ενός εστιακού σημείου για τιμή και μερίδια αγοράς) και αυτό ισχύει ιδιαίτερα όταν οι επιχειρήσεις για διάφορους λόγους δεν είναι συμμετρικές μεταξύ τους<sup>38</sup>.

**γ) Οι δομικοί / διαρθρωτικοί δεσμοί (structural links)** μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου (συμμετοχή στο μετοχικό κεφάλαιο άλλων επιχειρήσεων στον κλάδο). Η ύπαρξη και διατήρηση δομικών δεσμών μεταξύ των επιχειρήσεων ενός κλάδου αυξάνει σημαντικά την πιθανότητα εμφάνισης και διατήρηση εναρμονισμένων πρακτικών.

**δ) Χαρακτηριστικά ζήτησης.** Η εναρμονισμένη πρακτική είναι ευκολότερο να διατηρηθεί όταν υπάρχει υψηλός ρυθμός αύξησης της ζήτησης, που σημαίνει ότι το κέρδος σήμερα είναι μικρό συγκριτικά με το αναμενόμενο μελλοντικά. Αντίστροφα,

---

36. Ο.π.

37. Ο.π και Απόφαση Ε.Α. 263/IV/2004.

38. Ο.π.

εναρμονισμένη πρακτική είναι πιο δύσκολο να διατηρηθεί όταν η ζήτηση μειώνεται – όπου τα μελλοντικά κέρδη είναι τότε ούτως ή άλλως μικρά.

ε) **Χαμηλή διαπραγματευτική δύναμη αγοραστών/πελατών.** Εάν η διαπραγματευτική ισχύ των πελατών ενός κλάδου ή μιας αγοράς είναι υψηλή τότε η κερδοφορία των επιχειρήσεων που εναρμονίζουν τη συμπεριφορά τους μειώνεται – ακόμη και ένα μονοπώλιο δεν θα μπορεί να επιβάλλει υψηλές τιμές. Επιπλέον, σε αυτήν την περίπτωση, οι πελάτες μπορούν να διασπάσουν την εναρμονισμένη πρακτική συγκεντρώνοντας τις παραγγελίες τους, κάνοντας έτσι λιγότερο συχνή την αλληλεπίδραση (interaction) των επιχειρήσεων που αυξάνει το κίνητρο παρέκκλισης.

## V. Μεταδοτικά αποτελέσματα

«Συσπειρωτικές συγκεντρώσεις» (conglomerate mergers) είναι οι συγκεντρώσεις εταιριών ετερογενών δραστηριοτήτων, δηλαδή εκείνες που πραγματοποιούνται μεταξύ επιχειρήσεων οι οποίες δεν έχουν ουσιαστικά προϋφιστάμενη ανταγωνιστική σχέση (είτε ως άμεσες ανταγωνίστριες, είτε ως προμηθευτές και πελάτες). Οι συγκεντρώσεις αυτές δεν συνεπάγονται αληθείς οριζόντιες επικαλύψεις μεταξύ των δραστηριοτήτων των μερών της συγκέντρωσης, ούτε και κάθετες σχέσεις μεταξύ των μερών αυτών υπό αυστηρή έννοια. Συγκέντρωση μεταξύ επιχειρήσεων που δρουν σε διακεκριμένες αγορές δεν αναμένεται, συνήθως, να περιορίσει τον ανταγωνισμό, ιδίως με τη δημιουργία ή την ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης λόγω της σωρεύσεως μεριδίων αγοράς που κατέχουν τα μέρη που μετέχουν στη συγχώνευση. Σε ορισμένες όμως περιπτώσεις, οι συσπειρωτικές επιδράσεις μίας συγκέντρωσης μπορεί να δημιουργήσουν ή να ενισχύσουν μια δεσπόζουσα θέση σε σχετικά εγγύς μέλλον, εμποδίζοντας έτσι ουσιαστικά τον πραγματικό ανταγωνισμό στην οικεία αγορά. Στο πλαίσιο αυτό, πρέπει να γίνει περαιτέρω διάκριση μεταξύ:

α) αφενός της κατάστασης όπου η συγκέντρωση με συσπειρωτικές συνέπειες τροποποιεί άμεσα τις συνθήκες ανταγωνισμού στη δεύτερη αγορά και συνεπάγεται τη δημιουργία ή την ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης στην αγορά αυτή λόγω της ήδη κατεχόμενης στη πρώτη αγορά δεσπόζουσας θέσης, και

β) αφετέρου της κατάστασης όπου η δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης στη δεύτερη αγορά δεν προκύπτει άμεσα από τη συγκέντρωση αλλά θα παραχθεί, στη περίπτωση αυτή μετά από ορισμένο χρόνο και θα προκύψει από συμπεριφορά που θα υιοθετήσει η νέα οντότητα στη πρώτη αγορά όπου κατέχει δεσπόζουσα θέση. Στη τελευταία αυτή περίπτωση, δεν δημιουργεί ή ενισχύει τη δεσπόζουσα θέση η δομή που προκύπτει από τη πράξη συγκεντρώσεως καθαυτή, αλλά η μελλοντική συμπεριφορά της νέας οντότητας.

Κατά την αξιολόγηση αυτή των συσπειρωτικών συνεπειών των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων που δρουν σε διακεκριμένες/χωριστές αγορές, ιδιαίτερος



και σημαντικός παράγοντας που οφείλει η Ε.Α. να λαμβάνει υπόψη είναι η σώρευση των προϊόντων και σημάτων, δηλαδή των «χαρτοφυλακίων», των δύο μερών (επιπτώσεις χαρτοφυλακίου). Ο κάτοχος ενός χαρτοφυλακίου σημάτων με ηγετική θέση μπορεί να επωφεληθεί από διάφορα πλεονεκτήματα (που συνήθως συνδέονται με τις δυνατότητες που απορρέουν από την προσφορά ενός μεγάλου φάσματος προϊόντων στην αγορά). Σε γενικές γραμμές, επειδή τα αποτελέσματα συγκεντρώσεως εταιριών ετερογενών δραστηριοτήτων θεωρούνται συχνά ως ουδέτερα ή ευεργετικά για τον ανταγωνισμό, η απόδειξη των αντίθετων προς τον ανταγωνισμό συσπειρωτικών συνεπειών της συγκεντρώσεως αυτής χρήζει ακριβούς εξετάσεως, τεκμηριωμένης με ισχυρές αποδείξεις, των στοιχείων που φέρεται ότι συνιστούν τα εν λόγω επιζήμιων αποτελεσμάτων για τον ανταγωνισμό.

80) Στη περίπτωση που διαπιστωθεί αποδεδειγμένα ότι υπάρχει δεσπόζουσα ή, έστω, ηγετική θέση σε μία αγορά προϊόντος ή υπηρεσίας μίας εκ των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση επιχειρήσεων, πρέπει να εξεταστεί αν η νέα οντότητα (η οποία θα προκύψει μετά τη συγκέντρωση) θα έχει τη δυνατότητα και το οικονομικό κίνητρο να αποκλείσει τον ανταγωνισμό δημιουργώντας δεσπόζουσα θέση σε άλλη αγορά ή ενισχύοντας την ήδη υπάρχουσα δεσπόζουσα ή/και ηγετική θέση της στη πρώτη αγορά – μέσω της παραγωγού προώθησης/μόχλευσης της δύναμης της σε άλλη αγορά (market leveraging) ή/και μέσω της ανάπτυξης διαφόρων περιοριστικών πρακτικών στο μέλλον (πχ. ομαδικές, γνήσια ή μικτά συνδεδεμένες και δεσμευμένες πωλήσεις). Η ανάπτυξη τέτοιων πρακτικών είναι ιδιαίτερα πιθανή κυρίως στη περίπτωση των άμεσα γειτνιαζουσών αγορών ή στις περιπτώσεις αγορών συμπληρωματικών προϊόντων.

Μολονότι είναι πρόσφορο να λαμβάνονται υπόψη τα αντικειμενικά κίνητρα για την υιοθέτηση αντίθετων προς τον ανταγωνισμό συμπεριφορών τις οποίες δημιουργεί μια συγχώνευση, πρέπει επίσης να εξετάζεται σε ποιο μέτρο τα εν λόγω κίνητρα θα μειωθούν, αν όχι εξαλειφθούν, λόγω του μη σύννομου χαρακτήρα της εν λόγω συμπεριφοράς, ιδίως σε σχέση με την απαγόρευση της καταχρηστικής εκμεταλλεύσεως δεσπόζουσας θέσεως του άρθρου 2 του ν.703/77 και 102 ΣΛΕΕ και των οικονομικών κυρώσεων που μπορεί να προκύψουν

Εφόσον δεν φαίνεται η δημιουργία της κοινής επιχείρησης να έχει ως αντικείμενο το συντονισμό της ανταγωνιστικής συμπεριφοράς των μητρικών της εταιριών, και για να εκτιμηθεί εάν η δημιουργία μίας κοινής επιχείρησης έχει ως αποτέλεσμα το συντονισμό αυτό, πρέπει να διερευνάται εάν εκ της δημιουργίας αυτής οι μητρικές επιχειρήσεις αποκτούν **κίνητρο**<sup>39</sup> να συντονίσουν τη μελλοντική τους συμπεριφορά, πέραν και εκτός της κοινής επιχείρησης, όπως για παράδειγμα μπορεί να

---

39. Βλ. και απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής JV.48-Vodafone/Vivendi/Canal Plus, παρ. 87.

συμβαίνει όταν οι μητρικές είναι άμεσες ανταγωνίστριες η μία της άλλης, καθώς και κατά πόσον ο συντονισμός αυτός καθίσταται **πιθανός και οι επιπτώσεις του σημαντικές**<sup>40</sup>. Για παράδειγμα, η πιθανότητα συντονισμού ενισχύεται όταν παρατηρείται συμμετρία των μεριδίων αγοράς και των δραστηριοτήτων των μητρικών επιχειρήσεων ή έλλειψη ισχυρών ανεξάρτητων ανταγωνιστών στην αγορά<sup>41</sup>.

Αντίστοιχα, ο συντονισμός θα είναι σημαντικός και θα παρέχει στις μητρικές της κοινής επιχείρησης εταιρίες τη δυνατότητα να εξαλείψουν τον ανταγωνισμό σε μεγάλο μέρος των αγορών τους, εφόσον οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις έχουν, ατομικά έκαστη ή όλες μαζί, επαρκή ισχύ ώστε να καθιστούν το συντονισμό επικερδή<sup>42</sup>. Ενδείξεις σε σχέση με την ισχύ των συμμετεχουσών συνιστούν, μεταξύ άλλων, η κατοχή υψηλών μεριδίων αγοράς, η ωριμότητα της αγοράς, η αντισταθμιστική ισχύς μεγάλων πελατών (εάν υπάρχουν)<sup>43</sup>, η ύπαρξη εμποδίων εισόδου<sup>44</sup>, και η σημασία της κοινής επιχείρησης σε σχέση με την επιχειρηματική δραστηριότητα των μητρικών της. Κατά την αξιολόγηση του κινδύνου συντονισμού σύμφωνα με τα ανωτέρω λαμβάνεται υπόψη, μεταξύ άλλων, και το επίπεδο ροής πληροφοριών μεταξύ των μητρικών, και ειδικότερα το ενδεχόμενο χρησιμοποίησης της κοινής επιχείρησης από τις μητρικές της ως μέσου ανταλλαγής πληροφοριών<sup>45</sup>.

Τέλος, όπως προκύπτει από τη διατύπωση της παρ. 3 σημ. β' του άρθρου 7 του ν. 3959/2011, είναι σε κάθε περίπτωση απαραίτητο να υφίσταται αιτιώδης σύνδεσμος μεταξύ του συντονισμού και της δημιουργίας της κοινής επιχείρησης<sup>46</sup>. Εξάλλου, σε περίπτωση που αξιολογηθεί ότι υφίσταται κίνδυνος συντονισμού μεταξύ των μητρικών επιχειρήσεων, πρέπει να διερευνάται τυχόν εφαρμογή επ' αυτού των άρθρων 1 παρ. 1 και 3 του ν. 3959/2011 ή/και 101 παρ. 1 και 3 ΣΛΕΕ.

Γενικότερα, για να εκτιμηθεί εάν η δημιουργία μια κοινής επιχείρησης (joint venture) έχει ως αποτέλεσμα το συντονισμό μεταξύ των μητρικών επιχειρήσεων, πρέπει να διερευνάται εάν εκ της δημιουργίας αυτής οι μητρικές επιχειρήσεις απο-

40. Βλ. και N. LEVY, European Merger Control Law, chapter 5, The Control of Concentrations between Undertakings, Rel. 18-11/2008, κεφ. 5.13[3][b].

41. Βλ. αποφάσεις Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.2851, Intracom/Siemens/STT, παρ. 43, και JV.35, Beiselen/Bay Wa/Chemag, παρ. 28.

42. Βλ. απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής IV/JV.21, Skandia/Storebrand/Pohjola, παρ. 37.

43. Βλ. αποφάσεις Ευρωπαϊκής Επιτροπής JV.42, παρ. 19-23, JV.44, παρ. 37, M.2075, παρ. 19, M.2712, παρ. 25-26.

44. Βλ. απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής JV.14, παρ. 32.

45. Βλ. European Merger Control, Rosenthal/Thomas (Verlag C.H.Beck, Munchen 2010), σελ. 227-229. Βλ. και αποφάσεις Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.5066, Eurogate/APMM, παρ. 42, και M.4170, LSG Lufthansa Service Holding/Gate Gourmet Switzerland, παρ. 53.

46. Βλ. ενδεικτικά απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής JV.37, BSKyB/Kirch Pay TV, παρ. 91.

κτούν κίνητρο<sup>47</sup> να συντονίσουν τη μελλοντική τους συμπεριφορά, πέραν και εκτός της κοινής επιχείρησης, όπως για παράδειγμα μπορεί να συμβαίνει όταν οι μητρικές είναι άμεσες ανταγωνίστριες η μία της άλλης, καθώς και κατά πόσον ο συντονισμός αυτός καθίσταται πιθανός και οι επιπτώσεις του σημαντικές<sup>48</sup>. Για παράδειγμα, η πιθανότητα συντονισμού ενισχύεται όταν παρατηρείται συμμετρία των μεριδίων αγοράς και των δραστηριοτήτων των μητρικών επιχειρήσεων ή έλλειψη ισχυρών ανεξάρτητων ανταγωνιστών στην αγορά<sup>49</sup>. Αντίστοιχα, ο συντονισμός θα είναι σημαντικός και θα παρέχει στις μητρικές της κοινής επιχείρησης εταιρίες τη δυνατότητα να εξαλείψουν τον ανταγωνισμό σε μεγάλο μέρος των αγορών τους, εφόσον οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις έχουν, ατομικά έκαστη ή όλες μαζί, επαρκή ισχύ ώστε να καθιστούν το συντονισμό επικερδή<sup>50</sup>. Ενδείξεις σε σχέση με την ισχύ των συμμετεχουσών επιχειρήσεων συνιστούν, μεταξύ άλλων, η κατοχή υψηλών μεριδίων αγοράς, η δομή της αγοράς, η αντισταθμιστική ισχύς μεγάλων πελατών (εάν υπάρχουν)<sup>51</sup>, η ύπαρξη εμποδίων εισόδου<sup>52</sup>, η διαφάνεια στην τιμολογιακή πολιτική, τα χαρακτηριστικά της ζήτησης, ο ρόλος της καινοτομίας, κ.λπ. Κατά την αξιολόγηση του κινδύνου συντονισμού σύμφωνα με τα ανωτέρω λαμβάνεται υπόψη, μεταξύ άλλων, και το επίπεδο ροής πληροφοριών μεταξύ των μητρικών, και ειδικότερα το ενδεχόμενο χρησιμοποίησης της κοινής επιχείρησης από τις μητρικές της ως μέσου ανταλλαγής πληροφοριών<sup>53</sup>. Πάντως, σε κάθε περίπτωση απαραίτητο είναι να υφίσταται αιτιώδης σύνδεσμος μεταξύ του συντονισμού και της δημιουργίας της κοινής επιχείρησης<sup>54</sup>.

Σύμφωνα και με τον Ευρωπαϊκό Κανονισμό περί συγκεντρώσεων 139/2004, προκειμένου να διερευνηθεί η ύπαρξη πιθανών μεταδοτικών αποτελεσμάτων, πρέπει να εξετασθούν οι κάτωθι παράγοντες:

α) Η Αρχή Ανταγωνισμού πρέπει να αξιολογήσει κατά πόσο δύο ή περισσότερες μητρικές εταιρείες δραστηριοποιούνται σε σημαντικό βαθμό στην ίδια σχετική

---

47. Βλ. και απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής JV.48-Vodafone/ Vivendi/Canal Plus, παρ. 87.

48. Βλ. και N. LEVY, European Merger Control Law, chapter 5, The Control of Concentrations between Undertakings, Rel. 18-11/2008, κεφ. 5.13[3][b].

49. Βλ. αποφάσεις Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.2851, Intracom/Siemens/STT, παρ. 43, και JV.35, Beiselen/Bay Wa/Chemag, παρ. 28.

50. Βλ. απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής IV/JV.21, Skandia/Storebrand/Pohjola, παρ. 37.

51. Βλ. αποφάσεις Ευρωπαϊκής Επιτροπής JV.42, παρ. 19-23, JV.44, παρ. 37, M.2075, παρ. 19, M.2712, παρ. 25-26.

52. Βλ. απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής JV.14, παρ. 32.

53. Βλ. European Merger Control, Rosenthal/Thomas (Verlag C.H. Beck, Munchen 2010), σελ. 227-229. Βλ. και αποφάσεις Ευρωπαϊκής Επιτροπής M.5066, Eurogate/APMM, παρ. 42, και M.4170, LSG Lufthansa Service Holding/Gate Gourmet Switzerland, παρ. 53.

54. Βλ. ενδεικτικά απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής JV.37, BSkyB/Kirch Pay TV, παρ. 91.

αγορά με την κοινή επιχείρηση ή σε άλλη ανάντη ή κατάντη γειτνιάζουσα αγορά (niche market) με την κοινή. Αξίζει να σημειωθεί ότι το ενδιαφέρον εστιάζεται στον κίνδυνο διάχυσης των μεταδοτικών αποτελεσμάτων μεταξύ των μητρικών εταιρειών παρά μεταξύ των μητρικών εταιρειών και της κοινής επιχείρησης (joint venture)<sup>55</sup>.

β) Η Αρχή Ανταγωνισμού πρέπει να αξιολογήσει εάν ο συντονισμός των μητρικών εταιρειών, απόρροια της δημιουργίας της κοινής επιχείρησης, μπορεί να μειώσει ή και να εξαλείψει τον ανταγωνισμό μεταξύ τους σε ένα σημαντικό τμήμα της επηρεαζόμενης αγοράς. Καθοριστικός παράγοντας για αυτή την αξιολόγηση είναι το υψηλό συνδυασμένο μερίδιο αγοράς των μητρικών εταιρειών<sup>56</sup>.

Προκειμένου να αξιολογηθεί ο κίνδυνος και ο αιτιώδης σύνδεσμος διάχυσης των μεταδοτικών αποτελεσμάτων μεταξύ των μητρικών εταιρειών, η Αρχή Ανταγωνισμού πρέπει να εξετάσει δύο παραμέτρους: α) Την ύπαρξη σημαντικού βαθμού αιτιώδους συνάφειας (causality) μεταξύ της δημιουργίας της κοινής επιχείρησης και του κινδύνου διάχυσης των μεταδοτικών αποτελεσμάτων μεταξύ των μητρικών εταιρειών και β) Την πιθανότητα ύπαρξης αισθητών μεταδοτικών αποτελεσμάτων μεταξύ των μητρικών εταιρειών, η οποία αξιολογείται μεταξύ άλλων με βάση τα μερίδια αγοράς των μερών, τις ανταγωνιστικές συνθήκες των επιμέρους σχετικών αγορών καθώς και τα γενικότερα χαρακτηριστικά των υπό εξέταση σχετικών αγορών.

Ως προς την πρώτη προϋπόθεση που πρέπει να ικανοποιείται για την εμφάνιση μεταδοτικών επιδράσεων (αναγκαία συνθήκη), η οποία αφορά στον αιτιώδη σύνδεσμο μεταξύ της δημιουργίας της κοινής επιχείρησης και του κινδύνου διάχυσης των μεταδοτικών αποτελεσμάτων στις μητρικές εταιρείες, τονίζεται ότι αποφασιστικός παράγοντας για την αξιολόγηση του εν λόγω κινδύνου είναι η ύπαρξη ή όχι συμφώνων εμπιστευτικότητας (Chinese walls). Πιο συγκεκριμένα, σε παρόμοιες υποθέσεις<sup>57</sup>, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δεν έχει διαπιστώσει μεταδοτικά αποτελέσματα καθώς η ύπαρξη συμφώνων εμπιστευτικότητας (ring fencing) βάσει των οποίων δεν θα επιτρέπεται διάχυση των εμπιστευτικών πληροφοριών από την κοινή στις μητρικές της εταιρείες, αποκλείει σημαντικά την ύπαρξη αιτιότητας (causality) μεταξύ της δημιουργίας της κοινής επιχείρησης και του κινδύνου διάχυσης των μεταδοτικών αποτελεσμάτων στις μητρικές εταιρείες.

## Βιβλιογραφία

Βέττας Ν., Κατσουλάκος Γ. (2004), Πολιτική Ανταγωνισμού και Ρυθμιστική Πολιτική, Gutenberg.

---

55. Βλ. LEVY – Merger Control.

56. Βλ. Stora Enso/Assidoman/JV, supra, para. 35.

57. Βλ. Case COMP/M.3101 και Case COMP/M.3334.

- Bishop S., Walker M. (2002), *The Economics of EC Competition Law*, Thompson.
- Davis, P., Garces, E. (2010), *Quantitative Techniques for Competition and Antitrust Analysis*, Princeton University Press.
- Levy N. (2003), *European Merger Control Law: A Guide to the Merger Regulation*, 10<sup>th</sup> edition.
- Bruce Lyons (2009), *Cases in European Competition Policy: The Economic Analysis*, Cambridge University Press.
- Motta M. (2004), *Competition Policy: Theory and Practice*, Cambridge University Press.
- Whinston M. D. (2006), *Lectures on Antitrust Economics*, MIT Press.

