



ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

11 Αυγούστου 2026

ΤΕΥΧΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

Αρ. Φύλλου 5084

ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

Αριθμ. απόφ. 911/2026*

Λήψη απόφασης επί της προηγούμενης γνωστοποίησης συγκέντρωσης, σύμφωνα με τα άρθρα 5-10 του ν. 3959/2011, σχετικά με την απόκτηση από την εταιρεία με την επωνυμία «ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε. - ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ», επί της εταιρείας με την επωνυμία «ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ - ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ - ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΥΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ - ΕΙΔΩΝ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ - ΑΝΕΔΗΚ ΚΡΗΤΙΚΟΣ» κατά την έννοια του άρθρου 5 παρ. 2 (β) του ν. 3959/2011.

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΣΕ ΟΛΟΜΕΛΕΙΑ

Συνεδρίασε στην Αίθουσα Συνεδριάσεων του 1ου ορόφου του κτηρίου των γραφείων της, επί της οδού Κότσικα 1Α, Αθήνα, την 15η Μαΐου 2026, ημέρα Παρασκευή και ώρα 11:30, με την εξής σύνθεση:

Πρόεδρος: Άϊριν - Έβελυν - Μικέλα - Μαίρη Σάρπ

Μέλη: Χαρίκλεια Νικολοπούλου (Αντιπρόεδρος),

Παναγιώτης Φώτης (Εισηγητής),

Ιωάννης Στεφάτος,

Χαρίκλεια Βλάχου,

Παντελής Μπορόβας,

Άννα Γκάτζιου,

Μιχαήλ Πολέμης και

Αγγελική Κανελλοπούλου, λόγω κωλύματος

του τακτικού Μέλους Χρυσοβαλάντου Βασιλικής Μήλλιου.

Γραμματέας: Ευγενία Ντόρντα

Θέμα της συνεδρίασης: Λήψη απόφασης επί της προηγούμενης γνωστοποίησης συγκέντρωσης, σύμφωνα με τα άρθρα 5-10 του ν. 3959/2011, σχετικά με την απόκτηση από την εταιρεία με την επωνυμία «ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε. - ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ», επί της εταιρείας με την επωνυμία «ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ - ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ - ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΥΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ - ΕΙΔΩΝ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ - ΑΝΕΔΗΚ ΚΡΗΤΙΚΟΣ» κατά την έννοια του άρθρου 5 παρ. 2 (β) του ν. 3959/2011.

Στην αρχή της συζήτησης, η Πρόεδρος έδωσε το λόγο στον Εισηγητή της υπόθεσης, Παναγιώτη Φώτη, ο οποίος ανέπτυξε συνοπτικά το περιεχόμενο της υπ' αρ. οικ. 3040/11.05.2026 γραπτής εισήγησης επί της κρινόμενης υπόθεσης και πρότεινε, για τους λόγους που αναφέρονται αναλυτικά σε αυτή, να εγκριθεί η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση υπό τους όρους και προϋποθέσεις (διορθωτικά μέτρα), σύμφωνα με το άρθρο 8 παρ. 4Α του ν. 3959/2011, όπως ισχύει, στη βάση των δεσμεύσεων, τις οποίες ανέλαβε η εταιρεία «ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε. - ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ», με το υπ' αρ. 2862/30.04.2026 έγγραφό της έναντι της Επιτροπής Ανταγωνισμού.

Η Επιτροπή στη συνέχεια, αφού αποχώρησαν από την αίθουσα οι υπηρεσιακοί παράγοντες, προχώρησε σε διάσκεψη επί της ως άνω υπόθεσης με τη συμμετοχή του Εισηγητή, Παναγιώτη Φώτη, ο οποίος δεν έλαβε

* Η παρούσα απόφαση εκδίδεται σε δύο (2) επιπλέον εκδόσεις με τα διακριτικά: (1) Προς Δημοσίευση στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως και (2) Έκδοση για την εταιρεία «ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε. - ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ». Από τις παραπάνω εκδόσεις έχουν αφαιρεθεί τα απόρρητα επιχειρηματικά στοιχεία (όπου η ένδειξη [...]) τα οποία δεν θα πρέπει να περιέλθουν σε γνώση του αντίστοιχου αποδέκτη της έκδοσης, σύμφωνα με το άρθρο 41 του ν. 3959/2011 (Α' 93), όπως ισχύει, και τον Κανονισμό Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (Β' 5338/2024).



μέρος στην ψηφοφορία, και, αφού έλαβε υπόψη την υπ' αρ. οικ.3040/11.05.2026 έκθεση του Εισηγητή, τα στοιχεία του φακέλου της κρινόμενης υπόθεσης, τις απόψεις των μελών και το ισχύον νομικό πλαίσιο,

ΣΚΕΦΘΗΚΕ ΩΣ ΕΞΗΣ:

Περιεχόμενα

I Η ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΘΕΙΣΑ ΠΡΑΞΗ

I.1 ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ

I.2 ΟΙ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΣΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

I.2.1 ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε.- ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ

I.2.2 ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ - ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ - ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΥΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ - ΕΙΔΩΝ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ - ΑΝΕΔΗΚ ΚΡΗΤΙΚΟΣ

I.3 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΗΣ

II ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΑ ΕΑ

II.1 Χαρακτήρας της συναλλαγής και φύση του αποκτώμενου ελέγχου

II.2 Πλήρωση ορίων γνωστοποίησης βάσει του άρθρου 6 παρ. 1 του ν. 3959/2011

II.3 Μη πλήρωση των κοινοτικών ορίων γνωστοποίησης (άρθρο 1 παρ. 2 ή παρ. 3 του Κανονισμού 139/2004)

III ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΑΡΑΔΕΚΤΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΣΗΚΟΝΤΟΣ ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ

III.1 Παραδεκτό γνωστοποίησης (άρθρο 6 παρ. 1 ν. 3959/2011, άρθρο 6 παρ. 6 ν. 3959/2011 και απόφαση ΕΑ 780/2022)

III.2 Προσήκον γνωστοποίησης (άρθρο 8 παρ. 11 του ν. 3959/2011)

IV ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ

V ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

V.1 ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΗΣ ΣΧΕΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

V.1.1 Η αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ - αγορά διανομής

V.1.2 Η αγορά εφοδιασμού με είδη σούπερ μάρκετ

V.1.3 Η αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ

V.2 ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΗΣ ΣΧΕΤΙΚΗΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

V.2.1 Η άποψη της γνωστοποιούσας

V.2.2 Η άποψη της Υπηρεσίας

V.2.3 Εξεταζόμενες σχετικές (προϊοντικές και γεωγραφικές) αγορές

VI ΘΕΣΕΙΣ ΤΩΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ

VI.1 Αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ

VI.2 Αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ

VI.3 Αγορά εφοδιασμού πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ

VII ΜΕΓΕΘΟΣ ΚΑΙ ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ - ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

VII.1 Αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ σε εθνικό επίπεδο

VII.2 Αγορά εφοδιασμού με είδη σούπερ μάρκετ

VII.3 Αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ σε εθνικό επίπεδο

VIII ΟΥΣΙΑΣΤΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ

VIII.1 Αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ σε τοπικό επίπεδο

IX ΔΕΣΜΕΥΣΕΙΣ

IX.1 Οι προτεινόμενες δεσμεύσεις

IX.2 Αξιολόγηση των προτεινόμενων δεσμεύσεων

IX.2.1 Νομοθετικό πλαίσιο και αξιολογικά κριτήρια

IX.2.2 Η θέση της εξαγοράζουσας επί των προτεινόμενων δεσμεύσεων

IX.2.3 Η άποψη της Υπηρεσίας

I Η ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΘΕΙΣΑ ΠΡΑΞΗ

I.1 ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ

1. Στις 02.02.2026 υπεβλήθη στην Επιτροπή Ανταγωνισμού (εφεξής και «ΕΑ») το υπ' αρ. 602 έντυπο συνοπτικής γνωστοποίησης συγκέντρωσης επιχειρήσεων (εφεξής και «Γνωστοποίηση») από την εταιρεία «ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε. - ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ» (εφεξής και «ΜΑΣΟΥΤΗΣ» ή/και «Γνωστοποιούσα», ή/και «Εξαγοράζουσα») αναφορικά με την απόκτηση αποκλειστικού ελέγχου επί της εταιρείας «ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ - ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ - ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΥΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ - ΕΙΔΩΝ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ - ΑΝΕΔΗΚ ΚΡΗΤΙΚΟΣ» (εφεξής και «ΚΡΗΤΙΚΟΣ» ή «επιχείρηση στόχος») (αμφότερες καλούμενες εφεξής και «Μέρη» της συναλλαγής), μέσω της απόκτησης από την ΜΑΣΟΥΤΗΣ του συνόλου (100%) του μετοχικού κεφαλαίου της τελευταίας.



1.2 ΟΙ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΣΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

1.2.1 ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε.- ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ

2. Η εταιρεία ΜΑΣΟΥΤΗΣ με έδρα την Θέρμη της Θεσσαλονίκης και αντικείμενο την εκμετάλλευση επιχείρησης πώλησης ειδών σουπερμάρκετ και καταναλωτικών ειδών ιδρύθηκε το 1976 και λειτούργησε το πρώτο κατάστημά της στη Θεσσαλονίκη. Σήμερα δραστηριοποιείται στην λιανική και χονδρική πώληση ειδών σουπερμάρκετ ανά την ελληνική επικράτεια.

3. Το δίκτυο πωλήσεων της ΜΑΣΟΥΤΗΣ περιλαμβάνει 363 καταστήματα λιανικής πώλησης ειδών σουπερ-μάρκετ που λειτουργούν με την επωνυμία «ΜΑΣΟΥΤΗΣ» και «GRAND ΜΑΣΟΥΤΗΣ» και 21 καταστήματα χονδρικής πώλησης που λειτουργούν με την επωνυμία «Cash & Carry ΜΑΣΟΥΤΗΣ». Περαιτέρω, η ΜΑΣΟΥΤΗΣ διατηρεί δίκτυο ειδικών συνεργατών με την επωνυμία «Express Market», στο οποίο έχουν ενταχθεί έως σήμερα 151 καταστήματα λιανικής πώλησης. Πρόκειται για ανεξάρτητες επιχειρήσεις που επωφελούνται μεν των συμφωνιών προμήθειας του ομίλου αγορών ΜΑΣΟΥΤΗΣ, επιχειρούν όμως στην αγορά ιδίω ονόματι και κινδύνω καθορίζοντας με τη δική τους επιχειρηματική κρίση την εμπορική τους πολιτική¹. Η εταιρεία ΜΑΣΟΥΤΗΣ ελέγχει από κοινού με τον «Προμηθευτικό & Καταναλωτικό Συνεταιρισμό Περιορισμένης Ευθύνης Καταναλωτών Κρήτης» (ΣΥΝ.ΚΑ ΚΡΗΤΗΣ) καταστήματα λιανικής και χονδρικής πώλησης ειδών σουπερ-μάρκετ στην Κρήτη². Η μετοχική σύνθεση της εταιρείας ΜΑΣΟΥΤΗΣ παρουσιάζεται στον παρακάτω Πίνακα:

Μέλος	Αρ. Μετοχών	Είδος	% Κυριότητας Συμμετοχής
[...]	[...]	πλήρης κυριότητα	[...]
	[...]	ψιλή κυριότητα	[...]
[...]	[...]	ψιλή κυριότητα	[...]
[...]	[...]	επικαρπία	[...]
[...]	[...]	επικαρπία	[...]
Σύνολο	503.369		100%

4. Το Διοικητικό Συμβούλιο της ΜΑΣΟΥΤΗΣ είναι τριμερές και απαρτίζεται από τον Ιωάννη Μασούτη (Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος), [...] (Γενικός Διευθυντής & Μέλος ΔΣ) και [...] (Οικονομικός Διευθυντής και Μέλος ΔΣ).

1.2.2 ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ - ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ - ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΥΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ - ΕΙΔΩΝ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ - ΑΝΕΔΗΚ ΚΡΗΤΙΚΟΣ

5. Η εταιρεία ΚΡΗΤΙΚΟΣ με έδρα την Αίγινα ξεκίνησε τη λειτουργία της το 1948 με την ίδρυση του πρώτου καταστήματός της στην Αίγινα. Σήμερα δραστηριοποιείται στην λιανική και χονδρική πώληση προϊόντων σουπερμάρκετ ανά την ελληνική επικράτεια.

6. Το δίκτυο πωλήσεων περιλαμβάνει [...] καταστήματα λιανικής πώλησης, καθώς και [...] καταστήματα χονδρικής πώλησης (στην περιοχή της [...] και της [...]). Παράλληλα η ΚΡΗΤΙΚΟΣ έχει αναπτύξει ένα οργανωμένο δίκτυο συνεργαζόμενων καταστημάτων, μέσω συστήματος franchise και αντιπροσωπείας³, το οποίο αριθμεί συνολικά [...] καταστήματα. Στο δίκτυο αυτό εντάσσονται [...] καταστήματα που λειτουργούν υπό το σήμα «ΠΡΟΟΔΟΣ ΜΑΡΚΕΤ», [...] καταστήματα που λειτουργούν υπό το σήμα «CRM-ΑΡΙΑΔΝΗ», [...] καταστήματα που λειτουργούν υπό το σήμα «ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ», [...] που λειτουργούν υπό το σήμα «ΗΛΙΟΣ» και [...] καταστήματα που λειτουργούν υπό το σήμα «ΚΡΗΤΙΚΟΣ»⁴.

7. Το μετοχικό κεφάλαιο της ΚΡΗΤΙΚΟΣ ανήκει κατά 100% στην εταιρεία ΚΡΗΤΙΚΟΣ HOLDINGS ΑΕ (εφεξής και «Πωλήτρια»)^{5,6}.

1.3 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΗΣ

8. Δυνάμει του από 08.01.2026 Ιδιωτικού Συμφωνητικού - Προσυμφώνου Αγοραπωλησίας Ονομαστικών Μετοχών Ανώνυμης Εταιρείας⁷ (εφεξής και «Προσύμφωνο Αγοραπωλησίας Μετοχών»), η Γνωστοποιούσα θα

1 Βλ. Γνωστοποίηση, Τμήμα 2.

2 Βλ. Γνωστοποίηση, παρ. 35, σελ. 11.

3 Σύμφωνα με τα Μέρη (βλ. την υπ' αρ. 1343/05.03.2026 απαντητική επιστολή της ΜΑΣΟΥΤΗΣ, υπό 2), [...].

4 Βλ. Γνωστοποίηση παρ. 15 σελ. 7.

5 Βλ. Γνωστοποίηση παρ. 34 σελ. 11.

6 Σημειώνεται ότι η εταιρεία ΚΡΗΤΙΚΟΣ HOLDINGS ΑΕ δεν ελέγχει άλλη επιχείρηση που να δραστηριοποιείται σε σχετικές αγορές που αφορά η υπό εξέταση συγκέντρωση.

7 Βλ. Γνωστοποίηση, Παράρτημα 5.



αποκτήσει από την Πωλήτρια, «ΚΡΗΤΙΚΟΣ HOLDINGS Α.Ε.», το σύνολο των μετοχών εκδόσεως της εταιρείας ΚΡΗΤΙΚΟΣ⁸.

9. Το τίμημα, που θα καταβληθεί από τη ΜΑΣΟΥΤΗΣ στην Πωλήτρια για την απόκτηση του συνόλου των μετοχών της ΚΡΗΤΙΚΟΣ, θα προσδιοριστεί λαμβάνοντας υπόψη την επίτευξη διάφορων οικονομικών στόχων και θα έχει ως ανώτατο όριο ένα «ποσό βάσης» που ανέρχεται σε [...]€, ενώ η μη επίτευξη των ανωτέρω στόχων, εν όλω ή και εν μέρει, δύναται να επιφέρει μείωση του τιμήματος ή ακόμα και μονομερή αζήμια υπαναχώρηση οιαδήποτε μερών από την «ολοκλήρωση της συναλλαγής»⁹.

10. Η Γνωστοποιούσα αναφέρει στρατηγικούς και οικονομικούς λόγους που δικαιολογούν την πραγματοποίηση της υπό εξέταση συγκέντρωσης¹⁰. Συγκεκριμένα, τονίζεται ότι δια της γνωστοποιούμενης συναλλαγής, η ΜΑΣΟΥΤΗΣ προσδοκά να επεκταθεί σε γεωγραφικές αγορές όπου επί του παρόντος δεν διαθέτει σημαντική παρουσία, δεδομένου ότι τα Μέρη έχουν σε μεγάλο βαθμό συμπληρωματικές δραστηριότητες. Ταυτόχρονα, η Γνωστοποιούσα ισχυρίζεται ότι, μέσα από την γνωστοποιούμενη συναλλαγή, θα διασφαλιστούν οι υπάρχουσες θέσεις εργασίας, καθώς και η αναπτυξιακή προοπτική της ΚΡΗΤΙΚΟΣ, ενώ θα προκύψουν και ουσιώδεις οικονομίες κλίμακας από τη συγχώνευση δραστηριοτήτων των Μερών. Επιπροσθέτως, η παρούσα συγκέντρωση αναμένεται να εντείνει τον ανταγωνισμό σε επιμέρους τοπικές αγορές, εις όφελος των τελικών καταναλωτών.

II ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΑ ΕΑ

II.1 Χαρακτήρας της συναλλαγής και φύση του αποκτώμενου ελέγχου

11. Κατά το άρθρο 5 του ν. 3959/2011, σημείο αναφοράς για την εννοιολογική προσέγγιση της συγκέντρωσης αποτελεί η αρχή της μόνιμης μεταβολής στον έλεγχο των συμμετεχουσών επιχειρήσεων και στη διάρθρωση της αγοράς¹¹. Από τη διατύπωση του ως άνω άρθρου συνάγεται ότι η συγκέντρωση είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με ένα πλέγμα νομικών και οικονομικών παραγόντων που μεταβάλλουν τη δομή του ελέγχου μίας επιχείρησης για μεγάλο χρονικό διάστημα. Τέτοια μεταβολή της δομής του ελέγχου που να συνεπάγεται συγκέντρωση δύναται να επέλθει, μεταξύ άλλων, και στην περίπτωση της απόκτησης ελέγχου στο σύνολο ή σε τμήματα μιας ή περισσότερων άλλων επιχειρήσεων, από ένα ή περισσότερα πρόσωπα που ελέγχουν ήδη τουλάχιστον μια επιχείρηση, από μια ή περισσότερες επιχειρήσεις, άμεσα ή έμμεσα, με την αγορά τίτλων ή στοιχείων του ενεργητικού, με σύμβαση ή με άλλον τρόπο¹².

12. Εν προκειμένω, σύμφωνα με τους όρους του Προσυμφώνου Αγοραπωλησίας Μετοχών, η ΜΑΣΟΥΤΗΣ θα αποκτήσει το σύνολο των μετοχών της ΚΡΗΤΙΚΟΣ και συνακόλουθα όλα τα δικαιώματα ψήφου που ενσωματώνονται σ' αυτές για τη λήψη αποφάσεων τόσο στη Γενική Συνέλευση, όσο και σε επίπεδο εκπροσώπησης στο Διοικητικό Συμβούλιο και συνεπώς τον αποκλειστικό έλεγχο της επιχείρησης-στόχου¹³.

13. Η εν λόγω συμφωνία είναι οριστική, δεσμευτική και νομικά πλήρης υπό την έννοια ότι κάθε μέρος μπορεί να βασιστεί στα συμφωνηθέντα. Συνεπώς, μετά την ολοκλήρωση της γνωστοποιούμενης συναλλαγής, σύμφωνα με τους όρους και τις προϋποθέσεις που περιγράφονται στην παραπάνω συμφωνία, θα μεταβληθεί μόνιμα ο έλεγχος, καθόσον η ΜΑΣΟΥΤΗΣ θα ασκεί, άμεσα, αποκλειστικό έλεγχο επί της ΚΡΗΤΙΚΟΣ. Κατά συνέπεια, η γνωστοποιούμενη συναλλαγή συνιστά συγκέντρωση επιχειρήσεων κατά το άρθρο 5 του ν. 3959/2011.

II.2 Πλήρωση ορίων γνωστοποίησης βάσει του άρθρου 6 παρ. 1 του ν. 3959/2011

14. Η υπό εξέταση συναλλαγή υπόκειται σε προηγούμενη γνωστοποίηση σύμφωνα με το άρθρο 6 παρ. 1 του ν. 3959/2011¹⁴, με βάση τους γνωστοποιηθέντες, σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 10 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει, κύκλους εργασιών των συμμετεχουσών επιχειρήσεων κατά το έτος 2025 στην ελληνική και παγκόσμια αγορά, όπως αυτοί παρατίθενται συνοπτικά στον παρακάτω πίνακα.

8 Το Προσύμφωνο Αγοραπωλησίας Μετοχών προβλέπει στο άρθρο 2 ότι «[...]».

9 Βλ. το άρθρο 3 του Προσυμφώνου Αγοραπωλησίας Μετοχών.

10 Βλ. Γνωστοποίηση, Τμήμα 1(δ).

11 Αντίστοιχο είναι και το άρθρο 3 του Κανονισμού 139/2004 του Συμβουλίου για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων (ΕΕ L24/1, της 29.01.2004) - στο εξής «Κανονισμός Συγκεντρώσεων». Βλ. επίσης Απόφαση ΕΑ 388/V/2008, καθώς και Κωδικοποιημένη Ανακοίνωση της Επιτροπής για θέματα δικαιοδοσίας βάσει του Κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004 για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων (ΕΕ C95/1 της 16.4.2008 -εφεξής «Κωδικοποιημένη Ανακοίνωση»), παρ. 28.

12 Βλ. Άρθρο 5 παρ. 2 του ν. 3959/2011.

13 Βλ. Άρθρο 1.1 του Προσυμφώνου Αγοραπωλησίας Μετοχών, όπου προβλέπεται ότι «[...]».

14 Η παρ. 1 του άρθρου 6 του ν. 3959/2011 έχει ως εξής: «Κάθε συγκέντρωση επιχειρήσεων πρέπει να γνωστοποιείται στην Επιτροπή Ανταγωνισμού πριν από την πραγματοποίησή της και μετά από τη σύναψη της συμφωνίας ή τη δημοσίευση της προσφοράς ή ανταλλαγής ή την ανάληψη υποχρέωσης για την απόκτηση συμμετοχής, που εξασφαλίζει τον έλεγχο της επιχείρησης, όταν ο συνολικός κύκλος εργασιών όλων των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στη συγκέντρωση κατά το άρθρο 10 ανέρχεται στην παγκόσμια αγορά τουλάχιστον σε εκατόν πενήντα εκατομμύρια (150.000.000) ευρώ και δύο (2) τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν, η καθεμία χωριστά, συνολικό κύκλο εργασιών άνω των δεκαπέντε εκατομμυρίων (15.000.000) ευρώ στην ελληνική αγορά».



Πίνακας 1: Κύκλοι εργασιών των συμμετεχουσών επιχειρήσεων, 2025

Επιχείρηση	Κύκλος Εργασιών στην ελληνική αγορά	Παγκόσμιος κύκλος εργασιών
ΜΑΣΟΥΤΗΣ	[...]€	[...]€
ΚΡΗΤΙΚΟΣ	[...] €	[...]€

15. Ενόψει των ανωτέρω, η παρούσα γνωστοποίηση υποβάλλεται αρμοδίως ενώπιον της ΕΑ.

II.3 Μη πλήρωση των κοινοτικών ορίων γνωστοποίησης (άρθρο 1 παρ. 2 ή παρ. 3 του Κανονισμού 139/2004)

16. Η παρούσα γνωστοποίηση δεν έχει ενωσιακή διάσταση, καθώς τα μέρη δεν πληρούν τα κατώφλια του κύκλου εργασιών του άρθρου 1 του Κανονισμού ΕΚ 139/2004, δεδομένου ότι ο παγκόσμιος κύκλος εργασιών των Μερών είναι κατώτερος των προβλεπόμενων ορίων (5 και 2,5 δισεκατομμύρια ευρώ αντιστοίχως).

III ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΑΡΑΔΕΚΤΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΣΗΚΟΝΤΟΣ ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ

III.1 Παραδεκτό γνωστοποίησης (άρθρο 6 παρ. 1 ν. 3959/2011, άρθρο 6 παρ. 6 ν. 3959/2011 και Απόφαση ΕΑ 780/2022)

17. Η γνωστοποιούσα προσκόμισε φύλλο της οικονομικής εφημερίδας «Ναυτεμπορική»¹⁵ της 13ης Φεβρουαρίου 2026 (αριθ. φύλλου 28.907), στο οποίο δημοσιεύθηκε η υπό κρίση πράξη κατά τα προβλεπόμενα στο άρθρο 6 παρ. 6 του ν. 3959/2011. Το κείμενο της δημοσίευσης αναρτήθηκε στις 17.02.2026 στον διαδικτυακό τόπο της ΕΑ¹⁶. Τη γνωστοποίηση συνόδευε το προβλεπόμενο στο άρθρο 45 παρ. 1 του ν. 3959/2011 παράβολο των €1.100¹⁷. Συνεπώς, η γνωστοποίηση κρίνεται παραδεκτή.

III.2 Προσήκον γνωστοποίησης (άρθρο 8 παρ. 11 του ν. 3959/2011)

18. Η γνωστοποίηση¹⁸ κατέστη πλήρης και προσήκουσα, σύμφωνα με το άρθρο 8 του ν. 3959/2011, την 15.04.2026, όταν η Γνωστοποιούσα απάντησε με ηλεκτρονική επιστολή (η οποία έλαβε αριθ. πρωτ. 2488/15.04.2026) σε επιστολή της Υπηρεσίας για την παροχή πρόσθετων στοιχείων απαραίτητων για την αξιολόγηση της συγκέντρωσης, βάσει των άρθρων 38 και 8 παρ. 11 του ν. 3959/2011¹⁹. Συνεπώς, η προθεσμία έκδοσης απόφασης της ΕΑ επί της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης παρέρχεται στις 15.05.2026²⁰.

IV ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ

19. Ουσιαστικό κριτήριο ελέγχου των συγκεντρώσεων αποτελεί, κατά το άρθρο 7 παρ. 1 του ν. 3959/2011²¹, ο σημαντικός ή μη περιορισμός του ανταγωνισμού ως αποτέλεσμα της υπό κρίση συγκέντρωσης, στην εθνική αγορά ή σε σημαντικό τμήμα αυτής, και ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης. Το σχετικό κριτήριο, που έχει υιοθετηθεί από τον Κανονισμό ΕΕ 139/2004 για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων, είναι αυτό της σημαντικής παρακώλυσης του αποτελεσματικού ανταγωνισμού («significant

15 Βλ. την υπ' αρ.πρωτ.938/16.02.2026 επιστολή

16 <https://www.epant.gr/enimerosi/anakoinosi-sygkentroseon/item/3387-gnostopoiisi-sygkentrosis.html>

17 Κατάθεση χρηματικού ποσού 1.100 ευρώ στην Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος Α.Ε. με αριθμό συναλλαγής 30007700602640461670

18 Σημειώνεται ότι στην συγκέντρωση προηγήθηκε της Γνωστοποίησης μια περίοδος προ-γνωστοποίησης (pre-notification), με πρωτοβουλία της Γνωστοποιούσας, προς τον σκοπό της πληρέστερης συμπλήρωσης του Εντύπου της Γνωστοποίησης. Στο πλαίσιο αυτό, στις 16.12.2025, στις 19.12.2025 και στις 19.01.2026 πραγματοποιήθηκαν επικοινωνίες (pre-notification meetings) με τη Γνωστοποιούσα και στις 27.01.2026 η τελευταία απέστειλε στην ΕΑ σχέδιο γνωστοποίησης της συγκέντρωσης. Τέλος, το επίσημο έντυπο Γνωστοποίησης υπεβλήθη από τη Γνωστοποιούσα στην ΕΑ στις 02.02.2026.

19 Προκειμένου να συμπληρωθεί η Γνωστοποίηση, η Υπηρεσία απέστειλε τις υπ' αρ. οικ. 855/11.02.2026 και οικ. 1540/13.03.2026 επιστολές, με τις οποίες ζητήθηκε από τη Γνωστοποιούσα η παροχή διευκρινίσεων και η προσκόμιση εγγράφων. Η Γνωστοποιούσα ανταποκρίθηκε με τις υπ' αρ.1343/05.03.2026 και 2488/15.04.2026 επιστολές αντίστοιχα.

Επίσης, προκειμένου να συμπληρωθεί ο φάκελος της υπόθεσης και καταστεί δυνατή η αξιολόγηση της γνωστοποιηθείσας πράξης όσον αφορά στα αποτελέσματά της στις επιμέρους αγορές, η ΓΔΑ απέστειλε τις υπ' αρ. οικ. 618/03.02.2026, 619/03.02.2026, 620/03.02.2026, 621/37.02.2026, 622/03.02.2026, 623/03.02.2026, 624/03.02.2026, 625/03.02.2026, 626/03.02.2026, 631/03.02.2026, 632/03.02.2026 και 2071/31.03.2026 προς τις εταιρείες [...] αντίστοιχα. Οι ως άνω εταιρείες απάντησαν με τις παρακάτω επιστολές: 783/09.02.2026 και 878/12.02.2026 ([...]), 805/10.02.2026 ([...]), 957/16.02.2026 ([...]), 971/17.02.2026 ([...]), 973/17.02.2026 ([...]), 1036/19.02.2026 ([...]), 1055/20.02.2026 ([...]), 1058/20.02.2026 ([...]), 1059/20.02.2026, 1074/24.02.2026 ([...]), 1076/24.02.2026 ([...]) και 2121/01.04.2026 ([...]).

20 Βλ. άρθρο 60 παρ. 3 του Κώδικα Διοικητικής Δικονομίας, ν. 2717/1999 (Α' 97).

21 Κατά το άρθρο 7 παρ. 1 του ν. 3959/2011: «Με απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού απαγορεύεται κάθε συγκέντρωση επιχειρήσεων, η οποία υπόκειται σε προηγούμενη γνωστοποίηση και η οποία μπορεί να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στην εθνική αγορά ή σε ένα σημαντικό σε συνάρτηση με τα χαρακτηριστικά των προϊόντων ή των υπηρεσιών τμήμα της, ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση μιας δεσπόζουσας θέσης». Στην παρ. 2 συγκεκριμενοποιούνται τα κριτήρια που λαμβάνει υπόψη της η ΕΑ κατά την αξιολόγησή της.

impediment to effective competition» ή «SIEC»)²², το οποίο εξειδικεύεται περαιτέρω στην ενωσιακή νομολογία και τις Κατευθυντήριες Γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τις Οριζόντιες Συγκεντρώσεις. Επιπλέον, έμφαση αποδίδεται στις άμεσες και ευθείες ανταγωνιστικές συνέπειες μιας συγκέντρωσης, οι οποίες συνδέονται αιτιωδώς με τη γνωστοποιηθείσα συναλλαγή²³.

20. Στην περίπτωση των οριζόντιων συγκεντρώσεων, στις οποίες συμμετέχουν επιχειρήσεις που αποτελούν πραγματικούς ή δυνητικούς ανταγωνιστές στην ίδια σχετική αγορά, αξιολογείται κατά πόσον οι μεταβολές που επέρχονται λόγω της οριζόντιας συγκέντρωσης θα οδηγήσουν σε αποτέλεσμα σημαντικής παρεμπόδισης του αποτελεσματικού ανταγωνισμού 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)²⁴.

β) μεταβάλλοντας τη φύση του ανταγωνισμού ούτως ώστε επιχειρήσεις που προηγουμένως δεν συντόνιζαν τη συμπεριφορά τους, να είναι πλέον πολύ πιθανότερο να συντονίζουν και να αυξάνουν τις τιμές ή με άλλο τρόπο να βλάπτουν τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό. (επιπτώσεις συντονισμένης συμπεριφοράς)^{25,26}.

21. Κατά την εκτίμηση των εν λόγω επιπτώσεων, η ΕΑ λαμβάνει υπόψη της σωρεία παραγόντων. Οι εν λόγω παράγοντες δεν αποτελούν έναν «κατάλογο» που εφαρμόζεται μηχανικά σε κάθε περίπτωση. Ως εκ τούτου είναι πιθανό να μην χρειαστεί να αναλυθούν εξίσου λεπτομερώς όλα τα δεδομένα μίας υπόθεσης²⁷.

22. Κατά την εκτίμηση των επιπτώσεων μη συντονισμένης συμπεριφοράς, η ΕΑ λαμβάνει υπόψη της διάφορους παράγοντες, όπως για παράδειγμα τα μερίδια αγοράς και τον βαθμό συγκέντρωσης της αγοράς, καθώς και τον βαθμό/αμεσότητα του ανταγωνισμού μεταξύ των μερών της συγκέντρωσης. Αυτοί οι παράγοντες μπορούν να αυξήσουν την πιθανότητα εμφάνισης σημαντικών μη συντονισμένων επιπτώσεων από μια συγκέντρωση.

23. Ειδικότερα, τα μερίδια αγοράς και τα επίπεδα συγκέντρωσης αποτελούν χρήσιμες πρώτες ενδείξεις για τη διάρθρωση της αγοράς και τη σπουδαιότητα τόσο των συμμετεχόντων μερών όσο και των ανταγωνιστών τους από πλευράς ανταγωνισμού²⁸. Αν και αποτελούν απλώς πρώτες ενδείξεις για την ισχύ στην αγορά και την αύξησή της, είναι κατά κανόνα σημαντικοί παράγοντες κατά την αξιολόγηση²⁹. Αφενός, αναφορικά με τα μερίδια αγοράς, όσο μεγαλύτερο είναι το άθροισμα των μεριδίων αγοράς των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση επιχειρήσεων, τόσο πιθανότερο είναι η συγκέντρωση να οδηγήσει σε σημαντική αύξηση της ισχύος στην αγορά. Έτσι, έχει γίνει δεκτό ότι πολύ μεγάλα μερίδια αγοράς (άνω του 50%) μπορούν από μόνα τους να μαρτυρούν την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης στη σχετική αγορά^{30,31}, δίχως ωστόσο να αποκλείεται η έγκρισή τους, εφόσον συντρέχουν συγκεκριμένοι, ειδικά τεκμηριωμένοι λόγοι³². Μία συγκέντρωση, στην οποία συμμετέχει μία επιχείρηση με μερίδιο αγοράς που θα παραμείνει κάτω του 50% μετά την πραγματοποίησή της,

22 Βλ. σχετικά Κανονισμό ΕΚ 139/2004 του Συμβουλίου της 20.1.2004 (L 024/29.1.2004, σελ. 1-22), άρθρο 2 παρ. 3 και Προοίμιο σκ. 24-25.

23 Κατευθυντήριες Γραμμές για την αξιολόγηση μη οριζόντιων συγκεντρώσεων, παρ. 21 και παρ. 9 και 13. Πρβλ. Αποφάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στις υποθέσεις COMP/M.2333 - DeBeers/LVMH, παρ. 112 και COMP/M.3177 - BASF/GLON-SANDERS/JV, παρ. 11-16.

24 Κατευθυντήριες Γραμμές της Ε.Επ. για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, παρ. 22 και 27 επ.

25 Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές της Ε.Επ. για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, παρ. 22 και 23, σύμφωνα με την οποία η Επιτροπή αξιολογεί κατά πόσον οι μεταβολές που επέρχονται λόγω της συγκέντρωσης θα οδηγήσουν σε οποιοδήποτε από τα αποτελέσματα αυτά (συντονισμένη ή μη συντονισμένη συμπεριφοράς) και κατά την αξιολόγηση της συγκεκριμένης πράξης μπορεί να κρίνεται σκόπιμο να εξετασθούν και οι δύο περιπτώσεις επιπτώσεων.

26 Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές της Ε.Επ. για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, παρ. 40 επ..

27 Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές της Ε.Επ. για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, παρ. 13.

28 Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές της Ε.Επ. για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, παρ. 14.

29 Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές της Ε.Επ. για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, παρ. 27.

30 Βλ. απόφαση Γεν. Δικ. T-210/01, General Electric κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, παρ. 570-574, με την οποία έγινε δεκτό ότι στοιχειοθετούνταν δημιουργία δεσπόζουσας θέσης της GE στην αγορά των κινητήρων επιχειρηματικών αεροσκαφών κυρίως διότι αυτή διέθετε μερίδιο αγοράς άνω του 50% που θεωρήθηκε τεκμήριο δεσπόζουσας θέσης πλην εξαιρετικών περιστάσεων. Βλ. επίσης αποφάσεις ΕΕπ M.3732 Procter & Gamble/Gillette, σκ. 19-20, 22-24, M.774 St Gobain/Wacker/NOM, σκ. 223, M.3197 CANDOVER/CINVEN/BERTELSMANN-SPRINGER, σκ. 60-63, M.4494 EVRAZ/HIGHVELD, σκ. 91-93, M.2861 Siemens/Drägerwerk/JV, σκ. 86, με τις οποίες έγινε δεκτό ότι μερίδια άνω του 50%, σε συνδυασμό με το γεγονός ότι τα προϊόντα των δύο συμμετεχουσών ήταν στενά υποκατάστατα και υπήρχαν υψηλά εμπόδια εισόδου, δημιουργούσαν σοβαρές υπόνοιες για δημιουργία δεσπόζουσας θέσης εκ της συγκέντρωσης. Βλ. και Ε.Α. 434/V/2009, σκ. 28.

31 Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές της Ε.Επ. για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, παρ. 17.

32 Βλ. απόφαση ΕΕπ M.3090 VOLKSWAGEN/OFFSET/CRESCENT/LEASEPLAN/JV, σκ. 21-25, M.3544 BAYER HEALTHCARE/ROCHE, σκ. 41-45, M.2568 Haniel/Ytong, σκ. 100-106.

δύνανται να δημιουργεί προβλήματα ανταγωνισμού λαμβανομένων υπόψη και λοιπών παραγόντων³³. Έτσι, συγκεντρώσεις που οδηγούν σε μερίδια αγοράς μεταξύ 25-40% δεν προκαλούν κατά κανόνα προβλήματα μη συντονισμένων αποτελεσμάτων ιδίως εφόσον υφίστανται στις σχετικές αγορές άλλοι ισχυροί ανταγωνιστές, καθώς και άλλοι μικρότεροι ανταγωνιστές³⁴. Ωστόσο, εφόσον η απόσταση των μεριδίων αγοράς μεταξύ της νέας οντότητας και των επόμενων ανταγωνιστών προσεγγίζει περίπου τις 20 ποσοστιαίες μονάδες, απαιτείται να εξετασθούν αναλυτικότερα και οι λοιπές συνθήκες της αγοράς προκειμένου η Αρχή Ανταγωνισμού να καταλήξει σε συμπέρασμα³⁵. Για παράδειγμα, η παρουσία ισχυρών ανταγωνιστών, δηλαδή ανταγωνιστών με μεμονωμένα ή ακόμα και σωρευτικά υψηλά μερίδια αγοράς, μπορεί να οδηγήσει στο συμπέρασμα της παρουσίας υψηλών ανταγωνιστικών πιέσεων και συνεπώς της απουσίας 'σημαντικής παρακώλυσης του αποτελεσματικού ανταγωνισμού' ως αποτέλεσμα της συγκέντρωσης³⁶. Επίσης, η νομολογία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής υποδεικνύει ότι σε υποθέσεις όπου το μερίδιο αγοράς των συμμετεχουσών ήταν μεταξύ 40% και 50%, δεν δημιουργήθηκαν θέματα αντιανταγωνιστικών επιπτώσεων, εφόσον η προσαύξηση ως αποτέλεσμα της συγκέντρωσης ήταν ανεπαίσθητη και συγκεκριμένα κάτω του 5%³⁷. Τέλος, συγκεντρώσεις που οδηγούν σε μερίδια αγοράς κάτω του 25% δεν είναι πιθανόν να εμποδίσουν τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό³⁸. Αφετέρου, αναφορικά με το επίπεδο συγκέντρωσης, είναι ελάχιστα πιθανόν να εντοπισθούν οριζόντια προβλήματα ανταγωνισμού σε αγορές, όπου ο δείκτης HHI μετά τη συγκέντρωση δεν θα ξεπερνά το 1000 ή που κυμαίνεται μεταξύ 1000-2000 με μεταβολή (Δ) κάτω από 250 ή που ξεπερνά το 2000 αλλά η μεταβολή (Δ) κυμαίνεται κάτω από το 150 εκτός ειδικών περιστάσεων^{39,40}.

33 Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές της Ε.Επ. για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, παρ. 17. Βλ. και απόφαση ΕΕπ Μ.214 Du Pont κατά ICI, σκ.32-47, Μ.3149 PROCTEUR & GAMBLE/WELLA, σκ.50-51, όπου μερίδια αγοράς της τάξης του 40-50% κρίθηκαν προβληματικά διότι: α) τα μερίδια των επόμενων ανταγωνιστών απείχαν από το μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας κατά πάνω από 20 ποσοστιαίες μονάδες και β) οι συμμετέχουσες είχαν τα μεγαλύτερα ηγετικά σήματα στις εν λόγω αγορές), Μ.2033 Metso/Svedala, σκ.189-224, όπου μερίδιο αγοράς της τάξης του 35-45% θεωρήθηκε ένδειξη δημιουργίας ατομικής δεσπόζουσας θέσης διότι: α) το μερίδιο αγοράς του επόμενου ανταγωνιστή απείχε από αυτό της νέας οντότητας κατά πάνω από είκοσι ποσοστιαίες μονάδες (σκ. 189), β) η νέα οντότητα έχαιρε ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων που είχαν σημασία για τους καταναλωτές (παρ. 192), γ) η ανταγωνιστική πίεση από τους ανταγωνιστές μειωνόταν λόγω της απόστασης μεριδίων και της στρατηγικής των ανταγωνιστών να απευθύνονται σε άλλες κατηγορίες καταναλωτών, καθώς και των οικονομιών κλίμακος που απολάμβανε η νέα οντότητα λόγω της δυνατότητας προσφοράς πολλών προϊόντων (παρ. 197), δ) δεν υπήρχε ισχυρή αντισταθμιστική ισχύς (παρ. 204), ενώ ε) υπήρχαν και αρκετά εμπόδια εισόδου (παρ. 212 επ.). Βλ. και απόφαση ΕΕπ Μ.2337 NESTLE/RALSTON PURINA, σκ.41-47, όπου έγινε δεκτό ότι μερίδιο της τάξης του 40-50% προκαλούσε προβλήματα ανταγωνισμού διότι: α) οι υπόλοιποι ανταγωνιστές ήταν πολύ μικροί με μερίδια σταθερά κάτω του 10%, β) οι όποιοι ανταγωνιστές είχαν τοπική μόνο παρουσία και γ) η όποια ανταγωνιστική πίεση από τα ιδιωτικής ετικέτας προϊόντα μειωνόταν λόγω του ότι οι συμμετέχουσες ήταν μεγάλοι προμηθευτές των παραγωγών προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας. Βλ. ακόμη αποφάσεις ΕΕπ Μ.2609 HP/COMPAQ, σκ. 36, 40-47, Μ.2223 Getronics/Hagemeyer/JV, σκ. 21-31.

34 Βλ. ενδεικτικά Μ.3267 CRH/CEMENTBOUW, παρ. 21-22, όπου μερίδια της τάξεως 30-40% θεωρήθηκε ότι δεν δημιουργούσαν προβλήματα ανταγωνισμού λόγω του ότι υπήρχαν ισχυροί ανταγωνιστές με παρόμοια μερίδια και αρκετοί μικρότεροι ανταγωνιστές), Μ.2621, SEB/Moulinex, όπου έγινε δεκτό ότι μερίδιο αγοράς περίπου 40% δεν προσέδιδε ατομική δεσπόζουσα λόγω του ότι: α) ο επόμενος ανταγωνιστής είχε μερίδιο 25% (παρ. 130), β) οι δύο ανταγωνιστές είχαν αντίστοιχα ισχυρά σήματα και δυνατότητες παραγωγής και διάθεσης σε σήματα (παρ. 132-133), γ) οι τιμές παρουσίαζαν πτωτική τάση, ενώ είχαν σημειωθεί εισοδοί ανταγωνιστών στην αγορά και βαθμός καινοτομίας (παρ. 134), δ) αντίστοιχο χαρτοφυλάκιο προϊόντων με δύο ή τρία σήματα μπορούσαν να προσφέρουν και οι ανταγωνιστές (παρ. 148-149).

35 Βλ. ενδεικτικά Μ.3191 Philip Morris/Papastratos, παρ. 17-19. Στην υπόθεση αυτή η νέα οντότητα σε ορισμένες αγορές θα είχε μερίδιο μεταξύ 35-40%, ενώ οι ανταγωνιστές θα κυμαίνονταν σε μερίδια μεταξύ 10-20%. Στην υπόθεση αυτή εξετάστηκαν και άλλοι παράγοντες, προκειμένου να κριθεί εάν περιοριζόταν ο ανταγωνισμός λόγω της συγκεντρώσεως (παρ. 22 επ.). Βλ. επίσης Μ.2544, MASTERFOODS/ROYAL CHAIN, παρ. 75, όπου μερίδιο 35-45% έγινε δεκτό ότι δημιουργούσε προβλήματα ανταγωνισμού λόγω σώρευσης χαρτοφυλακίου, εμποδίων εισόδου και ισχυρής θέσης της νέας οντότητας σε παραπλήσια αγορά, Μ.1990, UNILEVER/BESTFOODS, παρ. 104-105, όπου μόνο η απόσταση άνω του 20% μεταξύ των μεριδίων της νέας οντότητας και των επόμενων ανταγωνιστών θεωρήθηκε ότι δημιουργούσε προβλήματα ανταγωνισμού.

36 Βλ. N. Levy, European Merger Control Law: A Guide to the Merger Regulation, 2023, κεφ. 11, παρ. 11.06 και τη σχετική νομολογία που παρατίθεται.

37 Βλ. N. Levy, European Merger Control Law: A Guide to the Merger Regulation, 2023, κεφ. 9, παρ. 9.06[3] και τη σχετική νομολογία που παρατίθεται.

38 Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές της Ε.Επ. για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, παρ. 18. Βλ. επίσης ενδεικτικά Μ.1882 Pirelli/BICC, παρ. 57-58, όπου εξετάστηκαν συνοπτικά μερίδια ύψους κάτω του 25% και έγινε δεκτό ότι δεν περιορίζαν τον ανταγωνισμό λόγω του ότι η αγορά ήταν αρκετά κατακερματισμένη, ενώ υπήρχαν και αρκετές εναλλακτικές επιλογές για τους πελάτες.

39 Βλ. απόφαση ΕΕπ Μ.4314 Johnson & Johnson/Pfizer, παρ. 73, όπου η αύξηση μετά τη συγκέντρωση του HHI από 2,904 σε 4,482 με μεταβολή (Δ) 1,578 αποτέλεσε παράγοντα που λήφθηκε υπόψη για τη θεμελίωση δεσπόζουσας θέσης της νέας οντότητας (σε συνδυασμό με το μερίδιο αγοράς άνω του 50% στη σχετική αγορά).

40 Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές της Ε.Επ. για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, παρ. 19-20.



24. Πέραν του ύψους του μεριδίου αγοράς της νέας οντότητας κατά τα ανωτέρω, συνεκτιμάται και η δυνατότητα των εναπομεινάντων ανταγωνιστών να ασκήσουν ανταγωνιστική πίεση στη νέα οντότητα.

25. Λοιποί παράγοντες που εξετάζονται ανά περίπτωση αφορούν το εάν τα μέρη της συγκέντρωσης είναι στενοί ανταγωνιστές, εάν η συγκέντρωση καταργεί ένα σημαντικό παράγοντα ανταγωνισμού, εάν υπάρχουν εναλλακτικές επιλογές εφοδιασμού, εάν η προκύπτουσα από τη συγκέντρωση επιχείρηση θα έχει την δυνατότητα αποκλεισμού ανταγωνιστών, εάν οι αγοραστές διαθέτουν αντισταθμιστική διαπραγματευτική ισχύ, καθώς και η πιθανή ύπαρξη δυνητικού ανταγωνισμού και εμποδίων εισόδου.

26. Κατά την αξιολόγηση επιπτώσεων συντονισμένης συμπεριφοράς η ΕΑ λαμβάνει υπόψη της τα χαρακτηριστικά της σχετικής αγοράς, για παράδειγμα το επίπεδο συγκέντρωσης στην αγορά, τα μερίδια αγοράς των ανταγωνιστών, κ.λπ., καθώς και τη μεταβολή που θα επιφέρει στη δομή αυτής η πραγματοποίηση της συγκεντρώσεως και ιδίως αν μέσω αυτής καθίσταται πλέον περισσότερο οικονομικά ορθολογικό και, επομένως, προτιμητέο να υιοθετηθεί κοινή γραμμή δράσεως από τις δραστηριοποιούμενες στην αγορά επιχειρήσεις αναφορικά με την εμπορική, τιμολογιακή ή άλλη πολιτική τους χωρίς προς τούτο να απαιτείται η προσφυγή σε ρητή συμφωνία ή εναρμονισμένη πρακτική⁴¹.

27. Συντονισμός είναι πιθανότερο να ανακύψει σε αγορές στις οποίες είναι σχετικά πιο απλό για τα μέρη να καταλήξουν σε συνεννόηση όσον αφορά τους όρους του συντονισμού. Επιπλέον, για να είναι βιώσιμος ο συντονισμός πρέπει να πληρούνται τρεις βασικές προϋποθέσεις: (α) οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι σε θέση να ελέγχουν σε επαρκή βαθμό την τήρηση των όρων του συντονισμού, (β) η πειθαρχία προϋποθέτει την ύπαρξη ενός αξιόπιστου αποτρεπτικού μηχανισμού που μπορεί να ενεργοποιηθεί σε περίπτωση παρέκκλισης, και (γ) 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 συντονισμού⁴².

Υ ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Υ.1 ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΗΣ ΣΧΕΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

28. Οι σχετικές αγορές προϊόντων στην υπό κρίση συγκέντρωση σχετίζονται με τον κλάδο της διανομής ειδών σούπερ μάρκετ και διακρίνονται στις ακόλουθες, σύμφωνα με τη διοικητική πρακτική της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (Ε.Επ.) και της ΕΑ σε προηγούμενες αποφάσεις τους⁴³:

(i) Αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, ήτοι διανομή των προϊόντων τροφίμων και λοιπών καταναλωτικών αγαθών καθημερινής κατανάλωσης, η οποία αποσκοπεί στην ικανοποίηση των τρεχουσών αναγκών των νοικοκυριών. Περαιτέρω, σύμφωνα με την πρακτική τόσο των εθνικών αρχών ανταγωνισμού όσο και της Ε.Επ. Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις Ε.Επ.⁴⁴, από την άποψη των δυνητικών αποτελεσμάτων στον ανταγωνισμό, ο εν λόγω κλάδος διακρίνεται κατ' αρχήν σε δύο κατηγορίες αγορών: (α) αγορά διανομής ειδών σούπερ μάρκετ, στην οποία οι επιχειρήσεις λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ ενεργούν ως προμηθευτές των τελικών καταναλωτών και (β) αγορά εφοδιασμού ειδών σούπερ μάρκετ («αγορά ζήτησης»), στην οποία οι επιχειρήσεις πώλησης τροφίμων και λοιπών καταναλωτικών αγαθών καθημερινής χρήσης ενεργούν ως αγοραστές έναντι των παραγωγών των προϊόντων που πωλούνται από αυτές στους τελικούς καταναλωτές.

(ii) Αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ.

29. Κατά πάγια νομολογία και διοικητική πρακτική, οι αγορές λιανικής και χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ αποτελούν διακριτές αγορές⁴⁵.

Υ.1.1 Η αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ - αγορά διανομής

30. Τα είδη διατροφής αποτελούν το σημαντικότερο ποσοστό των προϊόντων που προσφέρονται προς αγορά στους τελικούς καταναλωτές από τα καταστήματα λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ. Πλέον των ειδών διατροφής, τα προαναφερόμενα καταστήματα συνηθίζεται να προσφέρουν στους τελικούς καταναλωτές και μια σειρά λοιπών προϊόντων καθημερινής κατανάλωσης, όπως απορρυπαντικά, καλλυντικά ευρείας κατανάλωσης, είδη προσωπικής υγιεινής, καθαριστικά, ζωτροφές κ.λπ. (άλλως προϊόντα οικιακής χρήσης

41 Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές της Ε.Επ. για την αξιολόγηση οριζόντιων συγκεντρώσεων, παρ. 39-40 και 42, καθώς και απόφαση ΓενΔικ Τ-342/99, Airtours κατά Επιτροπής σκ. 61.

42 Υπόθεση Τ-342/99, Airtours κατά Επιτροπής, Συλλογή 2002, σ. ΙΙ-2585, σκέψη 62.

43 Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις Ε.Επ. COMP/M.946 INTERMARCHE/SPAR, COMP/M.991 PROMODES/CASINO, COMP/M.1684 CARREFOUR/PROMODES, COMP/M.1221 REWE/MEINL και COMP/M.2115 CARREFOUR/GB, καθώς και ενδεικτικά αποφάσεις της ΕΑ υπ' αρ. 17/1995, 106/ΙΙ/1999, 176/ΙΙΙ/2001, 194/ΙΙΙ/2001, 204/ΙΙΙ/2001, 330/Υ/2007, 381/Υ/2008, 467/ΥΙ/2009, 496/ΥΙ/2010, 544/ΥΙΙ/2012, 572/ΥΙΙ/2013, 582/ΥΙΙ/2013, 599/2014, 600/2015, 601/2015, 637/2017, 665/2018, 776/2022 και 803/2022.

44 COMP/M.1221 - REWE/MEINL, COMP/M.4590-REWE/DELVITA. Βλ. επίσης και απόφαση Γαλλικής ΑΑ υπ' αρ. 4-DCC-173 DIA/CARREFOUR, καθώς και ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ 637/2017, 776/2022, 803/2022.

45 Βλ. ενδεικτικά τις υπ' αρ. 381/Υ/2008, 601/2015, 637/2017, 665/2018, 776/2022 και 803/2022 αποφάσεις ΕΑ.



ή παντοπωλείου). Σύμφωνα με την πρακτική της Ε.Επ. και της ΕΑ, τόσο τα είδη διατροφής όσο και τα προαναφερόμενα προϊόντα οικιακής χρήσης εντάσσονται στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ/καταναλωτικών αγαθών καθημερινής χρήσης (product market for daily consumer goods - food/non-food)⁴⁶. Ως προς τα «προϊόντα εκτός παντοπωλείου», όπως υφάσματα, εργαλεία, παιχνίδια, οικιακές συσκευές κ.λπ., το εύρος προϊόντων του καλαθιού μπορεί να παραμείνει ανοικτό για τους σκοπούς της παρούσας συγκέντρωσης, δεδομένου ότι η μη συμπερίληψη αυτής της κατηγορίας στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ δεν επηρεάζει το αποτέλεσμα της υπό κρίση πράξης στον ανταγωνισμό⁴⁷.

31. Επιπροσθέτως, σύμφωνα με προηγούμενες αποφάσεις της ΕΑ⁴⁸, η αγορά της λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ θα μπορούσε να διακριθεί περαιτέρω στις εξής κατηγορίες: (α) στις αλυσίδες καταστημάτων (σούπερ μάρκετ, μίνι μάρκετ και υπερμάρκετ)⁴⁹, (β) στα «εκπτωτικά καταστήματα» (soft discount stores and hard discount stores)⁵⁰ και (γ) στα παραδοσιακά παντοπωλεία⁵¹.

32. Σύμφωνα με πιο πρόσφατη διοικητική πρακτική της Ε.Επ., η σχετική αγορά προϊόντος συνίσταται κατ' αρχήν στην αγορά λιανικής πώλησης καταναλωτικών αγαθών καθημερινής χρήσης μέσω σύγχρονων δικτύων λιανικής πώλησης (υπεραγορές, σούπερ μάρκετ, μίνι μάρκετ και εκπτωτικά καταστήματα, όπως η LIDL), εξαιρουμένων λοιπών καταστημάτων λιανικής πώλησης, όπως εξειδικευμένα καταστήματα (αρτοποιεία, κρεοπωλεία, καταστήματα ηλεκτρικών συσκευών κ.λπ.), πρατήρια καυσίμων, cash and carry κ.λπ.⁵². Ο βαθμός υποκατάστασης των υπηρεσιών που παρέχουν οι ανωτέρω κατηγορίες καταστημάτων διαφοροποιείται κατά περίπτωση και εξαρτάται και από την περιοχή αναφοράς (αστικές, ημιαστικές, αγροτικές περιοχές).

33. Προς την ίδια κατεύθυνση και σύμφωνα με τη διοικητική πρακτική της ΕΑ⁵³, αξιολογείται για τους σκοπούς της παρούσας ότι στην ελληνική επικράτεια α) τα εκπτωτικά καταστήματα (όπως η LIDL) περιλαμβάνονται στην ίδια αγορά, καθώς έχουν αμβλυνθεί οι διαφορές τους από τα λοιπά καταστήματα σούπερ μάρκετ στην αντίληψη του καταναλωτή και ότι β) στα καταστήματα cash and carry διενεργούνται σχεδόν αποκλειστικά χονδρικές πωλήσεις προϊόντων, απευθυνόμενες κυρίως σε επαγγελματίες, οι οποίοι αποτελούνται κατά κύριο λόγο από μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις και, επομένως, οι συνθήκες ζήτησης σε αυτήν την αγορά διαφέρουν ουσιωδώς από τις συνθήκες ζήτησης στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ. Συνεπώς, η αγο-

46 Βλ. ενδεικτικά COMP/M.4590-REWE/DELVITA, COMP/M.1221-REWE/MEINL, COMP/M.3905-TESCO-CARREFOUR. Βλ. επίσης απόφαση ΕΑ 605/2015, 803/2022.

47 Βλ. την σχετική διοικητική πρακτική ενδεικτικά και στις αποφάσεις της Ε.Επ. Μ.4590 - REWE/DELVITA, παρ. 10 επ., Μ.3905 - TESCO/CARREFOUR, παρ. 16 επ., καθώς και απόφαση ΕΑ υπ' αρ. 496/VI/2010, παρ. 38, 776/2022, παρ. 44, 803/2022, παρ. 42.

48 Βλ. ενδεικτικά τις υπ' αρ. 599/2014, 582/VII/2013, 572/VII/2013, 552/VII/2012, 544/VII/2012, 496/VI/2010, 381/V/2008, 330/V/2007, 204/III/2001, 194/III/2001, 176/III/2001 και 106/II/1999 αποφάσεις της ΕΑ.

49 Κύρια χαρακτηριστικά των αλυσίδων καταστημάτων (σούπερ μάρκετ και υπερμάρκετ) είναι ότι απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή για μαζικές αγορές κυρίως τροφίμων, διαθέτουν μεγάλες επιφάνειες (συνήθως από 200 τ.μ.-2.500 τ.μ. τα σούπερ μάρκετ και από 2.500 τ.μ. και άνω τα υπερμάρκετ), οι πελάτες τους αυτοεξυπηρετούνται, ο εφοδιασμός τους γίνεται μέσω κεντρικών αποθηκών, διαθέτουν μεγάλη ποικιλία προϊόντων (8.000-10.000 κωδικούς) καθώς και προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (private label) και τέλος οι τιμές λιανικής πώλησης των προϊόντων είναι γενικά χαμηλές σε σχέση με τα παραδοσιακά παντοπωλεία.

50 Κύρια χαρακτηριστικά των εκπτωτικών καταστημάτων είναι οι ιδιαίτερα χαμηλές τιμές, η σχετικά μικρή ποικιλία προϊόντων (με έμφαση στα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας), το κατά κύριο λόγο μικρό μέσο εμβαδό ανά κατάστημα, ο μεγάλος αριθμός και η αντίστοιχη διασπορά καταστημάτων, καθώς και τα χαμηλά λειτουργικά έξοδα. Σχετικά με το ζήτημα αν τα εκπτωτικά καταστήματα περιλαμβάνονται στην ίδια αγορά, αρχικά η Ε.Επ. στις υποθέσεις COMP/M. 1684-CARREFOUR/PROMODES και COMP/M.1221-REWE/MEINL είχε αφήσει το θέμα ανοικτό. Ακολούθως, στις υποθέσεις COMP/M.3905-TESCO-CARREFOUR (παρ. 12), COMP/M.4590-REWE/DELVITA (παρ. 13) και COMP/M.6506-GROUPE AUCHAN/MAGYAR HIPERMARKET (παρ. 10) κατέληξε ότι τα σούπερ μάρκετ, οι υπεραγορές και τα καταστήματα discount αποτελούν άμεσους ανταγωνιστές και συγκεκριμένα αποτελούν τα «σύγχρονα κανάλια διανομής» (modern distribution channels).

51 Τα παραδοσιακά παντοπωλεία παρέχουν μερικά σημαντικά πλεονεκτήματα όπως προσωπική εξυπηρέτηση, ευκολία πρόσβασης, εκτεταμένο ωράριο κ.λπ. και θα μπορούσαν να θεωρηθούν εν μέρει ανταγωνιστές των σούπερ μάρκετ στο βαθμό που αποτελούν για το μέσο καταναλωτή μία λογική εναλλακτική δυνατότητα για την κάλυψη των αναγκών του σε είδη διατροφής.

52 Βλ. ενδεικτικά COMP M.8374 - UAB Rimi Lietuva/UAB Palink, παρ. 13-14, COMP M.7933 - Carrefour/Billa Romania and Billa Invest Construct, παρ. 14-15, COMP M.7920 - Netto/J Sainsbury κ.α. παρ. 15, COMP/M.4590 - REWE/DELVITA, παρ. 9-14, COMP/M.1221 - REWE/MEINL, παρ. 10, COMP/M.3905 - TESCO/CARREFOUR, παρ. 10). Ιδίως ως προς τα καταστήματα cash and carry βλ. και απόφαση Γερμανικής ΑΑ υπ' αρ. Β 2 - 333/07 EDEKA/TENGELMANN κ.α., σελ. 29. Επιπλέον, η Ε.Επ. έχει αφήσει ανοικτό το ζήτημα εάν μπορεί να γίνει περαιτέρω κατάτμηση, με βάση τη συνολική επιφάνεια των καταστημάτων. Σε κάθε περίπτωση έχει εξετάσει ως πιθανές τις εξής διακρίσεις: (α) υπεραγορές (επιφάνεια ανώτερη των 2.500 τ.μ.), (β) super markets (επιφάνεια μεταξύ 400 τ.μ. και 2.500 τ.μ.), γ) καταστήματα ευκολίας (επιφάνεια μικρότερη των 400 τ.μ.), δ) μεγάλα υπερ- εκπτωτικά καταστήματα (βλ. σχετικά COMP M.9847 - ALDI/FPLPH ASSETS, παρ. 15, COMP M.10631 - ITM/MESTDAGH, παρ. 15-17, COMP M. 9847 - Aldi/FPLPH Assets, COMP M. 7345 - Carrefour/53 magasins de Billa en Italie, παρ. 12).

53 Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ 803/2022, 776/2022, 665/2018, 637/2017, 605/2015.



ρά των cash and carry θεωρείται διακριτή από την αγορά της λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ στο επίπεδο της διανομής.

34. Ως εκ τούτου για τους σκοπούς της υπό κρίση συγκέντρωσης, ως σχετική αγορά προϊόντος ορίζεται η αγορά λιανικής πώλησης καταναλωτικών αγαθών καθημερινής χρήσης (ή/και ειδών σούπερ μάρκετ), τα οποία διανέμονται μέσω υπεραγορών, σούπερ μάρκετ, μίνι μάρκετ και εκπτώτικων καταστημάτων.

35. Στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιούνται και οι δύο συμμετέχουσες στη συγκέντρωση επιχειρήσεις, ΜΑΣΟΥΤΗΣ και ΚΡΗΤΙΚΟΣ, και συνεπώς η γνωστοποιηθείσα πράξη οδηγεί σε οριζόντιες επικαλύψεις στη συγκεκριμένη αγορά.

V.1.2 Η αγορά εφοδιασμού με είδη σούπερ μάρκετ

36. Η αγορά εφοδιασμού με είδη σούπερ μάρκετ αφορά στην αμέσως προηγούμενη οικονομική βαθμίδα (upstream market) από εκείνη της διανομής και περιλαμβάνει την πώληση ειδών σούπερ μάρκετ από τους παραγωγούς/προμηθευτές σε πελάτες/αγοραστές, όπως οι επιχειρήσεις χονδρικού ή λιανικού εμπορίου και λοιπές επιχειρήσεις (όπως οι επιχειρήσεις του κλάδου HO.RE.CA.)⁵⁴.

37. Κατά την αξιολόγηση της υποκατάστασης από την πλευρά της ζήτησης στις αγορές εφοδιασμού, λαμβάνεται υπόψη, κατά πάγια πρακτική της Ε.Ε., το σύνολο των προϊόντων που οι παραγωγοί προσφέρουν ή θα μπορούσαν να προσφέρουν προς πώληση στις επιχειρήσεις πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ υπό εύλογους όρους και χωρίς υψηλά κόστη μεταστροφής. Η Ε.Ε., λαμβάνοντας υπόψη τη χαμηλή δυνατότητα των παραγωγών να μεταστρέψουν την παραγωγή τους σε διαφορετικές κατηγορίες προϊόντων, σε συνδυασμό με την ανάγκη των καταστημάτων πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ να προμηθεύονται μια ευρεία γκάμα προϊόντων κατέληξε, κατ' αρχήν, ότι η αγορά εφοδιασμού διακρίνεται περαιτέρω βάσει διαφορετικών ομάδων προϊόντων, όπως κρέας και αλλαντικά, πουλερικά και αυγά, ψωμί και αρτοσκευάσματα, γαλακτοκομικά, φρέσκα φρούτα και λαχανικά, μύρα, κρασί και οινοπνευματώδη ποτά, μη αλκοολούχα ποτά, ζεστά ποτά, γλυκά, βασικά είδη διατροφής, κατεψυγμένα προϊόντα, βρεφικές τροφές, ζωτροφές, προϊόντα για την περιποίηση του σώματος και καλλυντικά, απορρυπαντικά και είδη καθαρισμού κ.λπ.⁵⁵.

38. Τέλος, η αγορά εφοδιασμού δύναται να διαιρεθεί περαιτέρω ανάλογα με τα κανάλια διανομής, καθώς, κατά την αξιολόγηση των εναλλακτικών δυνατοτήτων που έχει έκαστος προμηθευτής για τη διάθεση των προϊόντων του, πέραν του λιανικού εμπορίου, λαμβάνονται υπόψη και λοιπά κανάλια διανομής, όπως το εξειδικευμένο εμπόριο, τα cash and carry, άλλες επιχειρήσεις χονδρικής, τα καταστήματα γαστρονομίας, τα καταστήματα καλλυντικών και φαρμάκων (drugstores) ή οι εξαγωγές⁵⁶. Στο πλαίσιο αυτό έχει κριθεί⁵⁷ ότι η αγορά εφοδιασμού καταστημάτων λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ περιλαμβάνει και τα καταστήματα cash and carry, ενώ ξεχωριστή είναι η αγορά εφοδιασμού χονδρεμπόρων και μεγάλων πελατών (ξενοδοχεία, δημόσιο κ.λπ.).

39. Δεδομένου ότι οι συμμετέχουσες στην υπό κρίση πράξη δραστηριοποιούνται τόσο στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ όσο και στην αγορά χονδρικής πώλησης τέτοιων ειδών μέσω καταστημάτων cash & carry⁵⁸ και επομένως η διαπραγματευτική τους δύναμη έναντι των προμηθευτών τους διαμορφώνεται από το σύνολο των αγορών που πραγματοποιούν για να τα διοχετεύσουν και στα δύο κανάλια διανομής, η σχετική αγορά εφοδιασμού θα πρέπει να συμπεριλάβει τόσο τα καταστήματα λιανικής πώλησης σ/μ όσο και τα καταστήματα cash & carry.

40. Στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιούνται και οι δύο συμμετέχουσες στη συγκέντρωση επιχειρήσεις, ΜΑΣΟΥΤΗΣ και ΚΡΗΤΙΚΟΣ και συνεπώς η γνωστοποιηθείσα πράξη οδηγεί σε οριζόντιες επικαλύψεις στη συγκεκριμένη αγορά.

54 Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις Ε.Ε. COMP/M.4590 REWE/DELVITA, παρ. 15, COMP/M.1684 CARREFOUR/PROMODES, παρ. 14, COMP/M.5112 REWE PLUS/DISCOUNT, παρ. 21, και COMP/M.1221 - REWE/MEINL, παρ. 75. Βλ. επίσης και απόφαση της Γαλλικής Αρχής Ανταγωνισμού υπ' αρ. 14-DCC-173/21.11.2014 Dia France SAS/Carrefour France SAS, παρ. 9, όπως επίσης και τις αποφάσεις της ΕΑ 803/2022, 776/2022, 665/2018, 637/2017, 613/2015, 605/2015.

55 Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις Ε.Ε. M.1221 - REWE/MEINL, παρ. 76-78 και 81, M.4590 - REWE/DELVITA, παρ. 15, και M.5112 - REWE PLUS/DISCOUNT, παρ. 21, καθώς και αποφάσεις ΕΑ υπ' αρ. 803/2022, 776/2022, 637/2017, 496/VI/2010. Δεν αποκλείεται ορισμένες από τις αγορές εφοδιασμού των ανωτέρω ομάδων προϊόντων να διαθέτουν παρόμοια διάρθρωση και να μπορούν να εξεταστούν από κοινού (βλ. ενδεικτικά απόφαση Ε.Ε. M.784 - KESKO/TUKO, παρ. 34, καθώς και Ε.Α. Τελική Έκθεση επί της κλαδικής έρευνας της ΕΑ στην παραγωγή, διανομή και εμπορία βασικών καταναλωτικών ειδών (2021) και Γερμανική Αρχή Ανταγωνισμού, Summary of the Final Report of the Sector Inquiry into the food retail sector, 2014)

56 Βλ. ενδεικτικά απόφαση Ε.Ε. M.1221 - REWE/MEINL, παρ. 81.

57 Βλ. απόφαση ΕΑ 803/2022, 637/2017, καθώς και υπ' αρ. B2-333/07 (EDEKA-TENGELMANN) της Γερμανικής Αρχής Ανταγωνισμού.

58 Σημειώνεται ότι τα μέρη πραγματοποιούν πωλήσεις χονδρικής, πέραν των cash and carry, και στα καταστήματα με τα οποία συνεργάζονται με το καθεστώς franchise. Συγκεκριμένα, η ΜΑΣΟΥΤΗΣ πραγματοποιεί πωλήσεις προς τα καταστήματα του δικτύου Express Market και η ΚΡΗΤΙΚΟΣ προς τα συνεργαζόμενα με αυτή καταστήματα (βλ. Γνωστοποίηση σελ.36)

V.1.3 Η αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ

41. Σύμφωνα με τη Στατιστική Ταξινόμηση των Κλάδων Οικονομικής Δραστηριότητας [NACE Rev1], το χονδρικό εμπόριο περιλαμβάνει επτά (7) επιμέρους διακριτούς κλάδους, μεταξύ των οποίων ο κλάδος χονδρικού εμπορίου τροφίμων, ποτών και καπνού⁵⁹ και ο κλάδος χονδρικού εμπορίου ειδών οικιακής χρήσης (παντοπωλείου). Οι εν λόγω αγορές μπορούν να διακριθούν περαιτέρω κατ' αρχήν ανά ειδικότερη ομάδα συναφών προϊόντων⁶⁰.

42. Περαιτέρω, οι ανωτέρω αγορές (κλάδος χονδρικού εμπορίου τροφίμων, ποτών και καπνού και κλάδος χονδρικού εμπορίου ειδών οικιακής χρήσης) δύνανται να διακριθούν και ανά ειδικότερο κανάλι διανομής (π.χ. διανομή από μεγάλες αλυσίδες, από χονδρεμπορικές εταιρείες, κ.λπ.), αναλόγως του βαθμού εναλλαξιμότητας και υποκατάστασης των υπηρεσιών που παρέχουν, σε συνάρτηση ιδίως με το εύρος και την ποικιλία των προϊόντων που προσφέρουν, την αντίληψη του τυπικού πελάτη, καθώς και την περιοχή αναφοράς⁶¹.

43. Ειδικότερα, η αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ αποτελεί το ενδιάμεσο στάδιο μεταξύ του προμηθευτή (παραγωγού ή εισαγωγέα) και του λιανοπωλητή. Υπό την ευρεία οριοθέτησή της, η σχετική αγορά χονδρικής πώλησης αγαθών είναι ενιαία και περιλαμβάνει α) τα παραδοσιακά πρατήρια - αποθήκες χονδρεμπορίου που απευθύνονται συνήθως σε μεγάλες επιχειρήσεις, οι οποίες αγοράζουν προϊόντα λιγότερο συχνά, σε μεγάλες ποσότητες («bulk»), πληρώνουν με πίστωση και διαθέτουν τους αντίστοιχους αποθηκευτικούς χώρους για να υποστηρίξουν την αποθήκευση του όγκου των προϊόντων που αγοράζουν κάθε φορά, καθώς και β) την οργανωμένη χονδρική cash and carry στην οποία διενεργούνται σχεδόν αποκλειστικά χονδρικές πωλήσεις προϊόντων, απευθυνόμενες κυρίως σε επαγγελματίες, οι οποίοι αποτελούνται κατά κύριο λόγο από μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις⁶².

44. Στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιούνται και οι δύο συμμετέχουσες στη συγκέντρωση επιχειρήσεις, ΜΑΣΟΥΤΗΣ και ΚΡΗΤΙΚΟΣ⁶³, και συνεπώς η γνωστοποιηθείσα πράξη οδηγεί σε οριζόντιες επικαλύψεις στη συγκεκριμένη αγορά.

V.2 ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΗΣ ΣΧΕΤΙΚΗΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

V.2.1 Η άποψη της γνωστοποιούσας

45. Όσον αφορά τη γεωγραφική διάσταση της σχετικής αγοράς της λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, η γνωστοποιούσα αναφέρει ότι η σχετική γεωγραφική αγορά καταλαμβάνει, κατ' αρχήν, όλη την Ελληνική επικράτεια και, εν συνεχεία, τους επιμέρους νομούς ή/και νήσους εντός των οποίων δραστηριοποιούνται τα καταστήματα της Επιχείρησης-Στόχου, ενώ μπορεί να φτάσει, σε ορισμένες περιπτώσεις, και σε τοπικό επίπεδο. Επίσης, αναφέρει ότι σε περίπτωση οριοθέτησης των γεωγραφικών αγορών σε τοπικό επίπεδο, αστικές περιοχές μεγάλης πληθυσμιακής κάλυψης, όπως η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη, φέρουν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που τις διαφοροποιούν από τις λοιπές «αστικές περιοχές». Ειδικότερα, στα εν λόγω μεγάλα αστικά κέντρα τα καταστήματα λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ παρουσιάζουν έντονη επικάλυψη/αλυσιδωτή υποκατάσταση (chain of substitution) μεταξύ τους, σε συνάρτηση με την πληθυσμιακή κατανομή. Προς τούτο, άποψη της Γνωστοποιούσας είναι ότι στις ως άνω περιπτώσεις, λόγω ακριβώς αυτής της αλυσιδωτής υποκατάστασης, η σχετική γεωγραφική αγορά πρέπει να προσδιορίζεται βάσει της γεωγραφικής περιοχής της πόλης που παρουσιάζει την σχετική κάθε φορά πυκνότητα καταστημάτων/πληθυσμού, λαμβανομένης υπόψη και τυχόν αυξημένης ανταγωνιστικής πίεσης από καταστήματα υπεραγορών σε μεγαλύτερη της συνήθους ακτίνας εντός αστικού ιστού κατά τα προαναφερθέντα⁶⁴.

46. Ως προς τη γεωγραφική διάσταση της σχετικής αγοράς του εφοδιασμού, η ΜΑΣΟΥΤΗΣ αναφέρει ότι, σύμφωνα και με προηγούμενες αποφάσεις της Επιτροπής Ανταγωνισμού, η αγορά εφοδιασμού καταλαμβάνει το σύνολο της Ελληνικής επικράτειας⁶⁵.

59 Πηγή: Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών: Συνθήκες αγοράς και ανταγωνισμός στην Ελληνική Οικονομία (Μέρος Α' και Μέρος Β'), Αθήνα 2011.

60 Για παράδειγμα, λαμβάνοντας ιδίως υπόψη την εξειδίκευση των περισσότερων χονδρεμπόρων στη διανομή ορισμένων ειδών και τη σύναψη συμβάσεων διανομής μεταξύ αυτών και συγκεκριμένων προμηθευτών, το χονδρικό εμπόριο τροφίμων, ποτών και καπνού μπορεί να διακριθεί σε επιμέρους κατηγορίες, όπως χονδρικό εμπόριο φρούτων και λαχανικών, κρέατος και προϊόντων κρέατος, γαλακτοκομικών προϊόντων, αυγών και βρώσιμων ελαίων και λιπών, ποτών, προϊόντων καπνού, ζάχαρης, σοκολάτας, ειδών ζαχαροπλαστικής, καφέ, τσαγιού, κακάο, μπαχαρικών και άλλων τροφίμων (όπως ψάρια, καρκινοειδή και μαλάκια), καθώς και στο μη ειδικευμένο χονδρικό εμπόριο τροφίμων, ποτών και καπνού (βλ. απόφαση ΕΑ υπ' αρ. 536/VI/2012, παρ. 15).

61 Βλ. απόφαση ΕΑ υπ' αρ. 803/2022, 637/2017, 536/VI/2012, παρ. 13 και Ε.Επ. COMP/M.1684 (2000) CARREFOUR/PROMODES, παρ. 21.

62 Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ υπ' αρ. 330/V/2007, υπό IV.1.B, 536/VI/2012, παρ. 14 και 803/2022, παρ. 53.

63 Σημειώνεται ότι τα μέρη πραγματοποιούν πωλήσεις χονδρικής, έραν μέσω των cash and carry, και στα καταστήματα με τα οποία συνεργάζονται με το καθεστώς franchise. Συγκεκριμένα, η ΜΑΣΟΥΤΗΣ πραγματοποιεί πωλήσεις προς τα καταστήματα του δικτύου Express Market και η ΚΡΗΤΙΚΟΣ προς τα καταστήματα είτε με σήμα ΚΡΗΤΙΚΟΣ, είτε με σήμα ΑΡΙΑΔΝΗ, ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ και ΠΡΟΟΔΟΣ (βλ. έντυπο γνωστοποίησης σελ. 37 και σελ. 3).

64 Βλ. Έντυπο γνωστοποίησης παρ. 57 και 58.

65 Βλ. Έντυπο γνωστοποίησης παρ. 60.



47. Τέλος, όσον αφορά τη γεωγραφική διάσταση της σχετικής αγοράς της χονδρικής πώλησης ειδών σουπερμάρκετ, η Γνωστοποιούσα αναφέρει ότι σύμφωνα με τη διοικητική πρακτική της Επιτροπής Ανταγωνισμού, η αγορά της χονδρικής πώλησης, από γεωγραφική άποψη, εκτείνεται στο σύνολο της Ελληνικής επικράτειας⁶⁶.

V.2.2 Η άποψη της Υπηρεσίας

Αγορά λιανικής πώλησης ειδών σουπερ μάρκετ- αγορά διανομής

48. Λαμβάνοντας υπόψη την πάγια πρακτική της ΕΑ⁶⁷ και της Ε.Επ.⁶⁸, αλλά και τις ειδικότερες συνθήκες που αφορούν την υπό εξέταση συναλλαγή, η σχετική γεωγραφική διάσταση της αγοράς λιανικής πώλησης ειδών σουπερ μάρκετ σε επίπεδο διανομής ορίζεται αρχικώς σε επίπεδο νομών της χώρας⁶⁹, στους οποίους δραστηριοποιούνται οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις (καθώς και, κατά περίπτωση, σε επίπεδο όμορων νομών), αν ληφθεί ως κριτήριο η επίδραση της γνωστοποιούμενης συγκέντρωσης στον ανταγωνισμό για τον τελικό καταναλωτή⁷⁰. Εν προκειμένω, κάθε Περιφερειακή Ενότητα⁷¹ της ηπειρωτικής Ελλάδας μπορεί να χρησιμοποιηθεί, για τον σκοπό του ορισμού της σχετικής γεωγραφικής αγοράς, ως γεωγραφικό όριο εντός της οποίας οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις παρέχουν τις σχετικές υπηρεσίες υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού και μπορεί να διακριθεί από άλλες γειτονικές γεωγραφικές περιοχές λόγω των διαφορετικών συνθηκών ανταγωνισμού που επικρατούν σε αυτές. Στις περιπτώσεις των νήσων, το κάθε νησί αποτελεί διακριτή γεωγραφική αγορά, λόγω των δυσκολιών στη μετακίνηση του τελικού καταναλωτή.

49. Περαιτέρω, προκειμένου η γεωγραφική οριοθέτηση να λαμβάνει υπόψη τις ιδιαίτερες τοπικές συνθήκες ανά περίπτωση, η Ε.Επ., σε προηγούμενες αποφάσεις της, διαπίστωσε ότι, από την άποψη του καταναλωτή, οι γεωγραφικές αγορές που επηρεάζονται από μια συγκέντρωση στο λιανικό εμπόριο τροφίμων μπορεί να είναι οι τοπικές αγορές, στις οποίες οι συμμετέχουσες εταιρείες διατηρούν καταστήματα⁷². Αυτές οι τοπικές αγορές μπορούν να οριστούν ως κύκλος με κέντρο το μεμονωμένο κατάστημα-στόχο και με ακτίνα απόστασης από αυτό περίπου δέκα με τριάντα λεπτά κατ' ανώτατο όριο με το αυτοκίνητο, ανάλογα με τις συνθήκες της κάθε περίπτωσης. Συγκεκριμένα, η Ε.Επ. έχει κρίνει ότι, για τον κλάδο της λιανικής πώλησης καταναλωτικών προϊόντων καθημερινής χρήσης μέσω σύγχρονων δικτύων λιανικής πώλησης και συγκεκριμένα από υπεραγορές, σουπερ μάρκετ και μίνι μάρκετ, η γεωγραφική αγορά μπορεί να οριστεί σε επίπεδο τοπικής εμβέλειας που εκτείνεται σε ακτίνα απόστασης 30, 20 και 10 λεπτών με το αυτοκίνητο από κάθε κατάστημα, αντίστοιχα⁷³.

50. Η Ε.Επ. επεσήμανε ότι η γεωγραφική αγορά μπορεί να οριοθετηθεί ευρύτερα εάν ένας μεγάλος αριθμός τοπικών αγορών, οι οποίες επηρεάζονται από τη συγκέντρωση, συνδέονται λόγω της πυκνότητας των λειτουργούντων καταστημάτων και του πληθυσμού, έτσι ώστε να αλληλοεπικαλύπτονται και να καταλαμβάνουν χωρίς κενά («overlapping circles») μια μεγαλύτερη περιφέρεια ή ακόμα και ολόκληρη την επικράτεια ενός κράτους μέλους⁷⁴.

66 Βλ. Έντυπο γνωστοποίησης παρ. 59.

67 Βλ. ενδεικτικά τις αποφάσεις ΕΑ και 496/VI/2010, 544/VII/2012, 572/VII/2013, 582/VII/2013, 599/2014, 600/2015, 601/2015, 605/2015, 637/2017, 665/2018, 701/2020, 776/2022 και 803/2022.

68 Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις IV/M.1085 (1998) PROMODES/CATTEU, COMP/M.1221 (1999) REWE/MEINL, COMP/M.1684 (2000) CARREFOUR/PROMODES, COMP/M.3905 (2005) TESCO/CARREFOUR.

69 Με εξαίρεση τις νησιωτικές περιοχές της χώρας όπου η γεωγραφική περιοχή ενδέχεται να περιλαμβάνει όλη την έκταση ενός νησιού.

70 Βλ. IV/M.803 (1996) - Rewe/Billa, COMP/M.1221 (1999) -REWE/MEINL παρ. 18 και COMP/M.1684 (2000)-CARREFOUR/PROMODES παρ. 15 η οποία άφησε το ζήτημα ανοικτό.

71 Οι Περιφερειακές Ενότητες αποτελούν διοικητικές υποδιαιρέσεις των 13 Περιφερειών της Ελλάδας. Θεσπίστηκαν το 2011 με το πρόγραμμα «Καλλικράτης», αντικαθιστώντας τους παλαιούς Νομούς. Συνολικά υπάρχουν 74 Περιφερειακές Ενότητες σε όλη τη χώρα.

72 Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις IV/M.1085 (1998) PROMODES/CATTEU, παρ. 14, COMP/M.1221 (1999) REWE/MEINL, παρ. 18, COMP/M.1684 (2000) CARREFOUR/PROMODES, παρ. 24, στις οποίες θεωρήθηκε ότι ένα χρονικό διάστημα από 10 έως 30 λεπτά μπορεί να θεωρηθεί ευλόγως ότι αποτελεί το μέγιστο χρόνο οδήγησης που είναι διαθεσιμμένος να πραγματοποιήσει ο καταναλωτής για να φθάσει στο σουπερ μάρκετ της επιλογής του και COMP/M.3905 TESCO/CARREFOUR (Τσεχία και Σλοβακία), όπου η τοπική γεωγραφική περιοχή ορίστηκε κατ' αρχήν με ακτίνα απόστασης 20' με το αυτοκίνητο (παρ. 18 επ., 25). Βλ. επίσης COMP/M.5112 (2008) REWE PLUS/DISCOUNT, παρ. 20.

73 Βλ. COMP M. 11364 Ahold Delhaise/Profi, παρ. 17, COMP M 10631- ITM/MESTDAGH, παρ. 20 IV/M.1085 Promodes/Catteu, παρ. 14, COMP/M.1221 Rewe/Meinl, παρ. 18 και COMP/M.1684 Carrefour/Promodes, παρ. 24 και νομολογία στην οποία παραπέμπουν. Η ακτίνα ωστόσο μπορεί να διαφοροποιείται με βάση διάφορα κριτήρια, όπως το μέγεθος των καταστημάτων, η υποδομή αυτών, η πρόσβαση σε αυτά με μέσα μαζικής μεταφοράς, το μέγεθος των νοικοκυριών. Σε αντίστοιχες υποθέσεις η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για τον καθορισμό της γεωγραφικής αγοράς έλαβε υπόψη της τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του κράτους μέλους, στο οποίο αφορούσε η συγκέντρωση, συμπεριλαμβανομένης και της πυκνότητας του πληθυσμού του. Διευκρινίζεται ότι ο ορισμός της κάθε τοπικής αγοράς πρέπει να λαμβάνει χώρα κατά περίπτωση και αφού λαμβάνονται υπόψη οι εκάστοτε ειδικές τοπικές συνθήκες.

74 Βλ. λ.χ. COMP/M.3905 (2005) -TESCO/CARREFOUR (Τσεχία και Σλοβακία), παρ. 18 επ.



51. Αντίστοιχο κριτήριο για την οριοθέτηση τοπικών γεωγραφικών αγορών σε υποθέσεις συγκεντρώσεων επιχειρήσεων λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ έχει υιοθετηθεί και από τις εθνικές αρχές ανταγωνισμού της Γαλλίας, της Ισπανίας, της Ιταλίας, της Γερμανίας και της Αγγλίας⁷⁵. Σύμφωνα με τη σχετική πρακτική των αρχών αυτών, η ακτίνα απόστασης μειώνεται (10-15 λεπτά), όταν τα καταστήματα της επιχείρησης-στόχος λειτουργούν σε αμιγώς αστικές περιοχές ή στο κέντρο πόλεων και αντιστοίχως αυξάνεται (15-30 λεπτά), όταν τα καταστήματα βρίσκονται σε ημιαστικές ή αγροτικές περιοχές, ενώ καθοριστικό παράγοντα συνιστά και η προσβασιμότητα των περιοχών αυτών (κατάσταση οδικού δικτύου, ύπαρξη χώρου στάθμευσης, κ.λπ.). Λαμβάνεται υπόψη ότι, σε γενικές γραμμές, οι καταναλωτές συνηθίζουν να μεταβαίνουν σε καταστήματα κοντά στην κατοικία τους για τις καθημερινές αγορές μικρής αξίας και να διευρύνουν την ακτίνα δράσης για τις αγορές μεγαλύτερης αξίας. Επίσης, η χρήση αυτοκινήτου για τις μετακινήσεις, ακόμη και για τις καθημερινές αγορές, είναι πιο συνήθης στις περιφερειακές συνοικίες σε αντίθεση με το κέντρο των πόλεων, όπου οι καταναλωτές συνήθως μετακινούνται πεζή ή με τα μέσα μαζικής μεταφοράς.

52. Αντιστοίχως, σε πρόσφατες αποφάσεις της⁷⁶, η ΕΑ όρισε τις σχετικές γεωγραφικές αγορές αρχικά σε επίπεδο νομού/περιφερειακής ενότητας και εξέτασε περαιτέρω τις τοπικές αγορές των δήμων ή/και συγκεκριμένων περιοχών εντός αυτών, όπου βρίσκονταν τα υπό εξαγορά καταστήματα, εξετάζοντας αν σε αυτές λειτουργούσαν ανταγωνίστριες επιχειρήσεις τοπικής ή πανελλήνιας εμβέλειας. Εν συνεχεία, η ΕΑ προέβη στην οριοθέτηση της σχετικής γεωγραφικής αγοράς σε τοπικό επίπεδο σε ακτίνα έως 10 λεπτά με το αυτοκίνητο από το κατάστημα στόχος στις αστικές περιοχές και σε ακτίνα έως 30 λεπτά με το αυτοκίνητο σε ημι-αστικές και αγροτικές περιοχές.

53. Στην υπό εξέταση υπόθεση, κατά τα ανωτέρω, ως σχετική γεωγραφική αγορά ορίζεται κατ' αρχήν κάθε νομός της χώρας, στον οποίο δραστηριοποιούνται οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ως κριτήριο το αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό για τον τελικό καταναλωτή. Περαιτέρω, εξετάζεται η επίδραση στον ανταγωνισμό σε τοπικό επίπεδο, δεδομένου ότι το κάθε κατάστημα διαθέτει μια ισχύ στην τοπική αγορά. Ειδικότερα, λαμβάνοντας υπόψη την προπαρατεθείσα νομολογία και διοικητική πρακτική, κρίνεται απαραίτητη η περαιτέρω οριοθέτηση τοπικών αγορών σε ακτίνα έως 10 λεπτά, με το αυτοκίνητο, από κάθε κατάστημα στόχο, όταν αυτό βρίσκεται σε δημοτικές ενότητες με πληθυσμό άνω των 10.000 κατοίκων και σε ακτίνα έως 30 λεπτά από το κατάστημα στόχο όταν αυτό βρίσκεται σε δημοτικές ενότητες με πληθυσμό κάτω από 10.000 κατοίκους⁷⁷.

Αγορά εφοδιασμού με είδη σούπερ μάρκετ

54. Σύμφωνα με προηγούμενες αποφάσεις της ΕΑ, από γεωγραφική άποψη, η αγορά εφοδιασμού εκτείνεται στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας, με κριτήριο την υποκατάσταση από την πλευρά των προμηθευτών (βιομηχανιών, βιοτεχνιών, εισαγωγέων) των επιχειρήσεων λιανικής πώλησης, καθώς η ενίσχυση του δικτύου μιας αλυσίδας λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ αυξάνει τον όγκο των αγορών που γίνονται συνολικά σε επίπεδο αλυσίδας καταστημάτων ανά την επικράτεια και κατά συνέπεια τη θέση της και τη διαπραγματευτική της δύναμη, τη δυνατότητα επιβολής όρων και ενδεχομένως τη δημιουργία σχέσεων οικονομικής εξάρτησης των προμηθευτών της⁷⁸.

55. Εν προκειμένω, ως σχετική γεωγραφική αγορά για την αγορά εφοδιασμού με είδη σούπερ μάρκετ ορίζεται το σύνολο της ελληνικής επικράτειας.

Αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ

56. Σε προηγούμενες αποφάσεις της ΕΑ⁷⁹ που αφορούσαν στην αγορά της χονδρικής πώλησης, η σχετική γεωγραφική αγορά είχε προσδιορισθεί ως το σύνολο της ελληνικής επικράτειας. Βάσει της δραστηριοποίησης των περισσότερων χονδρεμπορικών εταιρειών σε συγκεκριμένες περιοχές της Ελλάδας, δεν μπορεί να αποκλεισθεί το ενδεχόμενο περαιτέρω κατάτμησης της γεωγραφικής αγοράς σε επίπεδο όμορων νομών ή/και περιφερειών, στο βαθμό που υφίσταται σημαντικός βαθμός εναλλαξιμότητας ή/και η ύπαρξη αλυσίδας υποκατάστασης.

57. Στην υπό εξέταση συγκέντρωση δεν κρίνεται αναγκαία η περαιτέρω διερεύνηση σχετικά με την οριοθέτηση της γεωγραφικής αγοράς, καθώς ακόμα και στη βάση ενός υποθετικά πιο στενού ορισμού, η γνωστοποιή-

75 Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις γαλλικής αρχής υπ' αρ. 14-DCC-173, 14-DCC-30, 14-DCC-146, 13-DCC-90, 13-DCC-57, 12-DCC-112 και 11-DCC-05, ισπανικής αρχής υπ' αρ. C-0001/07, γερμανικής αρχής υπ' αρ. B2-333/07 και B9-27/05 και αγγλικής αρχής Safeway plc/Asda Group (9/2003), Somerfield plc/Wm Morrison (9/2005), Sainsbury/Asda (25 Απριλίου 2019), ιταλικής αρχής ενδεικτικά αποφάσεις υπ' αρ. C11959/2014, C11461/2012 και C11103/2011.

76 Βλ. ενδεικτικά τις αποφάσεις της ΕΑ 803/2022, 776/2022, 701/2020, 665/2018 και 637/2017 και τις εκεί αναφερόμενες παραπομπές.

77 Αξιοποιούνται σχετικά τα στοιχεία της απογραφής πληθυσμού - κατοικιών της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής 2021.

78 Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ, 496/VI/2010, παρ. 46, 544/VII/2012, παρ. 48, 582/VII/2013 υπό Δ.2, 572/VII/2013, παρ. 34, 623/2016, παρ. 31, 637/2017, παρ. 40, 701/2020, παρ. 31 και 803/2022, παρ. 63.

79 Βλ. ενδεικτικά τις υπ' αρ. 330/V/2007, 536/VI/2012, 601/2015, 637/2017, 776/2022 και 803/2022 αποφάσεις της ΕΑ.



θείσα πράξη δεν εγείρει σημαντικά θέματα σε επίπεδο ανταγωνισμού, καθώς η παρουσία των συμμετεχουσών εταιρειών στην εν λόγω αγορά είναι πολύ περιορισμένη⁸⁰.

V.2.3 Εξεταζόμενες σχετικές (προϊοντικές και γεωγραφικές) αγορές

58. Εν κατακλείδι, λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, η υπό εξέταση συγκέντρωση αφορά στις εξής αγορές:

(α) Λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ σε επίπεδο διανομής: επισημαίνεται ότι οριζόντιες επικαλύψεις μεταξύ των μερών στην εν λόγω αγορά υφίστανται στις 54 από τις 74 Περιφερειακές Ενότητες της ελληνικής επικράτειας, όπως αναφέρεται ειδικότερα κατωτέρω⁸¹.

(β) Εφοδιασμού καταστημάτων σούπερ μάρκετ και cash & carry με είδη σούπερ μάρκετ, στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας.

(γ) Χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ μέσω καταστημάτων cash & carry και χονδρεμπορικών επιχειρήσεων, στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας.

VI ΘΕΣΕΙΣ ΤΩΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ

VI.1 Αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ

59. Στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, η πλειονότητα των ανταγωνιστών εκτιμά ότι η εξεταζόμενη πράξη δεν αναμένεται να επιφέρει ουσιώδεις επιπτώσεις στη λειτουργία του ανταγωνισμού, τόσο σε εθνικό όσο και σε τοπικό επίπεδο. Ειδικότερα, οι επιχειρήσεις [...] επισημαίνουν ότι η εν λόγω αγορά στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από έντονο ανταγωνισμό, με σημαντικό αριθμό δραστηριοποιούμενων επιχειρήσεων, κατάσταση η οποία, κατά την άποψή τους, θα διατηρηθεί και μετά την υπό εξέταση συγκέντρωση. Περαιτέρω, η εταιρεία [...] δεν αναμένει επιπτώσεις στη λειτουργία του ανταγωνισμού, δεδομένου ότι δεν προβλέπεται μεταβολή στα συνολικά μεγέθη των προς συγκέντρωση εταιρειών. Στο ίδιο πλαίσιο, η [...] αναφέρει ότι η πράξη συνιστά αναδιάταξη ήδη υφιστάμενων δικτύων λιανικής πώλησης, με ανακατανομή των μεριδίων τους, και όχι δημιουργία νέων οντοτήτων με ενδεχόμενη δεσπόζουσα θέση ή είσοδο νέων ισχυρών παραγόντων που θα μπορούσαν να διαταράξουν την υφιστάμενη ισορροπία της αγοράς.

60. Οι [...] (διαθέτει τα καταστήματα λιανικής [...]), [...], καθώς και η [...], αναφέρουν ότι σε εθνικό επίπεδο δεν αναμένονται ουσιώδεις επιπτώσεις, πλην όμως σε τοπικό επίπεδο ενδέχεται να προκύψουν επιμέρους επιπτώσεις σε συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές. Οι περιοχές αυτές εντοπίζονται κατά κύριο λόγο στην Βόρεια Ελλάδα και σε κάποια νησιά της ελληνικής επικράτειας όπου η ΜΑΣΟΥΤΗΣ έχει ήδη εκτεταμένο δίκτυο καταστημάτων. Τέλος, η [...] εκτιμά ότι η συγκέντρωση των εταιρειών ΜΑΣΟΥΤΗΣ και ΚΡΗΤΙΚΟΣ ενδέχεται να δημιουργήσει προβλήματα στην ανταγωνιστικότητα της αγοράς, ιδίως ως προς τις συμφωνίες με τους προμηθευτές και τη διαπραγματευτική ισχύ, επισημαίνοντας επίσης ζητήματα που σχετίζονται με πρακτικές τιμολόγησης και όρους συναλλαγών.

VI.2 Αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ

61. Σχετικά με τις επιπτώσεις της εξεταζόμενης συναλλαγής στην αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, η πλειοψηφία⁸² των ανταγωνιστών αναφέρει ότι η υπό εξέταση συγκέντρωση δεν αναμένεται να επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις στον ανταγωνισμό. Συγκεκριμένα η εταιρεία [...] του ομίλου [...] που δραστηριοποιείται στο χονδρικό εμπόριο αναφέρει ότι η εν λόγω αγορά αποτελεί ιδιαίτερα εκτεταμένη αγορά, στην οποία οι δύο υπό εξέταση εταιρείες έχουν περιορισμένη συμμετοχή. Αντίστοιχα, η [...] (διαθέτει τα καταστήματα χονδρικής [...]) εκτιμά ότι η υπό αξιολόγηση συναλλαγή δεν θα έχει επιπτώσεις στην εν λόγω αγορά. Τέλος, η εταιρεία [...] επισημαίνει επίσης ότι η αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ χαρακτηρίζεται από πληθώρα εναλλακτικών προμηθευτών και διαύλων εφοδιασμού, ενώ οι πελάτες χονδρικής διαθέτουν δυνατότητες εναλλαγής συνεργασιών.

62. Αντιθέτως, η [...] εκφράζει την άποψη ότι η συγκέντρωση «[...] θα δημιουργήσει μετά βεβαιότητας νέους όρους συνεργασίας με τους προμηθευτές, πολλοί από τους οποίους θα συμμορφωθούν και θα ακολουθήσουν τους όρους προμήθειας της νέας συγκέντρωσης επιχειρήσεων».

VI.3 Αγορά εφοδιασμού πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ

63. Σε ερώτημα που έθεσε η Υπηρεσία αναφορικά με το κατά πόσο η υπό εξέταση εξαγορά δύναται να ενισχύσει τη διαπραγματευτική δύναμη της ΜΑΣΟΥΤΗΣ στην αγορά του εφοδιασμού (procurement market) σε εθνικό ή/και τοπικό επίπεδο, η πλειοψηφία⁸³ των εταιρειών εκτιμά ότι οδηγεί σε ενίσχυση της διαπραγματευτικής δύναμης της ΜΑΣΟΥΤΗΣ, εν τούτοις όμως δεν θεωρείται, καθ' εαυτή, επαρκής για να επιφέρει περιορισμό του ανταγωνισμού.

64. Ειδικότερα, οι εταιρείες [...] και [...] (οι οποίες ανήκουν στον ίδιο όμιλο μαζί με την [...]) εξέφρασαν την άποψη ότι, μολονότι η συγκέντρωση μπορεί να ενισχύσει τη διαπραγματευτική δύναμη της ΜΑΣΟΥΤΗΣ

80 Βλ. κατωτέρω υπό VI.2 & VII.3.

81 Βλ. κατωτέρω υπό VIII.1.

82 Βλ. ενδεικτικά τις σχετικές απαντήσεις των εταιρειών [...].

83 Βλ. ενδεικτικά τις σχετικές απαντήσεις των εταιρειών [...].



στην αγορά εφοδιασμού, δεν αναμένεται να έχει ουσιώδεις επιπτώσεις στον ανταγωνισμό ενόψει της έντονα ανταγωνιστικής φύσης της αγοράς.

65. Η εταιρεία [...] υποστηρίζει ότι η συγκέντρωση δεν δημιουργεί συνθήκες ικανές να επηρεάσουν τη διαπραγματευτική της θέση ή την πρόσβασή της σε πηγές εφοδιασμού.

66. Η [...] αναφέρει ότι ο συντονισμός, που απορρέει από τη δημιουργία της κοινής επιχείρησης, δεν παρέχει στη ΜΑΣΟΥΤΗΣ τη δυνατότητα ενίσχυσης της διαπραγματευτικής δύναμής της σε βαθμό που να οδηγεί σε εξάλειψη του ανταγωνισμού σε εθνικό ή/και τοπικό επίπεδο, αν και ενδέχεται, υπό προϋποθέσεις, να διευρύνει τη δυνατότητα άσκησης επιθετικής τιμολογιακής πολιτικής.

67. Η [...], δεδομένου των χαρακτηριστικών της αγοράς και της ισχύος των ίδιων των προμηθευτών, εκτιμά ότι η εξεταζόμενη εξαγορά ενδέχεται να ενισχύσει τη διαπραγματευτική δύναμη της ΜΑΣΟΥΤΗΣ, οδηγώντας σε ευνοϊκότερους όρους συνεργασίας με προμηθευτές. Παράλληλα, επισημαίνει ότι οι ενδεχόμενες αποδοτικότητες από τη συγκέντρωση δύναται να επιφέρουν θετικές επιδράσεις, όπως ανταγωνιστικότερες τιμές, βελτιωμένη διαθεσιμότητα προϊόντων και ενίσχυση των δυνατοτήτων συνεργασίας για μικρότερες επιχειρήσεις.

68. Υπάρχουν ωστόσο εταιρείες, όπως οι [...] και [...], που διατυπώνουν ανησυχία ότι η υπό εξέταση εξαγορά μπορεί να ενισχύσει τη διαπραγματευτική δύναμη της ΜΑΣΟΥΤΗΣ στην αγορά του εφοδιασμού χωρίς όμως να προβαίνουν σε περαιτέρω αξιολόγηση των επιπτώσεων στον ανταγωνισμό. Συγκεκριμένα η [...] εκτιμά ότι η ενίσχυση θα εκδηλωθεί μέσω της αύξησης του τζίρου των αγορών, ενώ η [...] μέσω της επίτευξης ευνοϊκότερων τιμών προμήθειας. Η [...] ακολούθως θεωρεί ότι η ενίσχυση της διαπραγματευτικής δύναμης θεωρείται δεδομένη στην αγορά εφοδιασμού, τόσο σε τοπικό όσο και εθνικό επίπεδο, καθώς ο όγκος των αγορών και των πωλήσεων θα επιτρέπει τη σύναψη ευνοϊκότερων συμφωνιών και την εξασφάλιση μεγαλύτερων ποσοτήτων σε προνομιακές τιμές.

69. Τέλος, η [...] διαφοροποιείται από τις λοιπές εταιρείες υποστηρίζοντας ότι η υπό εξέταση εξαγορά δεν θα ενισχύσει τη διαπραγματευτική δύναμη της ΜΑΣΟΥΤΗΣ στην αγορά του εφοδιασμού (procurement market) τόσο σε εθνικό, όσο και τοπικό επίπεδο.

VII ΜΕΓΕΘΟΣ ΚΑΙ ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ - ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

VII.1 Αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ σε εθνικό επίπεδο

70. Στον κατωτέρω Πίνακα παρατίθενται τα μερίδια αγοράς των μεγαλύτερων επιχειρήσεων σούπερ μάρκετ, σε επίπεδο ελληνικής επικράτειας, με βάση τον κύκλο εργασιών τους, λαμβάνοντας υπόψη τα πλέον πρόσφατα διαθέσιμα στοιχεία, ήτοι του έτους 2024:

Πίνακας 2: Μεριδία αγοράς των μεγαλύτερων επιχειρήσεων σουπερμάρκετ στην ελληνική επικράτεια⁸⁴, 2024

	Κύκλος εργασιών (σε €)	Μερίδιο (%)
Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης ΑΕΕ	[...]	[25-35]%
Lidl	[...]	[10-15]%
Άλφα Βήτα Βασιλόπουλος ΜΑΕ	[...]	[10-15]%
METRO ΑΕΒΕ- MY MARKET	[...]	[10-15]%
Δ. Μασούτης ΑΕ	[...]	[5-10]%
ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός ΑΕ	[...]	[5-10]%
Πέντε ΑΕ	[...]	[0-5]%
ΜΑΡΤ Κας & Κάρυ ΑΕΕ	[...]	[0-5]%
Market In ΑΕΒΕ	[...]	[0-5]%
Bazaar ΑΕ	[...]	[0-5]%
Χαλκιαδάκης ΑΕ	[...]	[0-5]%

84 Στην ανάλυση του περιοδικού «Πανόραμα των Ελληνικών Σούπερ Μάρκετ» περιλαμβάνονται οι πωλήσεις τόσο των σούπερ μάρκετ όσο και των Cash & Carry των 43 κυριότερων αλυσίδων του κλάδου. Επισημαίνεται ότι οι πωλήσεις της εταιρείας LIDL (που σύμφωνα με τα Μέρη, βάσει εκτιμήσεων της αγοράς, ανήλθαν σε περίπου 2 δις Ευρώ για το έτος 2024), λαμβάνονται υπόψη, από τη ΓΔΑ, κατά τον υπολογισμό των σχετικών μεριδίων.



Σούπερ Μάρκετ Εγνατία ΑΕ	[...]	[0-5]%
ΣΥΝ.ΚΑ. Προμηθ. & Καταναλ. Συν/σμος ΠΕ	[...]	[0-5]%
Σύνολο 43 επιχειρήσεων & Εκτιμήσεις για Lidl	15.061.120.352	

Πηγή: Επεξεργασία ΓΔΑ στοιχείων του περιοδικού «Πανόραμα των Ελληνικών Σούπερ Μάρκετ 2025».

71. Από τον ανωτέρω πίνακα προκύπτει ότι το μερίδιο αγοράς της ΜΑΣΟΥΤΗΣ στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, στην ελληνική επικράτεια, ανήλθε σε [5-10]%, το 2024 (και σε [5-10]% εάν συνυπολογιστεί το συνολικό μερίδιο του ΣΥΝ.ΚΑ), ενώ το μερίδιο της ΚΡΗΤΙΚΟΣ ανήλθε σε [5-10]%. Σε πανελλαδικό επίπεδο το αθροιστικό μερίδιο της νέας οντότητας μετά τη συγκέντρωση θα ανέρχεται σε [10-15]% και θα κατατάσσεται στην δεύτερη θέση, από την πέμπτη θέση που κατείχε μέχρι σήμερα η ΜΑΣΟΥΤΗΣ, σε εθνικό επίπεδο, μετά την ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΥΠΕΡΑΓΟΡΕΣ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ ΑΕΕ. Σε μικρή απόσταση (με ελάχιστη διαφορά ≤ από 1%) κατατάσσονται μετά την ολοκλήρωση της συναλλαγής, εξ επόψεως μεριδίου αγοράς, τρίτη η LIDL και τέταρτη η Άλφα Βήτα Βασιλόπουλος ΜΑΕ.

VII.2 Αγορά εφοδιασμού με είδη σούπερ μάρκετ

72. Ως προς το σύνολο της αγοράς εφοδιασμού (procurement market) και λαμβάνοντας υπόψη ως ένδειξη αναφοράς τα προαναφερθέντα μερίδια των συμμετεχουσών εταιρειών στην αγορά διανομής στην ελληνική επικράτεια⁸⁵, εκτιμάται ότι το αθροιστικό μερίδιο των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση εταιρειών κυμαίνεται κάτω από 15% (και συγκεκριμένα σε [10-15]%).

73. Επιπροσθέτως, ως προς τις επιμέρους υπο-αγορές εφοδιασμού που αφορούν διαφορετικές ομάδες προϊόντων και σύμφωνα με τα προσκομισθέντα στοιχεία⁸⁶, που αφορούν το 2025, τα μερίδια αγοράς των εταιρειών ΜΑΣΟΥΤΗΣ και ΚΡΗΤΙΚΟΣ κυμαίνονται επίσης, σε επίπεδα κάτω του 15% σε κάθε μία από αυτές. Ειδικότερα, τα αθροιστικά μερίδια των Μερών, για το 2025, ανά υπο-αγορά εφοδιασμού, ανέρχονται ως εξής: 1) bazaar - [10-15]%, 2) τρόφιμα και ποτά - [10-15]%, 3) φρέσκα προϊόντα χύμα - [10-15]%, 4) προϊόντα υγείας και ομορφιάς - [10-15]% και 5) προϊόντα για το σπίτι - [10-15]%. Σημειώνεται ότι η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ κατέχει την πρώτη θέση στις ως άνω υπο-αγορές με μερίδια που κυμαίνονται από [25-35]% έως [35-45]%⁸⁷.

74. Συνεπώς, το αθροιστικό μερίδιο των μερών, τόσο στο σύνολο της αγοράς εφοδιασμού όσο και στις επιμέρους υπο-αγορές εφοδιασμού, τοποθετείται σε αρκετά χαμηλό επίπεδο, γεγονός που εξασφαλίζει ότι δεν υπάρχει ο κίνδυνος δημιουργίας σχέσης οικονομικής εξάρτησης προμηθευτών από την ενιαία οντότητα ως αποτέλεσμα της εξεταζόμενης συγκέντρωσης και συνακόλουθα δεν αναμένεται να ενισχυθεί σημαντικά η διαπραγματευτική ισχύς της νέας οντότητας έναντι αυτών.

VII.3 Αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ σε εθνικό επίπεδο

75. Όσον αφορά την αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, υπενθυμίζεται ότι αυτή καταλαμβάνει γεωγραφικώς το σύνολο της Ελληνικής επικράτειας. Προκειμένου να εκτιμηθούν τα μερίδια αγοράς των ΜΑΣΟΥΤΗΣ και ΚΡΗΤΙΚΟΣ στην εν λόγω αγορά, χρησιμοποιείται ως προσέγγιση του συνολικού μεγέθους της εν λόγω αγοράς η εκτίμηση της ΓΔΑ⁸⁸ για τον συνολικό κύκλο εργασιών για το χονδρικό εμπόριο τροφίμων και ποτών πανελλαδικά για το έτος 2023, όπως αυτή διαμορφώνεται μετά από επεξεργασία της ΓΔΑ σχετικών στοιχείων της ΕΛ.ΣΤΑΤ.

76. Στον ακόλουθο Πίνακα παρουσιάζονται οι κύκλοι εργασιών και τα μερίδια αγοράς των μερών στην εγχώρια αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, για τα έτη 2023-2025 ανά έτος καθώς και το αθροιστικό μερίδιο αγοράς των μερών.

Πίνακας 3: Μερίδια αγοράς των ΜΑΣΟΥΤΗΣ και ΚΡΗΤΙΚΟΣ στην αγορά χονδρικής, 2023-2025

	2023		2024		2025	
	σε ευρώ	%	σε ευρώ	%	σε ευρώ	%
ΜΑΣΟΥΤΗΣ	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
ΣΥΝΚΑ	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%

85. Βλ. ενδεικτικά Αποφάσεις της ΕΑ υπ' αρ. 599/2014, 600/2015, 665/2018, 701/2020, 776/2022 και 803/2022.

86. Βλ. την υπ' αρ. 2488/15.04.2026 απαντητική επιστολή της Γνωστοποιούσας.

87. Βλ. την υπ' αρ. 973/17.02.2026 επιστολή, ερώτηση 7.

88. Ο συνολικός κύκλος εργασιών για το χονδρικό εμπόριο τροφίμων και ποτών (εξαιρουμένου του καπνού) πανελλαδικά για το έτος 2023 εκτιμάται ότι ανέρχεται σε περίπου [...] ευρώ, κατόπιν επεξεργασίας στοιχείων της ΕΛΣΤΑΤ από την ΕΑ στο πλαίσιο χαρτογράφησης του μεγέθους της αγοράς χονδρικού εμπορίου τροφίμων, ποτών και καπνού, για τα έτη 2019-2023. Για τον υπολογισμό των μεριδίων αγοράς των μερών για τα έτη 2024 και 2025 ελήφθη υπόψη η παραπάνω εκτίμηση συνολικού εύρους της αγοράς για το 2023.



ΚΡΗΤΙΚΟΣ	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ		[0-5]%		[0-5]%		[0-5]%

Πηγή: Επεξεργασία ΓΔΑ στοιχείων της ΕΛΣΤΑΤ και προσκομισθέντων στοιχείων από τα μέρη.

77. Το αθροιστικό μερίδιο των ΜΑΣΟΥΤΗΣ και ΚΡΗΤΙΚΟΣ στη σχετική αγορά της χονδρικής για τα έτη 2023-2025 ανέρχεται σε μόλις [0-5]% και συνεπώς είναι σημαντικά μικρότερο από το κατώφλι του 15%, γεγονός που οδηγεί στο συμπέρασμα ότι δεν υπάρχει επηρεαζόμενη αγορά δυνάμει της συγκέντρωσης. Επίσης η προσαύξηση του αθροιστικού μεριδίου αγοράς σαν αποτέλεσμα της συγκέντρωσης είναι μικρότερη του 5% και συνεπώς αμελητέα⁸⁹. Επομένως, ενόψει των παραπάνω, κρίνεται ότι η συγκέντρωση δεν δημιουργεί ζητήματα στον ανταγωνισμό στην αγορά χονδρικής.

VIII ΟΥΣΙΑΣΤΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ

VIII.1 Αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ σε τοπικό επίπεδο

Μεθοδολογία ανάλυσης

78. Στην παρούσα υπόθεση, λαμβάνοντας υπόψη την πάγια διοικητική πρακτική και νομολογία σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο, κατά τα προεκτεθέντα, η Υπηρεσία προχώρησε στην εξέταση των 54 Περιφερειακών Ενοτήτων (από τις συνολικά 74), στις οποίες εντοπίστηκαν οριζόντιες επικαλύψεις μεταξύ των Μερών και οι οποίες εκτείνονται σε όλες τις διοικητικές Περιφέρειες της χώρας (βλ. παρ. 58 ανωτέρω).

79. Προκειμένου να διερευνηθούν οι συνθήκες ανταγωνισμού από την πλευρά του καταναλωτή πριν και μετά την υλοποίηση της υπό εξέταση συγκέντρωσης και να εντοπιστούν τυχόν αντι-ανταγωνιστικές επιπτώσεις της υπό εξέτασης συγκέντρωσης σε τοπικό επίπεδο, εξετάστηκαν τα μερίδια αγοράς των ανταγωνιστών για το έτος 2025 στις «τοπικές αγορές», όπου ευρίσκονται τα καταστήματα-στόχοι⁹⁰ της ΚΡΗΤΙΚΟΣ στις Περιφερειακές αυτές ενότητες, ανά την ελληνική επικράτεια. Ακολουθώντας τη σχετική πρακτική της ΕΑ⁹¹ η σχετική γεωγραφική αγορά οριοθετήθηκε σε τοπικό επίπεδο με ακτίνα έως 10 λεπτά με το αυτοκίνητο από το κατάστημα-στόχος στις δημοτικές ενότητες με πληθυσμό άνω των 10.000 κατοίκων (αστικές περιοχές), και με ακτίνα έως 30 λεπτά με το αυτοκίνητο, στις δημοτικές ενότητες με πληθυσμό κάτω από 10.000 κατοίκους (μη αστικές περιοχές)^{92,93}.

89 Αν και ο ορισμός της αγοράς χονδρικής αφορά το σύνολο της ελληνικής επικράτειας, ακόμα και στην περίπτωση που σημειώνονταν ειδικότερες συνθήκες αναφορικά με την αγορά χονδρικής σε κάποια περιφερειακή ενότητα, σημειώνεται ότι δεν υφίσταται οριζόντια επικάλυψη σε επίπεδο περιφερειακής ενότητας μεταξύ των καταστημάτων χονδρικής της ΜΑΣΟΥΤΗΣ και της ΚΡΗΤΙΚΟΣ.

90 Σημειώνεται ότι η Υπηρεσία έλαβε υπόψη τα καταστήματα-στόχους, τα οποία πραγματοποιήσαν κύκλο εργασιών το έτος 2025 και συγκεκριμένα: [...] ιδιότητα καταστήματα (στα οποία συνυπολογίσθηκαν και τα καταστήματα αντιπροσώπων) και [...] καταστήματα του δικτύου δικαιόχρησης (franchise) της ΚΡΗΤΙΚΟΣ (που λειτουργούν υπό το σήμα ΚΡΗΤΙΚΟΣ, ΑΡΙΑΔΝΗ, ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ, ΠΡΟΟΔΟΣ και ΗΛΙΟΣ). Επίσης, σημειώνεται ότι, σύμφωνα με τη διοικητική πρακτική της Ε.Α. (βλ. ενδεικτικά και τις υπ' αρ. 665/2018 και 803/2022 αποφάσεις της ΕΑ), κατά τον υπολογισμό του μεριδίου αγοράς των μερών, συνεκτιμώνται τόσο οι πωλήσεις των ιδιόκτητων καταστημάτων, όσο και των συνεργαζόμενων καταστημάτων των δικτύων δικαιόχρησης. Εν προκειμένω, για τον υπολογισμό του μεριδίου αγοράς της ΜΑΣΟΥΤΗΣ συνυπολογίζονται οι πωλήσεις των καταστημάτων ΣΥΝ. ΚΑ και EXPRESS ΜΑΚΕΤ και για τον υπολογισμό του μεριδίου αγοράς της ΚΡΗΤΙΚΟΣ συνυπολογίζονται οι πωλήσεις των καταστημάτων υπό τα σήματα ΑΡΙΑΔΝΗ, ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ, ΠΡΟΟΔΟΣ και ΗΛΙΟΣ (για [...] συνεργαζόμενα καταστήματα, για τα οποία δεν κατέστη εφικτό να συλλεχθούν οι λιανικές πωλήσεις τους, ελήφθησαν υπόψη οι χονδρικές πωλήσεις των ΜΑΣΟΥΤΗΣ και ΚΡΗΤΙΚΟΣ προς αυτά).

91 Βλ. ενδεικτικά τις αποφάσεις ΕΑ 701/2020, 665/2018, 637/2017, 600/2015, 605/2015, 607/2015, 776/2022 και 803/2022.

92 Η κατηγοριοποίηση των δημοτικών ενοτήτων σε αστικές και μη αστικές περιοχές ακολουθεί το πληθυσμιακό κριτήριο που ακολουθείται παγίως στην διοικητική πρακτική της Ε.Α. (βλ. ενδεικτικά τις αποφάσεις ΕΑ 803/2022, 776/2022, 701/2020, 665/2018, 637/2017)

93 Για τον υπολογισμό των πολυγώνων ισόχρονης πρόσβασης (isochrone traveltime) στο κατάστημα στόχο, χρησιμοποιήθηκε η εφαρμογή travel time, η οποία είναι διαθέσιμη εδώ: <https://traveltime.com/>. Η εφαρμογή μπορεί να δεχτεί ως είσοδο μία διεύθυνση ή ένα σημείο και να επιστρέψει ένα πολύγωνο (shapefile) στο που μπορεί να φτάσει κανείς μέσα σε ορισμένο χρόνο, με κάποιο ορισμένο μέσο (ποδήλατο, αυτοκίνητο, συγκοινωνία, κ.λπ.). Εναλλακτικά η εφαρμογή μπορεί να δεχθεί ως είσοδο δύο διευθύνσεις (ή δύο σημεία) και να υπολογίσει το χρόνο και την απόσταση, πάλι με κάποιο μέσο (αυτοκίνητο, ποδήλατο, συγκοινωνία, κ.λπ.). Ο χρόνος πρόσβασης δεν είναι «real-time», όπως π.χ. οι πληροφορίες που παρέχονται από την εφαρμογή google maps, αλλά εκτιμήσεις του μέσου χρόνου σε αντίστοιχη ώρα και μέρα της εβδομάδας. Τα πηγαία δεδομένα προέρχονται τόσο από την εφαρμογή google maps, όσο και από άλλες πηγές, αλλά η εφαρμογή traveltime δεν τα εκθέτει ανοικτά (η εφαρμογή ωστόσο είναι ανοικτή και προσβάσιμη από τον καθένα με όριο τις 100 ερωτο-απαντήσεις την ώρα). Για τη μελέτη της συγκέντρωσης ΜΑΣΟΥΤΗΣ - ΚΡΗΤΙΚΟΣ χρησιμοποιήθηκε ως χρόνος αναφοράς η Παρασκευή 16 Ιανουαρίου 2026 18:00. Οι χρόνοι και οι αποστάσεις επηρεάζονται μόνο οριακά αν η χρονική στιγμή αναφοράς αλλάξει, και αυτό γιατί το traveltime παίρνει υπόψη τις μέσες τιμές από μεγαλύτερα χρονικά όρια (π.χ. πρωί, απόγευμα, βράδυ, κ.λπ.).

80. Από την επεξεργασία των στοιχείων εντοπίστηκαν καταστάματα της ΜΑΣΟΥΤΗΣ σε 586 από τις 834 τοπικές αγορές με επίκεντρο τα καταστάματα-στόχους της ΚΡΗΤΙΚΟΣ⁹⁴. Ακολούθως, υπολογίστηκε το συνολικό μέγεθος έκαστης εξ αυτών των τοπικών αγορών, τα ατομικά όσο και τα αθροιστικά μερίδια αγοράς των ΚΡΗΤΙΚΟΣ και ΜΑΣΟΥΤΗΣ, όπως και των λοιπών ανταγωνιστικών επιχειρήσεων λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ^{95,96}, ιδίως πανελληνίας εμβέλειας που δραστηριοποιούνται σε αυτές, πριν και μετά τη γνωστοποιηθείσα πράξη.

81. Κατόπιν, ενόψει του στόχου της αξιολόγησης που είναι, σύμφωνα με τα αναφερόμενα ανωτέρω (Βλ. ενότητα «Κριτήρια Αξιολόγησης της Συγκέντρωσης» ανωτέρω), να διερευνηθεί ιδίως αν εγείρονται θέματα δημιουργίας ή ενίσχυσης δεσπόζουσας θέσης, στις επιμέρους σχετικές αγορές διακρίθηκαν για τις ανάγκες της ανάλυσης τέσσερις ξεχωριστές κατηγορίες «τοπικών αγορών», όπου τα Μέρη έχουν κοινή παρουσία:

α) περιπτώσεις όπου η προσαύξηση του αθροιστικού μεριδίου αγοράς της νέας οντότητας μετά τη συγκέντρωση, δεν υπερβαίνει το 5%,

β) περιπτώσεις όπου το αθροιστικό μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας δεν υπερβαίνει το 40%,

γ) περιπτώσεις όπου το αθροιστικό μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας κυμαίνεται από 40% έως 50% και

δ) περιπτώσεις όπου το αθροιστικό μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας υπερβαίνει το 50%.

Α) Προσαύξηση που δεν υπερβαίνει το 5%

82. Σε 308 από τις 586 «τοπικές αγορές», όπου υπάρχει οριζόντια επικάλυψη ανάμεσα στις δραστηριότητες των Μερών, η προσαύξηση του αθροιστικού τους μεριδίου μετά την ολοκλήρωση της γνωστοποιηθείσας πράξης δεν θα ξεπερνά σε ποσοστό το 5%.

83. Συγκεκριμένα, σε 230 από αυτές τις 308 αγορές, η προσαύξηση του αθροιστικού μεριδίου της νέας οντότητας, ως αποτέλεσμα της συγκέντρωσης, είναι μικρότερη του 5%, ενώ επικουρικά το αθροιστικό μερίδιο της νέας οντότητας μετά τη συγκέντρωση δεν θα ξεπερνά το 25%. Συνεπώς δεν υπάρχει ένδειξη για επίδραση της συγκέντρωσης στον ανταγωνισμό στις περιοχές αυτές, όπως είναι παγίως δεκτό από την νομολογία⁹⁷.

84. Στις υπόλοιπες 76 τοπικές αγορές από τις 308, στις οποίες η προσαύξηση του αθροιστικού μεριδίου είναι αμελητέα (δεν υπερβαίνει το 5%) το αθροιστικό μερίδιο της νέας οντότητας κυμαίνεται από 25% έως και 55%. Λαμβανομένης υπόψη της μικρής προσαύξησης αλλά και της διαπίστωσης ότι σε καθεμία από τις εν λόγω τοπικές αγορές/περιοχές υπάρχει παρουσία των μεγάλων αλυσίδων σούπερ μάρκετ πανελλαδικής εμβέλειας με σημαντικά μερίδια αγοράς⁹⁸ αξιολογείται ότι δεν εγείρονται ανησυχίες για αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα λόγω της συγκέντρωσης στις ως άνω τοπικές αγορές⁹⁹.

85. Στην τοπική αγορά με επίκεντρο το εταιρικό κατάστημα-στόχο με κωδικό 572 στη Δημοτική Ενότητα Κασσάνδρας¹⁰⁰, παρατηρείται ότι η εξαγοραζόμενη ΚΡΗΤΙΚΟΣ, ήδη πριν από την υπό κρίση συγκέντρωση, κατείχε υπερδεσπόζουσα θέση με ποσοστό [85-95]%, με παρουσία δύο [...] που λειτουργούν υπό το

94 Πρόκειται για τα καταστάματα της ΚΡΗΤΙΚΟΣ που είχαν κύκλο εργασιών κατά το 2025.

95 Συγκεκριμένα ζητήθηκαν και ελήφθησαν υπόψη οι λιανικές πωλήσεις καταστημάτων των αλυσίδων σούπερ μάρκετ των εταιρειών ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΥΠΕΡΑΓΟΡΕΣ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ ΑΕ, ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ, ΠΕΝΤΕ ΑΕ, MARKET IN ΑΕΒΕ, ΣΟΥΠΕΡΜΑΡΚΕΤ ΕΓΝΑΤΙΑ ΑΕ, ΒΑΖΑΑΡ ΑΕ, ΟΚ ANYTIME MARKETS ΑΕ, LIDL HELLAS & ΣΙΑ ΟΕ, ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ ΑΕ. Σημειώνεται ότι κατά τον υπολογισμό των μεριδίων αγοράς της ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ λαμβάνονται υπόψη (αθροίζονται) και τα σχετικά μερίδια της ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ (ως μέλος του ίδιου Ομίλου).

96 Καθώς δεν κατέστη εφικτό να συλλεχθούν οι λιανικές πωλήσεις του συνόλου των συνεργαζόμενων καταστημάτων των δικτύων δικαιόχρησης των λοιπών ανταγωνιστικών επιχειρήσεων κατά τον υπολογισμό των σχετικών μεριδίων αγοράς ελήφθησαν υπόψη οι χονδρικές πωλήσεις των εν λόγω επιχειρήσεων προς τα ως άνω καταστάματα.

97 Βλ. σχετικά Κατευθυντήριες γραμμές για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων, παρ. 18, καθώς και ενδεικτικά Μ.2495- HANIEL/FELS, Μ.6704- REWE TOURISTIK GMBH/FERIDNASR/ECIM HOLDING SA σκ. 30-32 και 39, Μ.6132-CARGILL/KVB σκ. 52-53 και 60, Μ.5717- THE STANLEY WORKS/THE BLACK&DECKER CORPORATION σκ. 32, 37, 46 και 59, Μ.4844 - FORTIS/ABN AMRO, σκ. 137-140, 155-156, 193 Μ.2337-NESTLE/RALSTON PURINA, σκ. 38, IV/M.057-DIGITAL/KIENZLE, σκ. 21, Μ.2517-BRISTOL MYERS SQUIBB/DU PONT, Μ.1932 - BASF/AHP, σκ. 53 και ΕΑ 549/VI/2012, 694/2019 σκ. 203, 712/2020 σκ. 428, 433 ΕΑ 650/17, σκ. 414, 710/20, σκ. 87.

98 Δραστηριοποιείται τουλάχιστον μια από τις μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ πανελλαδικής εμβέλειας, ήτοι ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, LIDL, MY MARKET, MARKET IN, ΒΑΖΑΑΡ, ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ, ΓΑΛΑΞΙΑΣ, ΕΓΝΑΤΙΑ και ΟΚ ANYTIME MARKET.

99 Βλ. σχετικά Ν. Levy, European Merger Control Law: A Guide to the Merger Regulation, 2023, Chapter 9, παρ. 9.06 επ. με παραπομπές σε αποφάσεις της Ε.Ε., όπως την Υπόθεση Hitachi/ABB (Power Grid Division), COMP/M.9447 [2020], όπου η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αποφάσισε ότι ένα συνδυαστικό μερίδιο αγοράς 40-50% με προσαύξηση μικρότερη του 5% δεν ενέγειρε αντιανταγωνιστικές ανησυχίες και την υπόθεση Nufarm/Century, Case COMP/M. 8725 [2018], όπου η συγκέντρωση εγκρίθηκε παρόλο που τα συνδυαστικά μερίδια αγοράς των μερών ήταν 40-50%, εφόσον η προσαύξηση ως αποτέλεσμα της συγκέντρωσης ήταν μικρότερη του 5%.

100 Η εν λόγω σχετική γεωγραφική αγορά ορίστηκε σε τοπικό επίπεδο σε ακτίνα έως 10 λεπτά με το αυτοκίνητο από το κατάστημα στόχος, καθώς η Δημοτική Ενότητα Κασσάνδρας έχει πληθυσμό άνω των 10.000 κατοίκων.

σήμα ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ. Με την προσθήκη του μεριδίου της ΜΑΣΟΥΤΗΣ, ήτοι ποσοστού [0-5]%, λόγω παρουσίας ενός καταστήματος franchise υπό το σήμα EXPRESS MARKET, το μερίδιο της νέας οντότητας μετά την ολοκλήρωση της υπό εξέταση συγκέντρωσης θα ανέρχεται σε [85-95]%, με την αλυσίδα σουπερμάρκετ ΒΑΖΑΑΡ να κατέχει το υπόλοιπο [5-10]%, με ένα κατάστημα. Παρά το πολύ υψηλό αθροιστικό μερίδιο, κρίνεται ότι στην εν λόγω περιοχή δεν θα επηρεαστεί αρνητικά ο ανταγωνισμός, ως αποτέλεσμα καθαυτής της εξεταζόμενης συναλλαγής, καταρχήν διότι η προσαύξηση του αθροιστικού μεριδίου, ως αποτέλεσμα της συγκέντρωσης, είναι αμελητέα ([0-5]%) και κατά δεύτερον, επειδή η συγκέντρωση δεν θα μεταβάλει ουσιαστικά τη διάρθρωση της εν λόγω αγοράς, καθόσον, ήδη προ της συγκέντρωσης, δεν υφίσταντο επιχειρήσεις που θα μπορούσαν να ασκούν ισχυρές ανταγωνιστικές πιέσεις στη δεσπίζουσα επιχείρηση, συμπεριλαμβανομένου και του συνεργαζόμενου καταστήματος της εξαγοράζουσας, ενώ ο εναπομείνας μετά τη συγκέντρωση ανταγωνιστής της δεσπίζουσας εταιρείας (ΒΑΖΑΑΡ) θα παραμείνει στην εν λόγω τοπική αγορά, με μερίδιο αγοράς ([5-10]%) διπλάσιο της προσαύξησης λόγω της συγκέντρωσης¹⁰¹.

86. Τέλος, ως προς την τοπική αγορά, με επίκεντρο το κατάστημα-στόχος με κωδικό FR-140, στη Δημοτική Ενότητα Θέρμης, όπου η ΜΑΣΟΥΤΗΣ κατέχει μερίδιο αγοράς ίσο με [45-55]%, ενώ το μερίδιο αγοράς της ΚΡΗΤΙΚΟΣ ανέρχεται σε [5-10]%, επισημαίνεται ότι δεν αναμένονται αντιαγωνιστικές επιπτώσεις συνεπεία της γνωστοποιηθείσας συναλλαγής. Ειδικότερα, λόγω της μη συμπερίληψης για τον υπολογισμό των μεριδίων αγοράς των ανταγωνιστών, των κύκλων εργασιών υφιστάμενων, μικρότερων επιχειρήσεων σούπερ μάρκετ¹⁰² (και ως εκ τούτου υπερεκτίμησης των μεριδίων των μερών), εκτιμάται ότι, στην εν λόγω τοπική αγορά, η πραγματική προσαύξηση μεριδίων λόγω της συγκέντρωσης δεν υπερβαίνει το 5%. Συνεπώς, δεν εγείρονται ζητήματα από άποψη ανταγωνισμού στην εν λόγω τοπική αγορά¹⁰³.

Β) Αθροιστικό μερίδιο αγοράς που δεν υπερβαίνει το 40%

87. Σε 169 από τις συνολικά 586 τοπικές αγορές, όπου υπάρχει οριζόντια επικάλυψη ανάμεσα στις δραστηριότητες των μερών, η μεν προσαύξηση του αθροιστικού μεριδίου ως συνέπεια της γνωστοποιηθείσας πράξης είναι μεν μεγαλύτερη του 5%, αλλά το αθροιστικό μερίδιο της νέας οντότητας που θα προκύψει μετά τη συγκέντρωση δεν υπερβαίνει το 40%.

88. Ειδικότερα, σε 47 περιπτώσεις από τις ανωτέρω 169 τοπικές αγορές το αθροιστικό μερίδιο της νέας οντότητας θα είναι μικρότερο από 25%, ενώ στις υπόλοιπες 122, το αθροιστικό μερίδιο της νέας οντότητας θα κυμαίνεται μεταξύ 25% και 40% (με το αθροιστικό μερίδιο σε 33 τοπικές αγορές από αυτές να βρίσκεται μεταξύ 35% και 40%).

89. Σύμφωνα και με τα προαναφερόμενα ανωτέρω (Βλ. Ενότητα IV ανωτέρω), αθροιστικό μερίδιο που δεν ξεπερνάει το 40% κατά κανόνα δεν δύναται να επιφέρει προβλήματα στον ανταγωνισμό, ειδικά αν η προσαύξηση είναι μικρή¹⁰⁴. Εν προκειμένω, η προσαύξηση υπερβαίνει το 5%, και ενίοτε φτάνει σε επίπεδα πολύ μεγαλύτερων ποσοστών. Ωστόσο, σύμφωνα με την διοικητική πρακτική της ΕΑ και της Ε.Επ., μία συγκέντρωση από την οποία δημιουργείται αθροιστικό μερίδιο μικρότερο του 40%, δεν δημιουργεί συνήθως προβλήματα

101 Βλ. απόφαση της Ε.Α. υπ' αρ. 803/2022 παρ. 87, όπου και παραπομπές σε αποφάσεις της Ε.Επ. στις υποθέσεις *Talanx International/Meiji Yasuda Life Insurance/Warta*, COMP/M.6521, όπου η Ε.Επ. ενέκρινε συγκέντρωση με αθροιστικό μερίδιο μετά τη συγκέντρωση 80-90% λόγω μικρής προσαύξησης, *Aurubis/Lurata Rolled Products*, COMP/M.6316, παρ. 46-47, όπου η Ε.Επ. ενέκρινε συγκέντρωση με αθροιστικά μερίδια μετά τη συγκέντρωση που ξεπερνούσαν το 90%, λόγω αμελητέας προσαύξησης αλλά και αμετάβλητης διάρθρωσης της αγοράς, και *Johnson&Johnson/Synthes*, COMP/M.6266, παρ. 467, όπου η Ε.Επ. ενέκρινε τη συγκέντρωση λαμβάνοντας υπόψη ότι στην σχετική αγορά θα παρέμενε ανταγωνιστής με ποσοστό ανάλογο της εξαγοραζόμενης, καθώς και υποθέσεις M.5935 - *VION/WEYL*, όπου η προσαύξηση 0-5% κρίθηκε πολύ μικρή και μη δυνάμενη να αλλάξει τη δομή της σχετικής αγοράς, ενώ οι εναπομείναντες ανταγωνιστές είχαν υψηλότερα μερίδια από αυτό του στόχου. Επίσης, N. Levy, *European Merger Control Law*, chapter 9, *The Control of Concentrations between Undertakings*, 2023, παρ. 9.06[5].

102 Ενδεικτικά αναφέρονται οι επιχειρήσεις SUPER MARKET ΣΑΡΑΝΤΗΣ και AZ MARKET στο Τρίλοφο και ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΟΣ στους Ταγαράδες

103 Σε κάθε περίπτωση σημειώνεται ότι σε απόσταση μόλις 11 λεπτών από αυτό το κατάστημα στόχος (με το αυτοκίνητο) λειτουργεί υπερμάρκετ της ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, με [...]. Το άθροισμα των κύκλων εργασιών των Μερών στην τοπική αγορά ήταν, το 2025, [...]€. Αν και ο κύκλος εργασιών του ως άνω καταστήματος της ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ δεν έχει ληφθεί υπόψη κατά τον υπολογισμό των μεριδίων στην εν λόγω τοπική αγορά (καθώς το κατάστημα στόχος βρίσκεται στη δημοτική ενότητα [...] με πληθυσμό [...] κατοίκων και άρα εφαρμόζεται η ακτίνα των 10 λεπτών), λαμβάνεται υπόψη εν προκειμένω το γεγονός ότι τα υπερμάρκετ προσελκύουν καταναλωτές από ευρύτερη γεωγραφική ακτίνα, ήτοι μεγαλύτερη των 10 λεπτών με το αυτοκίνητο. Συνεπώς, και υπό αυτό το πρίσμα, τα μερίδια αγοράς των Μερών είναι σαφώς υπερεκτιμημένα.

104 Βλ. σχετικά Κατευθυντήριες γραμμές για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων, παρ. 18, 27 επ., 64 επ. και 68 επ., καθώς και N. Levy, *European Merger Control Law*, chapter 9, *The Control of Concentrations between Undertakings*, 2023, παρ. 9.06 επ. με περαιτέρω παραπομπές σε αποφάσεις της Ε.Επ.



στον ανταγωνισμό, ακόμα και αν η προσαύξηση υπερβαίνει το 5%, εκτός αν συντρέχουν ειδικές περιστάσεις στις σχετικές επηρεαζόμενες αγορές¹⁰⁵.

90. Εν προκειμένω, δεν συντρέχουν ειδικές περιστάσεις που να δημιουργούν αμφιβολίες ως προς τη συμβατότητα της υπό αξιολόγηση συγκέντρωσης με τη διατήρηση συνθηκών ελεύθερου ανταγωνισμού στις εν λόγω τοπικές αγορές, αντιθέτως στις αγορές αυτές υφίστανται σημαντικές ανταγωνιστικές πιέσεις από καταστήματα που ανήκουν σε αλυσίδες σούπερ μάρκετ πανελλαδικής εμβέλειας. Συγκεκριμένα, σε 91 από τις 169 τοπικές αγορές παρατηρείται ταυτόχρονη παρουσία τουλάχιστον ενός καταστήματος αλυσίδας σούπερ μάρκετ πανελλαδικής εμβέλειας με αντίστοιχο τουλάχιστον μερίδιο αγοράς με τη νέα οντότητα που θα προκύψει μετά τη συγκέντρωση, ενώ στις υπόλοιπες 78 τοπικές αγορές παρατηρείται ταυτόχρονη παρουσία τουλάχιστον δυο ανταγωνιστικών αλυσίδων στις σχετικές τοπικές αγορές και το άθροισμα των μεριδίων αγοράς των δυο μεγαλύτερων ανταγωνιστών της νέας οντότητας ανέρχεται σε ποσοστό ίσο ή σχεδόν ίσο με το μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας μετά την ολοκλήρωση της γνωστοποιηθείσας πράξης.

91. Συνεπώς, αξιολογείται ότι και ως προς τις τοπικές αγορές με επίκεντρο τα καταστήματα της κατηγορίας αυτής, δεν εγείρονται ζητήματα από την άποψη του ανταγωνισμού, ως συνέπεια της συγκέντρωσης.

Γ) Αθροιστικό μερίδιο αγοράς μετά τη συγκέντρωση από 40% έως 50%

92. Σε 49 από τις 586 τοπικές αγορές, όπου υπάρχει οριζόντια επικάλυψη ανάμεσα στις δραστηριότητες των μερών, το αθροιστικό μερίδιο της νέας οντότητας που θα προκύψει μετά τη συγκέντρωση θα κυμαίνεται μεταξύ 40% και 50%.

93. Όπως αναφέρθηκε εκτενώς ανωτέρω (Βλ. Ενότητα IV ανωτέρω), σύμφωνα με την πρακτική της Ε.Επ. μία συγκέντρωση από την οποία δημιουργούνται μερίδια μεταξύ 40% και 50% κατά κανόνα δεν δύναται να δημιουργήσει προβλήματα στον ανταγωνισμό, μεταξύ άλλων, εάν υπάρχουν λοιποί ανταγωνιστές που μπορούν να ασκήσουν ισχυρές ανταγωνιστικές πιέσεις¹⁰⁶.

94. Εν προκειμένω, σε καθεμία από τις 33 από τις εν λόγω 49 τοπικές αγορές, μετά την ολοκλήρωση της γνωστοποιηθείσας πράξης, η απόσταση του μεριδίου αγοράς της νέας οντότητας από τον δεύτερο μεγαλύτερο ανταγωνιστή της σε καθεμία αγορά δεν θα ξεπερνά τις 20 ποσοστιαίες μονάδες και, συγχρόνως, το άθροισμα των μεριδίων αγοράς των τριών μεγαλύτερων ανταγωνιστικών επιχειρήσεων της νέας οντότητας, θα ξεπερνά το δικό της μερίδιο αγοράς. Επομένως, όσον αφορά τις ανωτέρω 33 τοπικές αγορές, αξιολογείται ότι η νέα οντότητα, μετά την ολοκλήρωση της συγκέντρωσης, θα αντιμετωπίζει επαρκή ανταγωνισμό, καθώς τα καταστήματα των ανταγωνιστών στις αγορές αυτές ανήκουν σε αλυσίδες σουπερμάρκετ, κυρίως πανελλαδικής (ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, LIDL κ.λπ.), αλλά και περιφερειακής/τοπικής εμβέλειας (ΕΓΝΑΤΙΑ), που έχουν παρουσία σε αυτές και, συνεπώς, δεν εγείρονται θέματα δημιουργίας ή ενίσχυσης δεσπόζουσας θέσης συνεπεία της υπό εξέταση συγκέντρωσης στις εν λόγω τοπικές αγορές.

95. Αντίστοιχα, και στις υπόλοιπες 16 από τις εν λόγω 49 τοπικές αγορές, όπου η απόσταση του μεριδίου αγοράς της νέας οντότητας από τον δεύτερο μεγαλύτερο ανταγωνιστή της σε έκαστη τοπική αγορά θα υπερβαίνει τις 20 ποσοστιαίες μονάδες, το άθροισμα των μεριδίων αγοράς των τριών μεγαλύτερων ανταγωνιστικών επιχειρήσεων που θα παραμείνουν στην αγορά θα ξεπερνά το μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας. Η συνολικά ισχυρή παρουσία των τριών μεγαλύτερων ανταγωνιστών, οι οποίες ανήκουν επίσης σε αλυσίδες σουπερμάρκετ, κυρίως πανελλαδικής εμβέλειας, με ταυτόχρονη παρουσία και άλλων μικρότερων επιχειρήσεων, που δεν αποτυπώνονται στον παραπάνω πίνακα, καθώς δεν κατέστη δυνατόν να ληφθούν στοιχεία ως προς τους κύκλους εργασιών τους, οδηγεί στο συμπέρασμα ότι θα ασκούνται και στις περιπτώσεις αυτές επαρκείς ανταγωνιστικές πιέσεις στη νέα οντότητα μετά την πραγματοποίηση της συγκέντρωσης. Επομένως, και για αυτές τις 16 τοπικές αγορές δεν αναμένεται να δημιουργηθούν λόγω της συγκέντρωσης προβλήματα ανταγωνισμού¹⁰⁷.

¹⁰⁵ Βλ. σχετικά αποφάσεις ΕΑ 803/2022, παρ. 88 επ., 776/2022, παρ. 149 επ., 637/2017, καθώς και ενδεικτικά απόφαση Ευρ. Ε.Ε. COMP/M.3506 SYNGENTA/MONSANTO'S SUNFLOWER SEED BUSINESS, σκ.31-37, όπου έγινε δεκτό ότι μερίδια της τάξης του 30-40% και 35-45% δεν δημιουργούσαν πρόβλημα διότι: α) υπήρχαν περιθώρια δυνητικού ανταγωνισμού, β) υπήρχε αντισταθμιστική ισχύς από τους πελάτες. Επίσης και Ν. Levy, European Merger Control Law, chapter 9, The Control of Concentrations between Undertakings, 2023, παρ. 9.06[2] όπου και παραπομπή σε περαιτέρω νομολογία.

¹⁰⁶ Βλ. και Ν. Levy, European Merger Control Law, chapter 9, The Control of Concentrations between Undertakings, 2023, παρ. 9.06 επ. με περαιτέρω παραπομπές σε αποφάσεις της Ε.Επ.

¹⁰⁷ Πρβλ. προς την κατεύθυνση αυτή και απόφαση Ε.Α. 803/2022, παρ. 90 επ., καθώς και Ν. Levy, European Merger Control Law, chapter 9, The Control of Concentrations between Undertakings, 2023, παρ. 9.06[3], όπου και παραπομπή σε αποφάσεις της Ε.Επ. εγκριτικές συγκεντρώσεων από τις οποίες προέκυπτε νέα οντότητα με αθροιστικό μερίδιο μεταξύ 40% και 50%, λόγω της υπερεκτίμησης των μεριδίων των συμμετεχουσών ή/και λόγω της ύπαρξης μικρότερων αλλά σημαντικών ανταγωνιστών.



96. Τέλος, παρατηρείται ότι σε 5 από τις ανωτέρω 49 τοπικές αγορές, μετά την ολοκλήρωση της υπό εξέταση συγκέντρωσης η νέα οντότητα θα έχει μερίδια αγοράς από [...] % έως [...] %, ενώ ο δεύτερος μεγαλύτερος ανταγωνιστής (η [...]) έχει επίσης αντίστοιχα υψηλά μερίδια αγοράς και συγκεκριμένα η απόκλιση του μεριδίου της νέας οντότητας από τον εν λόγω ανταγωνιστή είναι μικρότερη των τριών (3) ποσοστιαίων μονάδων. Αν και η (φαινομενική τουλάχιστον) δημιουργία ολιγοπωλίου μετά την ολοκλήρωση της συγκέντρωσης, καθώς και η συμμετρία των μεριδίων αγοράς των ανταγωνιστών, οδηγεί στην αξιολόγηση πιθανών συντονισμένων αποτελεσμάτων, η απουσία άλλων δομικών χαρακτηριστικών στις σχετικές αγορές, όπως η απουσία υψηλών φραγμών εισόδου, καθώς και τα χαρακτηριστικά των ανταγωνιστών οδηγούν στο συμπέρασμα ότι η θεμελίωση συντονισμένων αποτελεσμάτων δεν είναι δυνατή στις προαναφερθείσες αγορές. Συγκεκριμένα θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι α) για τον προσδιορισμό του μεριδίου αγοράς της νέας οντότητας λαμβάνεται υπόψη το μερίδιο των συνεργαζομένων καταστημάτων της εξαγοραζομένης, τα οποία, ωστόσο, είναι ανεξάρτητες επιχειρήσεις και δεν μπορεί να ληφθούν υπόψη ως ενιαία οντότητα με την επιχείρηση που θα προκύψει από τη συγκέντρωση, για τους σκοπούς της εξέτασης της πιθανότητας συντονισμού στην αγορά και β) τόσο η νέα οντότητα, όσο και η LIDL αποτελούν αλυσίδες σούπερ μάρκετ πανελλαδικής εμβέλειας και ακολουθούν πανελλαδική εμπορική και τιμολογιακή πολιτική, συνεπώς δεν αξιολογείται ως πιθανό το ενδεχόμενο συντονισμού τους σε τοπικό και μόνο επίπεδο¹⁰⁸.

97. Συνεπώς, για τις συγκεκριμένες 5 περιοχές δεν θεμελιώνεται κίνδυνος δημιουργίας επιπτώσεων στον ανταγωνισμό λόγω συντονισμένης συμπεριφοράς.

Δ) Αθροιστικό μερίδιο μετά τη συγκέντρωση που υπερβαίνει το 50%

98. Σε 60 από τις 586 τοπικές αγορές όπου υπάρχει οριζόντια επικάλυψη ανάμεσα στις δραστηριότητες των μερών, το αθροιστικό μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας που θα προκύψει μετά την ολοκλήρωση της γνωστοποιηθείσας πράξης υπερβαίνει το 50%. Στον ακόλουθο Πίνακα παρουσιάζονται οι εν λόγω τοπικές αγορές.

Πίνακας 4: Μερίδια αγοράς με αθροιστικό μερίδιο των συμμετεχουσών άνω του 50%.

A/A	ΚΑΤ/ΜΑΣΤΟΧΟΣ	ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ	ΚΗΤΙΚΟΣ	ΜΑΣΟΥΤΗΣ	ΣΧΑΒΕΝΙΤΗΣ	LIDL	AB	MMARKET	MARKETIN	ΓΑΛΞΙΑΣ	ΧΑΚΙΔΑΚΗΣ	BAZZAR	ΕΠΙΛΙΑ	ΟΚΑΝΤΙΜΕ
1	FR-67	[45-55]	[35-45]	[10-15]	[5-10]	[25-35]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
2	FR-252	[45-55]	[35-45]	[10-15]	[5-10]	[25-35]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
3	FR-451	[45-55]	[10-15]	[35-45]	[0-5]	[35-45]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
4	FR-435	[45-55]	[5-10]	[35-45]	[0-5]	[45-55]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
5	FR-440	[45-55]	[10-15]	[35-45]	[0-5]	[45-55]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
6	FR-381	[45-55]	[35-45]	[10-15]	[5-10]	[25-35]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
7	FR-364	[45-55]	[35-45]	[10-15]	[5-10]	[25-35]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
8	413	[45-55]	[35-45]	[10-15]	[5-10]	[25-35]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
9	FR-55	[45-55]	[35-45]	[10-15]	[5-10]	[25-35]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
10	FR-106	[45-55]	[25-35]	[25-35]	[0-5]	[0-5]	[45-55]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
11	FR-50	[45-55]	[25-35]	[25-35]	[0-5]	[0-5]	[45-55]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
12	FR-63	[45-55]	[25-35]	[25-35]	[0-5]	[0-5]	[45-55]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
13	FR-478	[45-55]	[35-45]	[10-15]	[5-10]	[25-35]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
14	FR-64	[55-65]	[25-35]	22,49	[10-15]	22,55	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
15	FR-54	[55-65]	[35-45]	[10-15]	[5-10]	[25-35]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
16	FR-58	[55-65]	[35-45]	[10-15]	[5-10]	[25-35]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
17	FR-11	[55-65]	[35-45]	[15-25]	[5-10]	[25-35]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
18	FR-26	[55-65]	[35-45]	[15-25]	[5-10]	[25-35]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
19	FR-105	[55-65]	[35-45]	[15-25]	[5-10]	[25-35]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
20	FR-10	[55-65]	[15-25]	[35-45]	[15-25]	[0-5]	[25-35]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
21	FR-273	[55-65]	[10-15]	[35-45]	[0-5]	[25-35]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]

¹⁰⁸ Βλ. προς την κατεύθυνση αυτή και απόφαση Ε.Α. 803/2022, καθώς και σχετική Τελική Έκθεση κλαδικής έρευνας στα Βασικά Καταναλωτικά Είδη της ΕΑ <https://www.epant.gr/enimerosi/dimosieyseis/kladikes/item/1329-teliki-ekthesi-kladikis-erevnas-sta-vasika-katanalotika-eidi.html> παρ. 133



A/A	ΚΑΤ/ΜΑ ΣΤΟΧΟΣ	ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ	ΚΡΗΤΙΚΟΣ	ΜΑΣΟΥΤΗΣ	ΣΚΑΒΕΝΤΗΣ	LIDL	AB	ΜΥΝΑΡΚΕΤ	ΜΑΡΚΕΤΙΝ	ΓΑΛΑΞΙΑΣ	ΧΑΚΚΙΑΔΑΚΗΣ	BAZZAR	ΕΓΝΑΤΙΑ	OKANTIME
22	FR-24	[55-65]	[35-45]	[15-25]	[5-10]	[25-35]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
23	FR-128	[55-65]	[15-25]	[25-35]	[0-5]	[25-35]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]
24	FR-201	[55-65]	[15-25]	[25-35]	[0-5]	[25-35]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]
25	FR-332	[55-65]	[15-25]	[25-35]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[35-45]	[0-5]
26	FR-176	[55-65]	[15-25]	[35-45]	[0-5]	[25-35]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]
27	346	[55-65]	[15-25]	[35-45]	[0-5]	[25-35]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]
28	FR-35	[55-65]	[15-25]	[35-45]	[0-5]	[25-35]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]
29	FR-36	[55-65]	[15-25]	[35-45]	[0-5]	[25-35]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]
30	FR-193	[55-65]	[35-45]	[15-25]	[0-5]	[35-45]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
31	FR-173	[55-65]	[15-25]	[35-45]	[0-5]	[25-35]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]
32	FR-480	[55-65]	[45-55]	[15-25]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[35-45]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
33	FR-477	[65-75]	[10-15]	[45-55]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[25-35]	[0-5]
34	FR-362	68,94	[5-10]	[55-65]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[25-35]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
35	FR-286	[65-75]	[25-35]	[35-45]	[0-5]	[0-5]	[10-15]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[10-15]	[0-5]
36	FR-88	[65-75]	[25-35]	[35-45]	[0-5]	[0-5]	[10-15]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[10-15]	[0-5]
37	FR-174	[65-75]	[5-10]	[55-65]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[15-25]	[0-5]
38	571	[65-75]	[45-55]	[25-35]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[25-35]	[0-5]
39	329	[75-85]	[55-65]	[15-25]	[15-25]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
40	418	[75-85]	[55-65]	[15-25]	[15-25]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
41	FR-62	[75-85]	[45-55]	[25-35]	[0-5]	[0-5]	[15-25]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
42	FR-283	[75-85]	[10-15]	[65-75]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[15-25]	[0-5]
43	FR-503	[75-85]	[5-10]	[65-75]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[15-25]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
44	FR-154	[75-85]	[35-45]	[45-55]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]
45	FR-181	[75-85]	[35-45]	[45-55]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]
46	FR-86	[85-95]	[5-10]	[75-85]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[0-5]
47	FR-266	[95-100]	[15-25]	[75-85]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
48	FR-295	[95-100]	[15-25]	[75-85]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
49	FR-413	[95-100]	[15-25]	[75-85]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
50	FR-441	[95-100]	[15-25]	[75-85]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
51	FR-338	[95-100]	[75-85]	[15-25]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
52	FR-271	[95-100]	[55-65]	[35-45]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
53	573	[95-100]	[35-45]	[55-65]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
54	656	[95-100]	[35-45]	[55-65]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
55	657	[95-100]	[25-35]	[65-75]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
56	FR-115	[95-100]	[25-35]	[65-75]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
57	FR-183	[95-100]	[35-45]	[55-65]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
58	FR-258	[95-100]	[55-65]	[35-45]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
59	FR-330	[95-100]	[45-55]	[45-55]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
60	FR-57	[95-100]	[5-10]	[85-95]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]

Πηγή: Υπολογισμοί ΓΔΑ βάσει στοιχείων εταιρειών.

99. Σε 23 από τις ως άνω 60 τοπικές αγορές, όπου το μερίδιο της νέας οντότητας θα υπερβαίνει το 50% μετά την ολοκλήρωση της γνωστοποιηθείσας πράξης, είτε η ΚΡΗΤΙΚΟΣ είτε η ΜΑΣΟΥΤΗΣ κατείχε, ήδη πριν από την εξεταζόμενη συγκέντρωση, μερίδιο αγοράς μεγαλύτερο του 50%, ενώ η προσαύξηση του αθροιστικού μεριδίου μετά την ολοκλήρωση της συγκέντρωσης υπερβαίνει το 5% και ποικίλει, καθώς κυμαίνεται από [5-10]% έως [45-55]%.

100. Συνεπώς, ως προς τις ανωτέρω 23 τοπικές αγορές θα προκύψει από την γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση ενίσχυση της δεσπόζουσας θέσης που ήδη κατείχε ένα εκ των δυο μερών της συγκέντρωσης πριν από την



πραγματοποίησή της και για τον λόγο αυτό προκαλούνται σοβαρές αμφιβολίες ως προς το συμβατό της υπό εξέταση συγκέντρωσης με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού σε οποιαδήποτε εκ των ανωτέρω 23 εξεταζόμενων τοπικών αγορών.

101. Στις υπόλοιπες 37 από τις 60 τοπικές αγορές, όπου το μερίδιο της νέας οντότητας θα ανέρχεται άνω του 50%, το πρώτον, μετά την ολοκλήρωση της γνωστοποιηθείσας πράξης, η συγκέντρωση θα προκαλέσει μεταβολή στη δομή της αγοράς, με τη δημιουργία δεσπίζουσας θέσης της νέας οντότητας σε αυτές. Για το λόγο αυτό προκαλούνται σοβαρές αμφιβολίες ως προς το συμβατό της υπό εξέταση συγκέντρωσης με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού σε οποιαδήποτε εκ των ανωτέρω 37 εξεταζόμενων τοπικών αγορών.

102. Τέλος, σχετικά με τις τοπικές αγορές με επίκεντρο τα καταστήματα-στόχους της ΚΡΗΤΙΚΟΣ με κωδικούς FR-106, FR-50 και FR-63 στο νησί της Νάξου, καθώς και FR-24 και FR-252 στο Ρέθυμνο, σημειώνεται ότι τα μέρη [...] ¹⁰⁹. Κατόπιν τούτου, [...].

103. Σαφώς η σοβαρότητα των πιθανών αποτελεσμάτων στον ανταγωνισμό μετριάζεται από το γεγονός ότι πρόκειται, στη μεγάλη πλειοψηφία, για τοπικές αγορές με επίκεντρο καταστήματα που συνεργάζονται υπό το σύστημα franchise με την εταιρεία - στόχο, τα οποία, συνεπώς, δεν θα περιέλθουν με την ολοκλήρωση της συναλλαγής υπό τον πλήρη έλεγχο της εξαγοράζουσας, όπως τα ιδιόκτητα καταστήματα. Ωστόσο η τελευταία προτίθεται να συνεχίσει την αυξημένη σχέση συνεργασίας μαζί τους υπό το λειτουργούν σύστημα franchise, το οποίο συνεπάγεται τη χρήση κοινών εμπορικών σημάτων, τη συμμετοχή σε κοινά φυλλάδια προσφορών και κοινές προωθητικές ενέργειες, τοποθέτηση κοινών κωδικών ιδιωτικής ετικέτας κ.λπ. Υπό το πρίσμα αυτό, λαμβάνοντας υπόψη επίδραση της γνωστοποιούμενης συγκέντρωσης στον ανταγωνισμό για τον τελικό καταναλωτή, δεν αίρονται οι ανησυχίες ως προς τη συμβατότητα της υπό εξέταση συγκέντρωσης με τις απαιτήσεις του ανταγωνισμού στις εν λόγω αγορές.

ΙΧ ΔΕΣΜΕΥΣΕΙΣ

ΙΧ.1 Οι προτεινόμενες δεσμεύσεις

104. Η εξαγοράζουσα, με το υπ' αρ. 2862/30.04.2026 έγγραφό της (εφεξής Έντυπο Ανάλυσης Δεσμεύσεων), λαμβάνοντας υπόψη τις ενδεχόμενες δυσμενείς επιπτώσεις της υπό εξέταση συναλλαγής στη λειτουργία του ανταγωνισμού, όπως αποτυπώνονται ανωτέρω, προέβη στην πρόταση λήψης διορθωτικών μέτρων (δεσμεύσεις), προκειμένου να αρθούν οι όποιες αμφιβολίες δημιουργεί η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση ως προς το συμβατό της με τη λειτουργία του ανταγωνισμού στις υπό εξέταση σχετικές αγορές.

105. Οι δεσμεύσεις που προτείνει να αναλάβει η εξαγοράζουσα έχουν ως εξής:

«1. Στο πλαίσιο της υπ' αρ. 609/02.02.2026 γνωστοποίησης συγκέντρωσης (απόκτηση ελέγχου της εταιρείας ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ - ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΥΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ - ΕΙΔΩΝ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ - ΑΝΕΔΗΚ ΚΡΗΤΙΚΟΣ από την εταιρεία ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε. - ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ) (η «Συγκέντρωση» ή η «Συναλλαγή»), η εταιρεία με την επωνυμία «ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε. - ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ» (η «Μασούτης» ή/και «Γνωστοποιούσα» ή/και «Εξαγοράζουσα») αναλαμβάνει τις ακόλουθες υπό ενότητα Β, Γ, Δ και Ε δεσμεύσεις κατ' άρθρο 8 παρ. 4Α του ν. 3959/2011, προκειμένου η Συγκέντρωση να καταστεί συμβατή με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού σε ορισμένες επιμέρους αγορές τοπικού χαρακτήρα στην Ελληνική επικράτεια.

Β. ΕΚΠΟΙΗΣΗ ΙΔΙΟΚΤΗΤΩΝ/ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

2. Η Εξαγοράζουσα αναλαμβάνει την υποχρέωση όπως προχωρήσει στην εκποίηση (πώληση/μεταβίβαση επιχειρηματικής δραστηριότητας) των κατωτέρω καταστημάτων λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ της εταιρείας με την επωνυμία «ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ - ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΥΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ - ΕΙΔΩΝ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ - ΑΝΕΔΗΚ ΚΡΗΤΙΚΟΣ» (η «Κρητικός» ή/και «Επιχείρηση-Στόχος») ή της Μασούτης (από κοινού με την Κρητικός τα «Μέρη») (αναλόγως):

α/α	Κωδ.	Διεύθυνση	Τ.Κ.	Δημοτική Ενότητα	τ.μ.
1	413	[...]	[...]	[...]	[...]
2	282	[...]	[...]	[...]	[...]
3	656	[...]	[...]	[...]	[...]
4	657	[...]	[...]	[...]	[...]
5	346	[...]	[...]	[...]	[...]
6	571	[...]	[...]	[...]	[...]

Προς τούτο, θα ακολουθηθεί η εξής διαδικασία δύο (2) φάσεων, κατά τα ειδικώς προβλεπόμενα στο Παράρτημα 1 (με βάση τη Έντυπο-Πρότυπο Εκποίησης Επιχειρηματικών Δραστηριοτήτων):

¹⁰⁹ Βλ. την υπ' αρ. 2833/30.04.2026 επιστολή, με την οποία προσκομίστηκαν τα [...].



Πρώτη Περίοδος Εκποίησης:

3. Η Εξαγοράζουσα δεσμεύεται στην εύρεση αγοραστή και στη σύναψη τελικής δεσμευτικής συμφωνίας αγοραπωλησίας για την πώληση/μεταβίβαση της επιχειρηματικής δραστηριότητας των ως άνω εκποιούμενων καταστημάτων εντός έξι (6) μηνών με ημερομηνία έναρξης την κοινοποίηση του διατακτικού της απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού.

Δεύτερη περίοδος εκποίησης:

4. Αν η Εξαγοράζουσα δεν έχει συνάψει τέτοια συμφωνία στο τέλος της Πρώτης Περιόδου Εκποίησης, θα διορίσει Εντολοδόχο Εκποίησης, ανεξάρτητο από τα μέρη και εγκεκριμένο από την Επιτροπή Ανταγωνισμού, στον οποίο θα δώσει αποκλειστική εντολή να πουλήσει/μεταβιβάσει την επιχειρηματική δραστηριότητα των ως άνω εκποιούμενων καταστημάτων εντός έξι (6) μηνών αρχόμενη από το τέλος της Πρώτης Περιόδου Εκποίησης.

5. Στο μεσοδιάστημα μέχρι και την ολοκλήρωση (κλείσιμο) της Συναλλαγής, η Μασούτης θα συνεργάζεται με την Κρητικός προς υλοποίηση της εν λόγω δέσμευσης και, από την πλευρά της, η Κρητικός - συνυπογράφουσα την παρούσα γνωστοποίηση ανάληψης δεσμεύσεων - δεσμεύεται να συνδράμει ενεργά προς το σκοπό αυτό, προβαίνοντας στις αναγκαίες προς τούτο (άμεσες ή/και πρόδρομες, αναλόγως) ενέργειες για την ορθή και αποτελεσματική υλοποίηση των δεσμεύσεων στην παρούσα.

Γ. ΔΙΑΚΟΠΗ ΧΡΗΣΗΣ ΣΗΜΑΤΩΝ

6. Πέραν των ιδιόκτητων/εταιρικών καταστημάτων, η Κρητικός διατηρεί και δίκτυο συνεργαζόμενων καταστημάτων (συμπεριλαμβανομένων και καταστημάτων που διατηρεί μέσω συστήματος δικαιόχρησης (franchise)), τα οποία λειτουργούν υπό το σήμα «Πρόοδος Μάρκετ», «CRM-ΑΡΙΑΔΝΗ», «Ελληνικά Μάρκετ», «ΗΛΙΟΣ» ή «ΚΡΗΤΙΚΟΣ», όπως ισχύει κάθε φορά για τα επιμέρους καταστήματα. Περαιτέρω, η Μασούτης διατηρεί δίκτυο ειδικών συνεργατών με την επωνυμία «Express Market». Πρόκειται για ανεξάρτητες επιχειρήσεις που επωφελούνται μεν των συμφωνιών προμήθειας του ομίλου αγορών Μασούτης για μέρος των πωλούμενων προϊόντων τους, επιχειρούν όμως στην αγορά επ' ιδίω ονόματι και κινδύνω καθορίζοντας κατά τη δική τους επιχειρηματική κρίση την εμπορική τους πολιτική.

7. Η Γνωστοποιούσα αναλαμβάνει ως δέσμευση, σχετικώς, εντός τριών (3) μηνών με ημερομηνία έναρξης την κοινοποίηση του διατακτικού της απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού, να διακόψει την παραχώρηση χρήσης των ανωτέρω αναφερόμενων σημάτων, καθώς και κάθε άλλου σήματος που μεταβιβάζεται συνεπεία της ολοκλήρωσης της Συναλλαγής, στα αναφερόμενα στον ακόλουθο πίνακα Συνεργαζόμενα Καταστήματα που ανήκουν επί του παρόντος στα δίκτυα συνεργαζόμενων καταστημάτων της Κρητικός ή/και της Μασούτης (τα «Συνεργαζόμενα Καταστήματα»), και - με την επιφύλαξη τυχόν διατήρησης κατ' επιλογή της εκάστοτε επί του παρόντος συνεργαζόμενης επιχείρησης, της υφιστάμενης ή νέας εμπορικής σχέσης χονδρικής προμήθειας προϊόντων σούπερ μάρκετ με τη Μασούτης (η αγορά χονδρικής προμήθειας προϊόντων σούπερ μάρκετ δεν αποτελεί επηρεαζόμενη αγορά της συναλλαγής) - να παύσει κάθε άλλη υφιστάμενη και να απέχει από τη σύναψη άλλης νέας συνεργασίας, συμπεριλαμβανομένων τυχόν συμφωνιών ή/και πρακτικών που παρατίθενται στην παρ. 8 κατωτέρω:

α/α	Κωδ.	Διεύθυνση	Σήμα	Τ.Κ.	Δημοτική Ενότητα	τ.μ.
1	FR-62	[...]	ΚΡΗΤΙΚΟΣ	[...]	[...]	[...]
2	FR-338	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
3	FR-266	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
4	FR-295	[...]	ΑΡΙΑΔΝΗ	[...]	[...]	[...]
5	FR-413	[...]	ΑΡΙΑΔΝΗ	[...]	[...]	[...]
6	FR-441	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
7	FR-283	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
8	FR-330	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
9	FR-362	[...]	ΑΡΙΑΔΝΗ	[...]	[...]	[...]
10	FR-332	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
11	FR-10	[...]	ΚΡΗΤΙΚΟΣ	[...]	[...]	[...]
12	FR-57	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
13	FR-54	[...]	ΑΡΙΑΔΝΗ	[...]	[...]	[...]
14	FR-58	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
15	FR-67	[...]	ΚΡΗΤΙΚΟΣ	[...]	[...]	[...]
16	FR-193	[...]	ΑΡΙΑΔΝΗ	[...]	[...]	[...]



α/α	Κωδ.	Διεύθυνση	Σήμα	Τ.Κ.	Δημοτική Ενότητα	τ.μ.
17	FR-364	[...]	ΑΡΙΑΔΝΗ	[...]	[...]	[...]
18	FR-105	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
19	FR-381	[...]	ΑΡΙΑΔΝΗ	[...]	[...]	[...]
20	FR-478	[...]	ΑΡΙΑΔΝΗ	[...]	[...]	[...]
21	FR-174	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
22	FR-480	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
23	FR-451	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
24	FR-477	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
25	FR-183	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
26	FR-271	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
27	FR-115	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
28	FR-154	[...]	ΑΡΙΑΔΝΗ	[...]	[...]	[...]
29	FR-286	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
30	FR-88	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
31	FR-173	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
32	FR-181	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
33	FR-128	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
34	FR-201	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
35	FR-176	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
36	FR-35	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
37	FR-36	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
38	FR-435	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
39	FR-258	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
40	FR-273	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
41	FR-440	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
42	FR-86	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
43	FR-64	[...]	ΑΡΙΑΔΝΗ	[...]	[...]	[...]
44	FR-11	[...]	ΚΡΗΤΙΚΟΣ	[...]	[...]	[...]
45	FR-26	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
46	FR-503	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
47	1030756160	[...]	EXPRESS MARKET	[...]	[...]	[...]

8. Ειδικότερα, η Εξαγοράζουσα αναλαμβάνει σχετικώς ως προς τα ανωτέρω Συνεργαζόμενα Καταστήματα την υποχρέωση όπως:

i. διακόψει την με οποιονδήποτε τρόπο και υπό οποιονδήποτε τύπο παραχώρηση χρήσης των ανωτέρω αναφερόμενων σημάτων¹¹⁰ στα Συνεργαζόμενα Καταστήματα, καθώς και να απέχει από την παραχώρηση τέτοιας χρήσης στο μέλλον,

ii. απέχει από την με οποιονδήποτε τρόπο και υπό οποιονδήποτε τύπο παραχώρηση χρήσης στα επί του παρόντος Συνεργαζόμενα Καταστήματα άλλου εμπορικού σήματος ιδιοκτησίας ή διαχείρισης της Μασούτης (συμπεριλαμβανομένων των σημάτων Express Market και των σημάτων της Κρητικός συνεπεία της ολοκλήρωσης της συναλλαγής),

iii. με εξαίρεση την ενδεχόμενη συνέχιση της τροφοδοσίας τυχόν Συνεργαζόμενου Καταστήματος, κατ' επιλογή της εκάστοτε επί του παρόντος συνεργαζόμενης επιχείρησης, βάσει υφιστάμενης ή νέας εμπορικής σχέσης χονδρικής προμήθειας προϊόντων σούπερ μάρκετ, να παύσει κάθε άλλη υφιστάμενη, και απέχει από τη σύναψη οποιασδήποτε άλλης νέας συνεργασίας με τα Καταστήματα αυτά. Ενδεικτικά τέτοιου είδους (μη επιτρεπόμενη) «άλλη συνεργασία» περιλαμβάνει:

· Σύναψη άλλης σχέσης αποκλειστικής συνεργασίας/προμήθειας.

¹¹⁰ Σήματα «Πρόδος Μάρκετ», «CRM-ΑΡΙΑΔΝΗ», «Ελληνικά Μάρκετ», «ΗΛΙΟΣ» ή «ΚΡΗΤΙΚΟΣ» για το δίκτυο δικαιόχρησης της Κρητικός, καθώς και σήμα «Express Market» για το δίκτυο δικαιόχρησης της Μασούτης (αναλόγως) (βλ. υποσ. 1 του Εντύπου Ανάλυσης Δεσμεύσεων).



· Προσφορά εμπορικών πλάνων ή/και παροχών/οικονομικών κινήτρων βάσει στοχοθεσίας προμήθειας/τζίρου (εκπτώσεων στόχου), συμπεριλαμβανομένων εκείνων που κατατείνουν σε αποκλειστικότητα ως προς ενδεχόμενη τροφοδοσία μέσω εμπορικής σχέσης χονδρικής προμήθειας (δηλ. εκείνων που εξαρτώνται από το ότι το Κατάστημα Franchise προμηθεύεται το σύνολο ή το μεγαλύτερο μέρος των αναγκών του από την Μασούτης/Κρητικός).

· Συμπερίληψη των Συνεργαζόμενων Καταστημάτων σε φυλλάδια προσφορών ή καταλόγους/φυλλάδια των εμπορικών σημάτων της Μασούτης,

· Κοινή διαφημιστική προβολή και κοινές προωθητικές ενέργειες των Συνεργαζόμενων Καταστημάτων με την Μασούτης,

· Κοινή χρήση καρτών πιστότητας καταναλωτή,

· Συμφωνίες περί τριγωνικών πωλήσεων, και

· Συμφωνίες σχετικά με την τοποθέτηση κωδικών ιδιωτικής ετικέτας υπό τα σήματα ιδιωτικής ετικέτας της Μασούτης.

9. Στο μεσοδιάστημα μέχρι και την ολοκλήρωση (κλείσιμο) της Συναλλαγής, η Μασούτης θα συνεργάζεται με την Κρητικός προς υλοποίηση της εν λόγω δέσμευσης και, από την πλευρά της, η Κρητικός - συνυπογράφουσα την παρούσα γνωστοποίηση ανάληψης δεσμεύσεων - δεσμεύεται να συνδράμει ενεργά προς το σκοπό αυτό, προβαίνοντας στις αναγκαίες προς τούτο (άμεσες ή/και πρόδρομες, αναλόγως) ενέργειες για την ορθή και αποτελεσματική υλοποίηση των δεσμεύσεων στην παρούσα.

Δ. ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΠΙΒΛΕΠΟΝΤΟΣ ΕΝΤΟΛΟΔΟΧΟΥ

10. Η Γνωστοποιούσα αναλαμβάνει ως δέσμευση την υποχρέωση να διορίσει Επιβλέποντα Εντολοδόχο, ανεξάρτητο από τα μέρη και εγκεκριμένο από την Επιτροπή Ανταγωνισμού, για την ορθή εκπλήρωση των ως άνω όρων και δεσμεύσεων. Ο διορισμός και οι υποχρεώσεις του Επιβλέποντος Εντολοδόχου θα συνάδουν προς τα αναλυτικώς προβλεπόμενα στη Σύμβαση - Πρότυπο Εντολοδόχου Εκποίησης ή/και Επιβλέποντος Εντολοδόχου.

Ε. ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΙΣΧΥΟΣ ΔΕΣΜΕΥΣΕΩΝ

11. Η Μασούτης, για περίοδο δέκα (10) ετών, με ημερομηνία έναρξης την κοινοποίηση του διατακτικού της απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού, δεν θα αποκτήσει άμεση ή έμμεση επιρροή σε όλα ή σε ορισμένα από τα παραπάνω καταστήματα, εκτός εάν η Επιτροπή Ανταγωνισμού έχει προηγουμένως διαπιστώσει ότι η δομή της αγοράς έχει μεταβληθεί σε τέτοιο βαθμό ώστε η επιρροή επί όλων ή ορισμένων καταστημάτων από αυτά από την Εξαγοράζουσα να μην δημιουργεί προβλήματα ανταγωνισμού, συνεπεία της προτεινόμενης συγκέντρωσης».

ΙΧ.2 Αξιολόγηση των προτεινόμενων δεσμεύσεων

ΙΧ.2.1 Νομοθετικό πλαίσιο και αξιολογικά κριτήρια

106. Σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 8 παρ. 4Α του ν. 3959/2011, η ΕΑ, αν διαπιστώσει ότι, κατόπιν τροποποιήσεων που επέφεραν οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις, μια γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση δεν προκαλεί πλέον σοβαρές αμφιβολίες ως προς το συμβατό αυτής με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού, μπορεί να εγκρίνει την προταθείσα συγκέντρωση, με απόφασή της που μπορεί να συνοδεύεται με όρους και υποχρεώσεις, ώστε να εξασφαλίζεται η συμμόρφωση των συμμετεχουσών επιχειρήσεων με τις δεσμεύσεις που ενδεχομένως έχουν αναλάβει έναντι της ΕΑ.

107. Σύμφωνα με πάγια νομολογία και διοικητική πρακτική σε εθνικό και ενωσιακό επίπεδο, ως γενικές αρχές και αξιολογικά κριτήρια για την αποδοχή των όποιων τυχόν δεσμεύσεων προτείνονται από τα μέρη, συνεκτιμώνται ιδίως τα εξής:

· Οι προτεινόμενες δεσμεύσεις πρέπει να είναι ανάλογες με τα προβλήματα ανταγωνισμού που έχουν διαπιστωθεί στις προαναφερόμενες σχετικές αγορές και να είναι κατάλληλες να εξαλείψουν τα προβλήματα αυτά¹¹¹, να είναι πλήρεις και αποτελεσματικές από κάθε άποψη, να μπορούν να υλοποιηθούν εντός σύντομου χρονικού διαστήματος, καθώς και να μπορούν να ελεγχθούν κατά τρόπο αποτελεσματικό, χωρίς να απαιτούνται περαιτέρω εποπτικοί μηχανισμοί, περίπλοκοι ή δυσχερείς, που δύναται να περιορίζουν ή να εξουδετερώνουν την αποτελεσματικότητά τους¹¹².

· Διορθωτικά μέτρα με διορθωτικό και μόνιμο χαρακτήρα, όπως οι δεσμεύσεις που αφορούν την εκποίηση μιας επιχειρηματικής μονάδας ή την εκποίηση σημάτων, κρίνονται κατά κανόνα προτιμητέα, επειδή δύνανται να εξασφαλίζουν αποτελεσματικότερα τις ανταγωνιστικές δομές της αγοράς¹¹³.

¹¹¹ Βλ. ενδεικτικά Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (22.10.2008) ο.π., σημείο 9 και Υπόθεση ΠΕΚ Τ- 282/02, Cementbouw κατά Επιτροπής, Συλλογή 2006, ΙΙ-319, σκ. 307. Βλ. επίσης Κανονισμό 139/04 του Συμβουλίου, αιτιολογική σκ. 30.

¹¹² Βλ. ενδεικτικά, Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (22.10.2008) ο.π., σημεία 9, 13 και 14, καθώς και Υπόθεση ΠΕΚ Τ-177/04, EasyJet κατά Επιτροπής, Συλλογή 2006, σκ. ΙΙ-1931, σκ. 188, Υπόθεση ΠΕΚ Τ-210/05, General Electrics κατά Επιτροπής, Συλλογή 2005, σ. ΙΙ-5575, σκ. 52 και Υπόθεση ΠΕΚ Τ-87/05, EDP κατά Επιτροπής, Συλλογή 2005, σ. ΙΙ-3745, σκ. 105.

¹¹³ Βλ. Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (22.10.2008) ο.π., σημεία 15-17, καθώς και Υπόθεση ΠΕΚ Τ-102/96, Gencor κατά Επιτροπής, Συλλογή 1999, σ. ΙΙ-753, σκ. 219, Υπόθεση ΔΕΚ C-12/03Ρ, Επιτροπή κατά Tetra Laval, Συλλογή 2005, σ. Ι-987, σκ.

· Οι εκποιούμενες δραστηριότητες πρέπει να αποτελούν βιώσιμη επιχειρηματική δραστηριότητα, ώστε να μπορεί να ανταγωνισθεί αποτελεσματικά και σε διαρκή βάση τη νέα οντότητα που προκύπτει από τη συγκέντρωση¹¹⁴. Ωστόσο, εκτός από την εκποίηση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, μπορεί να ληφθούν και άλλα είδη δεσμεύσεων ικανά να αποτρέψουν τη σημαντική παρακώλυση του αποτελεσματικού ανταγωνισμού¹¹⁵.

· Περαιτέρω, οι προτεινόμενες δεσμεύσεις δεν πρέπει να επιφέρουν νέα προβλήματα ανταγωνισμού¹¹⁶.

ΙΧ.2.2 Η θέση της εξαγοράζουσας επί των προτεινόμενων δεσμεύσεων

108. Η εξαγοράζουσα εταιρεία, σχετικά με την καταλληλότητα των αναληφθησόμενων δεσμεύσεων για την άρση των επιφυλάξεων ως προς τον ανταγωνισμό στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, αναφέρει ότι η πώληση των συγκεκριμένων 6 ιδιόκτητων/εταιρικών καταστημάτων σε συγκεκριμένες γεωγραφικές αγορές θα άρει τους προβληματισμούς που ενδεχομένως δημιουργούνται λόγω του αυξημένου μεριδίου της ΜΑΣΟΥΤΗΣ μετά τη συναλλαγή (συνδυαστικά μερίδια ΜΑΣΟΥΤΗΣ/ΚΡΗΤΙΚΟΣ) στις εν λόγω τοπικές περιοχές συνεπεία της συναλλαγής, δοθέντος ότι με την υλοποίηση της εν λόγω δέσμευσης θα υπάρξει είτε άρση της οριζόντιας αλληλοεπικάλυψης στις εν λόγω τοπικές αγορές, είτε διατήρηση του μεριδίου της ΜΑΣΟΥΤΗΣ σε επίπεδα συμβατά με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού, ενώ παράλληλα θα εισέλθουν νέοι ανταγωνιστές/ανταγωνιστικά καταστήματα (διατηρούμενων έτσι επαρκών πόλων ανταγωνισμού) στις τοπικές αυτές αγορές.

109. Περαιτέρω, σχετικά με τη διακοπή της παραχώρηση χρήσης σημάτων που ανήκουν επί του παρόντος στα δίκτυα συνεργαζόμενων καταστημάτων της ΚΡΗΤΙΚΟΣ ή/και της ΜΑΣΟΥΤΗΣ, η εξαγοράζουσα αναφέρει ότι, σύμφωνα με τις αναληφθησόμενες δεσμεύσεις, με την επιφύλαξη ενδεχόμενης σχέσης τροφοδοσίας, κατ' επιλογή της επί του παρόντος συνεργαζόμενης επιχείρησης (ήτοι μόνον χονδρική προμήθεια ειδών σούπερ μάρκετ, η οποία δεν αποτελεί επηρεαζόμενη αγορά), τα εν λόγω Συνεργαζόμενα Καταστήματα franchise θα εξαιρεθούν από το δίκτυο συνεργαζόμενων καταστημάτων της ΜΑΣΟΥΤΗΣ (συμπεριλαμβανομένων των καταστημάτων του πρώην δικτύου της ΚΡΗΤΙΚΟΣ) σε επίπεδο λιανικής πώλησης (με τη μορφή χρήσης κοινών εμπορικών σημάτων, ένταξης σε κοινές προωθητικές ενέργειες, τοποθετήσεις προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας υπό τα σήματα ΜΑΣΟΥΤΗΣ κ.ο.κ.), ούτως ώστε να διασφαλίζεται ότι δεν θα εντάσσονται άμεσα ή έμμεσα στα δίκτυα λιανικής της Εξαγοράζουσας ή/και δεν θα ακολουθούν την εμπορική της πολιτική. Ως εκ τούτου, θα υπάρξει είτε άρση της οριζόντιας αλληλοεπικάλυψης στις σχετικές τοπικές αγορές, είτε διατήρηση του μεριδίου της ΜΑΣΟΥΤΗΣ σε επίπεδα συμβατά με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού, ενώ παράλληλα τα εν λόγω Συνεργαζόμενα Καταστήματα θα ενταχθούν κατ' επιλογή τους σε δίκτυα ανταγωνιστικών αλυσίδων ή θα παραμείνουν πλήρως ανεξάρτητοι πόλοι ανταγωνισμού¹¹⁷.

ΙΧ.2.3 Η άποψη της Υπηρεσίας

110. Οι προτεινόμενες δεσμεύσεις, αξιολογούνται ως αναλογικές με τα προβλήματα ανταγωνισμού που έχουν διαπιστωθεί στις προαναφερόμενες σχετικές αγορές, κατάλληλες και επαρκείς προκειμένου, με την υλοποίησή τους, η οποία μπορεί να επιτευχθεί σε σύντομο χρόνο και να ελεγχθεί αποτελεσματικά, να αρθούν οι παραπάνω διαπιστώσεις για πιθανά προβλήματα ανταγωνισμού λόγω της συγκέντρωσης.

111. Συγκεκριμένα, κατά την αξιολόγηση των επιπτώσεων της εξεταζόμενης συγκέντρωσης στις συγκεκριμένες τοπικές γεωγραφικές αγορές, στις οποίες οι συμμετέχουσες στη συγκέντρωση έχουν κοινή παρουσία, εγέρθηκαν θέματα δημιουργίας ή ενίσχυσης δεσπόζουσας θέσης, δεδομένου ότι το συνολικό μερίδιο της νέας οντότητας στις συγκεκριμένες τοπικές αγορές, μετά την ολοκλήρωση της συναλλαγής, θα ξεπερνά το 50% και θα έχει μονομερώς αυξημένη ισχύ, ενώ οι εναπομένουσες ανταγωνιστικές πιέσεις δεν αναμένεται να έχουν την αναγκαία ένταση ώστε να υπάρχει αποτελεσματικός ανταγωνισμός προς τη νέα οντότητα που θα προκύψει από την υπό κρίση συγκέντρωση.

86 και Υπόθεση ΠΕΚ Τ-158/00, ΑΡΔ κατά Επιτροπής, Συλλογή 2003, σ. ΙΙ-3825, σκ. 192 επ..

114 Βλ. Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (22.10.2008) ο.π., παρ. 23 επ. με σχετικές παραπομπές σε νομολογία των Ευρωπαϊκών Δικαστηρίων.

115 Βλ. Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (22.10.2008) ο.π., παρ. 15 επ. με σχετικές παραπομπές σε νομολογία των Ευρωπαϊκών Δικαστηρίων. Άλλες διορθωτικού χαρακτήρα δεσμεύσεις ενδέχεται να είναι κατάλληλες, εάν τα σχετικά διορθωτικά μέτρα ισοδυναμούν ως προς τα αποτελέσματά τους με εκποιήσεις δραστηριοτήτων (π.χ. παροχή πρόσβασης χωρίς διακρίσεις σε βασική υποδομή, λύση ή τροποποίηση μακροπρόθεσμων συμβάσεων αποκλειστικότητας). Οι δεσμεύσεις σχετικά με τη μελλοντική συμπεριφορά της οντότητας που προκύπτει από τη συγκέντρωση δύναται να γίνουν αποδεκτές σε ειδικές περιπτώσεις, εφόσον εξασφαλίζεται η λειτουργικότητά τους με αποτελεσματική εφαρμογή και έλεγχο και εφόσον δεν κινδυνεύουν να επιφέρουν στρεβλώσεις στον ανταγωνισμό.

116 Βλ. ενδεικτικά Υπόθεση ΠΕΚ Τ-119/02, Royal Philips Electronics κατά Επιτροπής, Συλλογή 2003, σ. ΙΙ-1433, σκ. 216 και Υπόθεση ΠΕΚ Τ-114/02, BaByliss SA κατά Επιτροπής, Συλλογή 2003, σ. ΙΙ-1279, σκ. 421.

117 Βλ. Έντυπο Ανάλυσης Δεσμεύσεων, σελ. 9.



112. Όμως, μετά την υλοποίηση των προτεινόμενων δεσμεύσεων για εκποίηση των ανωτέρω 6 ιδιόκτητων καταστημάτων των συμμετεχουσών επιχειρήσεων και τη διακοπή της συνεργασίας υπό τις προαναφερόμενες μορφές σε επίπεδο λιανικής με τα λοιπά 47 καταστήματα, εξαλείφονται οι σχετικοί προβληματισμοί, καθόσον το συνολικό μερίδιο της νέας οντότητας θα ανέρχεται πλέον σε ποσοστό μικρότερο του 50% στις σχετικές τοπικές αγορές. Επίσης, θα αυξηθούν οι ανταγωνιστικές πιέσεις με την είσοδο ενός νέου ανταγωνιστικού καταστήματος, που θα προκύψει από την εκποίηση καθενός από τα εκποιούμενα καταστήματα σε ανταγωνιστή και από την ένταξη των συνεργαζόμενων καταστημάτων σε δίκτυα λιανικής ανταγωνιστικών αλυσίδων ή από την ανεξάρτητη λειτουργία τους, κατ' επιλογή τους, στην κάθε τοπική αγορά.

113. Αναφορικά με τη δυνατότητα υλοποίησης των δεσμεύσεων, ειδικότερα σε ό,τι αφορά την εκποίηση καταστημάτων, επισημαίνεται ότι αυτή δεν συναντά νομικά εμπόδια, καθόσον:

α) αφορά στην μεταβίβαση των αδειών λειτουργίας των καταστημάτων, η οποία μπορεί να επιτευχθεί εντός σύντομου χρόνου, καθώς και του εκάστοτε προσωπικού, του εξοπλισμού και λοιπών ενσώματων (κατ' επιλογή του αγοραστή) και άυλων περιουσιακών στοιχείων (φήμη και πελατεία), τα οποία είναι ευχερώς μεταβιβάσιμα με σύναψη σχετικών συμφωνητικών και διοικητικές ενέργειες,

β) περιλαμβάνει την μεταβίβαση ή άλλως την εκμίσθωση του ακινήτου, στο οποίο λειτουργεί το εταιρικό κατάστημα με κωδικό 413, ώστε η επιχειρηματική δραστηριότητα του καταστήματος αυτού να συνεχισθεί επί του ιδίου ακινήτου. Το εν λόγω ακίνητο κυριότητας επί του παρόντος της ΚΡΗΤΙΚΟΣ, με την ολοκλήρωση της συναλλαγής θα περιέλθει στην Εξαγοράζουσα και

γ) ως προς τα λοιπά ιδιόκτητα/εταιρικά καταστήματα, τα οποία δεν βρίσκονται σε ιδιότητα ακίνητα (ήτοι τα καταστήματα με κωδικό: 282, 656, 657, 346 και 571), αλλά είναι μισθωμένα, επισημαίνεται ότι τα σχετικά μισθωτήρια συμφωνητικά είναι σε ισχύ, με ημερομηνία λήξης, κατά περίπτωση, από το 2028 έως και 2034. Σχετικά με τη δυνατότητα υπομίσθωσης των ακινήτων, όπου λειτουργούν τα εν λόγω ακίνητα, η Εξαγοράζουσα προσκόμισε τα αρχικά μισθωτήρια συμβόλαια ή συμφωνητικά τροποποίησης των αρχικών μισθωτηρίων, ή δηλώσεις συγκατάθεσης του τρίτου, εκμισθωτή, με τα οποία προβλέπεται η ακώλυτη δυνατότητα υπομίσθωσης των ακινήτων από την Εξαγοράζουσα στον νέο αγοραστή¹¹⁸.

114. Σημειώνεται ότι σχετικά με την τοπική αγορά με επίκεντρο το κατάστημα στόχος της ΚΡΗΤΙΚΟΣ με κωδικό FR-55, στη δημοτική ενότητα [...], στην Περιφερειακή Ενότητα [...], μετά τη λήψη των προτεινόμενων δεσμεύσεων των μερών για τα καταστήματα με κωδικούς FR-193, FR-24, FR-252, FR-364, FR-381, FR-478, FR-54, FR-64, FR-73, FR-26, FR-67, FR-105, FR-58 και το ιδιόκτητο κατάστημα 413, τα οποία βρίσκονται στην ίδια τοπική αγορά με επίκεντρο το κατάστημα FR-55, το μερίδιο αγοράς της νέας οντότητας θα ανέρχεται σε [35-45]% στη σχετική τοπική αγορά και θα αντιμετωπίζει επαρκείς ανταγωνιστικές πιέσεις από σημαντικούς ανταγωνιστές. Συνεπώς αίρονται οι ανησυχίες σχετικά με προβλήματα ανταγωνισμού στην εν λόγω αγορά μετά τη συγκέντρωση.

115. Περαιτέρω, όσον αφορά την τοπική αγορά με επίκεντρο το κατάστημα στόχος της ΚΡΗΤΙΚΟΣ με κωδικό 573, στη δημοτική ενότητα [...], στην Περιφερειακή Ενότητα [...], σημειώνεται ότι μετά τη λήψη των προτεινόμενων δεσμεύσεων των μερών για τα καταστήματα με κωδικούς FR-271, 656 και 657 της ΚΡΗΤΙΚΟΣ και για το κατάστημα 282 της ΜΑΣΟΥΤΗΣ, τα οποία βρίσκονται στην τοπική αγορά με επίκεντρο το κατάστημα στόχος της ΚΡΗΤΙΚΟΣ 573, η προσαύξηση του μεριδίου της νέας οντότητας ανέρχεται σε μόλις [0-5]% μονάδες (από [55-65]% σε [55-65]%) και επομένως η γνωστοποιηθείσα πράξη δεν θα επιφέρει σημαντική, αλλά αντιθέτως θα επιφέρει αμελητέα μεταβολή στην δομή της εν λόγω τοπικής αγοράς.

116. Συμπερασματικά, τα προαναφερόμενα διορθωτικά μέτρα είναι επαρκή, αναλογικά και κατάλληλα να επιλύσουν τα προβλήματα ανταγωνισμού που επισημάνθηκαν στις συγκεκριμένες τοπικές αγορές σε επίπεδο λιανικής πώλησης κατά την αξιολόγηση της γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης. Συνεπώς, η εξεταζόμενη συγκέντρωση μπορεί να εγκριθεί, κατά το άρθρο 8 παρ. 4Α του ν. 3959/2011, υπό τους παραπάνω όρους και προϋποθέσεις.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού, σε Ολομέλεια, ομόφωνα εγκρίνει, κατ' άρθρο 8 παρ. 4Α του ν. 3959/2011, την από 02.02.2026 (υπ' αρ. 602) γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση που αφορά την απόκτηση από την εταιρεία με την επωνυμία «ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε. - ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ» επί της εταιρείας με την επωνυμία «ΑΝΩ-ΝΥΜΗ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ - ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ - ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΥΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ - ΕΙΔΩΝ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ - ΑΝΕΔΗΚ ΚΡΗΤΙΚΟΣ» κατά την έννοια του άρθρου 5 παρ. 2 (β) του ν. 3959/2011, υπό τους κάτωθι όρους και προϋποθέσεις (διορθωτικά μέτρα), στη βάση των δεσμεύσεων τις οποίες ανέλαβε η εταιρεία

¹¹⁸ Βλ. Παραρτήματα 2-6 του Εντύπου Ανάλυσης Δεσμεύσεων, καθώς και τα υπ' αρ. 2892/05.05.2026, 2948/06.05.2026, 2949/06.05.2026 και 2959/07.05.2026 Συμφωνητικά.



«ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε. - ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ»», με το υπ' αρ. 2862/30.04.2026 έγγραφό της, έναντι της Επιτροπής Ανταγωνισμού και οι οποίες έχουν ως ακολούθως:

Περιγραφή των Δεσμεύσεων

«1. Στο πλαίσιο της υπ' αρ. 609/02.02.2026 γνωστοποίησης συγκέντρωσης (απόκτηση ελέγχου της εταιρείας ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ - ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΥΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ - ΕΙΔΩΝ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ - ΑΝΕΔΗΚ ΚΡΗΤΙΚΟΣ από την εταιρεία ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε. - ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ) (η «Συγκέντρωση» ή η «Συναλλαγή»), η εταιρεία με την επωνυμία «ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε. - ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ» (η «Μασούτης» ή/και «Γνωστοποιούσα» ή/και «Εξαγοράζουσα») αναλαμβάνει τις ακόλουθες υπό ενότητα Β, Γ, Δ και Ε δεσμεύσεις κατ' άρθρο 8 παρ. 4Α του ν. 3959/2011, προκειμένου η Συγκέντρωση να καταστεί συμβατή με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού σε ορισμένες επιμέρους αγορές τοπικού χαρακτήρα στην Ελληνική επικράτεια.

Β. ΕΚΠΟΙΗΣΗ ΙΔΙΟΚΤΗΤΩΝ/ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

2. Η Εξαγοράζουσα αναλαμβάνει την υποχρέωση όπως προχωρήσει στην εκποίηση (πώληση/μεταβίβαση επιχειρηματικής δραστηριότητας) των κατωτέρω καταστημάτων λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ της εταιρείας με την επωνυμία «ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ - ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΥΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ - ΕΙΔΩΝ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ - ΑΝΕΔΗΚ ΚΡΗΤΙΚΟΣ» (η «Κρητικός» ή/και «Επιχείρηση-Στόχος») ή της Μασούτης (από κοινού με την Κρητικός τα «Μέρη») (αναλόγως):

α/α	Κωδ.	Διεύθυνση	Τ.Κ.	Δημοτική Ενότητα	τ.μ.
1	413	[...]	[...]	[...]	[...]
2	282	[...]	[...]	[...]	[...]
3	656	[...]	[...]	[...]	[...]
4	657	[...]	[...]	[...]	[...]
5	346	[...]	[...]	[...]	[...]
6	571	[...]	[...]	[...]	[...]

Προς τούτο, θα ακολουθηθεί η εξής διαδικασία δύο (2) φάσεων, κατά τα ειδικώς προβλεπόμενα στο Παράρτημα 1 (με βάση τη Έντυπο-Πρότυπο Εκποίησης Επιχειρηματικών Δραστηριοτήτων):

Πρώτη Περίοδος Εκποίησης:

3. Η Εξαγοράζουσα δεσμεύεται στην εύρεση αγοραστή και στη σύναψη τελικής δεσμευτικής συμφωνίας αγοραπωλησίας για την πώληση/μεταβίβαση της επιχειρηματικής δραστηριότητας των ως άνω εκποιούμενων καταστημάτων εντός έξι (6) μηνών με ημερομηνία έναρξης την κοινοποίηση του διατακτικού της απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού.

Δεύτερη περίοδος εκποίησης:

4. Αν η Εξαγοράζουσα δεν έχει συνάψει τέτοια συμφωνία στο τέλος της Πρώτης Περιόδου Εκποίησης, θα διορίσει Εντολοδόχο Εκποίησης, ανεξάρτητο από τα μέρη και εγκεκριμένο από την Επιτροπή Ανταγωνισμού, στον οποίο θα δώσει αποκλειστική εντολή να πουλήσει/μεταβιβάσει την επιχειρηματική δραστηριότητα των ως άνω εκποιούμενων καταστημάτων εντός έξι (6) μηνών αρχόμενη από το τέλος της Πρώτης Περιόδου Εκποίησης.

5. Στο μεσοδιάστημα μέχρι και την ολοκλήρωση (κλείσιμο) της Συναλλαγής, η Μασούτης θα συνεργάζεται με την Κρητικός προς υλοποίηση της εν λόγω δέσμευσης και, από την πλευρά της, η Κρητικός - συνυπογράφουσα την παρούσα γνωστοποίηση ανάληψης δεσμεύσεων - δεσμεύεται να συνδράμει ενεργά προς το σκοπό αυτό, προβαίνοντας στις αναγκαίες προς τούτο (άμεσες ή/και πρόδρομες, αναλόγως) ενέργειες για την ορθή και αποτελεσματική υλοποίηση των δεσμεύσεων στην παρούσα.

Γ. ΔΙΑΚΟΠΗ ΧΡΗΣΗΣ ΣΗΜΑΤΩΝ

6. Πέραν των ιδιόκτητων/εταιρικών καταστημάτων, η Κρητικός διατηρεί και δίκτυο συνεργαζόμενων καταστημάτων (συμπεριλαμβανομένων και καταστημάτων που διατηρεί μέσω συστήματος δικαιόχρησης (franchise)), τα οποία λειτουργούν υπό το σήμα «Πρόοδος Μάρκετ», «CRM-ΑΡΙΑΔΝΗ», «Ελληνικά Μάρκετ», «ΗΛΙΟΣ» ή «ΚΡΗΤΙΚΟΣ», όπως ισχύει κάθε φορά για τα επιμέρους καταστήματα. Περαιτέρω, η Μασούτης διατηρεί δίκτυο ειδικών συνεργατών με την επωνυμία «Express Market». Πρόκειται για ανεξάρτητες επιχειρήσεις που επωφελούνται μεν των συμφωνιών προμήθειας του ομίλου αγορών Μασούτης για μέρος των πωλούμενων προϊόντων τους, επιχειρούν όμως στην αγορά επ' ιδίω ονόματι και κινδύνω καθορίζοντας κατά τη δική τους επιχειρηματική κρίση την εμπορική τους πολιτική.



7. Η Γνωστοποιούσα αναλαμβάνει ως δέσμευση, σχετικώς, εντός τριών (3) μηνών με ημερομηνία έναρξης την κοινοποίηση του διατακτικού της απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού, να διακόψει την παραχώρηση χρήσης των ανωτέρω αναφερόμενων σημάτων, καθώς και κάθε άλλου σήματος που μεταβιβάζεται συνεπεία της ολοκλήρωσης της Συναλλαγής, στα αναφερόμενα στον ακόλουθο πίνακα Συνεργαζόμενα Καταστήματα που ανήκουν επί του παρόντος στα δίκτυα συνεργαζόμενων καταστημάτων της Κρητικής ή/και της Μασούτης (τα «Συνεργαζόμενα Καταστήματα»), και - με την επιφύλαξη τυχόν διατήρησης κατ' επιλογή της εκάστοτε επί του παρόντος συνεργαζόμενης επιχείρησης, της υφιστάμενης ή νέας εμπορικής σχέσης χονδρικής προμήθειας προϊόντων σούπερ μάρκετ με τη Μασούτης (η αγορά χονδρικής προμήθειας προϊόντων σούπερ μάρκετ δεν αποτελεί επηρεαζόμενη αγορά της συναλλαγής) - να παύσει κάθε άλλη υφιστάμενη και να απέχει από τη σύναψη άλλης νέας συνεργασίας, συμπεριλαμβανομένων τυχόν συμφωνιών ή/και πρακτικών που παρατίθενται στην παρ. 8 κατωτέρω:

α/α	Κωδ.	Διεύθυνση	Σήμα	Τ.Κ.	Δημοτική Ενότητα	τ.μ.
1	FR-62	[...]	ΚΡΗΤΙΚΟΣ	[...]	[...]	[...]
2	FR-338	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
3	FR-266	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
4	FR-295	[...]	ΑΡΙΑΔΝΗ	[...]	[...]	[...]
5	FR-413	[...]	ΑΡΙΑΔΝΗ	[...]	[...]	[...]
6	FR-441	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
7	FR-283	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
8	FR-330	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
9	FR-362	[...]	ΑΡΙΑΔΝΗ	[...]	[...]	[...]
10	FR-332	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
11	FR-10	[...]	ΚΡΗΤΙΚΟΣ	[...]	[...]	[...]
12	FR-57	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
13	FR-54	[...]	ΑΡΙΑΔΝΗ	[...]	[...]	[...]
14	FR-58	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
15	FR-67	[...]	ΚΡΗΤΙΚΟΣ	[...]	[...]	[...]
16	FR-193	[...]	ΑΡΙΑΔΝΗ	[...]	[...]	[...]
17	FR-364	[...]	ΑΡΙΑΔΝΗ	[...]	[...]	[...]
18	FR-105	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
19	FR-381	[...]	ΑΡΙΑΔΝΗ	[...]	[...]	[...]
20	FR-478	[...]	ΑΡΙΑΔΝΗ	[...]	[...]	[...]
21	FR-174	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
22	FR-480	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
23	FR-451	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
24	FR-477	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
25	FR-183	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
26	FR-271	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
27	FR-115	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
28	FR-154	[...]	ΑΡΙΑΔΝΗ	[...]	[...]	[...]
29	FR-286	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
30	FR-88	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
31	FR-173	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
32	FR-181	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
33	FR-128	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
34	FR-201	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
35	FR-176	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
36	FR-35	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
37	FR-36	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
38	FR-435	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]



α/α	Κωδ.	Διεύθυνση	Σήμα	Τ.Κ.	Δημοτική Ενότητα	τ.μ.
39	FR-258	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
40	FR-273	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
41	FR-440	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
42	FR-86	[...]	ΠΡΟΟΔΟΣ	[...]	[...]	[...]
43	FR-64	[...]	ΑΡΙΑΔΝΗ	[...]	[...]	[...]
44	FR-11	[...]	ΚΡΗΤΙΚΟΣ	[...]	[...]	[...]
45	FR-26	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
46	FR-503	[...]	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΑΡΚΕΤ	[...]	[...]	[...]
47	1030756160	[...]	EXPRESS MARKET	[...]	[...]	[...]

8. Ειδικότερα, η Εξαγοράζουσα αναλαμβάνει σχετικώς ως προς τα ανωτέρω Συνεργαζόμενα Καταστήματα την υποχρέωση όπως:

i. διακόψει την με οποιονδήποτε τρόπο και υπό οποιονδήποτε τύπο παραχώρηση χρήσης των ανωτέρω αναφερόμενων σημάτων¹¹⁹ στα Συνεργαζόμενα Καταστήματα, καθώς και να απέχει από την παραχώρηση τέτοιας χρήσης στο μέλλον,

ii. απέχει από την με οποιονδήποτε τρόπο και υπό οποιονδήποτε τύπο παραχώρηση χρήσης στα επί του παρόντος Συνεργαζόμενα Καταστήματα άλλου εμπορικού σήματος ιδιοκτησίας ή διαχείρισης της Μασούτης (συμπεριλαμβανομένων των σημάτων Express Market και των σημάτων της Κρητικός συνεπεία της ολοκλήρωσης της συναλλαγής),

iii. με εξαίρεση την ενδεχόμενη συνέχιση της τροφοδοσίας τυχόν Συνεργαζόμενου Καταστήματος, κατ' επιλογή της εκάστοτε επί του παρόντος συνεργαζόμενης επιχείρησης, βάσει υφιστάμενης ή νέας εμπορικής σχέσης χονδρικής προμήθειας προϊόντων σούπερ μάρκετ, να παύσει κάθε άλλη υφιστάμενη, και απέχει από τη σύναψη οποιασδήποτε άλλης νέας συνεργασίας, με τα Καταστήματα αυτά. Ενδεικτικά τέτοιου είδους (μη επιτρεπόμενη) «άλλη συνεργασία» περιλαμβάνει:

- Σύναψη άλλης σχέσης αποκλειστικής συνεργασίας/προμήθειας.

- Προσφορά εμπορικών πλάνων ή/και παροχών/οικονομικών κινήτρων βάσει στοχοθεσίας προμήθειας/τζίρου (εκπτώσεων στόχου), συμπεριλαμβανομένων εκείνων που κατατείνουν σε αποκλειστικότητα ως προς ενδεχόμενη τροφοδοσία μέσω εμπορικής σχέσης χονδρικής προμήθειας (δηλ. εκείνων που εξαρτώνται από το ότι το Κατάστημα Franchise προμηθεύεται το σύνολο ή το μεγαλύτερο μέρος των αναγκών του από την Μασούτης/Κρητικός).

- Συμπερίληψη των Συνεργαζόμενων Καταστημάτων σε φυλλάδια προσφορών ή καταλόγους/φυλλάδια των εμπορικών σημάτων της Μασούτης,

- Κοινή διαφημιστική προβολή και κοινές προωθητικές ενέργειες των Συνεργαζόμενων Καταστημάτων με την Μασούτης,

- Κοινή χρήση καρτών πιστότητας καταναλωτή,

- Συμφωνίες περί τριγωνικών πωλήσεων, και

- Συμφωνίες σχετικά με την τοποθέτηση κωδικών ιδιωτικής ετικέτας υπό τα σήματα ιδιωτικής ετικέτας της Μασούτης.

9. Στο μεσοδιάστημα μέχρι και την ολοκλήρωση (κλείσιμο) της Συναλλαγής, η Μασούτης θα συνεργάζεται με την Κρητικός προς υλοποίηση της εν λόγω δέσμευσης και, από την πλευρά της, η Κρητικός - συνυπογράφουσα την παρούσα γνωστοποίηση ανάληψης δεσμεύσεων - δεσμεύεται να συνδράμει ενεργά προς το σκοπό αυτό, προβαίνοντας στις αναγκαίες προς τούτο (άμεσες ή/και πρόδρομες, αναλόγως) ενέργειες για την ορθή και αποτελεσματική υλοποίηση των δεσμεύσεων στην παρούσα.

Δ. ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΠΙΒΛΕΠΟΝΤΟΣ ΕΝΤΟΛΟΔΟΧΟΥ

10. Η Γνωστοποιούσα αναλαμβάνει ως δέσμευση την υποχρέωση να διορίσει Επιβλέποντα Εντολοδόχο, ανεξάρτητο από τα μέρη και εγκεκριμένο από την Επιτροπή Ανταγωνισμού, για την ορθή εκπλήρωση των ως άνω όρων και δεσμεύσεων. Ο διορισμός και οι υποχρεώσεις του Επιβλέποντος Εντολοδόχου θα συνάδουν προς τα αναλυτικώς προβλεπόμενα στη Σύμβαση - Πρότυπο Εντολοδόχου Εκποίησης ή/και Επιβλέποντος Εντολοδόχου.

Ε. ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΙΣΧΥΟΣ ΔΕΣΜΕΥΣΕΩΝ

¹¹⁹ Σήματα «Πρόδος Μάρκετ», «CRM-ΑΡΙΑΔΝΗ», «Ελληνικά Μάρκετ», «ΗΛΙΟΣ» ή «ΚΡΗΤΙΚΟΣ» για το δίκτυο δικαιόχρησης της Κρητικός, καθώς και σήμα «Express Market» για το δίκτυο δικαιόχρησης της Μασούτης (αναλόγως) (βλ. υποσ. 1 του Εντύπου Ανάληψης Δεσμεύσεων).



11. Η Μασούτης, για περίοδο δέκα (10) ετών, με ημερομηνία έναρξης την κοινοποίηση του διατακτικού της απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού, δεν θα αποκτήσει άμεση ή έμμεση επιρροή σε όλα ή σε ορισμένα από τα παραπάνω καταστήματα, εκτός εάν η Επιτροπή Ανταγωνισμού έχει προηγουμένως διαπιστώσει ότι η δομή της αγοράς έχει μεταβληθεί σε τέτοιο βαθμό ώστε η επιρροή επί όλων ή ορισμένων καταστημάτων από αυτά από την Εξαγοράζουσα να μην δημιουργεί προβλήματα ανταγωνισμού, συνεπεία της προτεινόμενης συγκέντρωσης.»

Η απόφαση εκδόθηκε την 15η Μαΐου 2026.

Η απόφαση αυτή να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Η Πρόεδρος

ΑΪΡΙΝ - ΕΒΕΛΥΝ - ΜΙΚΕΛΑ - ΜΑΙΡΗ ΣΑΡΠ

