

# Πρακτικός Οδηγός για τη συμμόρφωση των επιχειρήσεων με τους κανόνες του ανταγωνισμού

Μια πρωτοβουλία της ομάδας εργασίας του ΣΕΒ  
«Ανταγωνισμός & Αγορά»

Μάιος 2019



## **Αριστοτέλης Παντελιάδης**

Επικεφαλής της ομάδας εργασίας του ΣΕΒ «Ανταγωνισμός και Αγορά»  
Μέλος ΔΣ ΣΕΒ, Διευθύνων Σύμβουλος METRO A.E.B.E.

Αγαπητά μέλη,

Για τις επιχειρήσεις ο σεβασμός στους κανόνες του υγιούς ανταγωνισμού δεν αποτελεί μόνο μια αυτονόητη υποχρέωση τήρησης των διατάξεων της εθνικής και ενωσιακής νομοθεσίας.

Πάνω από όλα, είναι όρος επιβίωσης για όποιον επιθυμεί να διατηρήσει την καλή του φήμη, να διευρύνει την πελατειακή του βάση, να προσελκύσει επενδυτές και να καθιερωθεί στην αγορά ως συνειδητή επιλογή του ενημερωμένου καταναλωτή.

Στον ΣΕΒ πιστεύουμε ότι ο υγιής ανταγωνισμός βοηθά τις επιχειρήσεις να βελτιώνονται και να προοδεύουν. Θεωρούμε δε πως η συμμόρφωση με τους κανόνες του ανταγωνισμού δεν έχει αρχή, μέση και τέλος. Αντίθετα, είναι μια διαρκής διαδικασία που προϋποθέτει συνεχή ενημέρωση, καλή οργάνωση, στοχευμένο σχεδιασμό και δράσεις εκπαίδευσης των στελεχών κάθε επιπέδου και ειδικότητας ώστε να γίνουν κατανοητά τα «δεν» και τα «πρέπει», διότι δεν απαγορεύονται τα πάντα και δεν είναι όλες οι συμπεριφορές μια δυνητική παράβαση των κανόνων του ανταγωνισμού.

Και βέβαια, η πιστή, αλλά μόνο τυπική, τήρηση των κανόνων σίγουρα βοηθά και δεν αρκεί από μόνη της για να επιφέρει τα θετικά αποτελέσματα που επιθυμούμε. Θα πρέπει κανείς να αντιληφθεί το πνεύμα των αρχών του ανταγωνισμού και να τις υιοθετήσει, μετουσιώνοντάς τες σε κομμάτι των εσωτερικών του διαδικασιών και δομών. Μόνο με αυτό τον τρόπο θα μπορέσει να αξιώσει μια θέση στη διεθνή αγορά αλλά και μια σταθερή καλή σχέση με τους πελάτες και τους προμηθευτές.

Σκοπός επομένως της παρούσας έκδοσης είναι να μεταφράσει σε απλά λόγια, συμβατά με την επιχειρηματική καθημερινότητα, τις βασικές αρχές του ανταγωνισμού και να γίνει ο καθημερινός σύμμαχος της επιχείρησης στην προσπάθεια συμμόρφωσής της. Γι' αυτό και δεν απευθύνεται μόνο σε νομικούς, αλλά σε όλα τα στελέχη κάθε μεγέθους επιχείρησης.

Ελπίζουμε να βρείτε πράγματι χρήσιμες και πρακτικές τις πληροφορίες που περιλαμβάνει και σας ευχόμαστε καλή ανάγνωση.

Με εκτίμηση,

**Αριστοτέλης Παντελιάδης**

# Η συντακτική Ομάδα



## Αρματά Ευθυμία

Δικηγόρος LL.M, Σταυρόπουλος και Συνεργάτες, Δικηγορική Εταιρεία



## Βουνάτσου Αθηνά

Senior Advisor Τομέα Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος και Ρυθμιστικών Πολιτικών, ΣΕΒ



## Γιαννίκας Κλεομένης

Εταίρος, Δρυλλεράκης και Συνεργάτες Δικηγορική Εταιρεία



## Δρίτσα Αναστασία

Εταίρος, Κυριακίδης-Γεωργόπουλος Δικηγορική Εταιρεία



## Κεφαλογιάννη Ειρήνη

Legal Manager, Greece & Cyprus BU Coca Cola 3E



## Κορμηνός Ασημάκης

Partner, WHITE & CASE LLP



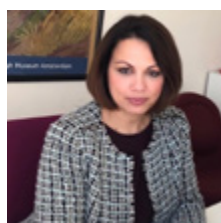
## Κοϊμτζόγλου Ηλίας

Partner, Deloitte Legal



## Λουκάς Δημήτρης

Εταίρος, Ποταμίτης-Βεκρής Δικηγορική Εταιρεία



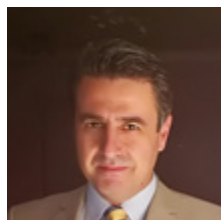
## Μαράντου Ευσταθία-Μαρία

Νομική Σύμβουλος, METRO A.E.B.E.



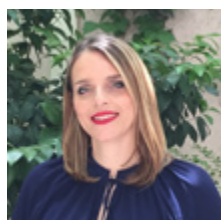
## Μπιμπλής Ιωάννης

Διευθυντής Νομικής Υπηρεσίας, Coral A.E.



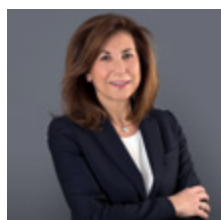
## Σμυρνής Δημήτρης

Διευθυντής Νομικής Υπηρεσίας, METRO A.E.B.E.



## Σπυριδάκη Μαρίνα

Διευθύντρια Τομέα Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος και Ρυθμιστικών Πολιτικών, ΣΕΒ



## Τσίρη Ευανθία

Δικηγόρος L.Sp.Dr.Eur., Partner, Σταυρόπουλος και Συνεργάτες, Δικηγορική Εταιρεία

Για περισσότερες λεπτομέρειες απευθυνθείτε:

**Τομέας Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος και Ρυθμιστικών Πολιτικών**

T: 211 5006 113, 211 5006 000

E: eper@sev.org.gr • www.sev.org.gr

Ξενοφώντος 5, 105 57 Αθήνα

Ακολουθήστε μας στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης:



*Disclaimer: Το παρόν αποτελεί πρωτοβουλία της ομάδας εργασίας του ΣΕΒ «Ανταγωνισμός και Αγορά» και αποτελεί μια υπηρεσία του ΣΕΒ στα μέλη του. Οι πληροφορίες που περιλαμβάνονται στην παρούσα έκδοση αποτελούν ενδεικτικές κατευθύνσεις και παραδείγματα ορθής συμμόρφωσης με τους κανόνες του δικαίου του ανταγωνισμού και σε καμία περίπτωση δεν δεσμεύουν τον ΣΕΒ ή τους συντάκτες τους και δεν αποτελούν τεκμήριο συμμόρφωσης με τη σχετική νομοθεσία.*

# Πίνακας περιεχομένων

Μήνυμα ΣΕΒ	2
Η συντακτική Ομάδα	3
Καρτέλ και Συμπαιγία	5
Ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ ανταγωνιστών	8
Κάθετες συμφωνίες - συμβάσεις διανομής	11
Ανταγωνισμός και Ηλεκτρονικό εμπόριο	14
Κατάχρηση Δεσπόζουσας θέσης	17
Έρευνες και Εργαλεία Ελέγχου της Επιτροπής Ανταγωνισμού	21
Αστικές, ποινικές & διοικητικές κυρώσεις για παραβάσεις του δικαίου του ανταγωνισμού	25
Πρακτικές αθέμιτου ανταγωνισμού	29
Ο δεκάλογος του σωστού compliance plan	33
Γλωσσάρι Εννοιών	37



Οι συμπράξεις «καρτελικής» φύσης είναι συμφωνίες ή/και εναρμονισμένες πρακτικές μεταξύ δύο ή περισσότερων ανταγωνιστών που αποσκοπούν στον συντονισμό της ανταγωνιστικής τους συμπεριφοράς στην αγορά, μέσω πρακτικών όπως ο καθορισμός των τιμών αγοράς, οι ποσοστώσεις παραγωγής ή πωλήσεων, ή πηγών εφοδιασμού, και η χειραγώγηση διαγωνισμών. Οι πρακτικές αυτές θεωρούνται ως οι πιο σοβαρές παραβάσεις του δικαίου ανταγωνισμού και τιμωρούνται με αυστηρά πρόστιμα και λοιπές κυρώσεις.

### Συνήθεις περιπτώσεις καρτέλ:

**α) Καθορισμός τιμών αγοράς ή πώλησης ή άλλων όρων συναλλαγής:** Πρόκειται τόσο για τον άμεσο καθορισμό των τιμών, όσο και για τον συντονισμό λοιπών παραμέτρων διαμόρφωσης αυτών, συμπεριλαμβανομένων των εκπτώσεων, προσφορών, προσαιξήσεων, λογιστικών διαδικασιών ή περιθωρίων κέρδους.

**β) Περιορισμός ή έλεγχος της παραγωγής, της διάθεσης ή των επενδύσεων:** Πρόκειται για κάθε μορφής συντονισμό ο οποίος περιορίζει την παραγωγή, τη διάθεση ή τις επενδύσεις ή επιβάλλει σχετικά ανώτατα όρια ή ποσοστώσεις στους ανταγωνιστές.

**γ) Κατανομή αγορών ή πηγών εφοδιασμού:** Πρόκειται κυρίως για την κατανομή προϊόντων ή πελατών (για παράδειγμα, ανά κατηγορία πελάτη ή ανά περιοχή προέλευσης) και τη γεωγραφική κατανομή των αγορών μεταξύ ανταγωνιστών.

**δ) Νόθευση διαγωνισμών:** Πρόκειται κυρίως για τον προσδιορισμό, προ της κατάθεσης οικονομικών προσφορών, του μειοδότη και τη σκόπιμη υποβολή υψηλών προσφορών με σκοπό την ανάθεση της σχετικής σύμβασης σε ανταγωνιστή.

Η καρτελική σύμπραξη εκδηλώνεται συνήθως υπό τη **μορφή συμφωνίας ή/και εναρμονισμένης πρακτικής** και περιγράφεται ως εξής:

α) Ως **συμφωνία**, όπου είναι αδιάφορος ο τρόπος ή ο τύπος υπό τον οποίο έχει συναφθεί (για παράδειγμα, αν είναι έγγραφη ή προφορική), αρκεί να υπάρχει σύμπτωση βούλησης μεταξύ ανταγωνιστών να συμπεριφερθούν με συντονισμένο τρόπο στη αγορά. Αυτή μπορεί να συνάγεται ακόμη και από ανεπίσημα έγγραφα, e-mails ή τηλεφωνικές συνδιαλέξεις μεταξύ τους.

β) Ως **εναρμονισμένη πρακτική**, όπου νοείται ο συντονισμός μεταξύ επιχειρήσεων, ο οποίος -χωρίς να φτάνει μέχρι τη σύναψη συμφωνίας - αντικαθιστά ηθελημένα τους κινδύνους που ενέχει ο ανταγωνισμός με την έμπρακτη συνεργασία των επιχειρήσεων, μειώνοντας έτσι την αβεβαιότητα που έχει κάθε επιχείρηση σχετικά με τη συμπεριφορά που θα υιοθετήσουν οι ανταγωνιστές της στην αγορά.



Ωστόσο, δεν είναι όλες οι συμφωνίες ή οι πρακτικές συνεργασίας απαγορευμένες. Χωρίς οι παρακάτω κατευθύνσεις να είναι δεσμευτικές ή να υποκαθιστούν τη νομοθεσία, προτείνονται ενδεικτικά ως απλουστευμένες αρχές προς υιοθέτηση ή αποφυγή.



Απευθυνθείτε στην εσωτερική νομική υπηρεσία ή ζητήστε εξωτερική νομική συμβουλή προτού συμμετάσχετε σε οποιαδήποτε συνάντηση ή συζήτηση με ανταγωνιστές σας.



Βεβαιωθείτε ότι οποιαδήποτε συνάντηση ή επικοινωνία με ανταγωνιστές (συμπεριλαμβανομένων εκείνων που γίνονται στο πλαίσιο εμπορικών ή επαγγελματικών ενώσεων ή σωματείων) ακολουθεί προκαθορισμένο πρόγραμμα (agenda) και ότι η σχετική επικοινωνία δεν εκφεύγει από το πλαίσιο αυτό.



Σε περίπτωση που, κατά τη διάρκεια συνάντησης ή επικοινωνίας με ανταγωνιστές (συμπεριλαμβανομένων εκείνων που γίνονται στο πλαίσιο εμπορικών ή επαγγελματικών ενώσεων ή σωματείων), αρχίσουν να συζητούνται ευαίσθητα εμπορικά ζητήματα (ιδίως αναφορικά με τιμές ή ποσότητες που πρόκειται να ακολουθήσουν οι συμμετέχοντες στο μέλλον) ή προταθεί κάποιου είδους συντονισμός της εμπορικής πολιτικής των συμμετεχόντων, δηλώστε με σαφήνεια την αντίθεσή σας και αποχωρήστε άμεσα. Σε περίπτωση έγγραφης επικοινωνίας, ζητήστε νομική συμβουλή προτού απαντήσετε.



Μην συμμετέχετε σε συζητήσεις με ανταγωνιστές σχετικά με ευαίσθητα εμπορικά ζητήματα, ιδίως όσον αφορά τη διαμόρφωση των τρεχουσών ή μελλοντικών τιμών, συμπεριλαμβανομένων των εκπτώσεων, προσφορών και προσαυξήσεων, την κατανομή αγορών, πελατών ή προϊόντων, τον περιορισμό της παραγωγής ή της διάθεσης ή τη συμμετοχή σε διαγωνισμούς ανάθεσης.



## Σημαντική πληροφορία

Οι επιχειρήσεις, όσο και τα φυσικά πρόσωπα, τα οποία έχουν εμπλακεί σε καρτελική σύμπραξη μπορούν να υπαχθούν σε Πρόγραμμα Επιείκειας και να ζητήσουν είτε την απαλλαγή από τα προβλεπόμενα πρόστιμα είτε τη μείωση αυτών, εφόσον βοηθήσουν την Ελληνική Επιτροπή Ανταγωνισμού ή την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (DG COMP) στη διερεύνηση και στοιχειοθέτηση των εκάστοτε παραβάσεων, παρέχοντας πληροφορίες και στοιχεία σχετικά με την ύπαρξη και τη λειτουργία του καρτέλ.

Τα καρτέλ είναι συνήθως μυστικά και για το λόγο αυτό το πρόγραμμα επιείκειας είναι το σημαντικότερο εργαλείο για την αποκάλυψή τους. Στην Ελλάδα, το πρόγραμμα επιείκειας εφαρμόστηκε για πρώτη φορά επιτυχώς από την Επιτροπή Ανταγωνισμού στην υπόθεση των διαγωνισμών δημοπράτησης δημοσίων έργων (βλ. παρακάτω). Σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Επιτροπής, όλες σχεδόν οι παραβάσεις καρτέλ βασίζονται σε αιτήσεις επιείκειας που υποβάλλουν οι συμμετέχουσες στο καρτέλ επιχειρήσεις.



### **Καρτέλ κατασκευαστικών εταιρειών (ΕπΑντ 647/2017)**

Στις 4 Ιουλίου 2017 η Ελληνική Επιτροπή Ανταγωνισμού έκρινε με απόφασή της ότι σημαντικός αριθμός κατασκευαστικών επιχειρήσεων συμμετείχαν σε διακριτές συμπράξεις για την κατανομή αγορών και τη νόθευση διαγωνισμών δημοπράτησης δημοσίων έργων υποδομής μεγάλης αξίας, με στόχο την παγίωση των μεριδίων τους στην αγορά και την άμβλυση του επιπέδου των προσφερόμενων στους δημόσιους διαγωνισμούς εκπτώσεων. Η νόθευση των διαγωνισμών επιτεύχθηκε κυρίως μέσω του προσδιορισμού του μειοδότη, πριν την κατάθεση των οικονομικών προσφορών, και της υποβολής προσφορών κάλυψης, καθώς επίσης μέσω του προσδιορισμού εκ των προτέρων των σχημάτων που θα εκτελούσαν τα προς δημοπράτηση έργα.

Οι συμπράξεις υλοποιήθηκαν κυρίως μέσω τακτικών συναντήσεων των εμπλεκόμενων ανταγωνιστών ή/και μέσω της σύναψης διασφαλιστικών/αποζημιωτικών συμφωνητικών και αφορούσαν σημαντικά έργα υποδομής κατά τις περιόδους 2005-2006, 2008-2009 και 2011-2012.

Στις εμπλεκόμενες επιχειρήσεις επεβλήθη συνολικό πρόστιμο ύψους περίπου €80,7 εκατ.

Δείτε [εδώ](#) την απόφαση

### **Καρτέλ στον κλάδο των ειδών υγιεινής (COMP/39092)**

Στις 23 Ιουνίου 2010 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διαπίστωσε με απόφασή της την ύπαρξη καρτελικής σύμπραξης καθορισμού των τιμών στον κλάδο των ειδών υγιεινής (βρύσες μπάνιου, ντουζιέρες και εξαρτήματα αυτών και κεραμικά μπάνιου) στο Βέλγιο, τη Γερμανία, τη Γαλλία, την Ιταλία, τις Κάτω Χώρες και την Αυστρία. Στην εν λόγω σύμπραξη ενεπλάκησαν δεκαεπτά επιχειρήσεις σε διάφορες χρονικές περιόδους από το 1992 έως το 2004.

Η σύμπραξη υλοποιήθηκε μέσω συναντήσεων των εμπλεκόμενων ανταγωνιστών στο πλαίσιο εθνικών εμπορικών ενώσεων, καθώς και μέσω επιμέρους διμερών συναντήσεων. Στις συναντήσεις αυτές οι επιχειρήσεις συντόνιζαν τη δράση τους, συζητώντας περί αυξήσεων στις τιμές ή καθορίζοντας ελάχιστες τιμές και εκπτώσεις.

Στις εμπλεκόμενες επιχειρήσεις επεβλήθη συνολικό πρόστιμο ύψους περίπου €622 εκατ.

Δείτε [εδώ](#) την απόφαση



## Σχετική νομοθεσία

Για την **απαγόρευση των συμπράξεων καρτελικής φύσης**, δείτε [εδώ](#) το άρθρο 1 του ν. 3959/2011 (ΦΕΚ Α' 93/20-04-2011) και [εδώ](#) το άρθρο 101 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ) (ΕΕ C 326 της 26.10.2012)

\*Για τις τροποποιήσεις του ν. 3959/2011, δείτε στο ν. [4072/2012](#), στο ν. [4013/2011](#), στο ν. [4364/2016](#), στο ν. [4389/2016](#), στο ν. [4446/2016](#) και στο ν. 4497/2017.

Για τη **συλλογή ενωσιακής νομοθεσίας περί οριζόντιων συμπράξεων καρτελικής φύσης**, δείτε [εδώ](#)

Για τη **συλλογή ενωσιακής νομοθεσίας περί οριζόντιων συμφωνιών συνεργασίας**, δείτε [εδώ](#)

Για το **Πρόγραμμα Επιείκειας της Ελληνικής Επιτροπής Ανταγωνισμού**, δείτε [εδώ](#) Απόφαση της Επιτροπής 526/VI/2011

Για το **Πρόγραμμα Επιείκειας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής**, δείτε [εδώ](#) Ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με τη μη επιβολή και τη μείωση των προστίμων σε υποθέσεις συμπράξεων (καρτέλ) (ΕΕ C 298 της 8.12.2006)



Μια από τις σημαντικές παραβάσεις των κανόνων του ελεύθερου ανταγωνισμού είναι η ανταλλαγή στρατηγικής σημασίας πληροφοριών μεταξύ ανταγωνιστών. Στρατηγικές πληροφορίες είναι αυτές που αφορούν σε τιμές, εκπτώσεις, αυξήσεις τιμών, μειώσεις τιμών, καταλόγους πελατών, κόστος παραγωγής, επιχειρηματικά σχέδια, όρους συμμετοχής σε διαγωνισμούς, επενδύσεις, τεχνολογίες, ποσότητες, κύκλο εργασιών, πωλήσεις, αποτελέσματα κ.ά. Είναι οι πληροφορίες, οι οποίες επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να γνωρίζουν τη στρατηγική των ανταγωνιστών τους και οι οποίες, εάν περιέλθουν σε γνώση του ανταγωνιστή, μπορεί να αλλάξει τη συμπεριφορά του. Οι πληροφορίες που αφορούν τις τιμές και ποσότητες είναι οι πιο στρατηγικές και ακολουθούν οι πληροφορίες για το κόστος και τη ζήτηση.

**Με ποια κριτήρια μπορούν να αξιολογήσουν οι επιχειρήσεις εάν μια πληροφορία είναι στρατηγικής σημασίας;** Η στρατηγική σημασία των πληροφοριών εξαρτάται από τον βαθμό συγκεντρωτικότητας, τον τρόπο παρουσίασης, την παλαιότητα και τη συχνότητα της ανταλλαγής. Όσο πιο συγκεντρωτικές είναι οι πληροφορίες (π.χ. συνολικές πωλήσεις όλου του κλάδου στην επικράτεια), τόσο πιο δύσκολη είναι η ταύτιση τους με μια μεμονωμένη εταιρεία σε σύγκριση με τις εξατομικευμένες πληροφορίες. Όσο παλαιότερα είναι τα δεδομένα τόσο λιγότερο μπορεί να οδηγήσουν σε συμπαιγνία.

Η ανταλλαγή δημόσιων πληροφοριών δεν είναι πιθανό να συνιστά παράβαση των κανόνων του ανταγωνισμού. Πραγματικά δημόσιες είναι οι πληροφορίες στις οποίες η πρόσβαση είναι εύκολη και ανέξοδη για τον καθένα. Προκειμένου οι πληροφορίες να είναι πραγματικά δημόσιες δεν πρέπει η απόκτησή τους να είναι πιο δαπανηρή για τις εταιρείες που δεν συμμετέχουν στο σύστημα ανταλλαγής πληροφοριών σε σχέση με τις εταιρείες που ανταλλάσσουν πληροφορίες. Θα πρέπει να επισημανθεί ότι η συλλογή πληροφοριών από πελάτες δεν σημαίνει κατ' ανάγκη ότι οι πληροφορίες αυτές είναι δημόσιες και ότι οι ανταγωνιστές έχουν πρόσβαση σε αυτές.

Οι συχνές ανταλλαγές πληροφοριών μπορεί να διευκολύνουν την συνεννόηση στην αγορά και την επίτευξη συμπαιγνιακού αποτελέσματος.

**Γιατί η ανταλλαγή πληροφοριών περιορίζει τον ανταγωνισμό;** Η ανταλλαγή στρατηγικής σημασίας πληροφοριών μεταξύ ανταγωνιστών είναι αυτή που περιορίζει τον ανταγωνισμό γιατί προκαλεί τεχνητή αύξηση της διαφάνειας και μείωση της αβεβαιότητας. Η διαφάνεια μπορεί να διευκολύνει τη συμπαιγνία και να επιτρέψει στις συμπράττουσες εταιρείες να έρθουν σε συνεννόηση και να παρακολουθούν κατά πόσο οι άλλες εταιρείες αποκλίνουν από το συμπαιγνιακό αποτέλεσμα.





Όπως προαναφέρθηκε δεν είναι κάθε ανταλλαγή πληροφοριών περιοριστική του ανταγωνισμού. Θα πρέπει να διακρίνουμε ανάμεσα στην ανταλλαγή πληροφοριών που ευνοεί τον ανταγωνισμό γιατί μπορεί, για παράδειγμα, να οδηγήσει σε εντατικοποίηση του ανταγωνισμού και στην ανταλλαγή που λειτουργεί ως διευκολυντική πρακτική εναρμόνισης. Η διάκριση είναι πολλές φορές δυσχερής. Ενδεικτικά ακολουθούν σχετικές κατευθύνσεις.



Ανταλλαγή πληροφοριών σχετικά με θέματα υγιεινής, ασφάλειας και προστασίας του περιβάλλοντος (π.χ. αριθμός κλοπών και ληστειών σε ένα κλάδο), καθώς και πληροφορίες σχετικά με νομοθετικές αλλαγές (π.χ. σχόλια σε νομοσχέδια).



Ανταλλαγή δεδομένων που αφορούν τιμές, εκπτώσεις, αυξήσεις τιμών, μειώσεις τιμών, καταλόγους πελατών, κόστος παραγωγής, επιχειρηματικά σχέδια, όρους συμμετοχής σε διαγωνισμούς, επενδύσεις, τεχνολογίες, ποσότητες, κύκλο εργασιών, πωλήσεις, αποτελέσματα κ.ά. συνιστά απαγορευμένη σύμπραξη, διότι επιτρέπει στις επιχειρήσεις να γνωρίζουν τις στρατηγικές των ανταγωνιστών τους, αυξάνει τεχνητά τη διαφάνεια στην αγορά, μειώνει την αβεβαιότητα και επηρεάζει τη μελλοντική συμπεριφορά των ανταγωνιστών τους.



Ανταλλαγή στρατηγικής σημασίας πληροφοριών, όπως οι τιμές αποτελεί απαγορευμένη σύμπραξη είτε γίνεται απευθείας μεταξύ των ανταγωνιστών είτε μέσω ενός τρίτου.



## Σημαντική πληροφορία

Η ανταλλαγή ιστορικών δεδομένων δεν είναι πιθανό να επηρεάζει την μελλοντική συμπεριφορά των ανταγωνιστών. Ωστόσο, δεν υπάρχει προκαθορισμένο χρονικό όριο παλαιότητας βάσει του οποίου τα δεδομένα θεωρούνται ιστορικά. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή Ανταγωνισμού έχει θεωρήσει ότι η ανταλλαγή μεμονωμένων πληροφοριών παλαιότητας άνω του έτους δεν περιορίζει τον ανταγωνισμό, αλλά αυτό δεν θα πρέπει να θεωρηθεί ως ενιαίος κανόνας. Το κατά πόσο τα δεδομένα είναι ιστορικά εξαρτάται από τα χαρακτηριστικά της σχετικής αγοράς και από τη συχνότητα της επαναδιαπραγμάτευσης τιμών στον κλάδο. Μπορούν να θεωρηθούν ιστορικά εάν είναι παλαιότερα κατά το πολλαπλάσιο της μέσης διάρκειας των συμβάσεων στον κλάδο.



## Σχετική νομοθεσία

Για την Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σχετικά με τις **κατευθυντήριες γραμμές** για την εφαρμογή του άρθρου 101 της ΣΛΕΕ στις συμφωνίες οριζόντιας συνεργασίας (2011/C 11/01) και το κεφάλαιο **για την ανταλλαγή πληροφοριών** προς διασφάλιση της ομοιόμορφης εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού δείτε [εδώ](#).

## **T-Mobile (C-8/08)**

Μία και μόνο συνάντηση αρκεί – σε αυτή την περίπτωση μεταξύ πέντε (5) φορέων σχετικά με τη μείωση της πάγιας αμοιβής των διανομέων για συνδρομές που πληρώνονται εκ των υστέρων. Δεν χρειάζεται να επέλθει στην πράξη παρεμπόδιση, περιορισμός ή νόθευση του ανταγωνισμού ούτε να υφίσταται άμεσος σύνδεσμος/αποδειχθεί αιτιώδης συνάφεια μεταξύ της οικείας εναρμονισμένης πρακτικής και των τιμών προς τον καταναλωτή. Αντίθετα, η ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ ανταγωνιστών θεωρείται ότι επιδιώκει αντιανταγωνιστικό αποτέλεσμα εφόσον είναι ικανή να εξαλείψει αβεβαιότητες ως προς τη συμπεριφορά των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στην ανταλλαγή πληροφοριών.

Δείτε [εδώ](#) την απόφαση

## **AC-Theuhand (COMP/E-2/37.857)**

Δεν υπάρχει απαίτηση λειτουργίας στην επηρεαζόμενη από την παράβαση αγορά – αρκεί να έχει διευκολυνθεί η σύμπραξη μέσω συμπεριφοράς που παραπέμπει σε ένωση επιχειρήσεων ή/ και σε επιχείρηση, όπως εν προκειμένω οργάνωση συνεδριάσεων, διευθέτηση διενέξεων, πρόταση μεριδίων αγοράς και απόκρυψη ενοχοποιητικών ενδείξεων.

Δείτε [εδώ](#) την απόφαση

## **Cimenteries CBR SA (T-26/95)**

Η γνωστοποίηση από μία μόνο επιχείρηση στρατηγικών πληροφοριών στους ανταγωνιστές της, οι οποίοι τις αποδέχονται, μπορεί επίσης να συνιστά εναρμονισμένη πρακτική.

Δείτε [εδώ](#) την απόφαση

## **Tate & Lyle (1999/210/EK)**

Η απλή παρουσία σε μια συνάντηση κατά την οποία μια εταιρεία γνωστοποιεί τα τιμολογιακά της σχέδια είναι πιθανό να αποτελέσει παράβαση ειδικά εάν σε αυτήν κλήθηκαν ορισμένοι μόνο από τους ανταγωνιστές της και όχι όλοι όσοι δραστηριοποιούνται στη σχετική αγορά, γεγονός που φανερώνει ότι οι συναντήσεις εξυπηρέτησαν αρχικά κάποιον άλλο σκοπό που ενδιέφερε μόνο τα τέσσερα μέρη που αφορά το αντικείμενο της παρούσας απόφασης.

Δείτε [εδώ](#) την απόφαση

## **Dole (COMP/39188)**

Η κοινοποίηση παραγόντων σχετικά με την τιμή είναι δυνατό να μειώσει την αβεβαιότητα και να αποτελέσει αντικείμενο παράβασης ακόμη και αν οι εργαζόμενοι που συμμετείχαν στην ανταλλαγή των πληροφοριών δε συμμετέχουν στις εσωτερικές διαδικασίες της επιχείρησης για τη λήψη αποφάσεων σχετικά με τον ορισμό της εμπορικής και τιμολογιακής πολιτικής της.

Δείτε [εδώ](#) την απόφαση



Κάθετες συμφωνίες ή συμπράξεις είναι οι συμφωνίες που συνάπτονται μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε διαφορετικό επίπεδο της αλυσίδας παραγωγής ή διανομής, όπως συμφωνίες προμήθειας, διανομής και παραχώρησης άδειας εκμετάλλευσης. Αντιπροσωπευτικά είδη αυτών είναι τα εξής:

**Αποκλειστική Διανομή:** προμηθευτής πωλεί τα προϊόντα αποκλειστικά σε έναν διανομέα σε συγκεκριμένη περιοχή.

**Επιλεκτική Διανομή:** προμηθευτής διενεργεί πωλήσεις σε διανομείς επιλεγμένους κυρίως βάσει ποιοτικών κριτηρίων.

**Franchise:** σύστημα διανομής με δικαιόχρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας και τεχνογνωσίας. Το δίκαιο του ανταγωνισμού ελέγχει τη νομιμότητα σειράς περιορισμών σε τέτοιες συμφωνίες, όπως ο καθορισμός τιμών μεταπώλησης, οι εδαφικοί και πελατειακοί περιορισμοί και περιορισμοί του παράλληλου και του ηλεκτρονικού εμπορίου.



Το δίκαιο του ανταγωνισμού ρυθμίζει τις συμφωνίες και συμβάσεις που συνάπτονται μεταξύ ανεξάρτητων επιχειρήσεων. Ως εκ τούτου, είναι εκτός πεδίου ελέγχου του δικαίου του ανταγωνισμού οι συμφωνίες και συμβάσεις που συνάπτουν οι επιχειρήσεις με καταναλωτές και οι Γενικοί Όροι Συναλλαγών (ΓΟΣ) που ισχύουν προς καταναλωτές. Επίσης, οι σχετικές διατάξεις δεν εφαρμόζονται σε συμβάσεις εμπορικής αντιπροσωπείας, όπου ο αντιπρόσωπος αποτελεί μέρος της εμπορικής οργάνωσης του αντιπροσωπευόμενου και διαπραγματεύεται ή/και συνάπτει συμβάσεις για λογαριασμό του. Επίσης, εκφεύγουν του ελέγχου και οι συμβάσεις μεταξύ εταιρειών του ίδιου ομίλου εξαιτίας του ότι αποτελούν μία ενιαία οικονομική οντότητα μεταξύ τους για σκοπούς δικαίου του ανταγωνισμού (π.χ. συμβάσεις μεταξύ μητρικής εταιρείας και ελεγχόμενης από αυτήν θυγατρικής).



Για τη **γενική απαγόρευση κάθετων συμφωνιών που περιορίζουν τον ανταγωνισμό** δείτε [εδώ](#) το άρθρο 1 του ν. 3959/2011 για την προστασία του ελεύθερου ανταγωνισμού και [εδώ](#) το άρθρο 101 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ) ΕΕ (C 326 της 26.10.2012).

\*Για τις τροποποιήσεις του ν. 3959/2011, δείτε στο ν. [4072/2012](#), στο ν. [4013/2011](#), στο ν. [4364/2016](#), στο ν. [4389/2016](#), στο ν. [4446/2016](#) και στο ν. 4497/2017.

Για την αναλυτική **συλλογή ευρωπαϊκής νομοθεσίας για κάθετες συμφωνίες** δείτε [εδώ](#)  
Για την Ανακοίνωση της Ελληνικής Επιτροπής Ανταγωνισμού σχετικά με τις **Συμφωνίες Ήσσονος Σημασίας (De minimis)**, οι οποίες κρίνεται ότι δεν περιορίζουν σημαντικά τον ανταγωνισμό, δείτε [εδώ](#).



Συχνές είναι οι παρανοήσεις αναφορικά με το τι επιτρέπεται και τι απαγορεύεται στις συμβάσεις διανομής και franchise. Πιο κάτω βλέπουμε μερικούς από τους πιο συνηθισμένους όρους που περιλαμβάνονται και καθορίζουν τις σχέσεις που αναπτύσσονται στις κάθετες συμφωνίες.

### Τιμές



**Καθορισμός μέγιστων τιμών μεταπώλησης**

Απλή **σύσταση τιμών** μεταπώλησης



**Καθορισμός ελάχιστης ή συγκεκριμένης τιμής μεταπώλησης/** καθορισμός ορισμένου ή ελάχιστου επιπέδου τιμών που πρέπει να τηρεί ο αγοραστής (διανομέας, λιανέμπορος κ.ά.).

**Καθορισμός του περιθωρίου κέρδους** του αγοραστή.

**Καθορισμός του ανώτατου επιπέδου έκπτωσης** που μπορεί να χορηγήσει ο αγοραστής.

Χορήγηση έκπτωσης ή επιστροφή των δαπανών για προωθητικές ενέργειες εκ μέρους του προμηθευτή εφόσον τηρηθεί συγκεκριμένο επίπεδο τιμών.

**Σύνδεση της καθορισμένης τιμής** μεταπώλησης με τις τιμές μεταπώλησης των ανταγωνιστών

**Κυρώσεις** λόγω μη τήρησης ενός δεδομένου επιπέδου τιμών (π.χ. καταγγελία της σύμβασης, καθυστέρηση ή αναστολή παραδόσεων κ.ά.).

### Πελάτες/Περιοχές



**Απαγόρευση ενεργητικών πωλήσεων** από άλλους διανομείς εντός της περιοχής αποκλειστικού διανομέα π.χ. με απευθείας ταχυδρομικές επιστολές, επισκέψεις ή αποστολή ηλεκτρονικών μηνυμάτων.

**Απαγόρευση πωλήσεων** των μελών δικτύου επιλεκτικής διανομής προς μη εξουσιοδοτημένους/επιλεγμένους διανομείς.

**Περιορισμός των πωλήσεων προς καταναλωτές** από πελάτη που δραστηριοποιείται στη χονδρική πώληση.

**Πραγματοποίηση πωλήσεων μόνο από τον τόπο εγκατάστασης του διανομέα**, ήτοι από τα καταστήματα ή/και αποθήκες που έχουν οριστεί (διεύθυνση, περιοχή).



**Απαγόρευση σε διανομείς** να ανταποκρίνονται στα αιτήματα αγοράς που εκφράζονται αυτοβούλως από μεμονωμένους πελάτες («παθητικές πωλήσεις») που βρίσκονται στην περιοχή αποκλειστικού διανομέα.

**Απαγόρευση των αμοιβαίων πωλήσεων** μεταξύ των μελών δικτύου επιλεκτικής διανομής, δηλαδή πωλήσεων από έναν εξουσιοδοτημένο/επιλεγμένο διανομέα σε άλλον.

**Διαφορετική τιμολόγηση του διανομέα** μεταξύ προϊόντων που προορίζονται για εξαγωγή σε άλλες χώρες του ΕΟΧ και για εγχώρια διανομή.

**Επιβολή ποινών, απειλές** σε διανομείς που εισάγουν ή που σκοπεύουν να εξάγουν προϊόντα σε άλλες χώρες του ΕΟΧ

**Επίκληση προσβολής δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας** όταν το προϊόν διατέθηκε νόμιμα σε άλλο κράτος μέλος από τον προμηθευτή και κάτοχο των ανωτέρω δικαιωμάτων ή με συναίνεση του.

**«Ρήτρα Μάλλον Ευνοούμενου Πελάτη» (MFC)**, ήτοι δέσμευση του προμηθευτή να προσφέρει στον διανομέα τιμή ή ποσοστό όχι υψηλότερο από το χαμηλότερο που προσφέρεται σε άλλους πελάτες.

### Διαδίκτυο



Άκρως απαραίτητοι **περιορισμοί για την προστασία της τεχνολογίας**, φήμης, ομοιομορφίας του franchise, π.χ. υποχρέωση του δικαιούχου να πωλεί τα προϊόντα μόνο σε χώρους που είναι διαμορφωμένοι και διακοσμημένοι σύμφωνα με τις οδηγίες του δικαιούχου.

**Υποχρέωση πραγματοποίησης** τουλάχιστον μιας ορισμένης απόλυτης ποσότητας (σε αξία ή όγκο) **πωλήσεων εκτός διαδικτύου**, δηλαδή μέσω του «φυσικού καταστήματος».

**Προσδιορισμός ποιοτικών κριτηρίων για την ιστοσελίδα** από την οποία πραγματοποιούνται οι διαδικτυακές πωλήσεις.

**Απαγόρευση χρήσης** με εμφανή στον καταναλωτή τρόπο **τρίτων πλατφορμών** (βλ. Amazon, eBay κ.ά.) από μέλη επιλεκτικού δικτύου διανομής επωνύμων (branded) προϊόντων, εφόσον η απαγόρευση είναι αναγκαία (και αναλογική) για τη διαφύλαξη της συνδεδεμένης με τα εν λόγω επώνυμα προϊόντα εικόνας και εφαρμόζεται ομοίως προς όλα τα μέλη του δικτύου.



Συμβατικός όρος με τον οποίο ο προμηθευτής επιβάλλει **απόλυτη απαγόρευση των διαδικτυακών πωλήσεων** των προϊόντων.

**Αποκλεισμός ή ανακατεύθυνση (re-routing) πελάτη** στον διαδικτυακό χώρο του διανομέα που δραστηριοποιείται στη χώρα του πελάτη αυτού

**Καθορισμός υψηλότερων τιμών** για προϊόντα που θα μεταπωληθούν διαδικτυακά.

**Αδυναμία εκτέλεσης συναλλαγής** πελάτη σε μία χώρα λόγω του ότι η πιστωτική κάρτα καταχωρεί για την ηλεκτρονική πληρωμή είναι έκδοσης άλλης χώρας

## **ΕΛΑΪΣ-Unilever (ΕπΑντ 663/2018)**

Η Ελληνική Επιτροπή Ανταγωνισμού, με απόφαση της στις 23.07.2018, επέβαλε πρόστιμο ύψους €18.892.334,58 στην εταιρεία ΕΛΑΪΣ – UNILEVER για συμβατικούς όρους που οδηγούσαν σε καθορισμό τιμών μεταπώλησης (με την υποχρέωση υιοθέτησης συγκεκριμένου τιμοκαταλόγου και εκπτώσεων), κατανομή αγορών κατά περιοχές και κατά πελατεία (μέσω μη θεμιτών περιορισμών ενεργητικών και παθητικών πωλήσεων), και στην υποχρέωση μη διάθεσης ανταγωνιστικών προϊόντων, για διάστημα από το 1996 έως το 2017.

Δείτε [εδώ](#) την απόφαση

## **Roma Pizza (ΕπΑντ 639/2017)**

Στην περίπτωση της διερεύνησης παραβάσεων από την εταιρεία Roma Pizza ως προς τους όρους των συμβάσεων με τα μέλη του επιλεκτικού δικτύου διανομής της, η Ελληνική Επιτροπή Ανταγωνισμού αποφάσισε τη μη επιβολή προστίμου, καθώς έκανε δεκτές Δεσμεύσεις που πρότεινε η εταιρεία. Ενδεικτικά: α) Ο δικαιούχος δύναται απλώς να συνιστά τιμές μεταπώλησης και να πραγματοποιεί προωθητικές ενέργειες – περιορισμένης χρονικής διάρκειας – στις οποίες θα αναφέρονται μέγιστες τιμές πώλησης, για όσα καταστήματα θέλουν προαιρετικά να συμμετάσχουν. β) Κάθε δικαιούχος του δικτύου μπορεί να προμηθεύει όλους τους υπόλοιπους δικαιούχους του δικτύου, αν το επιθυμεί. γ) Η υποχρέωση για τον δικαιούχο να μην ασκεί όμοια επιχειρηματική δραστηριότητα χωρίς τη συναίνεση του δικαιούχου ισχύει κατά τη διάρκεια της σύμβασης και για ένα (1) έτος μετά τη λήξη ή λύση της σύμβασης. δ) Οι δικαιούχοι δύνανται να λειτουργούν δικές τους ιστοσελίδες και να διενεργούν ηλεκτρονικές πωλήσεις σε διαδικτυακές πλατφόρμες τρίτων, κατόπιν έγκρισης του δικαιούχου ως προς τις ποιοτικές προδιαγραφές που διασφαλίζουν την ενιαία εικόνα του δικτύου.

Δείτε [εδώ](#) την απόφαση

## **Amazon (ΑΤ 40153/2017)**

Στις 04.05.2017 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έκανε δεκτές τις δεσμεύσεις της Amazon να απαλείψει τη Ρήτρα Μάλλον Ευνοούμενου Πελάτη (MFN), βάσει της οποίας υποχρέωνε τους εκδότες να προσφέρουν στην Amazon τιμολογιακούς ή μη όρους που είναι καλύτεροι ή παρόμοιοι με των ανταγωνιστών της ή να ενημερώνουν την Amazon σχετικά με την ύπαρξη τέτοιων όρων π.χ. σχετικά με εναλλακτικά/νέα επιχειρηματικά μοντέλα, ημερομηνία έκδοσης, κατάλογο των ηλεκτρονικών βιβλίων, χαρακτηριστικά ηλεκτρονικών βιβλίων, προωθήσεις, τιμή πρακτορείου, προμήθεια πρακτορείου και χονδρική τιμή.

Δείτε [εδώ](#) την απόφαση

## **Colgate (ΕπΑντ 610/2015)**

Η Ελληνική Επιτροπή Ανταγωνισμού, με απόφαση της στις 27.04.2015, επέβαλε πρόστιμο ύψους € 8.671.267 στην Colgate για όρους στις συμβάσεις της με σουπερμάρκετ που προέβλεπαν ως «ποινή» τη μη απόδοση παροχών σε πελάτες που διέθεταν προϊόντα παράλληλης εισαγωγής.

Δείτε [εδώ](#) την απόφαση



Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στο πλαίσιο της στρατηγικής για τη δημιουργία μίας ενιαίας ψηφιακής ευρωπαϊκής αγοράς, διεξήγαγε έρευνα σχετικά με την τήρηση των κανόνων του ανταγωνισμού στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η Επιτροπή μέσα από την έρευνα αυτή εντόπισε τις παρακάτω περιοριστικές πρακτικές για τον ανταγωνισμό, αναδεικνύοντας κατ' αυτό τον τρόπο τις προκλήσεις αλλά και τις ευκαιρίες που ανακύπτουν για την εφαρμογή της πολιτικής ανταγωνισμού στον κόσμο του ηλεκτρονικού εμπορίου. Ειδικότερα:

**Συστήματα επιλεκτικής διανομής:** Αρκετοί εκ των προμηθευτών που οργανώνουν τη διανομή των προϊόντων τους μέσω συστημάτων επιλεκτικής διανομής, απαιτούν οι διανομείς τους να λειτουργούν φυσικό κατάστημα. Μία τέτοια απαίτηση φαίνεται καταρχήν ανεκτή, καθώς η ποιότητα, η καινοτομία και η εικόνα του σήματος διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο για τους κατασκευαστές και οι παράμετροι αυτοί αναδεικνύονται μέσω της ύπαρξης φυσικού καταστήματος. Ωστόσο, η Επιτροπή επισημαίνει ότι υπάρχουν περιπτώσεις, όπου μία τέτοια απαίτηση δεν συνδέεται με την ποιότητα διανομής του προϊόντος και άλλες τέτοιες σχετικές βελτιώσεις αποτελεσματικότητας, αλλά επιβάλλεται μόνο με σκοπό να παρεμποδιστεί η πώληση μέσω του διαδικτύου. Στην περίπτωση αυτή, μία τέτοια πρακτική είναι απαγορευτική, καθώς περιορίζει τον ανταγωνισμό.

**Αποκλεισμός καταναλωτών:** Ο αποκλεισμός των καταναλωτών από την πραγματοποίηση διασυνοριακών διαδικτυακών αγορών, μέσω διαφόρων μέτρων που υιοθετούνται από τους εμπόρους, όπως άρνηση παράδοσης αγαθών/αποδοχής διασυνοριακών πληρωμών από πελάτες που είναι εγκατεστημένοι σε άλλα κράτη μέλη, αποκλεισμός πρόσβασης στην ιστοσελίδα που τηρεί ο λιανοπωλητής, ο οποίος είναι εγκατεστημένος σε διαφορετικό κράτος μέλος από τον καταναλωτή ή ανακατεύθυνση σε ιστοσελίδα που τηρείται στο κράτος μέλος που έχει εγκατάσταση ο καταναλωτής.

**Καθορισμός τιμής μεταπώλησης:** Οι προμηθευτές παρεμβαίνουν στον καθορισμό των τιμών μεταπώλησης των προϊόντων τους από τους λιανοπωλητές. Η ύπαρξη εργαλείων, όπως προγράμματα λογισμικού τιμολόγησης, βοηθούν τους προμηθευτές να παρακολουθούν τις τιμές χρέωσης των προϊόντων τους από τους λιανοπωλητές και να παρεμβαίνουν σε περίπτωση που διαπιστώνουν αποκλίσεις από τις οδηγίες/συστάσεις τους. Σύμφωνα με την ευρωπαϊκή νομοθεσία, ο καθορισμός εκ μέρους του προμηθευτή ελάχιστων ή πάγιων τιμών μεταπώλησης απαγορεύεται, ενώ αντίθετα οι προτεινόμενες ή οι μέγιστες τιμές μεταπώλησης είναι επιτρεπτές εφόσον δεν ισοδυναμούν στην πράξη με ελάχιστες ή πάγιες τιμές μεταπώλησης.



Για τον σχεδιασμό εμπορικών πρακτικών που αφορούν το ηλεκτρονικό εμπόριο και απευθύνονται στον καταναλωτή θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη και η σχετική νομοθεσία του δικαίου προστασίας του καταναλωτή (συμβάσεις από απόσταση).



Το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν διαφοροποιείται στη βάση του από το φυσικό εμπόριο, καθώς διέπεται από τις ίδιες αρχές και κανόνες. Παρόλα αυτά, ο τρόπος με τον οποίο διεξάγεται και η ψηφιακή διάσταση που το χαρακτηρίζει απαιτούν την κατάλληλη προσαρμογή ώστε οι πρακτικές του επιχειρείν να διασφαλίζουν τον υγιή ανταγωνισμό. Παρακάτω παρουσιάζονται ενδεικτικές καλές και κακές πρακτικές:

-  Οι προμηθευτές μπορούν να απαιτούν από τους διανομείς τους να τηρούν φυσικό κατάστημα για την πώληση των προϊόντων τους, μόνο εφόσον κρίνεται αναγκαίο για την ανάδειξη της εικόνας και της ποιότητας των προϊόντων τους.
-  Εφόσον υπαγορεύεται από τη φύση των προϊόντων τους (π.χ. πολυτελή προϊόντα), οι προμηθευτές μπορούν να απαγορεύουν στους επιλεκτικούς διανομείς τους να χρησιμοποιούν πλατφόρμες τρίτων που είναι φανερές στον καταναλωτή (π.χ. Amazon) και δεν πληρούν ορισμένα κριτήρια ποιότητας για τη διαδικτυακή πώληση των προϊόντων τους και να απαιτούν την πραγματοποίηση των διαδικτυακών πωλήσεων μόνο μέσω των ηλεκτρονικών καταστημάτων που τηρούν οι επιλεκτικοί διανομείς τους.
-  Οι προμηθευτές μπορούν να προτείνουν στους πελάτες τους μία τιμή μεταπώλησης των προϊόντων τους ή να επιβάλλουν μία ανώτατη τιμή μεταπώλησης. Εφόσον ο προμηθευτής κατέχει σημαντική ισχύ σε μία αγορά/δεσπόζουσα θέση, συνιστάται, πριν την εφαρμογή μιας τέτοιας πρακτικής, να αναζητείται νομική συμβουλή.
-  Οι έμποροι πρέπει να αντιμετωπίζουν τους διαδικτυακούς αγοραστές από άλλο κράτος μέλος, με τον ίδιο τρόπο που αντιμετωπίζουν και τους τοπικούς αγοραστές τους, δηλαδή να τους παρέχουν τις ίδιες προϋποθέσεις πρόσβασης σε αγαθά και υπηρεσίες, κάθε φορά που αυτοί:
  - α)** αγοράζουν αγαθά που παραδίδονται σε κράτος μέλος στο οποίο ο έμπορος προσφέρει παράδοση ή συλλέγονται σε τόπο συμφωνημένο από τα δύο μέρη σε ένα κράτος μέλος στο οποίο ο έμπορος προσφέρει αυτήν την επιλογή,
  - β)** αγοράζουν μία υπηρεσία που παρέχεται στις εγκαταστάσεις του εμπόρου ή σε μία φυσική τοποθεσία όπου ο έμπορος λειτουργεί, π.χ. κρατήσεις ξενοδοχείων, αθλητικές εκδηλώσεις, ενοικιάσεις αυτοκινήτων και εισιτήρια σε πάρκα αναψυχής.
-  Οι προμηθευτές δεν πρέπει να απαγορεύουν στους διανομείς τους τη διενέργεια παθητικών πωλήσεων, δηλαδή πωλήσεων που αφορούν την ανταπόκριση στη ζήτηση που εκφράζεται με πρωτοβουλία του πελάτη. Χαρακτηριστικό παράδειγμα τέτοιων πωλήσεων συνιστούν οι διαδικτυακές πωλήσεις. Συναφώς, δεν πρέπει να χρεώνουν διαφορετικές τιμές χονδρικής για τα ίδια προϊόντα στον ίδιο πελάτη, αναλόγως του εάν τα εν λόγω προϊόντα διατίθενται εντός ή εκτός διαδικτύου με σκοπό να αποθαρρύνουν τις πωλήσεις μέσω διαδικτύου.
-  Απαγορεύεται στους προμηθευτές να παρεμβαίνουν στην τιμολογιακή πολιτική των πελατών τους, καθορίζοντας πάγιες ή ελάχιστες τιμές μεταπώλησης των προϊόντων τους.



### **Pierre Fabre Dermo-Cosmetique (C439/09)**

Το Δικαστήριο της ΕΕ έκρινε ότι συμβατική ρήτρα με αποτέλεσμα την απαγόρευση της χρήσης του διαδικτύου για πωλήσεις στο πλαίσιο συστήματος επιλεκτικής διανομής, η οποία επιβάλλει την πραγματοποίηση των πωλήσεων καλλυντικών και προϊόντων ατομικής περιποίησης σε υλικώς υπαρκτό χώρο με την υποχρεωτική παρουσία πτυχιούχου φαρμακοποιού, περιορίζει τον ανταγωνισμό. Καταλυτικό παράγοντα της απόφασης αποτέλεσε η φύση των προϊόντων, το περιεχόμενο και ο σκοπός της συμβατικής ρήτρας και το οικονομικό και νομικό πλαίσιο.

Δείτε [εδώ](#) την απόφαση

### **Nike (Δελτίο Τύπου Ευρωπαϊκής Επιτροπής 25.3.2019)**

Η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η Nike απαγόρευσε σε πολλούς από τους εξουσιοδοτημένους διανομείς της να πωλούν τα προϊόντα που φέρουν το σήμα κορυφαίων ποδοσφαιρικών ομάδων σε άλλα κράτη μέλη. Μία τέτοια πρακτική κρίθηκε περιοριστική του ανταγωνισμού με το σκεπτικό ότι περιορίζεται/ μειώνεται η προσφορά και αυξάνονται οι τιμές.

Δείτε [εδώ](#) το Δελτίο Τύπου

### **Asus (AT 40465), Philips (AT 40181), Pioneer (AT 40182), Denon & Marantz (AT 40469)**

Η Επιτροπή διαπίστωσε ότι οι εν λόγω προμηθευτές περιορίζαν τον ανταγωνισμό παρεμβαίνοντας στην τιμολογιακή πολιτική που εφάρμοζαν οι διαδικτυακοί λιανοπωλητές τους. Χρησιμοποιούσαν σύγχρονα εργαλεία (π.χ. αλγόριθμους) προκειμένου να παρακολουθούν τις τιμές και σε περίπτωση αποκλίσεων από τις επιβαλλόμενες τιμές, είτε ζητούσαν συμμόρφωση είτε εφάρμοζαν αντίποινα/ απειλές.

Δείτε [εδώ](#) την απόφαση Asus, [εδώ](#) την απόφαση Philips, [εδώ](#) την απόφαση Pioneer, [εδώ](#) την απόφαση Denon & Marantz.



## Σχετική νομοθεσία

Για τον **Κανονισμό (ΕΕ) 330/2010** της Επιτροπής **για την εφαρμογή** του άρθρου 101(3)ΣΛΕΕ σε ορισμένες κατηγορίες **κάθετων συμφωνιών και εναρμονισμένων πρακτικών** δείτε [εδώ](#).

Για τις **Κατευθυντήριες Γραμμές** της Ευρωπαϊκής Επιτροπής **για τους κάθετους περιορισμούς** (2010/C 130/01) δείτε [εδώ](#).

Για τον **Κανονισμό (ΕΕ) 2018/302 για την αντιμετώπιση του αδικαιολόγητου γεωγραφικού αποκλεισμού** και άλλων μορφών διακριτικής μεταχείρισης με βάση την ιθαγένεια, τον τόπο διαμονής ή τον τόπο εγκατάστασης των πελατών εντός της εσωτερικής αγοράς και για την τροποποίηση των Κανονισμών (ΕΚ) 2006/2004 και (ΕΕ) 2017/2394 και της Οδηγίας 2009/22/ΕΚ δείτε [εδώ](#).

Για την **τελική έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής** προς το Συμβούλιο και το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο **για την έρευνα στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου** δείτε [εδώ](#).

**Για το ν. 2251/1994**, όπως κωδικοποιήθηκε με την υπ' αριθμόν 5338/17.1.2018 απόφαση του Υπουργού Οικονομίας και Ανάπτυξης (ΦΕΚ Β 40/17.01.2018) δείτε [εδώ](#).





Η κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης προϋποθέτει την ύπαρξη ισχύος από ορισμένη επιχείρηση σε μια αγορά. Μπορεί να οδηγήσει σε υψηλότερα πρόστιμα. Για παράδειγμα, στην Ευρωπαϊκή Ένωση τα πέντε υψηλότερα πρόστιμα που έχουν επιβληθεί ποτέ ανά επιχείρηση αφορούν κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης. Αντίστοιχα, στην Ελλάδα, από τα τέσσερα μεγαλύτερα πρόστιμα που έχουν επιβληθεί ποτέ, τα τρία αφορούν καταχρηστικές πρακτικές. Για να θεμελιωθεί παράβαση πρέπει να συντρέχουν οι παρακάτω προϋποθέσεις:

**1<sup>ον</sup> Ορισμός σχετικής αγοράς προϊόντων/υπηρεσιών και σχετικής γεωγραφικής αγοράς.** Για τον ορισμό της σχετικής αγοράς προϊόντων/υπηρεσιών εξετάζονται: α) η υποκατάσταση από την πλευρά της ζήτησης (που αποτελεί το πλέον σημαντικό στοιχείο), β) η υποκατάσταση στο επίπεδο της προσφοράς και γ) ο δυναμικός ανταγωνισμός. Η δυνατότητα υποκατάστασης κρίνεται κυρίως με βάση το τεστ του «Υποθετικού Μονοπωλητή». Ειδικότερα, χρησιμοποιείται το λεγόμενο «τεστ SSNIP» και εξετάζεται κατά πόσο οι αγοραστές θα στραφούν σε άλλα προϊόντα, σε περίπτωση μικρής αλλά διαρκούς αύξησης (κατά 5%-10%) της τιμής. Αν η υποκατάσταση καθιστά μη επωφελή την αύξηση της τιμής, λόγω της μείωσης των πωλήσεων που αυτή συνεπάγεται, τότε τα εν λόγω προϊόντα θεωρούνται εναλλάξιμα και ανήκουν στην ίδια αγορά. Αν όχι, τότε η αγορά είναι στενότερη. Ως σχετική γεωγραφική αγορά ορίζεται η περιοχή όπου οι επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται με όρους αρκετά ομοιογενείς και διακριτούς από γειτονικές αγορές.

**2<sup>ον</sup> Ύπαρξη/κατοχή δεσπόζουσας θέσης,** δηλαδή θέσης οικονομικής ισχύος που επιτρέπει σε μια επιχείρηση να καθορίζει τις τιμές και τους όρους του ανταγωνισμού, δρώντας ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές, τους πελάτες και τους καταναλωτές. Για την διαπίστωση δεσπόζουσας θέσης αξιολογείται ένα σύνολο παραγόντων, όπως τα μερίδια αγοράς της επιχείρησης και των ανταγωνιστών της και η εξέλιξή τους στον χρόνο, τα εμπορικά πλεονεκτήματα (π.χ. καθετοποίηση της επιχείρησης), τα τεχνικά πλεονεκτήματα (π.χ. δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας), οι οικονομίες κλίμακας, η αντισταθμιστική ισχύς των πελατών και οι φραγμοί εισόδου νέων ανταγωνιστών (π.χ. ισχυρό σύστημα διανομής, μακροπρόθεσμες συμβάσεις με πελάτες, σήματα φήμης, αποτελέσματα δικτύου, υψηλό κόστος μετακίνησης σε άλλο προμηθευτή). Τα μερίδια αγοράς λειτουργούν μόνο ως σχετική ένδειξη, και όχι ως πλήρης απόδειξη για την κατοχή δεσπόζουσας θέσης, αν και οι αρχές ανταγωνισμού ξεκινούν πάντα από αυτά στην πράξη

Μερίδια Αγοράς	Δεσπόζουσα Θέση
>80%	Σαφής ένδειξη «υπερδεσπόζουσας» θέσης
50% - 70%	Μαχητό τεκμήριο ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης
40% - 50%	Ένδειξη δεσπόζουσας θέσης αν τα μερίδια αγοράς των ανταγωνιστών είναι χαμηλά /Απαιτείται ενδελεχής οικονομική ανάλυση
<40%	Απουσία δεσπόζουσας θέσης

**Σημείωση:** Πέραν της ατομικής, απαγορεύεται και η κατάχρηση της **συλλογικής δεσπόζουσας θέσης**. Η θέση αυτή προϋποθέτει τη δυνατότητα που έχουν περισσότερες επιχειρήσεις από κοινού, λόγω των ιδιαίτερων δεσμών τους, να υιοθετούν κοινή και σταθερή πολιτική στην αγορά, ανεξάρτητα από ανταγωνιστές, πελάτες και καταναλωτές, καθώς και να ελέγχουν μεταξύ τους την τήρηση της εν λόγω πολιτικής.

**3<sup>ον</sup> Καταχρηστική συμπεριφορά.** Η κατοχή ή απόκτηση δεσπόζουσας θέσης δεν είναι από μόνη της παράνομη αλλά συνεπάγεται ότι η δεσπόζουσα επιχείρηση φέρει μια **ειδική ευθύνη** για την διατήρηση της ανταγωνιστικής διαδικασίας.

Οι καταχρήσεις κατηγοριοποιούνται σε:

**(1)Εκμεταλλευτικές καταχρήσεις,** που συνίστανται στην άμεση εκμετάλλευση των καταναλωτών. Το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα εκμεταλλευτικής πρακτικής αποτελεί η **υπερβολική τιμολόγηση**.

**(2)Παρεμποδιστικές καταχρήσεις,** που δεν συνάδουν με τον αξιοκρατικό ανταγωνισμό (competition on the merits) και έχουν ως αποτέλεσμα τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών από την αγορά επί ζημιά των καταναλωτών. Ο μεγαλύτερος αριθμός υποθέσεων αφορά τέτοιες πρακτικές. Σημασία έχει η διαφύλαξη του ανταγωνισμού και όχι απλώς η προστασία των ανταγωνιστών. Ο νόμος δεν προστατεύει ανταγωνιστές που προσφέρουν λιγότερα στους καταναλωτές από πλευράς τιμών, φάσματος επιλογής, ποιότητας και καινοτομίας.

**Οι παρεμποδιστικές καταχρήσεις** κατηγοριοποιούνται περαιτέρω σε:

#### **i.Παρεμποδιστικές καταχρήσεις τιμολογιακού χαρακτήρα**

•**Εκπτώσεις υπό τον όρο της αποκλειστικότητας / εκπτώσεις πίστωσης,** οι οποίες είναι ικανές να περιορίσουν τον ανταγωνισμό και να εκτοπίσουν ανταγωνιστές που είναι υποθετικά εξίσου αποτελεσματικοί με την δεσπόζουσα επιχείρηση. Οι εκπτώσεις γενικά χορηγούνται σε πελάτες ως επιβράβευση μιας συγκεκριμένης αγοραστικής συμπεριφοράς, αν οι αγορές τους στη διάρκεια μιας καθορισμένης περιόδου υπερβαίνουν ένα ορισμένο όριο, οπότε η έκπτωση είτε χορηγείται για το σύνολο των αγορών (αναδρομική έκπτωση) ή μόνο για εκείνες που υπερβαίνουν το προβλεπόμενο όριο (επαυξητική έκπτωση). Μεγαλύτερης προσοχής χρήζουν οι αναδρομικές εκπτώσεις. Επίσης, συστήματα εκπτώσεων που συνδέονται αποκλειστικά με τον όγκο των προϊόντων που αγοράζει ο ενδιαφερόμενος θεωρείται γενικά ότι δεν είναι καταχρηστικά.

•**Τιμολογιακές τακτικές εξόντωσης** των ανταγωνιστών, όπως η **ληστρική υποτιμολόγηση** (πώληση σε τιμές κατώτερες του κόστους με στόχο την εξόντωση των ανταγωνιστών) και η **συμπίεση περιθωρίου κέρδους**.

•**Διακριτική τιμολόγηση** (πρακτικές που αφορούν διακριτική τιμολόγηση καθαυτή είναι σπάνιες).

#### **ii.Παρεμποδιστικές Καταχρήσεις μη-τιμολογιακού χαρακτήρα**

•**Συμφωνίες αποκλειστικότητας** για την αγορά όλων ή περισσότερων των αναγκαίων προμηθειών από την δεσπόζουσα επιχείρηση, ανεξαρτήτως αν την αποκλειστικότητα ζήτησαν οικειοθελώς οι πελάτες και ανεξαρτήτως αν αυτή συνοδεύεται με προνόμια που απολαμβάνουν οι τελευταίοι.

•**Άρνηση προμήθειας / άρνηση παροχής πρόσβασης σε βασικές υποδομές (essential facilities) / άρνηση παραχώρησης άδειας εκμετάλλευσης άυλων αγαθών** σε ανάντη αγορά ώστε να αποκλειστεί ο ανταγωνιστής σε κατάντη ή γειτνιαζουσα αγορά.

•**Πρακτικές παρεμπόδισης του παράλληλου εμπορίου εντός της ΕΕ** όπως στοχοποίηση και δυσμενής μεταχείριση χονδρεμπόρων που προβαίνουν σε παράλληλες εισαγωγές/εξαγωγές ή άρνηση εξυπηρέτησης παραγγελιών χονδρεμπόρων με στόχο την καταπολέμηση του παράλληλου εμπορίου, εκτός και αν οι συγκεκριμένες παραγγελίες έχουν μη φυσιολογικό χαρακτήρα.

•Πρακτικές **αλυσιδωτών/συνδεδεμένων ή ομαδικών πωλήσεων (tying/bundling)**, όπου η επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση σε συγκεκριμένο προϊόν υποχρεώνει ή εξωθεί, παρέχοντας οικονομικά ή άλλα εμπορικά πλεονεκτήματα, αγοραστές του εν λόγω προϊόντος να προμηθεύονται και άλλα προϊόντα που εκείνη παράγει.

•**Καταχρηστική άσκηση δικονομικών δικαιωμάτων ή καταχρηστική συμμετοχή σε διοικητικές διαδικασίες.**

**4<sup>ον</sup> Απουσία «αντικειμενικών δικαιολογητικών λόγων»,** τους οποίους έχει το βάρος να προτείνει και να αποδείξει η δεσπόζουσα επιχείρηση, και μπορεί να συνίστανται σε οφέλη αποτελεσματικότητας για τους καταναλωτές ή στο γεγονός ότι η συμπεριφορά είναι αντικειμενικά αναγκαία και αναλογική.



## Τα “δεν” και τα “πρέπει”

Όπως προαναφέρθηκε η δεσπόζουσα θέση δεν είναι κατ' αρχήν παράνομη. Ωστόσο, επιβάλλει κάποιους πιο προσεκτικούς χειρισμούς ώστε να μην γίνει κατάχρηση αυτής. Ενδεικτικά:



Αν έχετε βάσιμους λόγους να πιστεύετε ότι η επιχείρησή σας έχει τέτοια ισχύ στην αγορά, ώστε να μπορεί να θεωρηθεί δεσπόζουσα, ή αν το μερίδιο αγοράς της κυμαίνεται ή υπερβαίνει το 50%, απευθυνθείτε στην εσωτερική νομική υπηρεσία ή ζητήστε εξωτερική νομική συμβουλή προτού προβείτε σε πρακτικές που πιστεύετε ότι μπορεί να δημιουργήσουν πρόβλημα σε μικρότερους ανταγωνιστές σας.



Μην χρησιμοποιείτε σε εσωτερική ή εξωτερική επικοινωνία επιθετικές ή απαξιωτικές εκφράσεις έναντι των ανταγωνιστών σας.



Μην προβαίνετε σε πράξεις διακριτικής μεταχείρισης ή τιμωρίας ή αντεκδίκησης έναντι των πελατών και συνεργατών σας μόνο και μόνο επειδή συνεργάζονται με ανταγωνιστές σας.



Μην χρησιμοποιείτε όρους που απαιτούν αποκλειστικότητα στη συνεργασία σας με πελάτες σας (χονδρεμπόρους, διανομείς κ.λπ.). Μην προσφέρετε εκπτώσεις υπό τον όρο της αποκλειστικότητας ακόμα και αν αυτό σας προτείνεται από τους ίδιους τους πελάτες σας.



Μην επιχειρήσετε να εξολοθρεύσετε τους ανταγωνιστές σας ή κάποιο νεοεισερχόμενο στην αγορά ρίχνοντας τις τιμές σας κάτω του κόστους. Αντίθετα, μπορείτε να απαντάτε στις προσφορές τους, εφόσον παραμένετε άνω τους κόστους σας.



## Σχετική νομοθεσία

**Για το νόμο 3959/2011** δείτε [εδώ](#)

\*Για τις τροποποιήσεις του ν. 3959/2011, δείτε στο ν. [4072/2012](#), στο ν. [4013/2011](#), στο ν. [4364/2016](#), στο ν. [4389/2016](#), στο ν. [4446/2016](#) και στο ν. 4497/2017.

## **Nestlé (ΕπΑντ 434/V/2009)**

Επιβολή στους πελάτες της λεγόμενης «Αγγλικής ρήτρας», σύμφωνα με την οποία οι πελάτες είναι υποχρεωμένοι να δηλώνουν κάθε καλύτερη προσφορά και έχουν το δικαίωμα να αποδεχθούν μία τέτοια προσφορά, μόνον εάν οι όροι της δεσπόζουσας επιχείρησης είναι δυσμενέστεροι. Η εν λόγω ρήτρα επιφέρει το ίδιο αποτέλεσμα με την υποχρέωση μη ανταγωνισμού ή αποκλειστικότητας, ιδίως όταν οι πελάτες υποχρεούνται να αποκαλύψουν ποιος τους έχει υποβάλει καλύτερη προσφορά.

Δείτε [εδώ](#) την υπόθεση

## **Tasty Foods (ΕπΑντ 520/VI/2011)**

Παροχή οικονομικών ανταλλαγμάτων και δώρων προς τους πελάτες της επιχείρησης με στόχο την αντικατάσταση των παγίων του ανταγωνιστή με δικά της πάγια και την απομάκρυνση των ανταγωνιστικών προϊόντων από τα ράφια των σημείων πώλησης ή και τον περιορισμό του χώρου έκθεσής τους.

Δείτε [εδώ](#) την υπόθεση

## **Microsoft (T-201/04)**

Άρνηση της δεσπόζουσας επιχείρησης να παράσχει σε ανταγωνιστές της τις σχετικές με τη διαλειτουργικότητα πληροφορίες και να επιτρέψει τη χρήση τους για την ανάπτυξη και τη διανομή ανταγωνιστικών προς τα δικά της προϊόντων στην αγορά λειτουργικών συστημάτων για διακομιστές ομάδας εργασίας. Προμήθεια από την δεσπόζουσα επιχείρηση του λειτουργικού συστήματός της για προσωπικούς υπολογιστές υπό την προϋπόθεση της ταυτόχρονης αγοράς του media player της.

Δείτε [εδώ](#) την υπόθεση

## **Post Danmark I (C-209/10)**

Η διαπίστωση της ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης δεν συνεπάγεται καθαυτή καμία μομφή έναντι της δεσπόζουσας επιχείρησης. Το άρθρο 102 ΣΛΕΕ δεν αποσκοπεί στο να εμποδίσει μια επιχείρηση να κατακτά, με τις δικές της ικανότητες, δεσπόζουσα θέση σε μια αγορά. Η διάταξη αυτή δεν αποσκοπεί επίσης στο να εξασφαλίσει ότι θα παραμείνουν στην αγορά οι λιγότερο αποτελεσματικοί ανταγωνιστές της επιχειρήσεως που κατέχει δεσπόζουσα θέση. Εξ ορισμού, ο υγιής ανταγωνισμός μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα την εξαφάνιση από την αγορά ή την περιθωριοποίηση ανταγωνιστών λιγότερο αποτελεσματικών και ως εκ τούτου λιγότερο ελκυστικών για τους καταναλωτές από άποψη τιμών, επιλογών, ποιότητας ή καινοτομίας.

Δείτε [εδώ](#) την υπόθεση



Στο πλαίσιο προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού και ελέγχου τήρησης των διατάξεων του νόμου (ν. 3959/2011), η Ελληνική Επιτροπή Ανταγωνισμού διαθέτει αυξημένες ελεγκτικές αρμοδιότητες και την εξουσία επιβολής κυρώσεων για παραβάσεις του δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού επεξεργάζεται και αξιολογεί όλα τα απαραίτητα στοιχεία και πληροφορίες που συλλέγει μέσω των προβλεπόμενων διαδικασιών ελέγχου, τις οποίες εκκινεί είτε αυτεπαγγέλτως, είτε ύστερα από καταγγελία, είτε κατόπιν αιτήματος του αρμοδίου Υπουργού. Δεσμευόμενη από την υποχρέωση τήρησης εχεμύθειας και προστασίας των προσωπικών δεδομένων, η Επιτροπή Ανταγωνισμού είναι επιφορτισμένη με τις ακόλουθες ερευνητικές αρμοδιότητες:

**I. Συλλογή πληροφοριών (α. 38 ν. 3959/2011)**, η οποία εμφανίζει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

Ασκείται όταν: α) κρίνεται «αναγκαίο για την άσκηση των αρμοδιοτήτων της Επιτροπής Ανταγωνισμού» και β) κατόπιν αποστολής σχετικού εγγράφου (π.χ. εν είδει ερωτηματολογίου) που ορίζει συγκεκριμένα το αίτημα, το σκοπό του αιτήματος (π.χ. γενική πληροφόρηση για την εταιρεία, στοιχεία οριοθέτησης για την σχετική αγορά), την προθεσμία για την παροχή των πληροφοριών, τις κυρώσεις στην περίπτωση μη συμμόρφωσης, καθώς και τις σχετικές νομοθετικές διατάξεις.

Η συνήθης προθεσμία απάντησης (για απλές περιπτώσεις) ορίζεται από το νόμο στις δέκα (10) ημέρες.

Τα πρόσωπα στα οποία απευθύνεται το έγγραφο υποχρεούνται σε άμεση, πλήρη και ακριβή παροχή πληροφοριών.

**Κυρώσεις** για άρνηση, δυστροπία, καθυστέρηση ή παροχή ανακριβών/ελλιπών πληροφοριών: €15.000 με ανώτατο όριο το 1% του κύκλου των εργασιών ή ειδική αναφορά της Επιτροπής για πειθαρχική δίωξη στην περίπτωση των δημοσίων υπαλλήλων. Προβλέπεται, επιπλέον, ποινή φυλάκισης τουλάχιστον έξι (6) μηνών.

**II. Διενέργεια επιτόπιων ελέγχων (α. 39 Ν.3959/2011)**, κατόπιν επικοινωνίας με την ελεγχόμενη εταιρεία προγραμματισμένοι ή (κατά πλειοψηφία) αιφνιδιαστικοί («dawn raids»), κατόπιν σχετικής εντολής ελέγχου του Προέδρου της Επιτροπής με σκοπό τη συλλογή, φύλαξη και επεξεργασία/έλεγχο εγγράφων και στοιχείων μίας επιχείρησης.

**Κατά τη διενέργεια επιτόπιων ελέγχων, η Επιτροπή δύναται να προβεί σε:**

- ✓ έλεγχο σε κάθε είδους και κάθε κατηγορίας βιβλία, στοιχεία, ηλεκτρονική εμπορική αλληλογραφία και λοιπά έγγραφα (εξαιρουμένων των εγγράφων/στοιχείων με εξωτερικούς νομικούς συμβούλους),
- ✓ λήψη αντιγράφων και κατασχέσεις βιβλίων, εγγράφων, στοιχείων ή ηλεκτρονικών μέσων αποθήκευσης και μεταφοράς δεδομένων, τα οποία αποτελούν επαγγελματικές πληροφορίες,
- ✓ έλεγχο και συλλογή πληροφοριών και δεδομένων κινητών τερματικών, φορητών συσκευών, καθώς και των εξυπηρετητών τους,
- ✓ έρευνες στα γραφεία, τους λοιπούς χώρους και τα μεταφορικά μέσα,
- ✓ σφράγιση επαγγελματικών χώρων, βιβλίων ή εγγράφων κατά την περίοδο του ελέγχου,
- ✓ έρευνες στις κατοικίες των διευθυντικών στελεχών, καθώς και του προσωπικού των επιχειρήσεων ή ενώσεων επιχειρήσεων, μόνο όταν υπάρχουν εύλογες υπόνοιες, ότι φυλάσσονται εκεί βιβλία ή άλλα έγγραφα που συνδέονται με την επιχείρηση και το αντικείμενο του ελέγχου,
- ✓ λήψη ένορκων ή ανωμοτί καταθέσεων από αντιπροσώπους ή μέλη του προσωπικού της επιχείρησης, εξαιρουμένων των προσώπων που δεν μπορούν να εξετασθούν ως μάρτυρες στην γεγονότα ή έγγραφα που σχετίζονται με το αντικείμενο και το σκοπό του ελέγχου (δεν επιτρέπονται ερωτήσεις για την ερμηνεία/γνώμη του καταθέτοντος ή που οδηγούν σε ομολογία παράβασης).

**Κυρώσεις** για παρεμπόδιση/δυσχέραση του ελέγχου, διαγραφή/μεταφορά αρχείων, παροχή παραπλανητικών πληροφοριών: €15.000 με ανώτατο όριο το 1% του κύκλου των εργασιών. Για φυσικά πρόσωπα προβλέπεται ποινή φυλάκισης τουλάχιστον έξι (6) μηνών. Μπορεί να ζητηθεί η συνδρομή εισαγγελικών αρχών και κάθε άλλης αρμόδιας αρχής.

**Κλαδικές έρευνες ή έρευνες σε τύπους συμφωνιών (α. 40 Ν.3959/2011)**, με τα εργαλεία υπό τα ανωτέρω στοιχεία (I) και (II), κατόπιν απόφασης της Ολομέλειας της Επιτροπής στις περιπτώσεις που υπάρχουν «υπόνοιες» πιθανού περιορισμού ή στρέβλωσης του ανταγωνισμού (π.χ. διαμόρφωση τιμών).



**Σημαντική πληροφορία**

Για τη διευκόλυνση του έργου τους οι υπάλληλοι της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού της ΕπΑντ προκειμένου να συλλέξουν οποιαδήποτε στοιχεία ή πληροφορίες σχετικά με τη διερεύνηση τυχόν διάπραξης παραβάσεων, εξοπλίζονται με τις εξουσίες του φορολογικού ελεγκτή. Ανήκει στην αρμοδιότητα της Επιτροπής να αξιολογεί τη συνάφεια των διερευνώμενων στοιχείων με το αντικείμενο και το σκοπό της έρευνας και, ως εκ τούτου, εναπόκειται στην ίδια την Επιτροπή, και όχι στην ενδιαφερομένη επιχείρηση ή σε τρίτο πρόσωπο, να αποφασίζει, αν ένα έγγραφο πρέπει να της προσκομισθεί ή όχι.



Οι επιχειρήσεις που υπόκεινται στον έλεγχο της ΕπΑντ, και ειδικά στην περίπτωση διενέργειας αιφνίδιου επιτόπιου ελέγχου στις εγκαταστάσεις τους, καλούνται να συνεργάζονται και να διευκολύνουν το έργο της Επιτροπής, ακολουθώντας τις παρακάτω προτεινόμενες βέλτιστες πρακτικές που συμβάλλουν ταυτόχρονα στην άμυνα-προστασία των επιχειρήσεων:

### I. Πριν ξεκινήσει ο έλεγχος:

- 👍 **Ελέγξτε τα νομιμοποιητικά έγγραφα των ελεγκτών** (εξουσιοδότηση), ενημερωθείτε για το αντικείμενο ελέγχου και λάβετε αντίγραφο της εντολής ελέγχου.
- 👍 **Επικοινωνήστε άμεσα με τους δικηγόρους σας** και ζητήστε την παρουσία τους στον έλεγχο.
- 👍 **Ενημερώστε τα στελέχη της επιχείρησης.**
- 👍 **Ενημερώστε τους ελεγκτές** για το ότι έχετε επικοινωνήσει με τους δικηγόρους σας και ζητήστε να αναμένουν την άφιξή τους  
(\*δεν έχουν σχετική υποχρέωση, αλλά είθισται να περιμένουν για ένα μικρό χρονικό διάστημα).
- 👍 Εάν πάρα ταύτα οι ελεγκτές ξεκινήσουν τον έλεγχο, λαμβάνετε τυχόν νομικές συμβουλές δια τηλεφώνου, **συνεργαστείτε και μην παρακωλύετε τον έλεγχο.**

### II. Όταν ξεκινήσει ο έλεγχος:

- 👍 Δημιουργείστε ομάδες με μέλη της επιχείρησης και **ορίστε ένα μέλος** για κάθε ελεγκτή προκειμένου **να συνοδεύει τον ελεγκτή** καθ' όλη τη διάρκεια του ελέγχου.
- 👍 **Εξηγείστε**, στην περίπτωση που ζητηθεί, **την διάρθρωση των χώρων της επιχείρησης, το σύστημα αρχειοθέτησης, τη δομή του πληροφοριακού συστήματος.**
- 👍 Έχετε διαθέσιμη **μία κενή αίθουσα** σύσκεψης για τους ελεγκτές.

### III. Κατά τη διάρκεια του ελέγχου:

- 👍 **Βεβαιωθείτε ότι ο έλεγχος δεν παρεμποδίζεται** με οποιοδήποτε τρόπο και ότι το **προσωπικό συνεργάζεται με ευγένεια.**
- 👍 Βεβαιωθείτε πως **κανένας δεν καταστρέφει ή αφαιρεί οποιοδήποτε έγγραφο.**
- 👍 **Παρουσιάστε οποιοδήποτε έγγραφο ζητηθεί από τους ελεγκτές** ή επιφυλαχθείτε να τα παρουσιάσετε αργότερα, εάν δεν είναι διαθέσιμο (επεξηγώντας τον λόγο).
- 👍 **Για κάθε αντίγραφο που λαμβάνουν οι ελεγκτές βγάλτε ένα δεύτερο αντίγραφο** για το αρχείο της εταιρείας (για ηλεκτρονικά αρχεία τηρείστε ψηφιακό αντίγραφο).
- 👍 **Να απαντάτε σε όλες τις ερωτήσεις των ελεγκτών** με περιεκτικό τρόπο και, εάν δεν γνωρίζετε την απάντηση, απαντήστε «δεν το γνωρίζω». Μην δίνετε απαντήσεις σε θέματα που δεν γνωρίζετε ή που οδηγούν στην αυτοενοχοποίησή σας. Επιφυλαχθείτε να απαντήσετε αργότερα, στην περίπτωση που εκτιμάτε πως θα μπορείτε να απαντήσετε με μεγαλύτερη σαφήνεια και πληρότητα.
- 👍 **Τηρείστε πρακτικά** των στοιχείων που ελέγχθηκαν, των αντιγράφων που ελήφθησαν καθώς και των ερωτήσεων που απαντήθηκαν.

### IV. Μετά τον έλεγχο:

- 👍 **Λάβετε αντίγραφο της έκθεσης ελέγχου** που συντάχθηκε από τους ελεγκτές.
- 👍 Συγκαλέστε εσωτερική συνάντηση προς διαπίστωση των λόγων ελέγχου, του συνόλου των εγγράφων και στοιχείων που ελέγχθηκαν και φωτοτυπήθηκαν, των ερωτήσεων που απαντήθηκαν. **Εκτιμήστε τον κίνδυνο και την εξέλιξη των επόμενων σταδίων της υπόθεσης.**



### **Colgate-Palmolive (EA 610/2015)**

Επιβολή προστίμου για παροχή ανακριβών και ελλιπών πληροφοριών εξαιτίας της οποίας επιβαρύνθηκε η διοικητική διαδικασία καθώς εντέλει στις πληροφορίες που παραλείφθηκαν, εντοπίστηκαν κρίσιμα στοιχεία για τη στοιχειοθέτηση της παραβατικής συμπεριφοράς στην κύρια υπόθεση. Συγκεκριμένα, η επιχείρηση δεν προσκόμισε ούτε πλήρη κατάλογο πελατών ούτε το σύνολο των συμβάσεων που είχε συνάψει με τους πελάτες της, αλλά αντίθετα προσκόμισε «πρότυπο» σύμβασης το οποίο διέφερε από τις υπογεγραμμένες συμβάσεις.

Δείτε [εδώ](#) την απόφαση

### **Σύνδεσμος Ελληνικών Επιχειρήσεων Ασφαλείας (ΕπΑντ 570/VII/2013)**

Επιβολή προστίμου για δυσχέραση του ελέγχου και παρακωλυτική συμπεριφορά. Το Σωματείο και ο Πρόεδρος του δεν συνεργάστηκαν ενεργά κατά την επιτόπια έρευνα των ελεγκτών της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού, αλλά αντιθέτως, με τις παραλείψεις τους δεν επέτρεψαν την ακώλυτη είσοδο του κλιμακίου ελέγχου στα γραφεία του Συνδέσμου και στα φυλασσόμενα έγγραφα και λοιπά στοιχεία, ούτε διασφάλισαν την έγκαιρη και αποτελεσματική διενέργεια του ελέγχου.

Δείτε [εδώ](#) την απόφαση

### **Σύνδεσμος Αλευροβιομηχάνων (ΕπΑντ 531/VI/2011)**

Επιβολή προστίμου για παροχή ελλιπών, ανακριβών ή/και παραπλανητικών πληροφοριών αναφορικά με το χώρο φύλαξης και αποθήκευσης των πρακτικών του Συνδέσμου, λόγω μη έγκαιρης και προσήκουσας υπόδειξης της θέσης τους αλλά και μη προσκόμισής τους, δεδομένου ότι τα πρακτικά του ΔΣ και της ΓΣ μιας επιχείρησης ή μιας ένωσης επιχειρήσεων αποτελούν την κρισιμότερη πηγή πληροφοριών και πειστηρίων σχετικά με την γενικότερη επιχειρηματική πολιτική της επιχείρησης ή ένωσης επιχειρήσεων, καθώς αυτά συχνά αποτυπώνουν στοιχεία, επιλογές και αποφάσεις σχετικά με τη λειτουργία τους, τόσο σε επίπεδο εσωτερικής οργάνωσης, όσο και σε επίπεδο στρατηγικών επιχειρηματικών επιλογών.

Δείτε [εδώ](#) την απόφαση



**Για το νόμο 3959/2011** δείτε [εδώ](#)

\*Για τις τροποποιήσεις του ν. 3959/2011, δείτε στο ν. [4072/2012](#), στο ν. [4013/2011](#), στο ν. [4364/2016](#), στο ν. [4389/2016](#), στο ν. [4446/2016](#) και στο ν. [4497/2017](#).





Σε περίπτωση που διαπιστωθεί ότι μια επιχείρηση ή ακόμη και ένας Σύνδεσμος επιχειρήσεων έχει παραβιάσει τους κανόνες του δικαίου του ανταγωνισμού, η Επιτροπή Ανταγωνισμού μπορεί να προβεί σε επιβολή διοικητικών κυρώσεων βάσει ειδικών κριτηρίων επιμέτρησης, ενώ δεν αποκλείεται και η επιβολή ποινικών κυρώσεων στα εμπλεκόμενα φυσικά πρόσωπα από τα ποινικά δικαστήρια στα οποία αποστέλλεται η απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού. Επιπλέον, και οι ίδιες οι επιχειρήσεις ή καταναλωτές που ζημιώθηκαν από την παράβαση μπορούν να ασκήσουν αγωγή αποζημίωσης κατά της επιχείρησης ή των επιχειρήσεων που τις ζημίωσαν, βάσει νέου νόμου που ψηφίστηκε πρόσφατα, σε ενσωμάτωση Ευρωπαϊκής Οδηγίας.

### **α) Διοικητικές κυρώσεις της Επιτροπής Ανταγωνισμού**

**Πρόστιμο βάσει τζίρου.** Η Επιτροπή Ανταγωνισμού έχει την εξουσία επιβολής βαρύτατων διοικητικών προστίμων. Πρόκειται ίσως για την βασικότερη περίπτωση (μαζί πλέον και με το GDPR), όπου το πρόστιμο υπολογίζεται επί του συνολικού κύκλου εργασιών της επιχείρησης ή του ομίλου επιχειρήσεων. Ενδιαφέρει η οικονομική χρήση, κατά την οποία έπαυσε η παράβαση ή, αν αυτή συνεχίζεται μέχρι την έκδοση της απόφασης, η προηγούμενη χρήση από την έκδοσή της. Το επιβαλλόμενο πρόστιμο, υπολογιζόμενο με ορισμένη μεθοδολογία που ακολουθεί η Επιτροπή, δεν μπορεί εν τέλει να υπερβεί το 10% του συνολικού κύκλου εργασιών.

**Κριτήρια επιμέτρησης.** Η Επιτροπή λαμβάνει υπ' όψιν τη σοβαρότητα και τη διάρκεια της παραβάσεως, τη γεωγραφική της έκταση, τη διάρκεια και το είδος συμμετοχής της επιχείρησης σ' αυτή, αλλά και το οικονομικό όφελος που αποκόμισε η επιχείρηση, το οποίο - εφ' όσον μπορεί να προσδιοριστεί - αποτελεί και το ελάχιστο όριο του προστίμου (ακόμη και αν υπερβαίνει το 10% του κύκλου εργασιών).

**Ευθύνη Συνδέσμων επιχειρήσεων.** Προβλέπονται πλέον ειδικοί κανόνες για το πρόστιμο, με συνυπολογισμό του κύκλου εργασιών των μελών της ένωσης, αλλά και εις ολόκληρον ευθύνη των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων - μελών για την καταβολή του προστίμου.

**Προσωπική ευθύνη φυσικών προσώπων.** Ο νόμος προβλέπει προσωπική ευθύνη υπαιτίων φυσικών προσώπων, με απειλή αυτοτελούς προστίμου (ύψους €200.000 έως €2.000.000) σε βάρος όσων συμμετείχαν σε προπαρασκευαστικές πράξεις είτε στην οργάνωση ή τη διάπραξη της παράνομης συμπεριφοράς. Σε αντίθεση με άλλες διατάξεις (π.χ. φορολογικές) όπου συνήθως η προσωπική ευθύνη αφορά μόνον τους «διοικούντες» ή τους νόμιμους εκπροσώπους της εταιρείας, εν προκειμένω τη σχετική ευθύνη φέρουν και τα εν γένει αρμόδια για την υλοποίηση των σχετικών αποφάσεων πρόσωπα.

# Αστικές, ποινικές και διοικητικές κυρώσεις για παραβάσεις του δικαίου του ανταγωνισμού

## β) Ποινικές κυρώσεις για παράβαση του ν. 3959/2011

Παράλληλα με τις διοικητικές κυρώσεις, προβλέπονται και ποινικές κυρώσεις για όσους εμπλέκονται σε παραβάσεις του δικαίου του ανταγωνισμού, οι οποίες μάλιστα έχουν αυστηροποιηθεί τα τελευταία χρόνια. Πιο συγκεκριμένα:

Πιο αυστηρά τιμωρείται η σύσταση και συμμετοχή σε καρτέλ: με ποινή φυλάκισης 2 έως 5 ετών και χρηματική ποινή από €100.000 έως €1.000.000. Ακολουθεί η κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, με χρηματική ποινή από €30.000 έως €300.000. Για τις λοιπές παραβάσεις, προβλέπεται χρηματική ποινή από €15.000 έως €150.000. Ποινική ευθύνη και μάλιστα βαριά (φυλάκιση 6 μηνών έως 5 ετών) φέρει και όποιος παρεμποδίζει έρευνες της Επιτροπής Ανταγωνισμού.

## γ) Αστικές κυρώσεις για παράβαση του ν. 3959/2011

Σε περίπτωση παραβίασης του δικαίου ανταγωνισμού, η επιχείρηση που ζημιώθηκε μπορεί να αξιώσει αποζημίωση από την επιχείρηση που της προκάλεσε τη ζημία.

Για να διευκολύνει την άσκηση τέτοιων αγωγών, ο νόμος 4529/2018 ενσωμάτωσε πρόσφατα την Οδηγία 2014/104/ΕΕ και περιλαμβάνει ουσιαστικούς και δικονομικούς κανόνες που ενθαρρύνουν και διευκολύνουν εκείνον που ζημιώθηκε να στοιχειοθετήσει τη ζημία του και να αποζημιωθεί πλήρως στα πολιτικά δικαστήρια. Μεταξύ άλλων, ο νέος νόμος αναγνωρίζει το δικαίωμα σε πλήρη αποζημίωση και ρυθμίζει ζητήματα απόδειξης, παραγραφής, δεσμευτικής ισχύος των εθνικών αποφάσεων, από κοινού ευθύνης, υπολογισμού του ύψους της ζημίας κ.ά.



Τα “δεν” και τα “πρέπει”

Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενη ενότητα κλειδί για μια πιο επιεική αντιμετώπιση από τις ελεγκτικές αρχές αποτελούν ο βαθμός συνεργασίας και η διευκόλυνση της έρευνας.



Αντιμετώπιση Επιτροπής Ανταγωνισμού με ειλικρινή στάση και ακριβείς απαντήσεις.



Διευκόλυνση έρευνας υποθέσεως (όχι απόπειρα εξαφάνισης στοιχείων κ.λπ.).



Ο βαθμός συνεργασίας της επιχείρησης συνεκτιμάται στην επιμέτρηση, εφόσον εκτείνεται πέραν της υποχρέωσης της για πλήρη συνεργασία .



Σχετική νομοθεσία

Για την **Ανακοίνωση ΕπΑντ 12.05.2006 για τη μεθοδολογία υπολογισμού προστίμου**, δείτε [εδώ](#)

Για την **Απόφαση ΕπΑντ 588/2014 για την ανάληψη δεσμεύσεων**, δείτε [εδώ](#)

Για την **Απόφαση ΕπΑντ 628/2016 για τη διαδικασία διευθέτησης διαφορών**, δείτε [εδώ](#)

Για την **Απόφαση ΕπΑντ 526/2011 για το πρόγραμμα επιείκειας**, δείτε [εδώ](#)



## **Διαδικασία δεσμεύσεων (commitments) ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού**

Μία ελεγχόμενη επιχείρηση μπορεί, υπό προϋποθέσεις, να προτείνει να αναλάβει ορισμένες «δεσμεύσεις» ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού προς ταχύτερη και αποτελεσματικότερη παύση της παράβασης (χωρίς ωστόσο να πρέπει να συνομολογήσει την παράβαση). Αν και πρόκειται για εξαιρετική διαδικασία, όπου η Επιτροπή Ανταγωνισμού διαθέτει ευρεία διακριτική ευχέρεια, πάντως, εάν τελικώς υιοθετηθούν, τότε η υπόθεση ολοκληρώνεται, χωρίς διαπίστωση παράβασης και επιβολή προστίμου στην ελεγχόμενη επιχείρηση.

Κατά κανόνα, δεσμεύσεις δεν γίνονται δεκτές σε περιπτώσεις ιδιαίτερα σοβαρών περιορισμών (π.χ. καθορισμού τιμών, κατανομής αγορών, σοβαρής κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης), όπου προκρίνεται η επιβολή προστίμων. Συνήθως υιοθετούνται σε κάθετες παραβάσεις ήσσονος βαρύτητας, σε κάθε όμως περίπτωση οι προτεινόμενες δεσμεύσεις (μέτρα συμπεριφοράς ή/και διαρθρωτικού χαρακτήρα) θα πρέπει να είναι σαφείς, συγκεκριμένες, άμεσα υλοποιήσιμες, ικανές και πρόσφορες να παύσουν την παράβαση και να αποκαταστήσουν τις συνθήκες ανταγωνισμού στην αγορά.

## **Διαδικασία διευθέτησης διαφοράς (settlement) ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού**

Σε περιπτώσεις καρτέλ (και μόνον) παρέχεται τα τελευταία χρόνια η δυνατότητα «συμβιβασμού», όπου μια ελεγχόμενη επιχείρηση παραδέχεται, εκούσια και ανεπιφύλακτα, τη συμμετοχή της στην παράβαση. Η διαδικασία ξεκινάει με πρωτοβουλία της επιχείρησης, προηγείται διαδικασία διμερών συσκέψεων με την Επιτροπή Ανταγωνισμού και έπεται επίσημη πρόταση της επιχείρησης προς αποδοχή από την Επιτροπή Ανταγωνισμού. Εάν ευδοκιμήσει, χορηγείται μείωση του προστίμου κατά 15% και, υπό προϋποθέσεις, εξαλείφεται το αξιόποινο. Εάν αποτύχει, επανέρχεται η κύρια διαδικασία και οι όποιες δηλώσεις της επιχείρησης θεωρούνται ανακληθείσες στο σύνολό τους και δεν μπορεί να χρησιμοποιηθούν για την απόδειξη της παράβασης.

Αν και γενικώς η Επιτροπή διαθέτει ευρεία διακριτική ευχέρεια στην αποδοχή ή μη της πρότασης διευθέτησης διαφοράς, η σχετική διαδικασία φαίνεται να έχει βρει αρκετή απήχηση στις επιχειρήσεις ήδη από το πρώτο διάστημα της διετούς και πλέον εφαρμογής της.

## **Διαδικασία προγράμματος επιείκειας (leniency) ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού**

Σε περιπτώσεις καρτέλ (και μόνον) προβλέπεται ειδικό πλαίσιο επιεικούς μεταχειρίσεως επιχειρήσεων και φυσικών προσώπων που συνεργάζονται με την Επιτροπή Ανταγωνισμού και συμβάλουν στην αποκάλυψη καρτέλ.

Αναλόγως του βαθμού συμβολής του αιτούντος στον εντοπισμό και απόδειξη της παράβασης (αρκεί να μην είναι ο «υποκινητής» του καρτέλ), παρέχεται, υπό προϋποθέσεις, είτε πλήρης απαλλαγή από την επιβολή οποιουδήποτε προστίμου (αφορά την πρώτη χρονικά επιχείρηση που συνεργάζεται και παρέχει τη μέγιστη συνδρομή), είτε μείωση του προστίμου έως και 50%. Εάν ευδοκιμήσει η αίτηση επιείκειας, εξαλείφεται ή μειώνεται, υπό προϋποθέσεις, και το αξιόποινο.

Αν και η διαδικασία αυτή σε Ευρωπαϊκό επίπεδο συνιστά σημαντικό εργαλείο εξάρθρωσης καρτέλ, στην Ελληνική αγορά δεν έχει ακόμη τύχει εκτεταμένης εφαρμογής.



Υπάρχουν πρόσφατα παραδείγματα, όπου σε σοβαρές υποθέσεις κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης επιβλήθηκαν πρόστιμα της τάξεως των €20-30 εκ. σε καθεμία επιχείρηση, εξαντλουμένου του ανώτατου ορίου του 10% του τζίρου. Στην πλέον πρόσφατη δε και πολύκροτη υπόθεση καρτέλ, επιβλήθηκαν συνολικά πρόστιμα άνω των €100 εκ. Δεν θα πρέπει όμως να υποτιμάται ότι η Επιτροπή Ανταγωνισμού έχει ασχοληθεί συχνά με έρευνες σε βάρος μικρότερων επιχειρήσεων ή/ και σε σχέση με γεωγραφικώς περιορισμένες παραβάσεις, όπου τα επιβληθέντα πρόστιμα μπορεί να μοιάζουν χαμηλά, ως απόλυτα νούμερα, δεν παύει όμως να είναι επαχθή για τις εν λόγω επιχειρήσεις (αφού αντιπροσωπεύουν ποσοστό του κύκλου εργασιών τους). Σε κάθε περίπτωση, θα πρέπει να υπογραμμιστεί ότι τα επιβαλλόμενα από την Επιτροπή Ανταγωνισμού πρόστιμα εισπράττονται βάσει ΚΕΔΕ, ανεξαρτήτως προσφυγής της επιχείρησης στα Διοικητικά Δικαστήρια. Επομένως, τα πρόστιμα πρέπει να καταβάλλονται (και καταβάλλονται) από τις επιχειρήσεις αμέσως, εκτός αν τυχόν κατ' εξαίρεση δοθεί (μερική ή ολική) αναστολή από το Διοικητικό Εφετείο, υπό πολύ αυστηρές προϋποθέσεις.



Αθέμιτο ανταγωνισμό συνιστά μία πράξη (πρακτική) που τελείται στο πλαίσιο των εμπορικών, βιομηχανικών ή γεωργικών συναλλαγών προς το σκοπό του ανταγωνισμού, η οποία εν προκειμένω αντίκειται στα χρηστά ήθη. Η αντίθεση προς τα χρηστά ήθη, η έννοια των οποίων είναι νομική ως προς το επιτρεπτό του επιδιωχθέντος σκοπού και των μέσων, εξετάζεται αντικειμενικώς και σύμφωνα με την αντίληψη του υγιούς κατά το δίκαιο σκεπτόμενου μέσου κοινωνικού ανθρώπου.

### **A. Παραπλανητικές πράξεις ή παραλείψεις**

Πράξεις παραπλανητικές θεωρούνται όσες περιέχουν παραπλανητικά στοιχεία (εξαπάτηση ή ενδεχόμενο εξαπάτησης, πρόκληση σύγχυσης, παραβίαση νόμου) και επιδρούν στην οικονομική συμπεριφορά του καταναλωτή.

Παραλείψεις παραπλανητικές θεωρούνται αυτές που λόγω των ουσιωδών και απαραίτητων πληροφοριών που έχουν παραλειφθεί, ο μέσος καταναλωτής δε δύναται να λάβει αυτοβούλως απόφαση συναλλαγής καθώς και όσες η παροχή των πληροφοριών γίνεται με τρόπο ακατανόητο.

### **B. Επιθετικές πράξεις ή παραλείψεις**

Όσες έχουν επιθετικό χαρακτήρα και παραποιούν την οικονομική συμπεριφορά του καταναλωτή. Ο επιθετικός χαρακτήρας καθορίζεται είτε ως μορφή εισβολής στην ιδιωτική ζωή του καταναλωτή είτε ως καταναγκασμός ή και ως κατάχρηση της επιρροής που έχει ο πωλητής σε βάρος του καταναλωτή.



## Σχετική νομοθεσία

Για την Οδηγία 2005/29/EK για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές δείτε [εδώ](#)

Για το **ν. 2251/1994 περί προστασίας των καταναλωτών**, όπως κωδικοποιήθηκε με την υπ' αριθμόν 5338/17.1.2018 απόφαση του Υπουργού Οικονομίας και Ανάπτυξης (ΦΕΚ Β 40/17.01.2018) δείτε [εδώ](#).



































## Σημαντική πληροφορία

Στις πρακτικές αθέμιτου ανταγωνισμού δεν συγκαταλέγεται η έμμεση διαφήμιση, δηλαδή εκείνο το είδος διαφήμισης το οποίο προβάλλει μεν ένα συγκεκριμένο προϊόν ωστόσο ο καταναλωτής δεν αντιλαμβάνεται ότι πρόκειται για διαφήμιση με αποτέλεσμα να κατευθύνεται υποσυνείδητα στην αγορά του (π.χ. η φωτογράφιση ηθοποιού με συγκεκριμένο προϊόν κατά τη διάρκεια συνέντευξης).



Η συμμόρφωση με τους κανόνες του ανταγωνισμού στην καθημερινή λειτουργία της επιχείρησης δεν αποτελεί πάντα μια απλή και ξεκάθαρη διαδικασία. Ειδικά αυτό αφορά την επικοινωνία με τον καταναλωτή. Παρακάτω αποτυπώνονται συνοπτικά μερικές χρήσιμες κατευθύνσεις για το σχεδιασμό της στρατηγικής προσέγγισης του καταναλωτή χωρίς να παραβιάζονται οι κανόνες του ανταγωνισμού.

-  Προσπάθεια διασφάλισης της αλήθειας και ακρίβειας των ισχυρισμών της διαφήμισης.
-  Διερεύνηση του κοινού στο οποίο απευθύνεται η διαφήμιση και, βάσει αυτού, εκτίμηση τυχόν πιθανότητας παρερμηνείας του μηνύματός της.
-  Καταγραφή των πληροφοριών που πρέπει να γνωρίζει ο καταναλωτής σχετικά με το προϊόν και οι οποίες παραλείπονται, ή παρέχονται με τρόπο ασαφή, αμφιλεγόμενο ή άστοχο.
  
-  Γκρίζα ή συγκεκαλυμμένη διαφήμιση.
-  Χρήση όμοιου ή παρόμοιου εμπορικού σήματος, συσκευασίας, επωνυμίας, διακριτικού γνωρίσματος.
-  Προώθηση προϊόντων με τρόπο που υποβιβάζει αξίες ή προκαλεί διακρίσεις σε βάρος μειονοτήτων ή προκαλεί θυμό και αγανάκτηση.
-  Διαφημίσεις «σοκ» που στοχεύουν στο να προκαλέσουν τα αισθήματα των καταναλωτών.
-  Άγρα πελατών στους δρόμους ή μέσω τηλεφώνου ή φαξ ή email ή άλλων μέσων.
-  Δημιουργία εικόνας δελεαστικής προσφοράς, ιδίως σε παιδιά και σε ευάλωτες κατηγορίες πληθυσμού.
-  Η διάθεση προϊόντων κάτω του πραγματικού κόστους.
-  Όταν διαφορετικό εμπόρευμα (από αυτό που τελικώς πωλείται) προσφέρεται στο σύνολο ως μια προσφορά. Η πρόσθετη παροχή εμφανίζεται είτε ως κίνητρο αγοράς είτε ως ανταμοιβή.
-  Υποβλητική διαφήμιση που προβάλλει ψεύτικες ανάγκες ή προκαλεί συναισθήματα ενοχής.
-  Υποσυνειδησιακή ή παρασυνειδησιακή διαφήμιση με αστραπιαία προβολή εικόνων, ώστε το μήνυμα να μη μπορεί να τύχει επεξεργασίας από το συνειδητό.
-  Εποπτική διαφήμιση με την οποία γίνεται διάδοση ανακριβών δηλώσεων προκαλώντας την εντύπωση της μοναδικότητας.
-  Διαφήμιση δόλωμα, κράχτης ή χιονοστιβάδα.
-  Πρόκληση για αγορά σε προκαθορισμένη τιμή και στη συνέχεια άρνηση επίδειξης του διαφημιζόμενου προϊόντος (bait and switch).
-  Δωρεάν προϊόν χωρίς επιβάρυνση ή με αντίστοιχη διατύπωση, ισχυρισμοί για διεξαγωγή διαγωνισμού χωρίς τη χορήγηση των δώρων.
-  Ως προς τη διαθεσιμότητα του προϊόντος ότι αυτό θα είναι διαθέσιμο ή θα διατίθεται μόνον υπό ειδικούς όρους.

-  Πλάνη ως προς τα διακριτικά γνωρίσματα ή τις ιδιότητες του προμηθευτή.
-  Δημιουργία σύγχυσης ως προς τον κατασκευαστή.
-  Ισχυρισμός ή φημολογία περί παύσης της δραστηριότητας ή μετακόμισης.
-  Παροχή υπηρεσιών μετά τη πώληση σε γλώσσα που δεν είναι η επίσημη γλώσσα του κράτους της έδρας του πωλητή.
-  Δημιουργία ψευδών εντυπώσεων ότι οι μετά την πώληση υπηρεσίες διατίθενται σε κράτος μέλος άλλο από αυτό στο οποίο πωλείται το προϊόν.
-  Ψευδείς δηλώσεις όσον αφορά στους κώδικες δεοντολογίας.
-  Προσθήκη στο υλικό marketing παραστατικού με το οποίο ζητείται η πληρωμή του προϊόντος, ώστε να δημιουργείται η εντύπωση ότι έχει ήδη παραγγελθεί το προϊόν.
-  Η εντύπωση στον καταναλωτή ότι δεν μπορεί να εγκαταλείψει τον χώρο έως ότου συναφθεί η σύμβαση.
-  Προσωπικές επισκέψεις στο σπίτι του καταναλωτή παρά το αίτημα του τελευταίου για αποχώρηση.
-  Πιεστική πρόσκληση προς τα παιδιά να αγοράσουν ή να πείσουν τους γονείς τους ή άλλα ενήλικα άτομα να τους αγοράσουν διαφημιζόμενα προϊόντα.
-  Προτροπή των καταναλωτών από την μη άσκηση των νομίμων δικαιωμάτων τους.
-  Απαίτηση της άμεσης ή μεταγενέστερης πληρωμής του προμηθευτή για προϊόντα τα οποία δεν έχουν παραγγελθεί από τον καταναλωτή.
-  Ενημέρωση ότι αν δεν αγοράσει το προϊόν ή δεν αποδεχθεί την υπηρεσία τίθεται σε κίνδυνο το επάγγελμα ή η ζωή του προμηθευτή.
-  Δημιουργία εντύπωσης ότι έχει ήδη κερδίσει ή πρόκειται να κερδίσει ή αν προβεί σε συγκεκριμένη ενέργεια θα κερδίσει κάποιο όφελος.

## **ΑΠ 2273/2014 (Τμήμα Α2 - Πολιτικό)**

Το Δικαστήριο κατέληξε ότι, όπως προβλέπεται από τα άρθρα 9 § 1, 3, συνδυαζόμενο με το άρθρο 8§8, ως ισχύει, του ν. 2251/1991, απαγορεύεται η παραπλανητική διαφήμιση προϊόντων, όχι μόνο προς προστασία των καταναλωτών, αλλά ακόμη και για την προστασία μιας ομοιοεπάγγελματης επιχείρησης, η οποία θίγεται και βλάπτεται στα συμφέροντά της, από αντίστοιχη επιχείρηση, η οποία την ανταγωνίζεται και ανήκει στον ίδιο κλάδο κατασκευής (παραγωγής) και εμπορίας όμοιων προϊόντων. Μάλιστα δε όταν, η προέλευση (κατασκευή και προαγωγή) αυτών των παραγομένων και εμπορευομένων προϊόντων, αποδίδεται, σύμφωνα με τις ειδικότερες διαφημιστικές, προς το αγοραστικό και καταναλωτικό κοινό, πράξεις και ενέργειες, ψευδώς και κατά παραπλάνηση των καταναλωτών, (ότι, δήθεν προέρχεται από την άλλη επιχείρηση, που, με τον τρόπο αυτό, όχι μόνο οι καταναλωτές, μπορούν να προστατευτούν, για το λόγο αυτό, αλλά επίσης προστασία παρέχεται και στη θιγόμενη, επιχείρηση, που, ωσαύτως, βλάπτεται και γι' αυτό έχει άμεσο συμφέρον να ζητήσει την απαγόρευση της παραπλανητικής διαφήμισης, για τα ίδια ή τα όμοια προϊόντα,) πολύ δε περισσότερο, που με τη συγκεκριμένη διαφήμιση δηλώνεται, επιπρόσθετα, πως τα συγκεκριμένα προϊόντα προέρχονται από την επιχείρηση, η οποία βλάπτεται από τις ενέργειες αυτές.

Δείτε [εδώ](#) την απόφαση

## **Vodafone Omnitel (C-55/17)**

Το Δικαστήριο κατέληξε ότι συμπεριφορές συνιστούν «παροχή μη παραγγελθέντων» και επομένως, σύμφωνα με την οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, αθέμιτη και ειδικότερα, επιθετική πρακτική υπό οποιεσδήποτε περιστάσεις. Συγκεκριμένα το Δικαστήριο έκρινε ότι η ζήτηση ορισμένης υπηρεσίας πρέπει να αποτελεί ελεύθερη επιλογή εκ μέρους του καταναλωτή. Επομένως, εφόσον ο καταναλωτής δεν έχει λάβει πληροφορίες, ούτε σχετικά με το κόστος των υπηρεσιών ούτε όσον αφορά αυτή καθ' αυτήν την προεγκατάσταση και εκ των προτέρων ενεργοποίησή τους (εν προκειμένω σε αγορασθείσα κάρτα SIM) δεν μπορεί να γίνει δεκτό ότι έχει επιλέξει ελεύθερα την παροχή των υπηρεσιών αυτών. Άνευ σημασίας στο πλαίσιο αυτό είναι το γεγονός ότι, σε ορισμένες περιπτώσεις, η χρήση των υπηρεσιών απαιτούσε μια ενσυνείδητη ενέργεια εκ μέρους του καταναλωτή. Ομοίως, άνευ σημασίας είναι το γεγονός ότι ο καταναλωτής είχε τη δυνατότητα να ζητήσει ή να προβεί ο ίδιος στην απενεργοποίηση των υπηρεσιών αυτών, δεδομένου ότι δεν είχε προηγουμένως ενημερωθεί για την ύπαρξή τους.

Δείτε [εδώ](#) την απόφαση



Παρακάτω παρατίθενται ορισμένα βασικά σημεία αναγνώρισης και μείωσης του πιθανού κινδύνου να υποπέσει μια επιχείρηση σε παραβάσεις του δικαίου του ανταγωνισμού, καθώς και βασικά βήματα για την διαμόρφωση ενός αποτελεσματικού προγράμματος συμμόρφωσης.

## 1. Γενική υποχρέωση για συμμόρφωση

Η άγνοια του νόμου δεν αποτελεί ελαφρυντικό επιχείρημα για τις επιχειρήσεις και η ευθύνη για τη συμμόρφωση με τη σχετική νομοθεσία ανήκει πρωταρχικά σε όσους οφείλουν να την εφαρμόζουν. Διαμορφώστε το πρόγραμμα συμμόρφωσης της επιχείρησής σας αναλόγως του μεγέθους της και των μεριδίων αγοράς στις προϊοντικές κατηγορίες στις οποίες δραστηριοποιείται, της σχετικής αγοράς, της ανάλυσης του πιθανού κινδύνου να εμπλακεί η επιχείρηση σε ενδεχόμενες παραβάσεις των κανόνων του ανταγωνισμού, καθώς και με κατανομή διαθέσιμων πόρων για την αναζήτηση νομικών συμβουλών σε θέματα ανταγωνισμού.

## 2. Ποιους αφορά η υποχρέωση συμμόρφωσης

Αφορά άμεσα όλες τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στη χώρα μας, τα διευθυντικά τους στελέχη που χαράζουν την εμπορική στρατηγική των εταιριών τους, αλλά και όλο το προσωπικό που θα κληθεί να εφαρμόσει αυτή τη στρατηγική.

## 3. Οι κίνδυνοι από τη μη συμμόρφωση. Τι πρέπει να γνωρίζετε:

**! Υψηλά πρόστιμα στις επιχειρήσεις** - Τα πρόστιμα από την μη συμμόρφωση μπορούν να φτάσουν ακόμη και στο 10% του συνολικού κύκλου εργασιών μιας επιχείρησης.

**! Κυρώσεις σε φυσικά πρόσωπα** - Εκτός από την επιβολή προστίμων σε επιχειρήσεις, η ελληνική νομοθεσία προβλέπει τη δυνατότητα επιβολής προστίμων και στα φυσικά πρόσωπα που άλλων υπαλλήλων των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων.

**! Ακυρότητα των συμφωνιών που θα κριθούν παράνομες** - Οι συμφωνίες που θα κριθεί ότι δεν συμμορφώνονται με τους κανόνες του ανταγωνισμού είναι αυτομάτως άκυρες και ως εκ τούτου η εκτέλεσή τους από τα εμπλεκόμενα μέρη δεν μπορεί να επιβληθεί από τα δικαστήρια. Αυτό παράνομη συμφωνία. Οι αρνητικές επιπτώσεις για τις επιχειρηματικές δραστηριότητες μπορεί να είναι σημαντικές.

**! Αγωγές αποζημίωσης** - Εάν παράβαση των κανόνων ανταγωνισμού προκαλεί ή έχει προκαλέσει ζημιά σε ένα τρίτο μέρος (ανταγωνιστή, πελάτη, καταναλωτή κ.λπ.), το ζημιωθέν μέρος μπορεί να υποβάλει αγωγή αποζημίωσης στα αστικά δικαστήρια, με την οποία θα ζητά αποζημίωση κατά των επιχειρήσεων, η παράνομη συμπεριφορά των οποίων το ζημίωσε.

**! Αρνητική δημοσιότητα και πλήγμα σε εταιρική φήμη** - Οι αποφάσεις της Επιτροπής είναι δημόσια διαθέσιμες και κάθε φορά που διαπιστώνεται παράβαση της νομοθεσίας για τον ελεύθερο ανταγωνισμό και επιβάλλεται πρόστιμο σε επιχειρήσεις εκδίδεται δελτίο τύπου από την Επιτροπή Ανταγωνισμού. Η συνακόλουθη κάλυψη της επικαιρότητας από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ενδέχεται να έχει σοβαρά επιβλαβείς επιπτώσεις στη φήμη των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων, έναντι των πελατών και καταναλωτών τους.

## 4. Τα οφέλη από τη συμμόρφωση

Η συμμόρφωση με τους κανόνες του ανταγωνισμού προσφέρει πολλαπλά οφέλη. Εκτός από την αποφυγή των κινδύνων που προκύπτουν από τη μη συμμόρφωση, όταν ακολουθούμε τους κανόνες τους υγιούς ανταγωνισμού ενισχύεται η καλή φήμη της επιχείρησής σας και η βιώσιμη και υγιής ανάπτυξή της. Η καλή εταιρική φήμη της επιχείρησής σας ενισχύει την φήμη των προϊόντων ή υπηρεσιών που παράγετε ή προωθείτε σε πελάτες και καταναλωτές, και δημιουργεί τις προϋποθέσεις για ένα υγιές ανταγωνιστικό περιβάλλον, με έμφαση στον υγιή ανταγωνισμό, με αποφυγή στρεβλώσεων και εξαρτήσεων (είτε των πελατών από τους προμηθευτές είτε των προμηθευτών από τους πελάτες) προς όφελος της καινοτομίας, της υγιούς επιχειρηματικότητας και του τελικού καταναλωτή. Η δημιουργία κουλτούρας συμμόρφωσης ωφελεί πολλαπλά την επιχείρησή σας, τόσο μέσω της δυνατότητας προσέλκυσης των καλύτερων στελεχών και επαγγελματιών από την αγορά εργασίας για να στελεχώσουν το εργατικό της δυναμικό, το σημαντικότερο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τις περισσότερες επιχειρήσεις, όσο και μέσω της ανάπτυξης και διατήρησης ενός θετικού εργασιακού περιβάλλοντος, όπου οι εργαζόμενοι θα νοιώθουν περήφανοι για την εταιρεία στην οποία εργάζονται και τη συνδρομή της στην υγιή επιχειρηματικότητα και την βιώσιμη ανάπτυξη της αγοράς.

## 5. Πώς διαμορφώνεται και εφαρμόζεται μια αποτελεσματική στρατηγική συμμόρφωσης με το Δίκαιο του Ανταγωνισμού

**Βήμα 1ο: Εκτίμηση του κινδύνου παραβίασης της νομοθεσίας για τον ανταγωνισμό και της πιθανής έκθεσης της επιχείρησής μας σε αυτόν** - Μια επιτυχής στρατηγική συμμόρφωσης πρέπει να βασίζεται σε ανάλυση και εκτίμηση των τομέων στους οποίους η επιχείρησή μας διατρέχει τον μεγαλύτερο κίνδυνο να παραβεί τους εθνικούς ή ενωσιακούς κανόνες ανταγωνισμού. Οι τομείς αυτοί θα εξαρτηθούν από διάφορους παράγοντες, όπως:

- ! Ο κλάδος επιχειρηματικής δραστηριότητας της επιχείρησής σας και αν υπάρχει προηγούμενο παραβάσεων του δικαίου ανταγωνισμού στον κλάδο αυτό ή σε σχετική γεωγραφική αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών στον κλάδο αυτό.
- ! Η συχνότητα και το είδος των επαφών της επιχείρησής μας με τους ανταγωνιστές της. Για παράδειγμα, κατά τη διάρκεια συναντήσεων σε κλαδικές ομοσπονδίες ή εμπορικές ενώσεις, αλλά και ενδεχομένως κατά τις συνήθεις εμπορικές συναλλαγές.
- ! Τα χαρακτηριστικά της αγοράς, όπως για παράδειγμα πόσες επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στην σχετική αγορά, ποια είναι τα μερίδια αγοράς που κατέχει η επιχείρησή σας και οι ανταγωνιστές της στην σχετική αγορά, ή εάν υπάρχουν γενικοί φραγμοί εισόδου άλλων επιχειρήσεων στην αγορά αυτή. Διαφορετικά προληπτικά μέτρα θα πρέπει να λάβετε αν, από την ανάλυση και εκτίμηση του κινδύνου, η επιχείρησή σας πρέπει να προσέχει ζητήματα που αφορούν την πιθανή κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης και άλλα αν ο κίνδυνος προκύπτει από την πιθανότητα σχηματισμού ενδεχόμενων απαγορευμένων συμπράξεων.

## **Βήμα 2ο : Η στρατηγική συμμόρφωσης θα πρέπει να είναι απόλυτα κατανοητή**

Προκειμένου να υπάρχει πραγματική συμμόρφωση με τους κανόνες, είναι σημαντικό να υπάρχει ξεκάθαρη και εγγράφως καταγεγραμμένη στρατηγική συμμόρφωσης καθώς και εσωτερικές πολιτικές συμμόρφωσης με τη νομοθεσία για τον ανταγωνισμό. Η στρατηγική και η εσωτερική αυτή πολιτική καλό είναι να περιλαμβάνουν μια γενική περιγραφή της σχετικής νομοθεσίας για τον ανταγωνισμό και τους σκοπούς της, να εξηγούν τον τρόπο με τον οποίο η νομοθεσία αυτή εφαρμόζεται και να υπογραμμίζουν τους κινδύνους από τη μη συμμόρφωση. Με τον τρόπο αυτό, το προσωπικό θα κατανοεί καλύτερα τον λόγο ύπαρξης της στρατηγικής τήρησης της νομοθεσίας καθώς και τη σημασία της. Καλό θα είναι να παρέχονται κατευθυντήριες γραμμές αναλόγως με τους επιμέρους τομείς που η κάθε επιχείρηση έχει εντοπίσει ως περιοχές κινδύνου για αυτήν. Τα μέλη του προσωπικού, τα οποία, λόγω των ειδικών τομέων ευθύνης τους, είναι ιδιαίτερα εκτεθειμένα (για παράδειγμα, οι υπάλληλοι οι οποίοι έρχονται συχνά σε επαφή με τους ανταγωνιστές στην αγορά, ως μέρος της δουλειάς τους, ή μέσω εμπορικών ενώσεων) πρέπει να λαμβάνουν τακτική εκπαίδευση ώστε να έχουν ιδιαίτερη κατανόηση των κινδύνων από τη μη συμμόρφωση.

## **Βήμα 3ο: Δέσμευση από την κορυφή**

Κάθε αξιόπιστο πρόγραμμα συμμόρφωσης βασίζεται και υποστηρίζεται από πολιτική συμμόρφωσης «από την κορυφή προς τα κάτω». Η ορατή και συνεπής δέσμευση των ανώτερων διοικητικών στελεχών στη στρατηγική συμμόρφωσης της επιχείρησης με τη νομοθεσία ανταγωνισμού είναι ουσιώδης παράγοντας για τη δημιουργία μίας αποτελεσματικής στρατηγικής και πολιτικής συμμόρφωσης.

## **Βήμα 4ο: Εκπαίδευση στη νομοθεσία και στην εσωτερική πολιτική για τον ανταγωνισμό**

Τα συνοδευτικά μέτρα που μπορούν να λάβουν οι επιχειρήσεις για να διασφαλίζουν ότι το προσωπικό τους τηρεί την υιοθετηθείσα στρατηγική και πολιτική συμμόρφωσης με τη νομοθεσία του ανταγωνισμού καλό είναι να περιλαμβάνουν τα ακόλουθα:



Να ζητείται από το προσωπικό να αναγνωρίζει γραπτώς ότι έχει λάβει γνώση της νομοθεσίας και της εσωτερικής πολιτικής της εταιρείας για τον ανταγωνισμό καθώς και ότι έχει παρακολουθήσει τις σχετικές εκπαιδεύσεις. Αυτή η μορφή ρητής αναγνώρισης βοηθά το προσωπικό να ευαισθητοποιηθεί περισσότερο στην ιδέα ότι η τήρηση της νομοθεσίας αφορά τον καθένα χωριστά και όλους μαζί.



Να προβλέπονται αυστηρές κυρώσεις για καταπάτηση των εσωτερικών κανόνων συμμόρφωσης με την πολιτική για τον ανταγωνισμό και κατ' επέκταση και τη σχετική νομοθεσία. Η επιβολή των κυρώσεων αυτών θα πρέπει να συνάδουν με το εργατικό δίκαιο και να ελέγχονται προηγουμένως από τους νομικούς συμβούλους των εταιριών.

## **6. Μηχανισμοί ανώνυμης αναφοράς πιθανών παραβάσεων (Whistleblowing /speak-up)**

Βασικό χαρακτηριστικό μιας επιτυχούς στρατηγικής συμμόρφωσης είναι η ένταξη σε αυτή μηχανισμών αναφοράς ενδεχόμενων παραβάσεων της νομοθεσίας και της πολιτικής της επιχείρησης για το δίκαιο του ανταγωνισμού. Το προσωπικό πρέπει να γνωρίζει και με ποιον και πώς να έρθει σε επαφή αν προκύψουν συγκεκριμένες καταστάσεις που θεωρεί ότι ενδέχεται να συνιστούν παραβάσεις της σχετικής νομοθεσίας. Αν ένα μέλος του προσωπικού ή της διεύθυνσης ανακαλύπτει μία παράβαση ή ακόμη και αν έχει σχετικές υπόνοιες, η επιχείρηση θα πρέπει να παρέχει συγκεκριμένη καθοδήγηση για το πώς να δηλωθούν οι υπόνοιες αυτές. Ένα περιβάλλον που ενθαρρύνει το προσωπικό να «μιλήσει ανοιχτά» όταν έρχεται αντιμέτωπο με αμφίβολες καταστάσεις έχει αποφασιστική σημασία για την αποτελεσματικότητα της στρατηγικής συμμόρφωσης. Οι μηχανισμοί αναφοράς whistleblowing / speak up λειτουργούν αποτελεσματικότερα όταν περιλαμβάνουν κανόνες που διασφαλίζουν την ανωνυμία του καταγγέλλοντος, και το ότι δεν θα υπάρξουν αντίποινα λόγω της καταγγελίας που θα υποβάλει.

## 7. Εξειδικευμένοι σύμβουλοι, συνεχής ενημέρωση και κεντρικό σημείο επαφής για παροχή συμβουλών



Για την εκπόνηση ενός αποτελεσματικού προγράμματος συμμόρφωσης και ιδίως για την σωστή ανάλυση και εκτίμηση των κινδύνων για την επιχείρησή σας από ενδεχόμενες παραβάσεις του δικαίου του ανταγωνισμού, χρειάζεται εκτενή και στενή συνεργασία των εμπορικών κατ' εξοχήν τμημάτων της επιχείρησής σας με τους δικηγόρους που την συνδράμουν σε θέματα δικαίου ανταγωνισμού. Αν η επιχείρησή σας διαθέτει εσωτερικό νομικό τμήμα, θα πρέπει οι δικηγόροι του τμήματος αυτού να συνεργάζονται στενά με τους εξωτερικούς δικηγόρους εξειδικευμένους στο δίκαιο του ανταγωνισμού, και να εξοικειωθούν και οι ίδιοι σταδιακά με τους βασικούς τομείς προβληματικής του δικαίου ανταγωνισμού και το πώς θα συνδράμουν την επιχείρησή σας με τον καλύτερο δυνατό τρόπο.



Η εσωτερική πολιτική για τον ανταγωνισμό θα πρέπει να αναθεωρείται και να επικαιροποιείται τακτικά, αναλόγως με τις εξελίξεις στη νομοθεσία ή και στην ερμηνεία της από αποφάσεις της Επιτροπής Ανταγωνισμού. Θα πρέπει επίσης να προβλέπεται ένα κεντρικό σημείο επαφής, που συνήθως είναι ο Νομικός Σύμβουλος της επιχείρησης, από το οποίο μπορεί το προσωπικό να ζητά συμβουλές σε περίπτωση αμφιβολιών ή ερωτήσεων. Σε περίπτωση που δεν υπάρχει Νομικός Σύμβουλος, τότε τα διευθυντικά στελέχη θα πρέπει να συμβουλευούνται εξειδικευμένους εξωτερικούς νομικούς συμβούλους.



Επικαιροποιημένες εκδοχές της γραπτής πολιτικής συμμόρφωσης πρέπει να είναι εύκολα διαθέσιμες στο προσωπικό και να διασφαλίζεται με τακτικές εκπαιδεύσεις και ενημερώσεις ότι τα μέλη του προσωπικού, με έμφαση στα διοικητικά στελέχη, ενημερώνονται για τις νέες εξελίξεις.

## 8. Παρακολούθηση και έλεγχος εφαρμογής του προγράμματος συμμόρφωσης

Η εκ των έσω προληπτική παρακολούθηση και ο έλεγχος τήρησης της πολιτικής συμμόρφωσης αποτελούν ιδιαίτερα σημαντικά εργαλεία για να υποστηριχτεί η εσωτερική αξιοπιστία της στρατηγικής συμμόρφωσης.

## 9. Κρινόμαστε από την αποτελεσματικότητα του προγράμματος συμμόρφωσης

Κάθε προσπάθεια που καταβάλλει μία επιχείρηση για να διασφαλίσει τη συμμόρφωσή της με τους κανόνες ανταγωνισμού είναι προς τη σωστή κατεύθυνση και είθισται να αναγνωρίζεται με θετικό πρόσημο από τις αρχές ανταγωνισμού. Το κρίσιμο στοιχείο είναι ωστόσο αν οι κανόνες του νόμου πράγματι εφαρμόζονται από την επιχείρηση ή όχι.

## 10. Τι πρέπει να γίνει αν η στρατηγική συμμόρφωσης αποτύχει:



**Άρση της παράβασης το συντομότερο δυνατό** - Σε μία τέτοια περίπτωση, η επιχείρηση θα πρέπει να λάβει όλα τα κατάλληλα μέτρα χωρίς χρονοτριβή, έτσι ώστε να σταματήσει εγκαίρως κάθε δυνητική παράβαση. Τούτο θα συμβάλει στον περιορισμό της ζημίας που μπορεί να προκληθεί στον ανταγωνισμό και στην ελαχιστοποίηση της έκθεσης της επιχείρησης στον κίνδυνο.



## **Συνεργασία στο πλαίσιο του προγράμματος επιείκειας και της διαδικασίας διευθέτησης και περιορισμός των ζημιών που προκαλούνται από πρακτικές συμπράξεων**

Οι εσωτερικοί μηχανισμοί ανίχνευσης κινδύνων από πιθανές παραβάσεις μπορούν να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις να επωφεληθούν από την εφαρμογή τυχόν προγραμμάτων επιείκειας, με δυνατότητα απαλλαγής από το πρόστιμο ή σημαντικής μείωσής του.

## Βασικές έννοιες του δικαίου του ανταγωνισμού

<b>Συμπράξεις «καρτελικής» φύσης</b>	<p>Συμφωνίες ή και εναρμονισμένες πρακτικές μεταξύ δύο ή περισσότερων ανταγωνιστών που αποσκοπούν στο συντονισμό της ανταγωνιστικής τους συμπεριφοράς στην αγορά. Έχουν συνήθως ως αντικείμενο τον καθορισμό των τιμών αγοράς, τον προσδιορισμό ποσοστώς παραγωγής ή πωλήσεων, την κατανομή των αγορών ή πηγών εφοδιασμού και τη χειραγώγηση διαγωνισμών.</p> <p>Θεωρούνται οι πιο σοβαρές παραβάσεις του δικαίου ανταγωνισμού και τιμωρούνται με αυστηρά πρόστιμα και κυρώσεις.</p>
<b>Εναρμονισμένη πρακτική</b>	<p>Συντονισμός μεταξύ επιχειρήσεων, ο οποίος - χωρίς να φθάνει μέχρι τη σύναψη συμφωνίας - αντικαθιστά ηθελήμενα τους κινδύνους που ενέχει ο ανταγωνισμός με την έμπρακτη συνεργασία των επιχειρήσεων, μειώνοντας έτσι την αβεβαιότητα που έχει κάθε επιχείρηση σχετικά με τη συμπεριφορά που θα υιοθετήσουν οι ανταγωνιστές της στην αγορά.</p>
<b>Κάθετες συμφωνίες ή συμπράξεις</b>	<p>Συμφωνίες που συνάπτονται μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε διαφορετικό επίπεδο της αλυσίδας παραγωγής ή διανομής, όπως συμφωνίες προμήθειας, διανομής και παραχώρησης άδειας εκμετάλλευσης.</p>
<b>Αποκλειστική Διανομή</b>	<p>Διενέργεια πωλήσεων από τον προμηθευτή αποκλειστικά σε έναν διανομέα σε συγκεκριμένη περιοχή.</p>
<b>Επιλεκτική διανομή</b>	<p>Διενέργεια πωλήσεων από τον προμηθευτή σε διανομείς επιλεγμένους κυρίως βάσει ποιοτικών κριτηρίων.</p> <p>Στο ηλεκτρονικό εμπόριο, έκφραση επιλεκτικής διανομής συνιστά η απαίτηση του προμηθευτή προς το διανομέα για λειτουργία φυσικού καταστήματος.</p>
<b>Franchise</b>	<p>Σύστημα διανομής με δικαιόχρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας και τεχνογνωσίας.</p>
<b>Δεσπόζουσα θέση</b>	<p>Θέση οικονομικής ισχύος που επιτρέπει σε μια επιχείρηση να καθορίζει τις τιμές και τους όρους του ανταγωνισμού, δρώντας ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές, τους πελάτες και τους καταναλωτές της.</p>
<b>Στρατηγικής σημασίας πληροφορίες μεταξύ ανταγωνιστών</b>	<p>Πληροφορίες οι οποίες, ανάλογα με το βαθμό εξατομίκευσης των δεδομένων που ανταλλάσσονται, τον τρόπο παρουσίασης, την παλαιότητα και τη συχνότητα της ανταλλαγής τους, επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να γνωρίζουν τη στρατηγική των ανταγωνιστών τους και οι οποίες, εάν περιέλθουν σε γνώση του ανταγωνιστή, μπορούν να αλλάξουν τη συμπεριφορά του. Αφορούν κυρίως σε τιμές, εκπτώσεις, αυξήσεις ή μειώσεις τιμών, καταλόγους πελατών, κόστος παραγωγής, επιχειρηματικά σχέδια, όρους συμμετοχής σε διαγωνισμούς, επενδύσεις, τεχνολογίες, ποσότητες, κύκλο εργασιών, πωλήσεις, αποτελέσματα κ.α.</p>
<b>Κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης</b>	<p>Μονομερής αντιανταγωνιστική συμπεριφορά που προϋποθέτει την ύπαρξη ισχύος σε μια ορισμένη αγορά και την εφαρμογή ορισμένων αντιανταγωνιστικών πρακτικών. Κατηγοριοποιείται σε εκμεταλλευτική και παρεμποδιστική κατάχρηση.</p>
<b>Εκμεταλλευτική κατάχρηση</b>	<p>Άμεση εκμετάλλευση των καταναλωτών. Χαρακτηριστικότερο παράδειγμα αποτελεί η υπερβολική τιμολόγηση.</p>
<b>Παρεμποδιστική κατάχρηση</b>	<p>Κατάχρηση τιμολογιακού ή μη χαρακτήρα που έχει ως αποτέλεσμα τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών από την αγορά επί ζημιά των καταναλωτών (π.χ. ληστρική υποτιμολόγηση, άρνηση προμήθειας κ.λπ.).</p>

<b>Κατάχρηση συλλογικής δεσπόζουσας θέσης</b>	Υιοθέτηση κοινής και σταθερής πολιτικής και έλεγχος της τήρησης της, από περισσότερες επιχειρήσεις, ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές, πελάτες και καταναλωτές τους. Εδράζεται στους ιδιαίτερους νομικούς ή οικονομικούς δεσμούς που υπάρχουν μεταξύ τους.
<b>Σχετική γεωγραφική αγορά</b>	<p>Το σύνολο των προϊόντων ή υπηρεσιών που θεωρούνται από τον καταναλωτή εναλλάξιμες ή δυνάμενες να υποκατασταθούν μεταξύ τους, λόγω των χαρακτηριστικών τους, της τιμής τους και της σκοπούμενης χρήσης τους. Για τον ορισμό της εξετάζονται α) η υποκατάσταση από την πλευρά της ζήτησης, β) η υποκατάσταση στο επίπεδο της προσφοράς και γ) ο δυνητικός ανταγωνισμός.</p> <p>Περιοχή όπου οι επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται με όρους αρκετά ομοιογενείς και διακριτούς από γειτονικές αγορές.</p>
<b>Δυνατότητα υποκατάστασης</b>	Σε περίπτωση μικρής αλλά διαρκούς αύξησης της τιμής ενός προϊόντος, η πιθανότητα να στραφούν οι αγοραστές του σε άλλα προϊόντα. Κρίνεται κυρίως με βάση το τεστ του «Υποθετικού Μονοπωλητή» (SSNIP test).
<b>Τεστ του «Υποθετικού Μονοπωλητή»/ «Small but Significant Non-transitory Increase in Price (SSNIP)» test</b>	Η πιο διαδεδομένη μέθοδος για τον προσδιορισμό της σχετικής αγοράς προϊόντων από την πλευρά της ζήτησης. Βασίζεται στην πιθανότητα, η διαρκής αύξηση κατά 5%-10% της τιμής ενός προϊόντος να οδηγήσει τους αγοραστές του να στραφούν σε άλλα προϊόντα. Αν η υποκατάσταση αυτή καθιστά μη επωφελή την αύξηση της τιμής του προϊόντος, λόγω της μείωσης των πωλήσεων που αυτή συνεπάγεται, τότε τα προϊόντα αυτά θεωρούνται εναλλάξιμα και άρα ανήκουν στην ίδια αγορά.
<b>Διαδικασία δεσμεύσεων (commitments)</b>	Διαδικασία ανάληψης δεσμεύσεων από μια επιχείρηση ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού, με στόχο την ταχύτερη και αποτελεσματικότερη παύση της παράβασης.
<b>Διαδικασία διευθέτησης διαφοράς (settlement)</b>	Διαδικασία κατά την οποία μια ελεγχόμενη επιχείρηση παραδέχεται, εκούσια και ανεπιφύλακτα, τη συμμετοχή της σε καρτέλ και την ευθύνη της από τη συμμετοχή αυτή, περιλαμβανομένου του ανώτατου ύψους του προστίμου που μπορεί να της επιβληθεί, με αντάλλαγμα τη χορήγηση μείωσης του προστίμου 15%. Εάν ευδοκιμήσει η διαδικασία διευθέτησης προβλέπεται, υπό προϋποθέσεις, εξάλειψη ή μείωση και του αξιοποίνου.
<b>Διαδικασία προγράμματος επιείκειας (leniency)</b>	Ειδικό πλαίσιο επιεικούς μεταχείρισης επιχειρήσεων και φυσικών προσώπων που συνεργάζονται με την Επιτροπή Ανταγωνισμού και συμβάλλουν στην αποκάλυψη καρτέλ. Αναλόγως του βαθμού συμβολής του αιτούντος στον εντοπισμό και απόδειξη της παράβασης (αρκεί να μην είναι ο «υποκινητής» του καρτέλ), παρέχεται, υπό προϋποθέσεις: α) είτε πλήρης απαλλαγή από την επιβολή οποιουδήποτε προστίμου (αφορά την πρώτη χρονικά επιχείρηση που συνεργάζεται και παρέχει τη μέγιστη συνδρομή), είτε β) μείωση του προστίμου έως και 50% είτε γ) εάν ευδοκιμήσει η αίτηση επιείκειας, εξάλειψη ή μείωση, υπό προϋποθέσεις και του αξιοποίνου.
<b>Αθέμιτος ανταγωνισμός</b>	Πράξη ή πρακτική που τελείται στο πλαίσιο των εμπορικών, βιομηχανικών ή γεωργικών συναλλαγών προς το σκοπό του ανταγωνισμού, η οποία εν προκειμένω αντίκειται στα χρηστά ήθη.
<b>Παραπλανητικές πράξεις</b>	Πράξεις που περιέχουν παραπλανητικά στοιχεία (εξαπάτηση ή ενδεχόμενο εξαπάτησης, πρόκληση σύγχυσης, παραβίαση νόμου) και επιδρούν στην οικονομική συμπεριφορά του καταναλωτή.
<b>Παραπλανητικές παραλείψεις</b>	Παραλείψεις οι οποίες λόγω των ουσιωδών και απαραίτητων πληροφοριών στις οποίες αφορούν, στερούν το μέσο καταναλωτή από τη δυνατότητα να λάβει αυτοβούλως απόφαση συναλλαγής καθώς και όσες παρέχουν πληροφορίες με τρόπο ακατανόητο.
<b>Επιθετικές πράξεις ή παραλείψεις</b>	Πράξεις ή παραλείψεις που έχουν επιθετικό χαρακτήρα (εισβολή στην ιδιωτική ζωή του καταναλωτή, καταναγκασμός ή και κατάχρηση της επιρροής που έχει ο πωλητής σε βάρος του καταναλωτή) και οι οποίες παραποιούν την οικονομική συμπεριφορά του καταναλωτή.



Σύγχρονες Επιχειρήσεις, Σύγχρονη Ελλάδα