

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

MARGIN SQUEEZE

ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Γεώργιος Κ. Μητρόπαπας

Διπλωματική Εργασία υποβληθείσα στο Τμήμα Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Πειραιώς ως μέρος των απαιτήσεων για την απόκτηση Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική

Πειραιάς, Ιανουάριος 2021

UNIVERSITY OF PIRAEUS
DEPARTMENT OF ECONOMICS



MASTER PROGRAM IN
ECONOMIC AND BUSINESS STRATEGY

MARGIN SQUEEZE
REGULATION & ANTITRUST POLICY

Georgios K. Mitropapas

Master Thesis submitted to the Department of Economics of the University of Piraeus in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Economic and Business Strategy

Piraeus, Greece, January 2021

Ευχαριστίες

Πρώτα από όλα θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή της διπλωματικής εργασίας μου, κύριο Γιαννέλη Δημήτριο, για την ευκαιρία που μου έδωσε να παρακολουθήσω και να ολοκληρώσω το συγκεκριμένο πρόγραμμα μεταπτυχιακών σπουδών. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω τους καλούς μου φίλους και συμφοιτητές Παπαναγιώτου Ειρήνη, Μπόρα Ζαχαρία, Γεωργίου Πάνο για την άριστη συνεργασία και την όμορφη επικοινωνία που είχαμε κατά τη διάρκεια των σπουδών μας. Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω τους γονείς μου, Κωνσταντίνο και Θεοδώρα, οι οποίοι πάντα αποτελούν στήριγμα για εμένα και σε αυτούς οφείλω σε μεγάλο βαθμό την επαγγελματική και ακαδημαϊκή μου σταδιοδρομία μέχρι σήμερα, καθώς με το παράδειγμά τους μου έδωσαν τα απαραίτητα πνευματικά και ψυχικά εφόδια να επιτύχω κάθε στόχο μου μέχρι σήμερα, στην προσπάθειά μου να γίνομαι καθημερινά μια καλύτερη εκδοχή του εαυτού μου.

Margin Squeeze και Πολιτική Ανταγωνισμού

Σημαντικοί Όροι:

Συμπίεση περιθωρίου κέρδους (Margin Squeeze)

Δεσπόζουσα θέση

Σχετική αγορά

Πρακτικές αποκλεισμού

Αντι-μονοπωλιακή Πολιτική στις ΗΠΑ

Δίκαιο του ανταγωνισμού στην ΕΕ

Πάνω (Ανάντη) αγορά / Κάτω (Κατάντη) αγορά

Περίληψη

Σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Δίκαιο περί ανταγωνισμού, δεν είναι παράνομο για μια επιχείρηση να κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά, όμως αυτές οι επιχειρήσεις έχουν μια ιδιαίτερη ευθύνη, η συμπεριφορά τους να μη διαταράσσει τον ανταγωνισμό.

Μία από τις πολλές διαφορετικές περιπτώσεις οι οποίες επηρεάζουν τον ανταγωνισμό σε μια αγορά και θεωρούνται ως κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης από μια επιχείρηση σύμφωνα με το Άρθρο 102 της Συνθήκης της Λειτουργίας της ΕΕ (ΣΛΕΕ) είναι η συμπίεση του περιθωρίου κέρδους/συμπίεση τιμών, η οποία στο εξής συχνά θα αναφέρεται απλά ως συμπίεση περιθωρίου ή με το διεθνή ορισμό της, ως Margin Squeeze (ή Price Squeeze).

Η συγκεκριμένη πρακτική μπορεί να εφαρμοστεί από κάθετα ολοκληρωμένες επιχειρήσεις οι οποίες κατέχουν δεσπόζουσα θέση σε μία ανάντη αγορά (upstream market) ή αλλιώς Σημαντική Ισχύ στην Αγορά (ΣΙΑ), ενώ παράλληλα δραστηριοποιούνται και στην κατάντη αγορά (downstream market), παρέχοντας προϊόντα ή υπηρεσίες σε τελικούς χρήστες - καταναλωτές (λιανική αγορά).

Στην πράξη, παρατηρείται όταν μια τέτοια επιχείρηση, χρεώνει τις υπηρεσίες της στην ανάντη αγορά (τιμή χονδρικής χρέωσης προϊόντος) σε τιμή που, συγκρινόμενη με την τιμή που χρεώνει στην κατάντη αγορά (τιμή λιανικής χρέωσης προϊόντος), δεν επιτρέπει ακόμη και σε έναν εξίσου αποτελεσματικό ανταγωνιστή να έχει εμπορικό κέρδος με κάποια διάρκεια έτσι ώστε να μπορεί να επιβιώσει.

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να αναλύσει και να συγκρίνει πως αντιμετωπίζεται η συμπίεση του περιθωρίου κέρδους ως κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης τόσο στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) όσο και στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (ΗΠΑ).

Margin Squeeze, Regulation and Antitrust

Keywords:

Margin Squeeze

Dominant Position

Relevant Market

Anti-trust Policy in USA

EU Competition Law

Upstream market (U-mkt) / Downstream market (D-mkt)

Abstract

It is not illegal for an undertaking to have dominant position under EU competition law but such undertakings have a special responsibility to ensure that its conduct does not distort competition.

Margin squeeze is one of the many different measures that can be construed as an abuse of an undertakings dominant position under Article 102 TFEU. Margin squeeze can be implemented by a vertically-integrated undertaking with a dominant position on the upstream level (wholesale) that supplies a key input to downstream operators (retail), and also competes on the downstream level in providing services to end users.

The dominant undertaking can abuse its position by a margin squeeze by setting its upstream operations wholesale price and its downstream operations retail price at such a level that the margin spread between these two prices will be insufficient for an equally efficient competitor to profitably trade on the downstream market.

The objective of this thesis is to analyze how margin squeeze has been assessed as an abuse of dominance not only by the EU judicature and the Commission but also by the United States Antitrust Policy.

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	4
Abstract	5
Κεφάλαιο 1: Πολιτική Ανταγωνισμού - Κατάχρηση Δεσπόζουσας Θέσης - Καταχρηστικές Πρακτικές	8
1.1 Εισαγωγή.....	8
1.2 Ο ρόλος της Πολιτικής Ανταγωνισμού.....	9
1.2.1 Πολιτική και Δίκαιο του Ανταγωνισμού στην Ε.Ε.....	11
1.2.2 Αντι-μονοπωλιακή Πολιτική στις ΗΠΑ.....	12
1.3 Η Μεθοδολογία της Πολιτικής Ανταγωνισμού.....	14
1.3.1 Ορισμός της Σχετικής Αγοράς - Σχετικής Γεωγραφικής Αγοράς.....	14
1.3.2 Η εκτίμηση της δύναμης μιας επιχείρησης στην αγορά.....	17
1.3.3 Εξέταση των επιπτώσεων της συμπεριφοράς μιας επιχείρησης στην κοινωνική ευημερία	18
1.4 Τύποι μονομερών πρακτικών αποκλεισμού.....	19
1.4.1 Πρακτικές τιμολογιακού χαρακτήρα	21
1.4.2 Πρακτικές μη-τιμολογιακού χαρακτήρα.....	22
Κεφάλαιο 2: Η πρακτική του Margin Squeeze.....	24
2.1 Ορισμός.....	24
2.2 Τύποι Margin Squeeze	26
2.3 Οικονομικές συνθήκες για margin squeeze	27
2.4 Νομικές συνθήκες για margin squeeze	29
2.5 Σχέση margin squeeze με άλλες πρακτικές αποκλεισμού.....	31
2.5.1 Margin squeeze και υπερβολική τιμολόγηση.....	31
2.5.2 Margin Squeeze και ληστρική τιμολόγηση.....	33
2.5.3 Margin Squeeze και Refusal to Deal.....	35
2.6 Essential Facilities.....	36
Κεφάλαιο 3: Νομολογία σχετικά με το margin squeeze - Σχέση Δικαίου Ανταγωνισμού και Ρύθμισης.....	40
3.1 Εξέταση υποθέσεων margin squeeze στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής	43
Υπόθεση Alcoa - 1945	43
Υπόθεση Trinko vs Verizon - 2004	44

Υπόθεση Linkline vs AT&T (Pacific Bells) - 2009.....	45
3.2 Εξέταση υποθέσεων margin squeeze στην Ευρωπαϊκή Ένωση.....	47
Υπόθεση Deutsche Telecom (DT) - 2003.....	47
Υπόθεση Telefonica - 2007.....	49
"Αναδυόμενες" υποθέσεις margin squeeze.....	50
3.3 Συγκριτική επισκόπηση Ευρωπαϊκού Δικαίου Ανταγωνισμού και Αντιμονοπωλιακής Νομοθεσίας ΗΠΑ σχετικά με την πρακτική margin squeeze.....	52
Συμπεράσματα.....	55
Βιβλιογραφία.....	57

Κεφάλαιο 1: Πολιτική Ανταγωνισμού - Κατάχρηση Δεσπόζουσας Θέσης - Καταχρηστικές Πρακτικές

1.1 Εισαγωγή

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να αναλύσει και να συγκρίνει τον τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζεται η πρακτική της συμπίεσης του περιθωρίου κέρδους (margin squeeze), ως κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης από μια επιχείρηση, τόσο στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) όσο και στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (ΗΠΑ). Η εργασία αποτελείται από τρία κύρια μέρη.

Στο πρώτο μέρος, το οποίο είναι καθαρά εισαγωγικό, θα αναλυθεί ο ρόλος της Πολιτικής Ανταγωνισμού σε διεθνές επίπεδο, τα βασικά χαρακτηριστικά της και η εξέλιξη των στόχων της με την πάροδο των ετών. Για το λόγο αυτό, πραγματοποιείται μία σύντομη ιστορική αναδρομή στην ανάπτυξη της στην ΕΕ, αλλά και στις Η.Π.Α. Στο μέρος αυτό, θεωρήθηκε αναγκαία μία περιεκτική αναφορά στη μεθοδολογία που εφαρμόζεται από τις Αρχές Ανταγωνισμού κατά την εξέταση υποθέσεων, προκειμένου να διαπιστωθεί η ύπαρξη αντι-ανταγωνιστικής συμπεριφοράς από τις επιχειρήσεις.

Στη συνέχεια, γίνεται μία αναφορά στις πρακτικές αποκλεισμού που προκύπτουν ως κατάχρηση Δεσπόζουσας Θέσης και δίνεται ένας συνοπτικός ορισμός για κάθε πρακτική. Τέλος, γίνεται μια εισαγωγή στην έννοια της πρακτικής Margin Squeeze και στο γιατί αυτή εφαρμόζεται από κάθετα ολοκληρωμένες επιχειρήσεις.

Στο δεύτερο μέρος αναλύονται εκτενέστερα τα θέματα που αφορούν την συγκεκριμένη πρακτική. Συγκεκριμένα, εξετάζονται οι τρεις μορφές τις οποίες μπορεί να πάρει το Margin Squeeze και ο τρόπος με τον οποίο κάθε τύπος της πρακτικής επιφέρει αποκλειστικά αποτελέσματα. Επίσης, αναλύεται το θεωρητικό υπόβαθρο της πρακτικής και εξετάζονται οι οικονομικές συνθήκες υπό τις οποίες η εφαρμογή της καθίσταται τόσο εφικτή, όσο και ορθολογική. Γίνεται ιδιαίτερη αναφορά στις νομικές συνθήκες που πρέπει να υφίστανται σε μία αγορά, ώστε να αναγνωριστεί από τις Αρχές Ανταγωνισμού η ύπαρξη Margin Squeeze. Δίνεται έμφαση στους λόγους για του οποίους μια κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση επιλέγει να προχωρήσει σε συμπίεση τιμών και στους παράγοντες που την επηρεάζουν, όπως η δομή των αγορών, ο ανταγωνισμός και τα χαρακτηριστικά του προϊόντος που παράγεται στην κάτω αγορά. Τέλος, γίνεται μία σύγκριση της πρακτικής Margin Squeeze με άλλες μονομερείς πρακτικές αποκλεισμού. Σκοπός της σύγκρισης αυτής, είναι να εντοπιστούν ομοιότητες και

διαφορές στο εννοιολογικό τους υπόβαθρο και να διαπιστωθεί κατά πόσο η μεθοδολογία εντοπισμού άλλων πρακτικών μπορεί να χρησιμεύσει κατά την εξέταση υποθέσεων που αφορούν την πρακτική Margin Squeeze.

Στο τρίτο μέρος, γίνεται αναφορά στην ισχύουσα νομολογία γύρω από την πρακτική του margin squeeze, τόσο μέσω της εφαρμογής ρυθμίσεων όσο και μέσω του Δικαίου του ανταγωνισμού, καθώς επίσης και στον τρόπο με τον οποίο αυτή εξελίχθηκε διαχρονικά, κυρίως μέσα από την εξέταση σχετικών υποθέσεων τόσο στην Ευρωπαϊκή Ένωση όσο και τις ΗΠΑ.

Το θέμα της εργασίας είναι αρκετά εξειδικευμένο και η βιβλιογραφία περιορισμένη. Για το λόγο αυτό, χρησιμοποιήθηκε ένας περιορισμένος αριθμός πηγών, η επιλογή των οποίων έγινε με βάση τη συνέπεια και την περιεκτικότητά τους. Επίσης επιλέχθηκαν πηγές οι οποίες ξεφεύγουν από τα συνηθισμένα πλαίσια προσέγγισης και περιλαμβάνουν ιδιαίτερα ενδιαφέρουσες και καινοτόμες αναλύσεις για το υπό εξέταση θέμα.

1.2 Ο ρόλος της Πολιτικής Ανταγωνισμού

Σύμφωνα με τις βασικές αρχές της οικονομικής θεωρίας, όταν οι αγορές λειτουργούν υπό συνθήκες τέλει ανταγωνισμού, η συνολική ευημερία σε μία οικονομία μεγιστοποιείται.

Στην περίπτωση όμως, που μία αγορά είναι ολιγοπωλιακή, παρατηρείται συγκέντρωση και οι επιχειρήσεις οι οποίες συμμετέχουν σε αυτή, κατέχουν κατά βάση υψηλά μερίδια. Με τον όρο ολιγοπώλιο, σε γενικές γραμμές αναφερόμαστε στη συμμετοχή λίγων επιχειρήσεων σε μία αγορά (συνήθως δύο). Στις αγορές αυτές, οι επιχειρήσεις εμφανίζουν Μονοπωλιακή Δύναμη (ΜΔ) και σε αυτή την περίπτωση, η Πολιτική Ανταγωνισμού και η Ρυθμιστική Πολιτική είναι ιδιαίτερα σημαντικές για την αποκατάσταση του ανταγωνισμού, την εύρυθμη λειτουργία των αγορών και την οικονομική αποτελεσματικότητα σε αυτές.

Ο ορισμός της Πολιτικής Ανταγωνισμού μπορεί να γίνει είτε σε ένα αυστηρά καθορισμένο πλαίσιο ή ακόμα και σε ευρύτερο. Οι οικονομολόγοι πολύ συχνά και ιδιαίτερα στις ΗΠΑ, ορίζουν αυτή την έννοια στενά ως «Αντι-μονοπωλιακή Πολιτική και Πολιτική για Συγχωνεύσεις Επιχειρήσεων» (Anti-trust Policy και Merger Policy). Σε μία πιο ευρεία προσέγγιση, η οποία κυρίως υιοθετείται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ο ρόλος της Πολιτικής Ανταγωνισμού περιλαμβάνει τη θέσπιση μέτρων για την απελευθέρωση των αγορών και την πολιτική κρατικών ενισχύσεων (Market Liberization Policy και State-Aid Policy). Σκοπός των δύο αυτών ειδών πολιτικής είναι η διαφύλαξη των αγορών από

στρεβλώσεις που μπορεί να προκαλέσει η ειδική μεταχείριση ορισμένων Δημόσιων Επιχειρήσεων ή Οργανισμών (συνήθως τα μέτρα αφορούν κρατικά μονοπώλια) και η απελευθέρωση των αγορών είτε μέσω ιδιωτικοποιήσεων ή απλούστερα μέσω αποκρατικοποιήσεων. Οι στρεβλώσεις που δημιουργούνται από την ειδική μεταχείριση από τις κυβερνήσεις, έχουν ιδιαίτερα αρνητικές επιπτώσεις στον ανταγωνισμό ενώ ταυτόχρονα περιορίζουν και την αποτελεσματική λειτουργία του εμπορίου μεταξύ των κρατών - μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Για το λόγο αυτό, κύριος στόχος της πολιτικής Κρατικών Ενισχύσεων είναι η εξάλειψή τους.

Στην περίπτωση που ορισμένες επιχειρήσεις προβαίνουν σε ενέργειες με στόχο την απόκτηση, εκμετάλλευση, ενίσχυση ή διευκόλυνση της χρήσης Μονοπωλιακής Δύναμης, τότε αυτές μπαίνουν στο στόχαστρο των Αρχών Πολιτικής Ανταγωνισμού καθώς οι ενέργειές τους αυτές έχουν αρνητικές επιπτώσεις όχι μόνο στον ανταγωνισμό, αλλά και στην κοινωνική ευημερία μακροπρόθεσμα. Ειδικότερα, στόχος της πολιτικής Ανταγωνισμού, είναι η εξασφάλιση του πλεονάσματος των καταναλωτών και η διάκριση αυτή είναι πολύ σημαντική, ιδιαίτερα αν ληφθεί υπόψη πως η συνολική κοινωνική ευημερία, με την ευρεία της έννοια, μπορεί να θεωρηθεί ότι δεν μειώνεται, καθώς τυχόν καταχρηστικές ενέργειες μπορεί να αντισταθμίσουν την απώλεια του πλεονάσματος του καταναλωτή, μέσω της αύξησης των κερδών των επιχειρήσεων.

Στο σημείο αυτό, θα αναφερθούμε στις ενέργειες των επιχειρήσεων που προκαλούν πλήγματα στην ομαλή λειτουργία του ανταγωνισμού και στο πλεόνασμα του καταναλωτή, και οι οποίες διαχωρίζονται στις εξής κατηγορίες:

- Πρακτικές καταχρηστικής εκμετάλλευσης Κυρίαρχης ή Δεσπόζουσας Θέσης που μία επιχείρηση κατέχει στην αγορά
- Εναρμονισμένες πρακτικές μεταξύ επιχειρήσεων
- Συγχωνεύσεις και εξαγορές μεταξύ επιχειρήσεων

Οι Αρχές Ανταγωνισμού εξετάζουν τις συνέπειες των προαναφερθέντων ενεργειών, υπό το πρίσμα της αύξησης των τιμών που μπορεί να προκληθεί εν ευθέτω χρόνω, ή της μείωσης της ποιότητας των προϊόντων. Στην παρούσα διπλωματική εργασία θα επικεντρωθούμε στην πρώτη κατηγορία ενεργειών και ιδιαίτερα στην πρακτική συμπίεσης του περιθωρίου/τιμών (margin/price squeeze). Προηγουμένως, όμως, κρίνεται σκόπιμο, να προβούμε σε μία σύντομη ιστορική αναδρομή, σχετικά με τη θεσμοθέτηση και την ανάπτυξη της Πολιτικής Ανταγωνισμού τόσο στην Ευρώπη, όσο και στις ΗΠΑ.

1.2.1 Πολιτική και Δίκαιο του Ανταγωνισμού στην Ε.Ε

Η Πολιτική Ανταγωνισμού στην Ευρωπαϊκή Ένωση εφαρμόζεται τόσο σε εθνικό, όσο και σε υπερ-εθνικό επίπεδο. Το δεύτερο παρουσιάζει μεγαλύτερο ενδιαφέρον, ιδιαίτερα αν λάβουμε υπόψη πως οι περισσότερες Ευρωπαϊκές χώρες μέχρι πρόσφατα δεν είχαν ένα κατάλληλο νομοθετικό πλαίσιο περί ανταγωνισμού.

Η έναρξη της ανάπτυξης του Δικαίου περί Ανταγωνισμού σε υπερ-εθνικό επίπεδο, εντοπίζεται στην υιοθέτηση ανταγωνιστικών μέτρων από χώρες όπως η Γαλλία, η Ιταλία και οι χώρες της Benelux (Βέλγιο, Ολλανδία, Λουξεμβούργο) το 1951, με τη υπογραφή της Συνθήκης των Παρισίων, με την οποία δημιουργήθηκε η "Ευρωπαϊκή Κοινότητα Άνθρακα και Χάλυβα" (European Coal and Steel Community - ECSC). Με την υπογραφή της συνθήκης αυτής, άρχισε η απαγόρευση εμποδίων στο εμπόριο, τη διάκριση των τιμών, καθώς και άλλων περιοριστικών πρακτικών, οι οποίες θα μπορούσαν να παρεμποδίσουν την ομαλή λειτουργία του ανταγωνισμού στις έξι χώρες που αργότερα ίδρυσαν την Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα (ΕΟΚ).

Οι κυριότεροι λόγοι που οδήγησαν στην θεσμοθέτηση της πολιτικής Ανταγωνισμού κατά τη Συνθήκη των Παρισίων ήταν δύο. Ο πρώτος, αφορά την προσπάθεια μείωσης του κινδύνου που είχε προκύψει λόγω της γερμανικής δύναμης, στην πρόσβαση των υπολοίπων ισχυρών ευρωπαϊκών χωρών σε ουσιώδεις πρώτες ύλες (εισροές), όπως ο άνθρακας και το ατσάλι. Άλλωστε η απαγόρευση της διάκρισης των τιμών, είχε σαν στόχο την εξασφάλιση ίσης πρόσβασης σε αυτές τις πρώτες ύλες. Ο δεύτερος λόγος, ήταν η εκτίμηση πως η αρχή του ελεύθερου ανταγωνισμού αποτελούσε τον μόνο ουσιαστικό τρόπο να εξασφαλιστεί η αποτελεσματική λειτουργία των αγορών, κάτι που είχε ήδη φανεί από την επιτυχία του στην οικονομία των ΗΠΑ.

Συνοπτικά, θα αναφέρουμε ότι το Άρθρο 65 της Συνθήκης των Παρισίων απαγόρευσε συμφωνίες μεταξύ των επιχειρήσεων, οι οποίες θα προκαλούσαν άμεσα ή έμμεσα περιορισμούς στην ομαλή λειτουργία του ανταγωνισμού στην Κοινή Αγορά. Το Άρθρο 66 απαγόρευσε την κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης από τις επιχειρήσεις και καθόρισε τις προϋποθέσεις για τυχόν συγχωνεύσεις μεταξύ επιχειρήσεων στον κλάδο του άνθρακα και του ατσαλιού.

Στη συνέχεια, με τη Συνθήκη περί ιδρύσεως των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (πλέον Συνθήκη Λειτουργίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης - ΣΛΕΕ) ρυθμίζονται θέματα ανταγωνισμού

με τα Άρθρα 81 έως 89 (πλέον άρθρα 101 & 102 της ΣΛΕΕ), με στόχο την εξάλειψη των διακρίσεων από το οικονομικό σύστημα.

Στις μέρες μας, η Πολιτική Ανταγωνισμού, όπως αυτή εφαρμόζεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, έχει σαν κύριο στόχο την διατήρηση της ανταγωνιστικότητας των αγορών, την προώθηση της αποτελεσματικότητας των κλάδων, την άριστη κατανομή των πόρων, την τεχνολογική πρόοδο και την ευελιξία για την προσαρμογή στο συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον. Η ύπαρξη μια ανταγωνιστικής τοπικής αγοράς, είναι ζωτικής σημασίας, εάν η Κοινότητα θέλει να είναι ανταγωνιστική στις παγκόσμιες αγορές. Ως εκ τούτου, η Κοινοτική Πολιτική Ανταγωνισμού λαμβάνει ισχυρή θέση ενάντια στα καρτέλ που καθορίζουν τις τιμές και μοιράζονται μεγάλα μερίδια των αγορών, τις καταχρήσεις δεσπόζουσας θέσης και τις αντι-ανταγωνιστικές συγχωνεύσεις. Απαγορεύει τα αδικαιολόγητα χορηγούμενα από τις κυβερνήσεις μονοπωλιακά δικαιώματα και τις ειδικές κρατικές μεταχειρίσεις οι οποίες δεν προάγουν τον μακροχρόνιο ανταγωνισμό. Μακροπρόθεσμα, αποσκοπεί στην ενοποίηση των αγορών. Μια ενιαία εσωτερική αγορά, θεωρείται ως απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη αποτελεσματικής και ανταγωνιστικής βιομηχανίας.

1.2.2 Αντι-μονοπωλιακή Πολιτική στις ΗΠΑ

Η σύγχρονη Πολιτική Ανταγωνισμού στις ΗΠΑ, έχει τις ρίζες τις στο 19ο αιώνα, όταν και άρχισαν να σχηματίζονται μονοπώλια, εξαιτίας της απελευθέρωσης των αγορών, της ανάπτυξης της κεφαλαιαγοράς και του μεγέθους των επιχειρήσεων, της εκμετάλλευσης των λεγόμενων οικονομιών κλίμακας και των τεχνολογικών καινοτομιών της εποχής.

Επιπλέον, κατά το δεύτερο μισό του 19ου αιώνα, η αστάθεια των αγορών και ο πόλεμος τιμών οδήγησε πολλές επιχειρήσεις να προχωρήσουν σε συμφωνίες μεταξύ τους (δημιουργία καρτέλ), γεγονός που προκάλεσε τη διατήρηση των τιμών σε υψηλά επίπεδα. Όπως γίνεται εύκολα αντιληπτό, τα παραπάνω είχαν αρνητικές επιπτώσεις στους καταναλωτές, στους αγρότες και στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Οι δύο τελευταίες ομάδες, εκμεταλλευόμενοι την πολιτική δύναμη που είχαν στη διάθεσή τους και τη δημόσια συμπάθεια την οποία απολάμβαναν, συνέργησαν στη δημιουργία νομοθεσίας για την διαφύλαξη των συμφερόντων τους. Έτσι, το 1890 εμφανίστηκε ο νόμος «Sherman Act» που αποτελεί ένα άρτιο παράδειγμα Αντι-μονοπωλιακής Πολιτικής. Συνοπτικά, το περιεχόμενο του «Sherman Act» προέβλεπε την επιβολή κυρώσεων (ακόμα και φυλάκιση) στις περιπτώσεις που οι επιχειρήσεις προχωρούσαν είτε σε συμφωνίες -

συμπράξεις μεταξύ τους, είτε σε προσπάθειες να μονοπωλήσουν διάφορους κλάδους του εμπορίου. Μέχρι το 1897, όταν το Ανώτατο Δικαστήριο αποφάσισε πως οι συμφωνίες σχετικά με τις τιμές ενός τραστ (σύμπραξης) 18 σιδηροδρομικών εταιριών ήταν παράνομες, η εφαρμογή του «Sherman Act» δεν ήταν ιδιαίτερα αυστηρή.

Επειδή το «Sherman Act» κάλυπτε κυρίως υποθέσεις σχετικά με τυχόν συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων για τον καθορισμό τιμών ή/και το σχηματισμό τραστ, έδινε το περιθώριο στις επιχειρήσεις να προβαίνουν σε συγχωνεύσεις προκειμένου να πετύχουν το σκοπό τους. Έτσι, το 1914 εμφανίστηκε ο νόμος «Clayton Act», ο οποίος διέκρινε την Αντι-Μονοπωλιακή Νομοθεσία έτσι ώστε αυτή να εξετάζει και περιπτώσεις τόσο συγχωνεύσεων όσο και εξαγορών, οι οποίες θα μπορούσαν να βλάψουν τον ανταγωνισμό και να λειτουργήσουν εις βάρος των καταναλωτών. Επιπλέον, το «Clayton Act», συμπεριλάμβανε πρακτικές, όπως π.χ η διάκριση τιμών, οι οποίες μείωναν την ένταση του ανταγωνισμού στην αγορά.

Τέλος, το 1914 ψηφίστηκε ένας ακόμη νόμος, γνωστός ως «Federal Trade Commission Act», με τον οποίο ρυθμίζονταν άδικες εμπορικές πρακτικές και ο οποίος συνοδεύτηκε από την ίδρυση μιας ανεξάρτητης κυβερνητικής αρχής, της «Federal Trade Commission» (FTC).

Στη συνέχεια, κατά την περίοδο του Μεσοπολέμου, όπως γίνεται εύκολα αντιληπτό, η ανάπτυξη και εφαρμογή αντι-μονοπωλιακών νομοθεσιών «πάγωσε», για να φτάσουμε στο 1940, όπου κατά την εξέταση της υπόθεσης Socony - Vacuum Oil το Ανώτατο Δικαστήριο καθιέρωσε εκ νέου την αρχή της εξ ορισμού απαγόρευσης συμφωνιών σχετικά με τον καθορισμό των τιμών. Μετά τη συγκεκριμένη υπόθεση και περίπου μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1970 ακολούθησε μία ιδιαίτερα έντονη αντι-μονοπωλιακή δραστηριότητα, η οποία αποσκοπούσε στον περιορισμό κάθε είδους δραστηριότητας η οποία θα μπορούσε να βλάψει την αύξηση του ανταγωνισμού.

Αν ανατρέξουμε στο πιο πρόσφατο παρελθόν, θα μπορούσαμε να πούμε ότι δεν διακρίνεται μια ξεκάθαρη τάση στην αντι-μονοπωλιακή πολιτική των ΗΠΑ. Λαμβάνοντας υπόψη τα μέχρι σήμερα υπάρχοντα δεδομένα και τον τρόπο με τον οποίο οι Αρχές και τα Δικαστήρια αντιμετωπίζουν τις υποθέσεις, θα λέγαμε πως αυτά κινούνται μεταξύ της λογικής του παρεμβατισμού της δεκαετίας του 1960 και του «*Laissez-faire*» (*αφήστε τα ελεύθερα*) που επικράτησε τη δεκαετία του 1980 (οικονομικό σύστημα όπου οι συναλλαγές μεταξύ ιδιωτών δεν επηρεάζονται από την κρατική παρέμβαση όπως νομοθεσίες, προνόμια, δασμολόγια ή διατιμήσεις, και επιχορηγήσεις). Σε κάθε περίπτωση, σημαντικό στοιχείο αποτελεί η ανανεωμένη πολιτική κατά των καρτέλ, η οποία απέκτησε νέα δυναμική και γίνεται έκδηλη

από ορισμένες ποινές φυλάκισης που έχουν επιβληθεί κατά την εξέταση διάφορων υποθέσεων.

1.3 Η Μεθοδολογία της Πολιτικής Ανταγωνισμού

Όπως προαναφέραμε, στο πλαίσιο της παρούσας διπλωματικής εργασίας εξετάζεται ο ρόλος της πολιτικής ανταγωνισμού σε υποθέσεις που αφορούν πρακτικές κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης από επιχειρήσεις, με αποτελέσματα περιοριστικά ή ακόμα και αποκλειστικά για τους ανταγωνιστές τους και συγκεκριμένα ο ρόλος της σε υποθέσεις στις οποίες εμφανίζεται «Margin squeeze». Για το λόγο αυτό, κρίνεται σκόπιμο να γίνει αρχικά μια σύντομη αναφορά στη μεθοδολογία την οποία εφαρμόζουν οι Αρχές ανταγωνισμού προκειμένου αρχικά να προσδιορίσουν αν μία επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά, καθώς επίσης και στα βήματα τα οποία ακολουθούνται κατά την εξέταση των υπόψη υποθέσεων.

1.3.1 Ορισμός της Σχετικής Αγοράς - Σχετικής Γεωγραφικής Αγοράς

Το σημαντικότερο βήμα προκειμένου να διαπιστώσουν οι Αρχές Ανταγωνισμού εάν μια επιχείρηση κατέχει σημαντική ισχύ σε μια αγορά (ΣΙΑ), μέσω σωστού υπολογισμού των μεριδίων αυτής, είναι ο ορισμός της σχετικής αγοράς (ή της σχετικής γεωγραφικής αγοράς). Για να γίνει σωστά ο υπολογισμός των μεριδίων αγοράς, θα πρέπει ο ορισμός της σχετικής αγοράς (ή της σχετικής γεωγραφικής αγοράς) να είναι και σωστός και κατά το δυνατόν όσο πιο ακριβής.

Για να οριστεί η σχετική αγορά, δεν επαρκεί η συνάθροιση των προϊόντων που έχουν μεταξύ τους παρόμοιες ιδιότητες και κοινά χαρακτηριστικά, καθώς μια τέτοια καθαρά ποιοτική προσέγγιση, θα ήταν εντελώς λανθασμένη και το πιθανότερο είναι να οδηγήσει σε εσφαλμένα συμπεράσματα. Για τον ορθότερο ορισμό της σχετικής αγοράς (ή της σχετικής γεωγραφικής αγοράς), θα πρέπει να εστιάζουμε στον εντοπισμό ενός συνόλου προϊόντων (ή γεωγραφικών περιοχών αντίστοιχα) τα οποία προκαλούν "ανταγωνιστικές πιέσεις" μεταξύ τους.

Στο σημείο αυτό, θα παρουσιάσουμε συνοπτικά τη μέθοδο που χρησιμοποιείται κυρίως από τις Αρχές Ανταγωνισμού, για τον ορισμό τόσο της σχετικής αγοράς, όσο και της σχετικής γεωγραφικής αγοράς:

1.3.1.α Ορισμός της σχετικής αγοράς προϊόντος (Test υποθετικού μονοπωλητή)

Για τον ορισμό της σχετικής αγοράς ενός προϊόντος, το Υπουργείο Δικαιοσύνης των ΗΠΑ, έχει προτείνει το τεστ του υποθετικού μονοπωλητή, ή αλλιώς «SSNIP test» (Small but Significant Non-transitory Increase in Price test), το οποίο πλέον χρησιμοποιείται ευρέως από τις Αρχές Ανταγωνισμού. Το εν λόγω test, είναι ποσοτικό και εξετάζει κατά πόσο ένας υποθετικός μονοπωλητής μπορεί να αυξήσει επικερδώς την τιμή του προϊόντος του κατά 5-10%, για ένα σημαντικό χρονικό διάστημα. Στην περίπτωση που η απάντηση στην ερώτηση αυτή είναι θετική, τότε το συγκεκριμένο προϊόν στοιχειοθετεί από μόνο του μία σχετική αγορά και ο υποθετικός μονοπωλητής είναι όντως μονοπώλιο. Σε αντίθετη περίπτωση, αν η αύξηση της τιμής δεν είναι επικερδής επειδή οι καταναλωτές υποκαθιστούν το προϊόν του υποθετικού μονοπωλητή με κάποιο άλλο προϊόν, τότε το προϊόν αυτό προστίθεται στην ανάλυση και το τεστ επαναλαμβάνεται. Το σύνολο των προϊόντων που θα ικανοποιήσουν το κριτήριο του SSNIP test αποτελεί τη σχετική αγορά προϊόντος.

Το test του υποθετικού μονοπωλητή, εξετάζει τις ανταγωνιστικές πιέσεις που δέχεται ένα προϊόν από την πλευρά της υποκατάστασης ζήτησης, η οποία εξαρτάται από τους καταναλωτές. Παρ' όλα αυτά, για τον ορισμό της σχετικής αγοράς, θα πρέπει να εξετάζεται και η υποκατάσταση προσφοράς, καθώς είναι δυνατόν να υπάρχουν επιχειρήσεις που παράγουν προϊόντα τα οποία να μην είναι υποκατάστατα από πλευράς ζήτησης με εκείνο του υποθετικού μονοπωλητή, αλλά μπορεί να έχουν στη διάθεσή τους τις κατάλληλες εισροές, ώστε να παράξουν το προϊόν του άμεσα. Στην περίπτωση που η αύξηση της τιμής του προϊόντος του υποθετικού μονοπωλητή δεν είναι επικερδής λόγω της υψηλής υποκατάστασης προσφοράς που προέρχεται από ένα άλλο προϊόν, τότε τα προϊόντα αυτά συναθροίζονται στην ίδια αγορά.

Θα πρέπει να επισημάνουμε, ότι είναι ιδιαίτερα σημαντικό το επίπεδο της τιμής πάνω από το οποίο οι Αρχές ελέγχουν αν μία αύξηση 5-10% θα είναι επικερδής κατά την εφαρμογή του SSNIP test. Η τιμή αναφοράς που πρέπει να χρησιμοποιείται είναι εκείνη που ισούται με την ανταγωνιστική, δηλαδή με το οριακό κόστος παραγωγής του εν λόγω προϊόντος. Η συγκεκριμένη τιμή αναφοράς είναι σωστή για υποθέσεις στις οποίες εξετάζεται η ύπαρξη Δεσπόζουσας Θέσης.

Εάν χρησιμοποιήσουμε σαν τιμή αναφοράς το τρέχον επίπεδο της τιμής, τότε το τεστ μπορεί να οδηγήσει εσφαλμένα σε έναν ευρύτερο ορισμό της σχετικής αγοράς (Cellophane Fallacy). Η χρήση της τρέχουσας τιμής στο τεστ ως τιμή αναφοράς, έχει αξία μόνο κατά την

εξέταση περιπτώσεων συγχωνεύσεων όπου διερευνάται κατά πόσο η συγχώνευση δημιουργεί Δεσπόζουσα Θέση.

Εκτός από το test υποθετικού μονοπωλητή, υπάρχουν και ορισμένες άλλες ποσοτικές μέθοδοι εξέτασης του κατά πόσο δύο προϊόντα ανήκουν στην ίδια σχετική αγορά, οι οποίες χρησιμοποιούνται τις περισσότερες φορές συμπληρωματικά με το SSNIP test. Παραδείγματος χάριν, εξετάζεται κατά πόσο οι τιμές δύο προϊόντων έχουν διαχρονικά την ίδια τάση και στην περίπτωση που αυτό ισχύει, τα προϊόντα αυτά θεωρούμε ότι ανήκουν στην ίδια σχετική αγορά (Price Correlation Tests - Stigler and Sherwin). Η εφαρμογή τέτοιων μεθόδων όμως, απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή, δεδομένου ότι οι τιμές των προϊόντων μπορεί να επηρεάζονται από τους ίδιους παράγοντες που αφορούν την παραγωγή τους, όπως από τη διακύμανση των τιμών του πετρελαίου ή την αύξηση της φορολογίας.

Σε κάθε περίπτωση, ο ορισμός της σχετικής αγοράς θα πρέπει να γίνεται με ιδιαίτερη προσοχή, γιατί αν αυτή οριστεί πιο διευρυμένα ή ακόμα και πιο στενά από ότι θα έπρεπε, τότε τα συμπεράσματα που θα προκύψουν σχετικά με τα μερίδια των επιχειρήσεων θα είναι λανθασμένα.

1.3.1.β Ορισμός της σχετικής γεωγραφικής αγοράς

Ο ορισμός της σχετικής γεωγραφικής αγοράς, γίνεται αντίστοιχα με εκείνον της σχετικής αγοράς προϊόντος. Και σε αυτή την περίπτωση, το SSNIP test αποτελεί το βασικό εργαλείο ανάλυσης. Ενδεικτικά αναφέρουμε το παρακάτω υποθετικό παράδειγμα. Έστω ότι ένας υποθετικός μονοπωλητής στη χώρα μας παράγει μεταλλικό νερό. Αρχικά, εξετάζεται αν ο υποθετικός αυτός μονοπωλητής έχει το περιθώριο να αυξήσει επικερδώς την τιμή του μεταλλικού νερού κατά 5-10% για ένα εύλογο χρονικό διάστημα στην Ελλάδα. Σε περίπτωση που η απάντηση στην παραπάνω υπόθεση είναι θετική, τότε η Ελλάδα αποτελεί τη σχετική γεωγραφική αγορά. Σε αντίθετη περίπτωση, αν η αύξηση της τιμής δεν είναι επικερδής γιατί η ζήτηση καλύπτεται από την εισαγωγή ποσοτήτων μεταλλικού νερού από την Ιταλία, τότε η Ιταλία θα πρέπει να προστεθεί στη σχετική γεωγραφική αγορά και το test επαναλαμβάνεται έως ότου ικανοποιηθεί η αρχική μας υπόθεση.

Το 1973, οι Elzinga και Hogarty, με το test ο οποίο πήρε τα ονόματά τους (Elzinga and Hogarty test), εισήγαγαν την ιδέα της χρήσης δεδομένων σχετικά με τις εισαγωγές και τις εξαγωγές προϊόντων, για τον ορισμό της σχετικής γεωγραφικής αγοράς. Συγκεκριμένα, πρότειναν να εξετάζεται αφενός, κατά πόσο μέρος της εγχώριας κατανάλωσης προέρχεται

από εισαγωγές και αφετέρου, κατά πόσο μέρος της εγχώριας παραγωγής εξάγεται για κατανάλωση στο εξωτερικό. Η κεντρική ιδέα πίσω από το συγκεκριμένο test είναι ότι μία συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή μπορεί να οριστεί ως σχετική γεωγραφική αγορά, εφόσον ικανοποιούνται και τα δύο test, δηλαδή αν υπάρχει μικρή κίνηση του προϊόντος από και προς άλλες γεωγραφικές περιοχές. Το συγκεκριμένο test μπορεί να μας δώσει χρήσιμες πληροφορίες, αλλά τα αποτελέσματά του σε πολλές περιπτώσεις τείνουν να είναι μεροληπτικά και ως εκ τούτου θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη με ιδιαίτερη προσοχή.

Ένα τελευταίο στοιχείο που πρέπει να εξετάζεται συμπληρωματικά με το SSNIP test για τον ορισμό της σχετικής γεωγραφικής αγοράς, είναι το κόστος μεταφοράς σε σχέση με τις τιμές των προϊόντων. Ακόμη και στην περίπτωση που δύο περιοχές δεν έχουν αναπτύξει ποτέ μεταξύ τους εμπορικές συναλλαγές, αν το κόστος μεταφοράς από τη μία περιοχή στην άλλη είναι χαμηλό σε σχέση με την τιμή των προϊόντων, τότε θεωρείται πως η μία περιοχή μπορεί να δεχτεί ανταγωνιστικές πιέσεις από την άλλη. Σε αρκετές περιπτώσεις, τέτοιου είδους στοιχεία μπορεί να οδηγήσουν σε έναν αρκετά στενό ορισμό της σχετικής γεωγραφικής αγοράς. Στην αντίπερα όχθη, υπάρχουν αγορές οι οποίες ορθά ορίζονται ως παγκόσμιες, όπως για παράδειγμα οι αγορές αεροσκαφών, όπου το κόστος μεταφοράς του προϊόντος είναι πρακτικά αμελητέο σε σύγκριση με την τιμή αυτού.

1.3.2 Η εκτίμηση της δύναμης μιας επιχείρησης στην αγορά

Μετά τον ορισμό της σχετικής αγοράς, οι Αρχές Ανταγωνισμού, προβαίνουν στον καθορισμό των μεριδίων των επιχειρήσεων στη συγκεκριμένη αγορά, προκειμένου να αξιολογήσουν την δύναμη της κάθε επιχείρησης σε αυτή. Ένας σύντομος ορισμός για τη δύναμη μιας επιχείρησης στην αγορά θα λέγαμε πως είναι η δυνατότητα των επιχειρήσεων να ορίζουν για τα προϊόντα τους τιμές υψηλότερες από το οριακό κόστος των προϊόντων αυτών. Πρακτικά, απουσία δύναμης σε μία αγορά παρατηρείται μόνο σε συνθήκες τέλει ανταγωνισμού, ή στην περίπτωση ανταγωνισμού *a la Bertrand* με πόλεμο τιμών, συμμετρικές επιχειρήσεις και ομοιογενές προϊόν. Γι αυτό, στην πραγματική οικονομία στους περισσότερους κλάδους της αγοράς, είναι αναμενόμενο να λέγαμε να υπάρχει κάποιος βαθμός δύναμης αγοράς.

Στο σημείο αυτό, θα αναφερθούμε σε ένα θεωρητικό μέτρο δύναμης της αγοράς, το δείκτη Lerner, ο οποίος ορίζεται ως: $L_i = (p_i - C'_i) / p_i$, όπου p_i είναι η τιμή του προϊόντος μιας επιχείρησης και C'_i το οριακό της κόστος. Παρατηρούμε πως ο συγκεκριμένος δείκτης αυξάνεται όσο αυξάνεται το περιθώριο κέρδους (mark-up) της επιχείρησης. Παρ' όλα αυτά, η

χρήση του υπόψη δείκτη σε πραγματικές υποθέσεις εγκυμονεί προβλήματα και μπορεί να οδηγήσει σε εσφαλμένα συμπεράσματα, καθώς το οριακό κόστος αποτελεί μία θεωρητική ποσότητα και ο προσδιορισμός του στην πράξη από τις Αρχές Ανταγωνισμού είναι ιδιαίτερα δύσκολος. Εξαιτίας της δυσκολίας αυτής, μια εναλλακτική προσέγγιση βασίζεται στο γεγονός ότι ο δείκτης Lerner μιας μονοπωλιακής επιχείρησης ισοδυναμεί με το αντίστροφο της ελαστικότητας ζήτησης του προϊόντος της, δηλαδή ισχύει ότι $L_i = 1 / \epsilon_i$. Πράγματι, η ελαστικότητα ζήτησης που αντιμετωπίζει μια επιχείρηση μπορεί να υπολογιστεί άμεσα μέσω σύγχρονων οικονομετρικών μεθόδων, όπως για παράδειγμα ένα πλήρες σύστημα εξισώσεων ζήτησης του Σχεδόν Ιδανικού Συστήματος Ζήτησης, γνωστό και ως "υπόδειγμα AIDS" (Almost Ideal Demand System).

Παραδοσιακά, η δύναμη μιας επιχείρησης στην αγορά προσδιορίζεται με πιο έμμεσο τρόπο. Συγκεκριμένα, το λεγόμενο «μερίδιο στην αγορά» είναι μία από τις μεταβλητές που λαμβάνονται υπόψη κατά την εκτίμηση της δύναμης αγοράς. Ένα υψηλό μερίδιο, συνήθως συνεπάγεται και μεγάλη δύναμη αγοράς, χωρίς αυτά τα δύο να είναι πάντοτε αλληλένδετα. Για παράδειγμα, υπάρχει περίπτωση μία επιχείρηση να κατέχει υψηλό μερίδιο σε συγκεκριμένη αγορά, αλλά να μην έχει τη δυνατότητα να αυξήσει την τιμή του προϊόντος της επικερδώς για εύλογο χρονικό διάστημα, λόγω πιθανής απειλής εισόδου από άλλες επιχειρήσεις. Σε γενικές γραμμές, οι Αρχές Ανταγωνισμού ορίζουν κάποια ενδεικτικά κατώφλια (thresholds) μεριδίων. Συγκεκριμένα, μερίδιο κάτω του 40% υπονοεί συνήθως πως η επιχείρηση κατά πάσα πιθανότητα δεν κατέχει δεσπόζουσα θέση, ενώ για μερίδια άνω του 50% η επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση. Πέρα από τα μερίδια, για την εκτίμηση της δύναμης μιας επιχείρησης στην αγορά, εξετάζονται και άλλοι παράγοντες, όπως για παράδειγμα η δυνατότητα και η πιθανότητα εισόδου νέων επιχειρήσεων στην αγορά και η δύναμη των αγοραστών.

1.3.3 Εξέταση των επιπτώσεων της συμπεριφοράς μιας επιχείρησης στην κοινωνική ευημερία

Όταν ολοκληρωθεί ο σωστός ορισμός της σχετικής αγοράς και ο προσδιορισμός των μεριδίων αγοράς των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτή, σε περίπτωση που διαπιστωθεί ότι μια επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση, οι Αρχές ανταγωνισμού εξετάζουν κατά πόσο η συμπεριφορά της συγκεκριμένης επιχείρησης, συνιστά κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης της. Ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο στην υπόψη μεθοδολογία, αποτελεί η εξέταση των επιπτώσεων μιας πρακτικής, μιας συμφωνίας ή συγχώνευσης στη μείωση του

ανταγωνισμού και τη μείωση της κοινωνικής ευημερίας μακροπρόθεσμα. Εφόσον οι Αρχές ανταγωνισμού κρίνουν πως ο ανταγωνισμός και η κοινωνική ευημερία επηρεάζονται αρνητικά, τότε προχωρούν αν όχι σε απαγόρευση της συγκεκριμένης πρακτικής, τουλάχιστον στην εφαρμογή όρων και ρυθμίσεων. Παρ' όλα αυτά, εκτός από το μέγεθος του πλήγματος στην ευημερία και των ανταγωνισμό, θα πρέπει να εξετάζονται και οι πιθανές ευεργετικές επιπτώσεις της συμπεριφοράς των επιχειρήσεων στην αποτελεσματικότητα, αλλά και σε ζητήματα δημοσίου συμφέροντος.

Γίνεται εύκολα αντιληπτό, πως η εξέταση της εκάστοτε συμπεριφοράς/πρακτικής μιας επιχείρησης, γίνεται υπό το πρίσμα του είδους της συμπεριφοράς. Έτσι, στην περίπτωση που εξετάζεται μια υπόθεση συγχώνευσης, στόχος των Αρχών ανταγωνισμού, είναι να προσδιορίσουν κατά πόσο η συγχώνευση αυτή πρόκειται να ενισχύσει ή να δημιουργήσει δεσπόμενη θέση στην αγορά. Αντίστοιχα, σε περίπτωση που μια επιχείρηση κατέχει ήδη δεσπόμενη θέση, σκοπός των Αρχών είναι να εξετάσουν κατά πόσο από την συμπεριφορά της προκύπτει κατάχρησή της μέσω πρακτικών περιορισμού ή και αποκλεισμού των ανταγωνιστών της, οι οποίες σαφώς επηρεάζουν την ομαλή λειτουργία του ανταγωνισμού.

1.4 Τύποι μονομερών πρακτικών αποκλεισμού

Οι επιχειρήσεις που κατέχουν δεσπόμενη θέση σε μια αγορά, είναι πολύ πιθανό να προσπαθήσουν να κάνουν κατάχρηση της θέσης αυτής, υιοθετώντας ορισμένες πρακτικές με κύριο στόχο τον περιορισμό ή ακόμα και τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών τους. Οι συγκεκριμένες πρακτικές, αφενός βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση των υπόψη επιχειρήσεων που τις εφαρμόζουν και αφετέρου επηρεάζουν αρνητικά τον ανταγωνισμό. Οι Αρχές ανταγωνισμού δεν ασχολούνται αποκλειστικά με τις επιπτώσεις αυτών των πρακτικών στον ανταγωνισμό, αλλά κυρίως με την επίδρασή τους στη συνολική κοινωνική ευημερία και ιδιαίτερα στο πλεόνασμα των καταναλωτών. Οι κυριότερες επιπτώσεις των πρακτικών αποκλεισμού που προκύπτουν από την εκμετάλλευση της δεσπόμενης θέσης, είναι η έξοδος ανταγωνιστών από την αγορά, η αποθάρρυνση της εισόδου νέων επιχειρήσεων στην αγορά, η μείωση της έντασης του ανταγωνισμού, βλάβες στον ανταγωνισμό μιας δευτερεύουσας αγοράς λόγω αποκλεισμού στην κύρια και βλάβες στον ανταγωνισμό σε κάποια στάδια μιας κάθετης αλυσίδας παραγωγής ενός προϊόντος.

Ανάλογα με τη φύση της εφαρμογής τους, οι πρακτικές αποκλεισμού χωρίζονται σε πρακτικές τιμολογιακού χαρακτήρα και σε πρακτικές μη-τιμολογιακού χαρακτήρα. Στην

παρούσα διπλωματική εργασία, θα εξετάσουμε την πρακτική του margin squeeze, η οποία ανήκει στις πρακτικές τιμολογιακού χαρακτήρα και θα αναλυθεί περαιτέρω σε επόμενη ενότητα. Στο σημείο αυτό, κρίθηκε σκόπιμο, να γίνει μια σύντομη αναφορά στις υπόλοιπες πρακτικές αποκλεισμού.

1.4.1 Πρακτικές τιμολογιακού χαρακτήρα

- **Επιθετική τιμολόγηση (predatory pricing)**

Σαν επιθετική τιμολόγηση, ορίζεται η συμπεριφορά εκείνη κατά την οποία μια επιχείρηση ορίζει για κάποιο προϊόν της τιμή χαμηλότερη από το μέσο μεταβλητό κόστος, προκαλώντας με αυτό τον τρόπο βραχυχρόνιες ζημιές, με απώτερο στόχο να οδηγήσει τους ανταγωνιστές της στην έξοδό τους από την αγορά. Ο λόγος για τον οποίο γίνεται αυτό είναι η προσδοκία της υπόψη επιχείρησης να επανακτήσει τις βραχυχρόνιες ζημιές κάνοντας recoupment, όταν οι ανταγωνιστές της αποχωρήσουν.

Για να μπορέσει μια επιχείρηση να χαμηλώσει τις τιμές κάτω του κόστους, λειτουργώντας μονομερώς, βασική προϋπόθεση είναι να κατέχει δεσπόζουσα θέση, ενώ για να είναι ορθολογική η πρακτική της αυτή, θα πρέπει να ισχύουν ορισμένες προϋποθέσεις. Συγκεκριμένα, θα πρέπει η επιχείρηση να έχει τα κεφαλαιακά αποθέματα, που θα τις επιτρέψουν να επιβιώσει κατά το διάστημα εκείνο που παρουσιάζει ζημιές, ενώ θα πρέπει να κατέχει και πλεονάζουσα παραγωγικότητα, ώστε να μπορέσει να ανταποκριθεί στην αυξημένη ζήτηση που αναμένεται να αντιμετωπίσει μετά την έξοδο των ανταγωνιστών της. Τέλος, για να μπορεί η εν λόγω επιχείρηση να δανείζεται με ευνοϊκότερους όρους από τους ανταγωνιστές της θα πρέπει να υφίσταται ασύμμετρη πληροφόρηση στις κεφαλαιαγορές.

- **Διακριτική τιμολόγηση (price discrimination)**

Μια επιχείρηση λέμε ότι κάνει διακριτική τιμολόγηση όταν επιδιώκει να επωφεληθεί, χρεώνοντας διαφορετικές τιμές σε διαφορετικούς καταναλωτές ή διαφορετικές ομάδες καταναλωτών. Ένας πιο ακριβής ορισμός για την συγκεκριμένη πρακτική, είναι ότι μία επιχείρηση κάνει διάκριση τιμών όταν ο βαθμός των τιμών είναι διαφορετικός από το βαθμό του οριακού κόστους για δύο αγαθά που προσφέρει. Επί της ουσίας, όταν οι επιχειρήσεις υιοθετούν τη συγκεκριμένη πρακτική, μεταχειρίζονται τους πελάτες τους, είτε πρόκειται για τελικούς καταναλωτές είτε για αγοραστές ενδιάμεσων προϊόντων, με διαφορετικούς όρους. Θα λέγαμε λοιπόν ότι η συγκεκριμένη πρακτική είναι «κάθετου» χαρακτήρα.

- **Εκπτώσεις υπό προϋποθέσεις (conditional rebates)**

Οι οικονομολόγοι, κάνουν σαφή διάκριση μεταξύ των εκπτώσεων που γίνονται στο σύνολο των πωλήσεων (retroactive rebates) και των εκπτώσεων υπό προϋποθέσεις (conditional rebates) που δίνονται μόνο μετά από συγκεκριμένο όγκο πωλήσεων (στόχος). Και τα δύο είδη εκπτώσεων αποτελούν μια μορφή ανταγωνισμού σε επίπεδο τιμών. Σε ορισμένες περιπτώσεις

οι εκπτώσεις υπό προϋποθέσεις, όταν δίδονται από επιχειρήσεις οι οποίες κατέχουν δεσπόζουσα θέση, χρησιμοποιούνται ως μοχλός αποκλεισμού των ανταγωνιστών τους από την αγορά, με αποτέλεσμα να πλήττεται ο ανταγωνισμός.

Για να γίνουμε πιο ακριβείς, θα χρησιμοποιήσουμε τον ορισμό που έδωσε για τις εκπτώσεις υπό προϋποθέσεις η Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 2008: *«Μία υπό συνθήκη έκπτωση η οποία χορηγείται από μία επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση μπορεί να τις δώσει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει το “non-contestable” μέρος της ζήτησης κάθε καταναλωτή (δηλαδή την ποσότητα που ούτως η άλλως ο καταναλωτής θα προμηθευόταν από τη dominant επιχείρηση), ως μοχλό για τη μείωση της τιμής του προϊόντος στο “contestable” κομμάτι της ζήτησης (δηλαδή την ποσότητα που ο καταναλωτής θα μπορούσε να αγοράσει από κάποια άλλη επιχείρηση)»*

Στις πρακτικές τιμολογιακού χαρακτήρα, εντάσσεται και αυτή του **Margin/Price Squeeze**, η οποία αποτελεί και το κύριο θέμα της παρούσας εργασίας και θα αναλυθεί εκτενώς στο επόμενο κεφάλαιο.

1.4.2 Πρακτικές μη-τιμολογιακού χαρακτήρα

- **Άρνηση πρόσβασης (refusal to deal)**

Η λογική με την οποία η εφαρμογή της συγκεκριμένης πρακτικής μπορεί να οδηγήσει στον αποκλεισμό του ανταγωνισμού είναι απλή. Η επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση (κυρίαρχη/dominant επιχείρηση) έχει στην κατοχή της μία essential facility (ουσιώδη εισροή/υποδομή) η οποία και χρησιμοποιείται κατά την παραγωγή του προϊόντος της ή την προσφορά των υπηρεσιών της και αρνείται να παραχωρήσει στους ανταγωνιστές της την άδεια να τη χρησιμοποιήσουν. Έτσι, πολύ απλά, τους αποκλείει από την παραγωγή του συγκεκριμένου προϊόντος. Η πρακτική της άρνησης πρόσβασης σε μία ουσιώδη εισροή/υποδομή, βρίσκεται πολύ κοντά εννοιολογικά με την πρακτική του margin squeeze, ιδιαίτερα στις περιπτώσεις που η επιχείρηση είναι κάθετα οργανωμένη και στόχος της είναι να μειώσει ή ακόμα και να εξαλείψει τον ανταγωνισμό στο κατώτερο στάδιο παραγωγής ενός τελικού προϊόντος, δηλαδή στην κάτω αγορά (downstream market).

- **Tying and Bundling**

Η πρακτική αυτή, αφορά τη συνδυασμένη και συνδεδεμένη πώληση δύο ή περισσότερων προϊόντων σε μορφή «πακέτου». Υπάρχουν διάφοροι τύποι της συγκεκριμένης πρακτικής,

ανάλογα με το πόσα προϊόντα από το «πακέτο» προσφέρονται στον καταναλωτή και ξεχωριστά. Έτσι, προκύπτουν παρακάτω κατηγορίες:

- **Pure bundling:** Κανένα από τα προϊόντα του «πακέτου» δεν προσφέρεται ξεχωριστά. Τα προϊόντα πωλούνται μόνο ως μέρος του «πακέτου». Επιπλέον, προσφέρονται σε σταθερές και μόνο αναλογίες.

- **Tying:** Σε αυτή την περίπτωση, κάποια από τα αγαθά που περιλαμβάνονται στο «πακέτο» πωλούνται και ξεχωριστά (tied), ενώ κάποια άλλα είναι διαθέσιμα μόνο στο «πακέτο» (tying). Έτσι, οι καταναλωτές των δεύτερων είναι υποχρεωμένοι να αγοράσουν και τα πρώτα.

- **Mixed bundling:** Αναφέρεται στις περιπτώσεις όπου τα προϊόντα πωλούνται τόσο σε μορφή «πακέτου», όσο και το καθένα ξεχωριστά. Για να είναι ελκυστικό το πακέτο στους καταναλωτές, η τιμή του είναι χαμηλότερη από το άθροισμα των τιμών του κάθε προϊόντος όταν αυτά πωλούνται ανεξάρτητα. Η σύνδεση των προϊόντων μπορεί να είναι είτε τεχνολογική (εργοστασιακή συσκευασία), είτε να ορίζεται από συμβόλαια. Η συγκεκριμένη πρακτική μπορεί να εφαρμοστεί ως ένα εργαλείο διάκρισης τιμών με επιδράσεις ιδιαίτερα αρνητικές στον ανταγωνισμό.

- **Συμβάσεις αποκλειστικότητας (exclusive dealing)**

Η συγκεκριμένη πρακτική στηρίζεται στη λογική της σύναψης συμβολαίων/συμβάσεων με τα οποία οι επιχειρήσεις δεσμεύονται να προμηθεύονται αγαθά ή υπηρεσίες μόνο από την επιχείρηση η οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση στην πάνω αγορά (upstream market) για κάποιο συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Με τις συμβάσεις αυτές, η dominant επιχείρηση, δεσμεύοντας τους πελάτες της καταφέρνει να αποκλείσει τους ανταγωνιστές της. Τα αποτελέσματα αυτής της πρακτικής, αφενός μπορεί να είναι ευεργετικά από τη σκοπιά της αποτελεσματικότητας καθώς μπορεί να προωθήσει τις επενδύσεις σε επίπεδο λιανικής, αφετέρου δε, μπορεί να είναι και αντι-ανταγωνιστικά λόγω του αποκλεισμού των ανταγωνιστών.

Κεφάλαιο 2: Η πρακτική του Margin Squeeze

2.1 Ορισμός

Η πρακτική της συμπίεσης περιθωρίου τιμών (margin/price squeeze), εμφανίζεται όταν μία επιχείρηση λειτουργεί σε δύο ή περισσότερα επίπεδα της κάθετης αλυσίδας παραγωγής ενός προϊόντος. Με άλλα λόγια, μπορούμε να πούμε ότι υφίσταται όταν μία επιχείρηση είναι κάθετα ολοκληρωμένη. Σύμφωνα με τη μικροοικονομική θεωρία, μία επιχείρηση, επιδιώκει να οργανώνει κάθετα της δραστηριότητες της όταν οι συνθήκες καθιστούν τη στρατηγική αυτή πλέον αποτελεσματική για την ίδια την επιχείρηση από άποψη κόστους, αλλά και όταν αυτή αποδεικνύεται ευεργετική για τη συνολική ευημερία των καταναλωτών. Γίνεται εύκολα αντιληπτό, ότι η καθετοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας από μια επιχείρηση, όχι μόνο δεν αποτελεί απαραίτητα πρόβλημα, αλλά μπορεί να αποβεί ωφέλιμη και για τη συνολική ευημερία.

Όλα τα παραπάνω όμως, διαφοροποιούνται, όταν η κάθετα οργανωμένη επιχείρηση προμηθεύει το προϊόν το οποίο παράγεται σε ένα επίπεδο της παραγωγικής αλυσίδας, σε μη καθετοποιημένους ανταγωνιστές της οι οποίοι δραστηριοποιούνται σε ένα κατώτερο επίπεδο της αλυσίδας, στο οποίο βέβαια συμμετέχει και η ίδια. Στην περίπτωση αυτή, η επιχείρηση αυτή, έχει τη δυνατότητα να επηρεάσει το κόστος παραγωγής των συγκεκριμένων ανταγωνιστών σε ένα πολύ σημαντικό βαθμό. Επιπλέον, αν υποθέσουμε ότι η επιχείρηση κατέχει και δεσπύουσα θέση στην κάτω αγορά, τότε γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι ασκεί επιρροή και στην τιμή του προϊόντος που πωλείται σε αυτή. Έχει λοιπόν τη δυνατότητα να ελέγξει και να συμπίεσει συνολικά το περιθώριο κέρδους των ανταγωνιστών της, με δύο τρόπους. Είτε αυξάνοντας το κόστος παραγωγής τους, είτε μειώνοντας τα έσοδά τους.

Σύμφωνα λοιπόν, με το Άρθρο 102 της ΣΛΕΕ, μια καθετοποιημένη επιχείρηση μπορεί να καταχραστεί τη δεσπύουσα θέση που κατέχει εξασκώντας παράνομα την προαναφερθείσα δυνατότητα με σκοπό να αποκλείσει ανταγωνιστές της και να τους οδηγήσει σε έξοδο από την αγορά στην οποία δραστηριοποιούνται, ώστε να αυξήσει το μερίδιο και τη δύναμη της.

Κύρια προϋπόθεση, για την εφαρμογή της πρακτικής του margin squeeze από μια επιχείρηση, αποτελεί το γεγονός ότι αυτή, όχι μόνο είναι ηγέτιδα στην πάνω αγορά, αλλά επιπλέον παράγει μία βασική εισροή, ή κατέχει μια ουσιώδη υποδομή, οι οποίες χρησιμοποιούνται για την παραγωγή του προϊόντος της κάτω αγοράς, τόσο από την ίδια, όσο και από τους ανταγωνιστές της.

Εξασκώντας την πρακτική του margin squeeze, η επιχείρηση ακολουθεί τρεις στρατηγικές οι οποίες θα εξεταστούν αναλυτικότερα στη συνέχεια. Σύμφωνα με την πρώτη, προμηθεύει τους ανταγωνιστές της στην κάτω αγορά με την βασική εισροή σε τέτοιο επίπεδο τιμής ώστε οι τελευταίοι να μην έχουν τη δυνατότητα να πραγματοποιήσουν κέρδη στην downstream market. Σύμφωνα με τη δεύτερη, τιμολογεί επιθετικά, για κάποιο συγκεκριμένο χρονικά διάστημα, θέτει δηλαδή τιμή κάτω του κόστους στην downstream market εκμεταλλεόμενη τη δεσπόζουσα θέση της και παραμένοντας επικερδής συνολικά. Τέλος, η τρίτη στρατηγική αφορά τον συνδυασμό των παραπάνω στρατηγικών για τον περιορισμό ή ακόμα και τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών της. Σε κάθε περίπτωση, η λογική βασίζεται στη συμπίεση του περιθωρίου μεταξύ της τιμής χονδρικής και της τιμής λιανικής που θέτει η επιχείρηση.

Υποθέσεις συμπίεσης περιθωρίου κέρδους συναντώνται σπάνια μεταξύ 1960 και 2000. Κατά το διάστημα αυτό, εντοπίζονταν κυρίως σε συνδυασμό με άλλες καταχρηστικές πρακτικές κατά την εξέταση διάφορων υποθέσεων. Πρόσφατα, όμως, τόσο η Ευρωπαϊκή Επιτροπή όσο και οι Επιτροπές Ανταγωνισμού σε εθνικό επίπεδο, έχουν εξετάσει αρκετές υποθέσεις που αφορούσαν margin squeeze και έχουν λάβει αποφάσεις γι αυτές. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η υπόθεση της Deutsche Telekom, η οποία εξετάστηκε από την Επιτροπή και τα Ευρωπαϊκά Δικαστήρια και οδήγησε οικονομολόγους και νομικούς σε μακροσκελή διάλογο για τη λήψη αποφάσεων και τον καθορισμό ενός νέου θεσμικού πλαισίου για την εξέταση και αντιμετώπιση υποθέσεων margin squeeze.

Το γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια συναντάμε συχνότερα περιπτώσεις εφαρμογής της πρακτικής του margin squeeze, είναι απόρροια της απελευθέρωσης αρκετών αγορών οι οποίες παλαιότερα λειτουργούσαν ως μονοπώλια, όπως αυτές των τηλεπικοινωνιών, του ηλεκτρισμού, του φυσικού αερίου και του νερού. Σε αυτές τις περιπτώσεις η επικερδής λειτουργία νέων ανταγωνιστών εξαρτάται άμεσα από την πρόσβασή τους με ευνοϊκούς όρους σε βασικές εισροές ή ουσιώδεις υποδομές που κατέχουν οι ήδη υπάρχουσες κυρίαρχες επιχειρήσεις των εν λόγω κλάδων.

Αρκετοί είναι αυτοί που υποστηρίζουν πως η περαιτέρω ανάπτυξη των νέων επιχειρήσεων - ανταγωνιστών, περιορίζεται ή και αποκλείεται από τις πρακτικές συμπίεσης περιθωρίου και για το λόγο αυτό η πολιτική ανταγωνισμού εξετάζει την πρακτική του margin squeeze υπό το πρίσμα της επίδρασής της τόσο στην ανταγωνιστικότητα των κλάδων όσο και στη συνολική ευημερία των καταναλωτών.

2.2 Τύποι Margin Squeeze

Η πρακτική του margin squeeze μπορεί να εφαρμοστεί από τις επιχειρήσεις με αποτελέσματα ληστρικά ή ακόμα και αποκλειστικά στις πιο ακραίες του μορφές, όπως αυτή της άρνησης πρόσβασης (refusal to deal). Όπως έχει ήδη αναφερθεί, το margin squeeze εφαρμόζεται από κάθετα οργανωμένες επιχειρήσεις οι οποίες κατέχουν δεσπόζουσα θέση στην πάνω αγορά, με σκοπό να μην επιτρέψουν στους ανταγωνιστές τους στην κάτω αγορά να έχουν ένα βιώσιμο περιθώριο κέρδους. Η εν λόγω στρατηγική λοιπόν, στηρίζεται κυρίως στην αύξηση του κόστους του ανταγωνιστή ή/και τη μείωση των εσόδων του και επιτυγχάνεται είτε θέτοντας υψηλή τιμή για μία βασική εισροή ή ουσιώδη υποδομή, την οποία μόνο η κυρίαρχη επιχείρηση της πάνω αγοράς είναι σε θέση να προμηθεύσει, ή/και θέτοντας ληστρική τιμή (predatory pricing) στο προϊόν της κάτω αγοράς.

Σε κάθε μία από τις παραπάνω περιπτώσεις, η πρακτική αυτή, δεν επιτρέπει σε έναν εξίσου αποτελεσματικό ανταγωνιστή (equally efficient competitor) στην κάτω αγορά να επιτύχει ουσιαστικό κέρδος. Αυτό, έχει σαν αποτέλεσμα την έξοδο όλων ή κάποιων ανταγωνιστών από την αγορά ή την παραμονή τους σε αυτή σε πολύ οριακά επίπεδα και με εντελώς αποδυναμωμένο τον ανταγωνισμό.

Στο σημείο αυτό κρίνεται σκόπιμο να αναλυθούν οι διαφορετικοί τύποι margin squeeze.

1. Σύμφωνα με τον **πρώτο τύπο**, το περιθώριο μεταξύ της τιμής χονδρικής της εισροής και της τιμής λιανικής του τελικού προϊόντος συμπίεζεται (μειώνεται), είτε αυξάνοντας την τιμή της βασικής εισροής ή την τιμή πρόσβασης σε μία ουσιώδη υποδομή (essential facility). Ουσιαστικά, με τον τρόπο αυτό, αυξάνεται το κόστος παραγωγής των ανταγωνιστών. Είναι προφανές, ότι για την ίδια την κυρίαρχη (dominant) επιχείρηση η οποία και εφαρμόζει την πρακτική, το κόστος απόκτησης της βασικής εισροής στην downstream παραγωγή είναι το οριακό κόστος παραγωγής της στο upstream επίπεδο. Σε μία πιο ακραία μορφή μπορεί να υπάρξει άρνηση πρόσβασης στην ουσιώδη υποδομή (essential facility) ή άρνηση πώλησης της βασικής εισροής (refusal to deal). Σε αυτή την περίπτωση έχουμε αυτόματα αποκλεισμό των ανταγωνιστών από την κάτω αγορά (κάθετος αποκλεισμός).

2. Ο **δεύτερος τύπος** margin squeeze έχει αρκετές ομοιότητες με την πρακτική της επιθετικής ή ληστρικής τιμολόγησης (predatory pricing). Στην περίπτωση αυτή η επιχείρηση που την εφαρμόζει, μειώνει την τιμή πώλησης του προϊόντος της στην κάτω αγορά (τιμή λιανικής). Οι ανταγωνιστές της, προκειμένου να μην χάσουν σε μεγάλο βαθμό τα μερίδια τους στην αγορά, θα ακολουθήσουν μειώνοντας και εκείνοι την τιμή του προϊόντος τους.

Ουσιαστικά, η επιχείρηση που κάνει κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης της, τιμολογεί κάτω του κόστους στη κάτω αγορά, συμπιέζοντας έτσι τους ανταγωνιστές της, με στόχο να τους οδηγήσει σε έξοδο από αυτή.

3. Ο τρίτος τύπος margin squeeze που θα εξετάσουμε, αφορά σε margin/price squeeze με τελικό αποτέλεσμα την έξοδο ανταγωνιστών από την αγορά (foreclosure). Έστω λοιπόν, ότι η πάνω αγορά στην περίπτωση αυτή, δεν είναι μονοπώλιο αλλά είναι ολιγοπωλιακή (για το παράδειγμά μας 3 επιχειρήσεις στην upstream αγορά, οι U1, U2 και U3 οι οποίες παράγουν τη βασική εισροή για την κάτω αγορά). Στην κάτω αγορά δυνητικά υπάρχει ανταγωνισμός ο οποίος όμως δεν είναι ισχυρός και η D1 είναι η dominant επιχείρηση [για το παράδειγμά μας, η D1 είναι η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση (D1 στην d-mkt και U1 στην u-mkt)]. Η D1 μειώνοντας τις ποσότητες της βασικής εισροής που προμηθεύεται από τους ανταγωνιστές της στην u-mkt (μείωση της ζήτησης), συμπιέζει τις U2 και U3. Στην ακραία περίπτωση, σταματά να προμηθεύεται την εισροή από τις U2 και U3 και τις αποκλείει αυτόματα (foreclosure), μένοντας μονοπώλιο και στην πάνω αγορά.

2.3 Οικονομικές συνθήκες για margin squeeze

Σκοπός της πρακτικής της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους (margin squeeze), όταν αυτή εφαρμόζεται από μια κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση, είναι ο αποκλεισμός των ανταγωνιστών από την κάτω αγορά (downstream market). Ο αποκλεισμός αυτός μπορεί να είναι είτε πλήρης, με την έξοδο των ανταγωνιστών από την αγορά, ή μερικός. Στην περίπτωση του μερικού αποκλεισμού, η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση, αρκείται στον περιορισμό της εκροής (πωλήσεων) των ανταγωνιστών και την αύξηση του δικού της μεριδίου στην κάτω αγορά.

Για να είναι όμως η εφαρμογή της συγκεκριμένης πρακτικής ορθολογική, εφικτή και επικερδής για μια επιχείρηση, θα πρέπει να πληρούνται κάποιες συγκεκριμένες οικονομικές συνθήκες - προϋποθέσεις. Οι ελάχιστες απαιτούμενες προϋποθέσεις αναλύονται παρακάτω:

i.) Σημαντική δύναμη στην upstream market

Τυπικά, η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση πρέπει να είναι κυρίαρχος (dominant) στην πάνω αγορά. Για να το πετύχει αυτό, θα πρέπει να παράγει ή/και να προμηθεύει μία σημαντική εισροή (προϊόν ή πρώτη ύλη) για τις επιχειρήσεις που λειτουργούν στην κάτω αγορά, ή να παρέχει σε αυτές πρόσβαση σε μια ουσιώδη υποδομή. Μια τέτοια εισροή θα πρέπει να μην έχει καθόλου ή το ίδιο ποιοτικά υποκατάστατα και να μην μπορεί να παραχθεί

άμεσα και σε χαμηλό κόστος από άλλες επιχειρήσεις. Η απουσία σημαντικής ισχύος στην πάνω αγορά, καθιστά την πρακτική της συμπίεσης τιμών ανέφικτη, αφού στην περίπτωση αυτή οι επιχειρήσεις μπορούν να προμηθευτούν την εισροή από άλλες ανταγωνίστριες επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στην πάνω αγορά.

ii) Ένας βαθμός δύναμης στην downstream market

Εκτός από την σημαντική δύναμη στην πάνω αγορά την οποία προαναφέραμε, η επιχείρηση θα πρέπει να κατέχει και κάποια δύναμη στην κάτω αγορά προκειμένου να μπορεί να εφαρμόσει επιτυχώς την πρακτική του margin squeeze. Υπάρχουν ορισμένες διαφωνίες σχετικά με το μέγεθος της δύναμης αυτής. Ορισμένοι οικονομολόγοι υποστηρίζουν πως απαιτείται δεσπόζουσα θέση και στην κάτω αγορά, αφού η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση στοχεύει στο να αποκομίσει μεγάλο μερίδιο των πωλήσεων, ύστερα από τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών της. Στην περίπτωση που η επιχείρηση δεν είναι κυρίαρχος στην κάτω αγορά, υπάρχει ένα σοβαρό ενδεχόμενο, οι ανταγωνιστές να ωφεληθούν από την πρακτική του margin squeeze περισσότερο από την επιχείρηση που την εφαρμόζει. Κι αυτό, γιατί η τελευταία θα πρέπει να μπορεί να ελέγχει το περιθώριο μεταξύ των τιμών χονδρικής και λιανικής. Αν οι ανταγωνιστές στην κάτω αγορά είναι σε θέση να μεταφέρουν αυτό το κόστος στους καταναλωτές, το να θέσει μια υψηλή τιμή στην βασική εισροή, δεν θα βοηθήσει ουσιαστικά στην εφαρμογή της πρακτικής του margin squeeze. Για να μπορέσει να αποτρέψει τη μεταφορά αυτή, θα πρέπει η επιχείρηση να εκμεταλλευτεί τη δική της τιμή λιανικής, κάτι το οποίο μπορεί να το πετύχει, μόνο αν κατέχει σημαντική δύναμη στην κάτω αγορά.

iii) Εμπόδια εισόδου

Για να είναι ορθολογική και αποτελεσματική η εφαρμογή της πρακτικής του margin squeeze, τα εμπόδια εισόδου νέων επιχειρήσεων - ανταγωνιστών θα πρέπει να είναι υψηλά όχι μόνο στην κάτω αλλά και στην πάνω αγορά. Με τον τρόπο αυτό, εξασφαλίζεται πως στην περίπτωση αύξησης της τιμής στην κάτω αγορά, δεν θα έχουν τη δυνατότητα να εισέλθουν σε αυτή άλλες επιχειρήσεις. Αυτό ισχύει κυρίως στην περίπτωση που μια επιχείρηση έχει προχωρήσει για ένα διάστημα σε επιθετική τιμολόγηση στην κάτω αγορά και στη συνέχεια επιδιώκει να κάνει recoupment (ανάκτηση των κερδών της), μετά την έξοδο των ανταγωνιστών της.

Ισχύει όμως και στην περίπτωση που η υψηλή τιμή της βασικής εισροής στην πάνω αγορά, αυξάνει την τιμή του τελικού προϊόντος, με αποτέλεσμα μία νεοεισερχόμενη downstream

επιχείρηση να μην μπορεί να στραφεί σε έναν άλλο upstream ανταγωνιστή για να προμηθευτεί την εισροή. Τα εμπόδια εισόδου στην πάνω αγορά είναι απαραίτητα για την επιχείρηση, ώστε να επωφεληθεί των αποτελεσμάτων της πρακτικής του margin squeeze χωρίς να αντιμετωπίσει απειλή εισόδου στην upstream market.

iv) Ασυμμετρίες μεταξύ της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης και των ανταγωνιστών της

Σε κάθε περίπτωση που μία επιχείρηση επιλέγει να προβεί σε επιθετική τιμολόγηση, οι ασυμμετρίες είναι απαραίτητες ώστε η επιλογή της αυτή να είναι ορθολογική. Το ίδιο ισχύει και στην περίπτωση του margin squeeze, και αυτό γιατί εάν υφίσταται συμμετρία στο κόστος και την τεχνολογία, η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση θα είναι δύσκολο να πείσει τους ανταγωνιστές της πως η παραμονή τους στην αγορά είναι ζημιογόνος μακροχρόνια, με αποτέλεσμα αυτοί να μην εξέρχονται από αυτή. Οι ασυμμετρίες, από τη μία πλευρά, μπορεί να αφορούν την πληροφόρηση και να δίνουν στην επιχείρηση τη δυνατότητα να δημιουργήσει φήμη επιθετικότητας, ή ακόμα και να της δίνουν τη δυνατότητα πρόσβασης στη χρηματοδότηση με ευνοϊκότερους όρους. Από την άλλη πλευρά, ασυμμετρίες στο κόστος, τα χρηματικά αποθέματα (deep pocket) και στα αποθέματα παραγωγής (capacity) των επιχειρήσεων είναι απαραίτητες, για να μπορέσει η επιχείρηση που εφαρμόζει την πρακτική να ανταπεξέλθει στις ζημιές (όσο τιμολογεί επιθετικά στην κάτω αγορά), να κάνει ανάκτηση των κερδών της (recoupment) μετά την έξοδο των ανταγωνιστών της από την αγορά και να ανταπεξέλθει στην αυξημένη ζήτηση που στη συνέχεια θα κληθεί να αντιμετωπίσει.

2.4 Νομικές συνθήκες για margin squeeze

Προκειμένου οι Αρχές Ανταγωνισμού να θεωρήσουν πως μία επιχείρηση εφαρμόζει την πρακτική του margin squeeze και συμπίπτει το περιθώριο τιμών, σύμφωνα με τον ορισμό που έχει δοθεί για τη συγκεκριμένη πρακτική, θα πρέπει να πληρούνται κάποιες συγκεκριμένες βασικές νομικές συνθήκες. Στο σημείο αυτό θα αναλύσουμε τις υπόψη συνθήκες, όπως αυτές αναφέρονται στο Άρθρο 102 της ΣΛΕΕ.

Επισημαίνεται, πως οι νομικές αυτές συνθήκες, όχι μόνο χρησιμοποιούνται από τις Αρχές προκειμένου αυτές να αναγνωρίσουν τις υποθέσεις margin squeeze, αλλά επιπλέον, αποτελούν και βασικές προϋποθέσεις που καθιστούν ορθολογική την επιλογή μιας επιχείρησης να προβεί στην εφαρμογή αυτής της πρακτικής.

Συνθήκη 1: Κάθετη ολοκλήρωση

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, η επιχείρηση θα πρέπει να είναι κάθετα ολοκληρωμένη και να δραστηριοποιείται στην πάνω αγορά, στην οποία και κατέχει δεσπόζουσα θέση, ενώ παράλληλα προμηθεύει στην κάτω αγορά τόσο τη δική της παραγωγική δραστηριότητα όσο και εκείνη των ανταγωνιστών της. Με λίγα λόγια, οι ανταγωνιστές της επιχείρησης στην downstream market είναι ταυτόχρονα και πελάτες της στην upstream market. Πρακτικά, είναι αδύνατο να εξετάζεται αν μια επιχείρηση εφαρμόζει την πρακτική του margin squeeze, αν αυτή δεν δραστηριοποιείται όχι μόνο στην αγορά της εισροής, αλλά και σε αυτή του τελικού προϊόντος.

Ουσιαστικά η κάθετη ολοκλήρωση είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τον ορισμό του margin squeeze, αφού είναι αυτή που δίνει στην επιχείρηση τη δυνατότητα να ασκεί ένα είδος διακριτικής τιμολόγησης για τη βασική εισροή που παράγει ή την essential facility την οποία κατέχει, χρεώνοντας διαφορετική (υψηλότερη) τιμή στους μη-καθετοποιημένους ανταγωνιστές της.

Συνθήκη 2: Δεσπόζουσα θέση στην προσφορά μιας βασικής upstream εισροής

Η εισροή που προσφέρεται από την dominant πάνω επιχείρηση πρέπει να είναι απαραίτητη και δύσκολα υποκαταστάσιμη για την παραγωγή στην κάτω αγορά. Επιπλέον η καθετοποιημένη επιχείρηση θα πρέπει τουλάχιστον να κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά της εισροής, αν δεν αποτελεί μονοπώλιο. Αν οι downstream ανταγωνιστές μπορούν να βασιστούν σε εναλλακτικές τεχνολογίες ή υποκατάστατες εισροές, τότε θεωρείται πως δεν διατρέχουν κίνδυνο να πέσουν θύματα μιας κατάχρησης μέσω margin squeeze.

Για να υφίσταται συμπίεση περιθωρίου πρέπει επιπλέον η εισροή που προμηθεύει η καθετοποιημένη επιχείρηση να χρησιμοποιείται σε σταθερές αναλογίες και η αγορά της να αποτελεί ένα μεγάλο μέρος του συνολικού κόστους των downstream παραγωγών. Αν αποτελεί ένα σχετικά μικρό ποσοστό του κόστους ή μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε μεταβλητές αναλογίες υποκαθιστάμενη από άλλες εισροές, τότε είναι αμφίβολο το επιχείρημα πως μία προφανής μειωμένη κερδοφορία των επιχειρήσεων της κάτω αγοράς οφείλεται σε margin squeeze της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης.

Συνθήκη 3: Οι τιμές της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση καθιστούν τις δραστηριότητες εξίσου αποτελεσματικών ανταγωνιστών αντιοικονομικές

Το σημαντικότερο ίσως στοιχείο στην εξέταση των υποθέσεων margin squeeze, είναι η μεθοδολογία που χρησιμοποιείται από τις Αρχές, προκειμένου να εντοπίσουν τυχόν

εκμετάλλευση της δεσπόζουσας θέσης. Για το λόγο αυτό, είναι απαραίτητο να γίνει μια πολύ προσεκτική επιλογή των νομικών test που εξετάζουν αν η τιμή της βασικής εισροής, του τελικού προϊόντος, ή κάποιου συνδυασμού των δύο καθιστούν τη δραστηριότητα των ανταγωνιστών αντικοινομική. Με τον όρο "αντικοινομική" ορίζεται η δραστηριότητα εκείνη, η οποία είτε αποφέρει ζημίες, είτε δεν είναι επαρκής για την επίτευξη ενός λογικού κέρδους.

Το test που χρησιμοποιείται συνήθως, εξετάζει αν η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση πραγματοποιεί κέρδος στην περίπτωση που υφίσταται το ίδιο κόστος με τους ανταγωνιστές της για τη βασική εισροή στην κάτω αγορά. Στο σημείο αυτό προκύπτει το ερώτημα του αν θα πρέπει να εφαρμόζεται και κάποιο cost based test ώστε να εξετάζεται αν μια εξίσου αποτελεσματική entrant επιχείρηση, μπορεί να πραγματοποιήσει κέρδος με τις δεδομένες συνθήκες κόστους. Επιπλέον, πρέπει να προσδιοριστούν κάποια standards σχετικού κόστους για τις δραστηριότητες της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση στην downstream αγορά, ενώ θα πρέπει να διασφαλιστεί η συγκρισιμότητα των εισροών, του κόστους και των εσόδων του κατώτερου επιπέδου της κάθετης αλυσίδας παραγωγής.

2.5 Σχέση margin squeeze με άλλες πρακτικές αποκλεισμού.

Συνοψίζοντας τα παραπάνω, συμπίεση περιθωρίου τιμών (margin squeeze) έχουμε όταν μία κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση χρεώνει πάρα πολύ υψηλή τιμή για μία ουσιώδη εισροή που παράγει και η οποία είναι απαραίτητη στους ανταγωνιστές της στην κάτω αγορά, ή/και όταν ορίζει πολύ χαμηλή τιμή για το προϊόν που παράγει η ίδια στην κάτω αγορά στην οποία και δραστηριοποιείται. Στην πλέον ακραία του μορφή, το margin squeeze ταυτίζεται με την πρακτική της «άρνησης πρόσβασης», όταν η επιχείρηση δεν επιτρέπει την πρόσβαση σε μία essential facility, ή όταν αρνείται να προμηθεύσει τη βασική εισροή στους ανταγωνιστές της στην downstream market.

Οι πρακτικές της υπερβολικής τιμολόγησης, της ληστρικής τιμολόγησης και της άρνησης πρόσβασης αποτελούν παραβιάσεις του Άρθρου 102 της ΣΛΕΕ. Ως εκ τούτου, η σχέση τους με την πρακτική του margin squeeze πρέπει να εξετάζεται διεξοδικά.

2.5.1 Margin squeeze και υπερβολική τιμολόγηση

Σύμφωνα με το Άρθρο 102 της ΣΛΕΕ, τιμές οι οποίες βρίσκονται σε αρκετά υψηλά επίπεδα για μεγάλα χρονικά διαστήματα, αποτελούν κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης. Στην πράξη

όμως, η υπερβολική τιμολόγηση είναι αρκετά δύσκολο να προσδιοριστεί, καθώς δεν είναι εύκολο να καθοριστεί ποια είναι μια «δίκαιη» τιμή για κάθε προϊόν. Επιπλέον, η Επιτροπή εμφανίζεται απρόθυμη να πάρει το ρόλο της Αρχής ελέγχου και ρύθμισης των τιμών.

Υπάρχουν αρκετά test τα οποία συνήθως χρησιμοποιούνται στην προσπάθεια να προσδιοριστεί η υπερβολική τιμολόγηση, όπως ο έλεγχος της σχέσης μεταξύ κόστους και τιμής, η σύγκριση της τιμής που θέτει η επιχείρηση με δεσπύζουσα θέση με τις τιμές σε άλλες ανταγωνιστικές αγορές, η «οικονομική αξία» του προϊόντος/υπηρεσίας και η σύγκριση τιμών σε διαφορετικές σχετικές γεωγραφικές αγορές.

Με μια πρώτη ματιά, το margin squeeze συνδέεται με την υπερβολική τιμολόγηση, εφόσον η τιμή μιας βασικής εισροής στην downstream market ή της essential facility είναι υπερβολικά υψηλή. Στην υπόθεση της Deutsche Telekom (DT), η Επιτροπή θεώρησε πως η DT έκανε κατάχρηση της δεσπύζουσας θέσης της, θέτοντας υπερβολικά υψηλή και «άδικη» τιμή για την πρόσβαση στο δίκτυό της, τόσο των ανταγωνιστών στο δίκτυο της, όσο και των καταναλωτών, χωρίς πάντως να δώσει ιδιαίτερους λόγους για την απόφασή της. Επιπρόσθετα, δεν υπάρχει σαφής διαχωρισμός μεταξύ των δύο εννοιών - πρακτικών και έτσι, το margin squeeze, δεν αναγνωρίστηκε ξεκάθαρα, σαν ανεξάρτητη καταχρηστική πρακτική.

Ανεξάρτητα από την συγκεκριμένη περίπτωση όμως, θα μπορούσαμε να πούμε πως οι δύο πρακτικές έχουν ουσιαστικές διαφορές, τόσο σε νομική βάση, όσο και σαν στρατηγικές. Η υπερβολική τιμολόγηση είναι μία καταχρηστική πρακτική στα πλαίσια του Άρθρου 102 της ΣΛΕΕ, ενώ το margin squeeze είναι ουσιαστικά μία πρακτική αποκλεισμού. Το να χαρακτηρίζεται η αύξηση της τιμής μιας εισροής, η οποία συμπίπτει το περιθώριο κέρδους των ανταγωνιστών, ως υπερβολική τιμολόγηση, συγχέει τις έννοιες της κατάχρησης δεσπύζουσας θέσης και του αποκλεισμού ανταγωνιστών από μία αγορά.

Επιπλέον, τα νομικά test που χρησιμοποιούνται για τον εντοπισμό πρακτικών υπερβολικής τιμολόγησης διαφέρουν από αυτά που χρησιμοποιούνται για τις υποθέσεις margin squeeze. Όταν εξετάζονται περιπτώσεις υπερβολικής τιμολόγησης, συνήθως συγκρίνεται το κόστος της υπό εξέταση επιχείρησης για την προσφορά του προϊόντος με το κόστος άλλων επιχειρήσεων στην ίδια ή σε άλλες παρόμοιες αγορές. Αντίθετα, στις υποθέσεις συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, η τιμή δεν είναι υπερβολική σε σύγκριση με το κόστος της ίδιας της dominant επιχείρησης, αλλά σε σχέση με τη σχετική τιμή και το κέρδος των ανταγωνιστών της στην downstream αγορά.

Η υπερβολική τιμολόγηση είναι καταχρηστική σαν πρακτική, λόγω της σχέσης της με το σχετικό κόστος ενός και μόνο προϊόντος, ενώ το margin squeeze οδηγεί σε αποκλεισμό, λόγω της αύξησης του κόστους των επιχειρήσεων που προκαλεί σε μία άλλη αγορά.

Συνοψίζοντας, θα μπορούσαμε να πούμε πως η υπερβολική τιμολόγηση αφορά τη μέγιστη δυνατή «δίκαιη» τιμή ενός προϊόντος, ενώ το margin squeeze το ελάχιστο δυνατό (και μη αποκλειστικό) κέρδος των downstream επιχειρήσεων.

Τέλος, υπάρχει η πιθανότητα, μια τιμή η οποία δεν είναι απαραίτητα καταχρηστικά υψηλή στο πλαίσιο του Άρθρου 102 της ΣΛΕΕ, να είναι αρκετά υψηλή ώστε να προκαλέσει συμπίεση στο περιθώριο κέρδους των ανταγωνιστών οδηγώντας τους σε αποκλεισμό, αλλά μπορεί να ισχύσει και το αντίστροφο. Μια τιμή της εισροής η οποία δεν θεωρείται υπερβολική, να οδηγήσει σε margin squeeze.

Καταλήγουμε λοιπόν στο συμπέρασμα, πως ενώ οι δύο πρακτικές δείχνουν να συνδέονται, η εξέταση υποθέσεων margin squeeze απαιτεί μία διαφορετική νομική προσέγγιση από εκείνες της υπερβολικής τιμολόγησης.

2.5.2 Margin Squeeze και ληστρική τιμολόγηση

Οι βασικές συνθήκες που στοιχειοθετούν μια πρακτική margin squeeze, εμφανίζουν αρκετές ομοιότητες με αυτές που καθιστούν πιθανή και ορθολογική την πρακτική της ληστρικής τιμολόγησης. Αν και το margin squeeze αποτελεί ξεχωριστή πρακτική, κάποιες αρχές που χαρακτηρίζουν την ληστρική τιμολόγηση μπορούν να μας βοηθήσουν στην εξέταση υποθέσεων συμπίεσης περιθωρίου κέρδους.

Η πρώτη και πλέον φανερή ομοιότητα ανάμεσα στις δύο πρακτικές αφορά τα νομικά test που χρησιμοποιούνται κατά την εξέταση των υποθέσεων. Έχουμε ήδη αναφέρει τις τρεις (3) μορφές που μπορεί να πάρει η πρακτική του margin squeeze:

α) Η τιμή του προϊόντος στην downstream αγορά είναι υπερβολικά χαμηλή σε σχέση με το upstream κόστος

β) Η upstream τιμή μιας εισροής είναι υπερβολικά υψηλή σε σχέση με την τιμή του προϊόντος στην downstream αγορά,

γ) Συνδυασμός των δύο προηγούμενων τύπων με αποτέλεσμα να προκαλείται συμπίεση των τιμών των ανταγωνιστών.

Και οι τρεις αυτές μορφές έχουν το ίδιο αποτέλεσμα. Για το λόγο αυτό, χρησιμοποιείται ένα κοινό νομικό test, προκειμένου να εξεταστεί εάν μια κάθετα οργανωμένη επιχείρηση θα

ήταν το ίδιο κερδοφόρα, αν πλήρωνε για την βασική εισροή την οποία παράγει στην πάνω αγορά, την ίδια τιμή με τους ανταγωνιστές της. Με αυτό το test, εξετάζεται κατά πόσο στην κάτω αγορά εφαρμόζεται ληστρική τιμολόγηση στα πλαίσια της κάθετης ολοκλήρωσης.

Μία δεύτερη ουσιαστική ομοιότητα μεταξύ των δύο πρακτικών, είναι το γεγονός ότι η επιχείρηση που τις εφαρμόζει, πρέπει να διαθέτει σημαντική δύναμη στην αγορά, προκειμένου να επιτύχει αποκλεισμό των ανταγωνιστών, ενώ και στις δύο πρακτικές εξετάζεται κατά πόσο ο αποκλεισμός που προκαλούν, δύναται να είναι επικερδής μακροπρόθεσμα.

Σε κάθε περίπτωση, θα πρέπει να επισημάνουμε και τις διαφορές μεταξύ της πρακτικής margin squeeze και ληστρικής τιμολόγησης. Στη ληστρική τιμολόγηση, εξετάζονται από τις Αρχές Ανταγωνισμού όλα τα σχετικά κόστη της dominant επιχείρησης, ενώ στις υποθέσεις margin squeeze εξετάζεται αποκλειστικά το κόστος που αφορά την downstream αγορά, συμπεριλαμβανομένης της τιμής της βασικής εισροής που παράγεται upstream.

Μια ακόμα διαφορά είναι το γεγονός ότι στις περιπτώσεις συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, η κάθετα οργανωμένη επιχείρηση δεν παρουσιάζει απαραίτητα ζημίες συνολικά. Αντίθετα, η πρακτική της ληστρικής τιμολόγησης υιοθετείται σαν στρατηγική, με το σκεπτικό ότι οι ζημιά που πραγματοποιείται βραχυχρόνια, μελλοντικά θα αποκατασταθεί κατά πολύ (recoupment). Στην περίπτωση του margin squeeze, οι downstream ζημιές, αντισταθμίζονται την ίδια στιγμή και όχι μελλοντικά, από το upstream recoupment. Στη ληστρική τιμολόγηση, οι δύο αυτές φάσεις (ζημιά - recoupment) πραγματοποιούνται σε δύο ξεχωριστές, συνηθως διαδοχικές χρονικές περιόδους. Το παραπάνω επιχείρημα, όμως, δεν καθιστά την πρακτική της ληστρικής τιμολόγησης ασύνδετη με το margin squeeze αλλά είναι αλήθεια ότι το margin squeeze δεν υπονοεί μία άμεση απώλεια ανά μονάδα προϊόντος όπως συμβαίνει στην περίπτωση της ληστρικής τιμολόγησης.

Οι δύο πρακτικές, διαφέρουν ακόμα και ως προς την επίπτωση που έχει η κάθε μία στην ευημερία των καταναλωτών. Η ληστρική τιμολόγηση, βραχυπρόθεσμα, αυξάνει το όφελος των καταναλωτών, κάτι που δεν ισχύει και στις περιπτώσεις margin squeeze. Στη ληστρική τιμολόγηση η επιχείρηση θέτει υπερβολικά χαμηλή τιμή πραγματοποιώντας βραχυχρόνιες ζημιές ενώ αυτό δεν ισχύει απαραίτητα στο margin squeeze. Πρακτικά, ο πλέον αποτελεσματικός τύπος margin squeeze για τον αποκλεισμό των downstream ανταγωνιστών, είναι εκείνος που βασίζεται στη μείωση της downstream τιμής σε τέτοιο βαθμό που δεν

αυξάνεται το κέρδος της dominant επιχείρησης στην κάτω αγορά. Με τον τρόπο αυτό, οι καταναλωτές επωφελούνται βραχυχρόνια.

Τέλος, υπάρχει διαφορά στα μέσα εξυγίανσης που χρησιμοποιούνται σε κάθε μία από τις δύο πρακτικές. Στη ληστρική τιμολόγηση συνήθως απαιτείται η αύξηση της ζημιογόνου τιμής, ενώ στις υποθέσεις margin squeeze, η κάθετα οργανωμένη επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να μειώσει την τιμή της βασικής εισροής, να αυξήσει την τιμή του προϊόντος της downstream, ή να προχωρήσει σε μία παράλληλη προσαρμογή των τιμών της upstream και downstream.

2.5.3 Margin Squeeze και Refusal to Deal

Το κύριο ερώτημα που γεννάται κατά την εξέταση των υποθέσεων margin squeeze, είναι το κατά πόσο η συγκεκριμένη πρακτική συνδέεται με την υποχρέωση της επιχείρησης να επιτρέψει την πρόσβαση των downstream ανταγωνιστών της στην βασική εισροή ή την essential facility, σύμφωνα με τα καθοριζόμενα στο Άρθρο 102 της ΣΛΕΕ. Για την εξέταση υποθέσεων συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, είναι απαραίτητη η συνδιαλλαγή της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης με τους ανταγωνιστές της στην κατάντη αγορά, ακόμα και αν αυτό γίνεται με τους ελάχιστους δυνατούς όρους.

Η σχέση ανάμεσα στις αρχές που διέπουν τις essential facilities και την πρακτική του margin squeeze γεννά σύνθετα ζητήματα γύρω από την αποτελεσματικότητα του Δικαίου Ανταγωνισμού. Η πολυπλοκότητα αυτή ενισχύεται ακόμα περισσότερο, αν λάβουμε υπόψη το γεγονός ότι η πρακτική εφαρμογή του δόγματος για τις essential facilities (essential facilities doctrine – EFG) είναι ασαφής και αμφιλεγόμενη.

Σύμφωνα με το Άρθρο 102 της ΣΛΕΕ, μια κυρίαρχη επιχείρηση, είναι περισσότερο υποχρεωμένη να προμηθεύσει ανταγωνιστές της οι οποίοι υπάρχουν ήδη στην αγορά, παρά νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις. Ακόμη και αν δεχτούμε ότι η διάκριση αυτή είναι σωστή, δεν εξηγείται επαρκώς το επιχείρημα ότι μπορεί να εφαρμόζεται πρακτική margin squeeze ακόμη και αν η κάθετα οργανωμένη επιχείρηση δεν υποχρεούται να συναλλάσσεται με τους downstream ανταγωνιστές της. Θα μπορούσαμε να χαρακτηρίσουμε την πρακτική «refusal to deal» σαν μία ακραία μορφή του margin squeeze.

Ένας από τους κύριους παράγοντες που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά την εξέταση υποθέσεων margin squeeze, είναι ότι η προσθήκη περισσότερων ανταγωνιστών σε μία αγορά δε συμβάλλει απαραίτητα στη βελτίωση του ανταγωνισμού. Αυτό ισχύει κυρίως στην

περίπτωση που δύο ή περισσότερες επιχειρήσεις απλά μοιράζονται τα μονοπωλιακά κέρδη. Επίσης, θα πρέπει να αποδεικνύεται η αποτελεσματικότητα ενός «duty to deal» (υποχρέωση προμήθειας), δηλαδή θα πρέπει να αυξάνεται ο ανταγωνισμός στην κάτω αγορά. Τέλος θα πρέπει να είναι σαφές ότι η εφαρμογή ενός «duty to deal» συνολικά θα πρέπει να αυξάνει την ευημερία του καταναλωτικού κοινού.

Με άλλα λόγια, θα πρέπει τα οφέλη που θα προκύψουν για τους καταναλωτές να αντισταθμίζουν οποιαδήποτε απώλεια υφίστανται οι επιχειρήσεις.

2.6 Essential Facilities

Στο σημείο αυτό, κρίνεται απαραίτητο να αναλύσουμε διεξοδικότερα, πως ορίζεται και προσδιορίζεται επακριβώς μία «essential facility». Μια εισροή θεωρείται essential facility, όταν όλες οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις σε μία αγορά, είναι απαραίτητο να έχουν πρόσβαση σε αυτή, προκειμένου να μπορούν να παράξουν. Το κυριότερο χαρακτηριστικό των εισροών αυτών, είναι το ότι δεν μπορούν εύκολα (τις περισσότερες φορές είναι πρακτικά αδύνατο) να αναπαραχθούν ή να υποκατασταθούν από άλλου τύπου εισροές. Ουσιαστικά, πρόκειται για υποδομές οι οποίες είναι απαραίτητες στην παραγωγική διαδικασία των επιχειρήσεων. Ένα από τα πλέον τυπικά παραδείγματα essential facility αποτελεί το ενσύρματο δίκτυο χαλκού στις αγορές τηλεπικοινωνιών, το οποίο δύσκολα μπορεί να αναπαραχθεί από πολλές επιχειρήσεις, σε σύγκριση με τα δίκτυα οπτικών ινών. Αυτός είναι και ο κύριος λόγος για τον οποίο η πρακτική margin squeeze συναντάται αρκετά συχνά στον κλάδο των τηλεπικοινωνιών. Άλλα συναφή παραδείγματα, αποτελούν οι υποδομές μεταφορών (λιμάνια, αεροδρόμια, σιδηροδρομικά δίκτυα) και οι υποδομές παραγωγής και διανομής ενέργειας (εργοστάσια παραγωγής ηλεκτρικού ρεύματος, δίκτυα μεταφοράς και διανομής ηλεκτρισμού, διυλιστήρια, αγωγοί φυσικού αερίου κλπ). Άλλες πιθανές essential facilities αποτελούν τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και ορισμένα λογισμικά.

Αν και ο παραπάνω ορισμός είναι αρκετά σαφής, δεν είναι πάντα εύκολο να διακρίνουμε κατά πόσο μία εισροή αποτελεί essential facility. Έστω ότι, μία επιχείρηση έχει πρόσβαση σε μία εισροή η οποία της παρέχει ουσιαστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών. Αυτό δε σημαίνει απαραίτητα ότι η επιχείρηση αυτή κατέχει μία essential facility, καθώς οι ανταγωνιστές της ενδέχεται να μπορούν να παράξουν το ίδιο προϊόν, χρησιμοποιώντας υποκατάστατα της συγκεκριμένης εισροής. Σε αυτή την περίπτωση, η επιχείρηση απλά εμφανίζει ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Για το λόγο αυτό, είναι σημαντικό να

διακρίνουμε κάποια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά στις essential facilities, όπως το ότι η αναπαραγωγή τους είναι μη πρακτική, οικονομικά ασύμφορη ή ακόμα και αδύνατη. Η ανάγκη να μπορέσουμε να χαρακτηρίσουμε μίας εισροή ως essential facility οδήγησε στη δημιουργία ενός δόγματος γνωστού ως «Essential Facility Doctrine» (EFD), η πρακτική σημασία του οποίου έχει αμφισβητηθεί.

Σύμφωνα με τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Organisation for Economic Co-operation and Development - OECD), το EFD καθορίζει το πότε ο κάτοχος μιας essential facility πρέπει να έχει την εντολή να παρέχει πρόσβαση σε αυτή (duty to deal) σε μία λογική τιμή και κάτω από ευνοϊκούς όρους. Στο πλαίσιο εξέτασης των essential facilities, εντοπίζουμε την ύπαρξη δύο αγορών, οι οποίες συχνά εκφράζονται ως μία upstream market (άνάντη/πάνω αγορά) και μία downstream market (κατάντη/κάτω αγορά). Τις περισσότερες φορές, μόνο μία επιχείρηση δραστηριοποιείται και στις δύο αγορές, ενώ οι υπόλοιπες δραστηριοποιούνται ή επιδιώκουν να δραστηριοποιηθούν στην κάτω αγορά. Ένας downstream ανταγωνιστής επιθυμεί να προμηθευτεί την εισροή από την κάθετα οργανωμένη επιχείρηση η οποία αρνείται να την προμηθεύσει. Το EFD προσδιορίζει τις συνθήκες κάτω από τις οποίες η κάθετα οργανωμένη επιχείρηση θα υποχρεωθεί να προμηθεύσει την εισροή.

Τα θέματα που αφορούν τις essential facilities, συνήθως εντοπίζονται σε περιπτώσεις επιχειρήσεων κοινής ωφέλειας και κρατικά μονοπώλια, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν μπορεί να προκύψουν και στον ιδιωτικό τομέα.

Στο σημείο αυτό, θα αναφερθούμε συνοπτικά στο πώς εφαρμόζεται το EFD από τον OECD στις ΗΠΑ και πώς στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

ΗΠΑ: Μια από τις κυριότερες υποθέσεις που αφορούν τις essential facilities στις Η.Π.Α είναι αυτή της M.C.I. Communications Corp. εναντίον AT&T. Από την εξέταση της υπόθεσης αυτής προέκυψαν τέσσερις απαραίτητες συνθήκες που υποχρεώνουν μία επιχείρηση να επιτρέψει την πρόσβαση σε μία essential facility:

- i.) Η κατοχή και ο έλεγχος της essential facility από έναν μονοπωλητή.
- ii.) Η αδυναμία των ανταγωνιστών πρακτικά να αναπαράγουν την essential facility.
- iii.) Η άρνηση της πρόσβασης των ανταγωνιστών στην essential facility από την μονοπωλιακή επιχείρηση.
- iv.) Η παροχή της essential facility από τον μονοπωλητή στους ανταγωνιστές είναι εφικτή.

Η δεύτερη συνθήκη, δηλαδή το γεγονός ότι η essential facility δεν μπορεί να αναπαραχθεί εύκολα και άμεσα από τους ανταγωνιστές, είναι ίσως η πλέον σημαντική. Κάτω από αυτό το πρίσμα, ο κατήγορος πρέπει να αποδείξει ότι η αναπαραγωγή της essential facility ή η παραγωγή κάποιας εναλλακτικής εισροής δεν είναι απλά οικονομικά ασύμφορη, αλλά ουσιαστικά (πρακτικά και τεχνικά) ανέφικτη. Οι υποθέσεις που αφορούν τις essential facilities αποτελούν ένα μέρος των υποθέσεων άρνησης πρόσβασης (refusal to deal).

Ευρωπαϊκή Ένωση: Σύμφωνα και πάλι με τον OECD, φαίνεται ότι δεν υπάρχουν σαφείς δηλώσεις σχετικές με τις essential facilities στην Ευρωπαϊκή νομολογία. Υπάρχουν ωστόσο δύο αποφάσεις του European Court of Justice (ECJ) σχετικά με υποθέσεις άρνησης πρόσβασης από dominant επιχειρήσεις (οι οποίες δεν περιλάμβαναν essential facility). Οι αποφάσεις αυτές, αφορούν τις επιχειρήσεις Commercial Solvents και United Brands οι οποίες υποχρεώθηκαν να προμηθεύουν τους downstream ανταγωνιστές τους. Επιπλέον, οι επιχειρήσεις είχαν την υποχρέωση να λογοδοτήσουν για οποιαδήποτε παρέκκλιση από την εντολή και να τη δικαιολογήσουν.

Ενώ στις Η.Π.Α το EFD προβλέπει μία εξαίρεση στον κανόνα που επιτρέπει στις κάθετα ολοκληρωμένες επιχειρήσεις να παρέχουν την εισροή κατ' επιλογή, το Άρθρο 102 της ΣΛΕΕ, εδραιώνει ευρείες υποχρεώσεις για παροχή της εισροής.

Η πρώτη δημοσιευμένη απόφαση της Commission η οποία αναφέρει τον όρο essential facility, αφορά την υπόθεση Sea Containers LTD εναντίον Stena Sealink (1993) σχετικά με τη διαχείριση του λιμένα Holyhead (Χόλιχεντ) στην Ουαλία. Σύμφωνα με την απόφαση της Commission, η επιχείρηση η οποία κατέχει και χρησιμοποιεί μια essential facility, ενώ παράλληλα έχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά της (δηλαδή κατέχει μία υποδομή στην οποία οι ανταγωνιστές είναι απαραίτητο να έχουν πρόσβαση προκειμένου να παράγουν ή να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους) και αρνείται να την προσφέρει στους ανταγωνιστές της, ή την προσφέρει σε όρους μη ευνοϊκούς, παραβιάζει τους όρους του Άρθρου 102 της ΣΛΕΕ.

Το δόγμα των essential facilities (EFD) είναι ακόμη αναπτυσσόμενο στην Ευρωπαϊκή Ένωση και αρκετά πρόσφατα έχουν τεθεί οι βάσεις που το καθιστούν πιο σαφές. Σε μία δημοσίευση αξιωματούχου του Directorate-General for Competition (DG-IV) αναφέρεται ότι: «Μία επιχείρηση η οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά, έχει τουλάχιστον την υποχρέωση να προμηθεύσει την εισροή της στην περίπτωση που η άρνηση της προμήθειας θα έχει σημαντικές επιπτώσεις στον ανταγωνισμό. Όταν ο πελάτης είναι ταυτόχρονα και

ανταγωνιστής της επιχείρησης σε μια downstream αγορά, οι επιπτώσεις στον ανταγωνισμό εξαρτώνται από τρεις παράγοντες:

- i.) αν ο αγοραστής μπορεί να προμηθευτεί την εισροή από κάποια άλλη πηγή,
- ii.) αν υπάρχουν και άλλοι downstream ανταγωνιστές,
- iii.) πόσο σημαντική είναι η εισροή ή η υπηρεσία για την οικονομική δραστηριότητα του πελάτη-ανταγωνιστή.

Αν ο πελάτης έχει τη δυνατότητα πρόσβασης στην εισροή από άλλη πηγή, αν η εισροή δεν είναι απαραίτητη για την παραγωγική του διαδικασία, ή αν η προσθήκη ενός ακόμη ανταγωνιστή δεν ενισχύει σημαντικά τον ανταγωνισμό στην αγορά, τότε ο Νόμος περί Ανταγωνισμού δεν θα πρέπει να υποχρεώσει (duty to deal) την κάθετα ολοκληρωμένη dominant επιχείρηση να προμηθεύσει την εισροή αυτή. Παρ' όλα αυτά, αν η άρνηση της πρόσβασης στην εισροή από την dominant επιχείρηση, δύναται να οδηγήσει έναν ή περισσότερους εκ των ανταγωνιστών της σε έξοδο από την αγορά, η νομοθεσία της ΕΕ υποχρεώνει την επιχείρηση να την προμηθεύσει. Με λίγα λόγια, η πρόσβαση σε μία εισροή είναι απαραίτητη, αν η άρνησή της θα απέκλειε όλους ή τους περισσότερους ανταγωνιστές από την αγορά»

Κλείνοντας, θα πρέπει να αναφέρουμε πως η Επιτροπή δηλώνει πως ο ιδιοκτήτης μίας εισροής (dominant επιχείρηση), οφείλει να παράσχει την πρόσβαση σε αυτή σε μία μη-διακριτική βάση, ενώ τονίζεται ότι η ύπαρξη φυσικού μονοπωλίου στην αγορά μιας υποδομής δεν είναι απαραίτητη για το χαρακτηρισμό της ως essential facility.

Κεφάλαιο 3: Νομολογία σχετικά με το margin squeeze - Σχέση Δικαίου Ανταγωνισμού και Ρύθμισης

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μία έντονη αύξηση στις υποθέσεις που αφορούν κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης σύμφωνα με το Άρθρο 102 της ΣΛΕΕ και ένα από τα θέματα που απασχολεί αρκετά τις Αρχές Ανταγωνισμού, είναι το margin squeeze κυρίως στον κλάδο των τηλεπικοινωνιών. Παρά την ανάπτυξη της νομολογίας πάνω στη συγκεκριμένη πρακτική, αρκετά ζητήματα που αφορούν κυρίως τον σαφή εντοπισμό του margin squeeze και την ερμηνεία του, παραμένουν ακόμη ασαφή.

Αρκετοί ακαδημαϊκοί, οικονομολόγοι και νομικοί, έχουν αναπτύξει έναν έντονο διάλογο σχετικά με το κατά πόσο το margin squeeze θα πρέπει να αντιμετωπίζεται ανεξάρτητα, σαν μία πρακτική αποκλεισμού, ή αν απλά αποτελεί μια μορφή ή έναν συνδυασμό των πρακτικών refusal to deal, ληστρική τιμολόγηση και υπερβολική τιμολόγηση, σε περιπτώσεις κάθετα οργανωμένων επιχειρήσεων.

Η πρακτική του margin squeeze, όταν υιοθετείται από μία dominant επιχείρηση, αποτελεί ένα ζήτημα το οποίο μπορεί να εξεταστεί τόσο από την πλευρά του δικαίου ανταγωνισμού, όσο και από αυτήν του εφαρμοζόμενου ρυθμιστικού πλαισίου. Συνεπώς, συνιστά μία πρακτική η οποία μπορεί να αντιμετωπιστεί εκ των προτέρων από τις αρμόδιες εθνικές ρυθμιστικές αρχές ή εκ των υστέρων από τα δικαιοδοτικά - δικαστικά όργανα.

Στο σημείο αυτό, τίθεται το ερώτημα εάν διαφέρει ο τρόπος αξιολόγησης μίας υπόθεσης συμπίεσης τιμών από τις αρμόδιες ρυθμιστικές ή δικαιοδοτικές αρχές. Για να μπορέσουμε να δώσουμε μια κατά το δυνατόν τεκμηριωμένη απάντηση στο ερώτημα αυτό, θα προχωρήσουμε σε μία σύντομη σύγκριση του Δικαίου ανταγωνισμού και του Ρυθμιστικού πλαισίου, βάζοντας στο επίκεντρο στους σκοπούς που εξυπηρετεί το καθένα.

Η απελευθέρωση της αγοράς στον τομέα των τηλεπικοινωνιών, προέβαλε ως επιτακτική ανάγκη τη θέσπιση ρυθμιστικών υποχρεώσεων, οι οποίες βαρύνουν τις dominant επιχειρήσεις (πρώην κρατικά μονοπώλια), δεδομένου ότι αυτές διατήρησαν τον έλεγχο των ήδη εγκατεστημένων υποδομών και δικτύων, οι οποίες συνιστούν essential facility για την παροχή των τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών στο καταναλωτικό κοινό. Στις αγορές αυτές, η ρύθμιση είναι αναπόφευκτη, καθώς το σταθερό κόστος που επιβάλλει η μονοπωλιακή επιχείρηση είναι τόσο υψηλό, που καθιστά οικονομικά ασύμφορη την προσπάθεια οποιασδήποτε άλλης επιχείρησης να εισέλθει στην υπόψη αγορά, με αποτέλεσμα ο ανταγωνισμός να είναι ουσιαστικά ανύπαρκτος. Για το λόγο αυτό, σε τέτοιες περιπτώσεις προκύπτει η ανάγκη

ρύθμισης της αγοράς και ειδικότερα της τιμολόγησης πρόσβασης (access pricing). Στο ίδιο μοτίβο, κινείται και ο τομέας της ενέργειας (ηλεκτρισμός - φυσικό αέριο).

Επομένως, με τον όρο «Ρύθμιση» αναφερόμαστε σε κρατικά προερχόμενους κανόνες που εισάγονται σε συγκεκριμένους τομείς της οικονομίας, ακόμα κι αν αποκλίνουν από την ελεύθερη λειτουργία της αγοράς, με στόχο τη διόρθωση δυσλειτουργιών της αγοράς αυτής.

Στόχος λοιπόν του Ρυθμιστικού πλαισίου, είναι η ορθή διάρθρωση της αγοράς μέσω κανόνων που επιβάλλονται σχετικά με ζητήματα όπως οι τιμές, η ποιότητα των αγαθών, καθώς και η είσοδος ανταγωνιστών στην αγορά, αλλά και η εκ των προτέρων διασφάλιση ότι μια δεσπόζουσα επιχείρηση δεν θα προβεί σε καταχρηστική εκμετάλλευση της θέσης της, περιορίζοντας την ευημερία των καταναλωτών ή παρεμποδίζοντας τους υφιστάμενους και δυνητικούς ανταγωνιστές της.

Αντίθετα τώρα με τη Ρύθμιση, το Δίκαιο ανταγωνισμού αποσκοπεί στην εκ των υστέρων εξασφάλιση και προστασία του ανταγωνισμού με στόχο πάντα την ευημερία των καταναλωτών. Το Δίκαιο ανταγωνισμού δρα κατασταλτικά και έχει ως αποστολή να επιβάλλει στις επιχειρήσεις κανόνες, αλλά να απαγορεύει ορισμένες πρακτικές.

Συνοψίζοντας, θα λέγαμε πως οι εκ των προτέρων ρυθμίσεις που επιβάλλονται σε επιχειρήσεις με σημαντική ισχύ στην αγορά, αποσκοπούν στην εκπλήρωση των συγκεκριμένων στόχων που τίθενται στις σχετικές Οδηγίες της Επιτροπής, ενώ οι ρυθμίσεις που επιβάλλονται με βάση το Δίκαιο του ανταγωνισμού, αποσκοπούν στην επιβολή κυρώσεων για συμφωνίες ή καταχρηστικές πρακτικές που περιορίζουν ή στρεβλώνουν τον ανταγωνισμό.

Η διαφορετικότητα των στόχων των παραπάνω μέσων ελέγχου, επισημάνθηκε και από την Ευρωπαϊκή Ρυθμιστική Ομάδα (European Regulators Group - ERG). Όπως δήλωσε, «ενώ το δίκαιο του ανταγωνισμού αποσκοπεί στην παρεμπόδιση μίας συμπίεσης τιμών ως καταχρηστική πρακτική με αποτελέσματα αποκλεισμού, η εκ των προτέρων ρύθμιση, χαρακτηρίζεται από περισσότερο φιλόδοξους στόχους καθώς επιδιώκει να προωθήσει τον ανταγωνισμό...».

Ένα καίριο ερώτημα που προκύπτει όσον αφορά τη σχέση των δύο αυτών μηχανισμών, είναι το εάν η εφαρμογή του ενός αποκλείει το άλλο ή υπάρχουν περιθώρια παράλληλης εφαρμογής τους (Μπορεί το Δίκαιο του ανταγωνισμού να εφαρμοστεί σε μία ήδη ρυθμισμένη αγορά;). Το σημείο επαφής των μηχανισμών αυτών αποτελεί ένα ιδιαίτερα περίπλοκο

ζήτημα, καθώς υφίστανται συγκρούσεις σε θέματα δικαιοδοσίας αλλά και ουσίας, καθώς κάθε θεσμός στηρίζεται στις αρχές που η ίδια κρίνει ως καταλληλότερες.

Πρακτικά, δεν αποκλείεται να υπάρξουν παράλληλες διαδικασίες στο πλαίσιο της εκ των προτέρων ρύθμισης και εφαρμογής του Δικαίου περί ανταγωνισμού σε σχέση με διαφορετικά είδη προβλημάτων σε σχετικές αγορές. Στην περίπτωση αυτή, υπάρχει τόσο ο κίνδυνος ρύθμισης μέσω της νομοθεσίας περί ανταγωνισμού, όσο και η επιβολή κυρώσεων από τα αρμόδια δικαιοδοτικά όργανα. Για το ζήτημα αυτό που προκύπτει από την παράλληλη εφαρμογή εκ των προτέρων ρυθμίσεων και της νομοθεσίας περί ελεύθερου ανταγωνισμού έχουν αποφανθεί τα Ελληνικά Δικαστήρια. Συγκεκριμένα, μέσω πάγιας νομολογίας έχει καταστεί επιτρεπτή η συμπληρωματική εφαρμογή των δύο νομοθετικών και κανονιστικών πλαισίων, σε απάντηση σχετικών προσφυγών κατά αποφάσεων της Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (ΕΕΤΤ) που εξέταζαν την ίδια συμπεριφορά τόσο βάσει της νομοθεσίας ηλεκτρονικών επικοινωνιών, όσο και με βάση τις διατάξεις περί ελεύθερου ανταγωνισμού.

Σε κάθε περίπτωση, απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή από τις Εθνικές Ρυθμιστικές Αρχές (ΕΡΑ) κατά την άσκηση των καθηκόντων τους, καθώς αν και είναι θεμιτή η παράλληλη εφαρμογή τους, το δίκαιο του ανταγωνισμού δεν θα πρέπει να χρησιμοποιείται για την επίτευξη κανονιστικών στόχων, όπως για παράδειγμα η διευκόλυνση της εισόδου νέων επιχειρήσεων στην σχετική αγορά, μέσω της δημιουργίας τεχνητά ευνοϊκότερων μηχανισμών τιμολόγησης, ακόμη και αν με τον τρόπο αυτό εκτιμάται ότι μακροπρόθεσμα ο ανταγωνισμός θα ενισχυθεί, παρά μόνο για την επιβολή κυρώσεων. Για το εν λόγω ζήτημα παρατηρείται και μία θετική προσέγγιση από πλευράς Ενωσιακού Δικαίου, καθώς τάσσεται υπέρ της συνύπαρξης των δύο μέσων ελέγχου, είτε λόγω των διαφορετικών συνθηκών που επικρατούν σε διαφορετικά επίπεδα ενός οικονομικού κλάδου (π.χ. χονδρική/λιανική πώληση), είτε γιατί οι ίδιες δραστηριότητες ενδέχεται να καταλαμβάνονται τόσο από το εθνικό ρυθμιστικό πλαίσιο, όσο και από το ενωσιακό δίκαιο του ανταγωνισμού.

3.1 Εξέταση υποθέσεων margin squeeze στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής

Υπόθεση Alcoa - 1945

Το 1945 στην Υπόθεση Alcoa, το Δικαστήριο των ΗΠΑ αντιμετώπισε για πρώτη φορά την πρακτική margin squeeze ως μορφή αντιανταγωνιστικής πρακτικής. Η Alcoa κατείχε μονοπωλιακή θέση στην παραγωγή ράβδων αλουμινίου και αφενός χρησιμοποιούσε την πρώτη ύλη για την παραγωγή φύλλων αλουμινίου τα οποία εμπορευόταν στη σχετική λιανική αγορά, αφετέρου προμήθευε με ράβδους αλουμινίου τους ανταγωνιστές της προκειμένου να παράξουν και εκείνοι φύλλα αλουμινίου και να τα διαθέσουν στην κατάντη αγορά. Η Alcoa κατηγορήθηκε ότι τιμολογούσε τις ράβδους αλουμινίου στους ανταγωνιστές της σε ιδιαίτερα υψηλές τιμές, ενώ παράλληλα χρέωνε πολύ χαμηλές τιμές στους καταναλωτές της στην λιανική αγορά, με αποτέλεσμα οι ανταγωνιστές της στην αγορά αυτή να αδυνατούν να λειτουργήσουν αποδοτικά και να αποκομίσουν κέρδη από τη δραστηριότητα τους. Το Δικαστήριο κατά την εξέταση της υπόθεσης αποφάνθηκε ότι όντως η συμπεριφορά της Alcoa συνιστούσε καταχρηστική συμπίεση τιμών υπό τους όρους της Αντιμονοπωλιακής Νομοθεσίας (Antitrust law) των ΗΠΑ (Section 2 of Sherman Act), καθώς ήταν παράνομο να θέτει τόσο χαμηλά την τιμή των φύλλων αλουμινίου και να διατηρεί την τιμή των ράβδων αλουμινίου σε τόσο υψηλό επίπεδο, παρανομία μάλιστα που δεν τίθεται υπό αμφισβήτηση, δεδομένου ότι η τιμή των ράβδων ήταν πολύ υψηλότερη από μία «δίκαιη τιμή». Κατά την εκδίκαση της υπόθεσης, το Δικαστήριο διαπίστωσε ότι η Alcoa, μοναδική προμηθεύτρια εταιρεία ράβδων αλουμινίου, τις πωλούσε σε τόσο υψηλή τιμή στους ανταγωνιστές της που αυτοί δεν ήταν σε θέση να καλύψουν τα έξοδα της μετατροπής τους σε φύλλα αλουμινίου και να τις εμπορευτούν αποκομίζοντας κέρδος, εφόσον αναγκαστικά τις πωλούσαν στους καταναλωτές στην τιμή που τις χρέωνε αντίστοιχα η Alcoa στους δικούς της τελικούς πελάτες. Η προσέγγιση αυτή του Δικαστηρίου παραπέμπει στο τεστ του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή, το οποίο χρησιμοποιείται κατά κόρον από τα Ευρωπαϊκά Δικαστήρια, δεδομένου ότι εν προκειμένω προτάθηκε ως σημείο αναφοράς για την αξιολόγηση της συμπίεσης τιμών, το κόστος της Alcoa.

Θα μπορούσαμε να πούμε ότι, η εν λόγω απόφαση πλησιάζει αρκετά τη σημερινή θέση των Ευρωπαϊκών Δικαστηρίων σχετικά με το αν η συμπίεση τιμών αποτελεί μία αυτόνομη καταχρηστική πρακτική δεσπόζουσας θέσης ή συνδυασμό περισσότερων, όπως για

παράδειγμα της άρνησης προμήθειας και της επιθετικής τιμολόγησης, και φαίνεται να τάσσεται υπέρ της πρώτης εκδοχής. Για τους λόγους αυτούς, η συγκεκριμένη απόφαση δέχθηκε έντονη κριτική, καθώς φάνηκε να απομακρύνεται από την τάση της αμερικανικής αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας προς την εξασφάλιση της καταναλωτικής ευημερίας.

Η απόφαση στην υπόθεση *Alcoa*, αποτέλεσε μία πρώτη αποτύπωση των αντιλήψεων του Δικαστηρίου των ΗΠΑ, οι οποίες γρήγορα όμως ανατράπηκαν από επόμενες αποφάσεις. Οι πιο σημαντικές αποφάσεις για τον τρόπο με τον οποίο ουσιαστικά αντιμετωπίζει το Αμερικανικό Δίκαιο Ανταγωνισμού τις υποθέσεις *margin squeeze*, αποτελούν οι αποφάσεις στις υποθέσεις *Trinko* (2004) και *Linkline* (2009).

Υπόθεση *Trinko vs Verizon* - 2004

Ένα πραγματικό σημείο καμπής στις εξεταζόμενες από το Αμερικάνικο Δίκαιο Ανταγωνισμού υποθέσεις, είναι η υπόθεση *Trinko*. Στην υπόθεση αυτή η *Verizon* και η *AT&T* αποτελούσαν ανταγωνίστριες εταιρείες στην κατάντη αγορά της παροχής τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών, ενώ παράλληλα η *Verizon* κατείχε δεσπόζουσα θέση στην ανάντη αγορά, καθώς είχε υπό τον αποκλειστικό της έλεγχο το περιφερειακό μονοπώλιο στην υπηρεσία σταθερού δικτύου. Για το λόγο αυτό, ήταν υποχρεωμένη από το Αμερικάνικο Ρυθμιστικό πλαίσιο τηλεπικοινωνιών (*Telecommunication Act of 1996*) να παρέχει πρόσβαση στο δίκτυό της, στους ανταγωνιστές της στη λιανική αγορά.

Η *Verizon*, κατηγορήθηκε από την *Trinko* (πελάτης της *AT&T*) ότι δεν παρείχε επαρκή υποστήριξη στους ανταγωνιστές της στην *upstream* αγορά, είτε παρέχοντας στους πελάτες των ανταγωνιστών της (*AT&T*) υπηρεσίες χαμηλότερης ποιότητας, είτε χρεώνοντάς τους υψηλές τιμές για την πρόσβαση στο δίκτυό της.

Αν και οι κατηγορίες ήταν αρκετά πολύπλοκες και άγγιζαν πολλές πτυχές, το Ανώτατο Δικαστήριο έκρινε ότι δεν υπήρχε «έδαφος» εφαρμογής του Ανταγωνιστικού Δικαίου (*Sherman Act*) προκειμένου να επιβληθεί «*duty to deal*» σε επιχειρήσεις οι οποίες λόγω του ρυθμιστικού πλαισίου ήταν ήδη υποχρεωμένες να συναλλάσσονται με ανταγωνιστές τους. Με τον τρόπο αυτό, έσπασε πλήρως το δεσμό μεταξύ της λιανικής και της χονδρικής αγοράς, σε περιπτώσεις που δεν υφίσταται «*duty to deal*» στην χονδρική αγορά.

Επιπλέον, η απόφαση αυτή αποδυνάμωσε τη χρήση του *essential facilities doctrine* (*EFG*) στον τομέα των τηλεπικοινωνιών των ΗΠΑ, το οποίο σνήθως χρησιμοποιείτο σαν εργαλείο προκειμένου να εξασφαλιστεί «δικαιοσύνη» στην *upstream* και την *downstream* αγορά. Στην

περίπτωση αυτή, δόθηκε έμφαση στο γεγονός ότι προκειμένου να στοιχειοθετηθεί μια «essential facility» υπόθεση, ο ενάγων θα πρέπει να αποδείξει ότι ο κατηγορούμενος είχε πρόθεση να βλάψει τους ανταγωνιστές του. Το να είναι μια dominant επιχείρηση απλά ανταγωνιστής, δε συνιστά απαραίτητα αντι-ανταγωνιστική ή επιβλαβή συμπεριφορά και οι αντίδικοι θα πρέπει να αποδείξουν ότι προάγουν τον ανταγωνισμό με τις πράξεις τους. Αυτή η οπτική, έθεσε κατηγορηματικά την αποτελεσματικότητα υπεράνω της νομιμότητας.

Η υπόθεση Trinko, έθεσε ένα πολύ ουσιαστικό προηγούμενο σε ότι αφορά τη σχέση μεταξύ του Δικαίου Ανταγωνισμού (Antitrust Law) και των Ρυθμιστικών Αρχών και ουσιαστικά «έκλεισε την πόρτα» σε μεταγενέστερες υποθέσεις margin squeeze στην Αμερική, καθώς σύμφωνα με το Ανώτατο Δικαστήριο, το ρυθμιστικό πλαίσιο που έθετε η Telecommunication Act of 1996 ήταν αρκετό για να εξασφαλίσει τους απαραίτητους περιορισμούς αντι-ανταγωνιστικών συμπεριφορών και στόχος του ήταν να αποτελέσει ένα αυτόνομο εργαλείο ρύθμισης της αγοράς.

Υπόθεση Linkline vs AT&T (Pacific Bells) - 2009

Συναφής με την υπόθεση Trinko, υπήρξε αυτή της Linkline (2009), με την οποία το Δικαστήριο αποφάνθηκε για το αν η συμπίεση τιμών αποτελεί μία αυτόνομη κατάχρηση, και τοποθετήθηκε με περισσότερη σαφήνεια ως προς τη σχέση του Δικαίου Ανταγωνισμού με τη Ρύθμιση.

Στην υπόθεση αυτή, η AT&T, καθετοποιημένη επιχείρηση, η οποία είχε στην αποκλειστική κατοχή της τη φυσική υποδομή και τον έλεγχο των τοπικών τηλεφωνικών δικτύων, αποτελούσε τον μοναδικό προμηθευτή παροχής DSL γραμμής στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνταν στη σχετική λιανική αγορά, όπως η Linkline. Η Linkline στη σχετική καταγγελία που υπέβαλλε κατά της AT&T επικαλούμενη την αντιμονοπωλιακή νομοθεσία των ΗΠΑ, υποστήριξε ότι η τελευταία εκμεταλλευόμενη τη μονοπωλιακή θέση που κατείχε στην ανάντη αγορά συμπίεζε το περιθώριο κέρδους των ανταγωνιστών της στην κατάντη αγορά, χρεώνοντας υψηλές χονδρικές τιμές στην ανάντη αγορά και ταυτόχρονα χαμηλές λιανικές τιμές στην κατάντη αγορά, με αποτέλεσμα να υπάρχει κίνδυνος εκτοπισμού αυτών από τη σχετική αγορά και αδυναμία ανάπτυξης και διατήρησης ενός υγιούς και ανόθευτου ανταγωνισμού.

Κατά την αξιολόγηση της ενδεχόμενης συμπίεσης τιμών για την οποία κατηγορούνταν η AT&T, το Δικαστήριο εξέτασε ξεχωριστά τη συμπεριφορά της AT&T στις δύο αγορές

(upstream και downstream) προκειμένου να αποφανθεί εάν αυτή συνιστά καταχρηστική πρακτική.

Πιο συγκεκριμένα, το Δικαστήριο ισχυρίστηκε ότι η AT&T δεν είχε κάποιο «αντιανταγωνιστικό» καθήκον να προμηθεύσει τους ανταγωνιστές της στην κατάντη αγορά κι εκ του γεγονότος αυτού δεν είχε υποχρέωση να τους χρεώσει με συγκεκριμένες τιμές όταν τους παρείχε πρόσβαση στο δίκτυο της (μία επιχείρηση που δεν βαρύνεται με υποχρέωση προμήθειας στη χονδρική αγορά, δεν υποχρεούται όπως συμβληθεί υπό όρους και προϋποθέσεις ευνοϊκές για τους ανταγωνιστές της).

Επιπλέον, αναφορικά με την τιμολογιακή πρακτική που ακολουθούσε η AT&T στη λιανική αγορά, το Δικαστήριο επισήμανε ότι η χρέωση χαμηλών αντιανταγωνιστικών τιμών αποτελεί τον πυρήνα ενός υγιούς ανταγωνισμού και σε κάθε περίπτωση συμβάλλουν στην ευημερία των καταναλωτών (υπό την προϋπόθεση βέβαια ότι κυμαίνονται σε επίπεδα υψηλότερα από τα επίπεδα των τιμών σε περιπτώσεις επιθετικής τιμολόγησης).

Το Δικαστήριο μάλιστα στην υπόθεση αυτή, διαπίστωσε ότι μία επιχείρηση με μονοπωλιακή θέση στη χονδρική αγορά, η οποία δεν βαρύνεται με καθήκον προμήθειας, είναι ελεύθερη να χρεώσει τιμές χονδρικής της αρεσκείας της, καθώς η αντιμονοπωλιακή νομοθεσία δεν απαγορεύει σε νόμιμα μονοπώλια να χρεώνουν μονοπωλιακές τιμές.

Κατά συνέπεια, το Δικαστήριο στη συγκεκριμένη υπόθεση, απέρριψε τους ισχυρισμούς των εναγόντων περί ύπαρξης εκ μέρους της AT&T καταχρηστικής συμπίεσης τιμών και εξέτασε αποκλειστικά τις κατηγορίες περί επιθετικής τιμολόγησης. Σύμφωνα με προγενέστερες αποφάσεις του Δικαστηρίου, επιθετική/ληστική τιμολόγηση μπορεί να υφίσταται εφόσον πληρούνται αθροιστικά δύο προϋποθέσεις:

α) οι τιμές που εφαρμόζει η δεσπόζουσα επιχείρηση είναι χαμηλότερες από τα κόστη των ανταγωνιστών της και

β) υπάρχει δυνατότητα από πλευράς της να ανακτήσει τις ζημιές που υπέστη από την επιλογή της να θυσιάσει βραχυπρόθεσμα κέρδη της (recoupment).

Πέρα από τα παραπάνω, η συνδρομή της υπόθεσης Linkline στην αμερικανική αντιμονοπωλιακή νομοθεσία υπήρξε ιδιαίτερα σημαντική, καθώς σε αυτή το Δικαστήριο διασαφήνισε τη σχέση μεταξύ της Ρύθμισης και του Δικαίου Ανταγωνισμού. Ειδικότερα, επισημάνθηκε ότι «όταν υφίσταται και έχει τεθεί σε εφαρμογή ένα ρυθμιστικό πλαίσιο με σκοπό την αποτροπή αντιανταγωνιστικών πρακτικών, αλλά και την εξομάλυνση μίας αγοράς

που έχει πληγεί από αυτές, τα μειονεκτήματα από την επιβολή της αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας φαίνεται να είναι περισσότερα από τα οφέλη που αυτή επιφυλάσσει».

Συνοψίζοντας, θα λέγαμε ότι η απόφαση του Δικαστηρίου στην υπόθεση αυτή κινήθηκε σε δύο άξονες: αφενός ξεκαθάρισε ότι αν δεν υπάρχει ούτε υποχρέωση προμήθειας στη χονδρική αγορά, ούτε επιθετική τιμολόγηση στη λιανική αγορά, τότε αναμφισβήτητα δεν υφίσταται απαίτηση έναντι της επιχείρησης να τιμολογήσει με τέτοιον τρόπο τις προσφερόμενες υπηρεσίες της στις δύο αυτές αγορές ώστε να εξασφαλίσει στους ανταγωνιστές της περιθώριο κέρδους, αφετέρου δεν μπορούσε να στοιχειοθετηθεί εις βάρος της AT&T καταχρηστική συμπίεση τιμών, καθώς από τη μία οι τιμές που χρέωνε τόσο σε επίπεδο λιανικής όσο και χονδρικής ήταν νόμιμες και από την άλλη δεν υπάρχει νομική βάση ώστε να κατηγορηθεί μία καθετοποιημένη επιχείρηση για υιοθέτηση αντιανταγωνιστικών πρακτικών απλά και μόνο επειδή οι τιμές που χρεώνει στη χονδρική αγορά είναι ίσες ή υψηλότερες από τις τιμές που χρεώνει τους τελικούς πελάτες της.

3.2 Εξέταση υποθέσεων margin squeeze στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Υπόθεση Deutsche Telecom (DT) - 2003

Μια από τις πιο σημαντικές υποθέσεις συμπίεσης περιθωρίου κέρδους στην ΕΕ ήταν αυτή της Deutsche Telecom (DT). Στην υπόθεση αυτή μάλιστα εξετάστηκε από το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΔΕΕ) και το ζήτημα της ταυτόχρονης εφαρμογής του Δικαίου Ανταγωνισμού και της Ρύθμισης.

Πριν από την πλήρη απελευθέρωση των τηλεπικοινωνιακών αγορών, η DT κατείχε νόμιμο μονοπώλιο στον τομέα της παροχής τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών σταθερού δικτύου στη λιανική αγορά. Με τη θέση σε ισχύ του νόμου περί τηλεπικοινωνιών (TKG) την 1η Αυγούστου 1996 απελευθερώθηκαν στη Γερμανία τόσο η αγορά διάθεσης υποδομών όσο και η αγορά παροχής τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών. Έκτοτε, η DT αντιμετωπίζει και στις δύο αυτές αγορές, σε διαφορετικό βαθμό, τον ανταγωνισμό άλλων φορέων.

Ωστόσο έπειτα από σειρά καταγγελιών που υποβλήθηκαν εναντίον της DT το 1999 από πλήθος εταιρειών¹ (τοπικοί ή περιφερειακοί φορείς εκμετάλλευσης σταθερών δικτύων, με

¹ Mannesmann Arcor AG & Co, TeleBeL GmbH (Wuppertal), CNB GmbH (Βρέμη), Citykom GmbH (Münster), HTN GmbH (Ανόβερο), Hamcom GmbH (Hamm), KomTel GmbH (Flensburg), DOKOM GmbH (Ντόρτμουντ) και KielNet GmbH (Κίελο), EWE TEL GmbH (Oldenburg), HanseNet GmbH (Αμβούργο), ISIS

γεωγραφικά περιορισμένες άδειες, οι οποίοι συνέδεαν λιανικούς χρήστες στα δίκτυά τους, εφόσον αυτά υφίστανται και είναι λειτουργικά, εντός της περιοχής ισχύος της αδείας τους, χρησιμοποιώντας αποδεσμοποιημένους βρόγχους της DT), η Επιτροπή αποφάσισε ότι η DT προέβαινε σε καταχρηστική εκμετάλλευση της δεσπόζουσας θέσης της χρεώνοντας υψηλότερες τιμές για τις υπηρεσίες πρόσβασης των ανταγωνιστών στο δίκτυο της, σε σχέση με τις τιμές λιανικής που χρέωνε για τις υπηρεσίες πρόσβασης των δικών της συνδρομητών.

Με τον τρόπο αυτό, υποχρέωνε τους ανταγωνιστές της να χρεώνουν τους συνδρομητές τους με υψηλότερες τιμές σε σχέση με τις τιμές που χρέωνε η DT τους δικούς της, με αποτέλεσμα αυτοί να μην έχουν κερδοφόρα δραστηριότητα. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα η Επιτροπή να επιβάλλει στη DT πρόστιμο ύψους 12,6 εκατομμυρίων ευρώ. Η Deutsche Telecom με τη σειρά της ζήτησε ακύρωση αυτής της απόφασης ή έστω μείωση του προστίμου ενώπιον των Ευρωπαϊκών Δικαστηρίων.

Το βασικό επιχείρημα της εταιρείας ήταν ότι δεν ήταν δυνατό να της καταλογιστεί η αποδιδόμενη παράβαση περί καταχρηστικής συμπίεσης τιμών, καθώς τόσο οι χονδρικές τιμές της για πρόσβαση στο τοπικό δίκτυο, καθώς και οι λιανικές της τιμές στην κατάντη αγορά, καθορίζονταν και ελέγχονταν εκ των προτέρων από την αρμόδια Γερμανική Ρυθμιστική Αρχή για τις τηλεπικοινωνίες, η οποία (σύμφωνα πάντα με την ίδια επιχειρηματολογία) ήταν αποκλειστικά υπεύθυνη για την ορθή διατήρηση της σχετικής αγοράς, καθώς και την τήρηση των διατάξεων περί ανταγωνισμού. Επιπλέον, η DT ανέφερε ότι μία επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση, η οποία υπόκειται σε εθνική ρύθμιση, θα πρέπει να εμπιστεύεται την ορθότητα της Ρύθμισης.

Στο σημείο αυτό, όσον αφορά τους ισχυρισμούς της DT, χρειάζεται να διευκρινίσουμε ότι σε αντίθεση με τα τέλη που η DT χρέωνε στους ανταγωνιστές της για την πρόσβαση στο τοπικό δίκτυο, τα τιμολόγια λιανικής για τις αναλογικές συνδέσεις και τις συνδέσεις ISDN δεν υπόκειντο μεμονωμένα σε κανονιστική ρύθμιση, αλλά υπάγονταν στο λεγόμενο καθεστώς ανώτατων τιμών. Με τον τρόπο αυτό, η DT, αν και βρισκόταν σε καθεστώς ρύθμισης των τελών που χρέωνε, είχε κάποια διακριτική ευχέρεια όσον αφορά την επιχειρηματική διαμόρφωση των τιμών λιανικής της.

Τόσο το Πρωτοδικείο όσο και στη συνέχεια το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΔΕΕ) απέρριψε τα παραπάνω επιχειρήματα της DT κι έκρινε ότι εάν μία εθνική νομοθεσία

Multimedia Net GmbH (Ντίσελντορφ), NetCologne GmbH (Κολωνία), Tesion Kommunikationsnetze Südwest GmbH & Co KG (Στουτγάρδη) και VEW TELNET GmbH (Ντόρτμουντ)

περιορίζεται στο να παρακινεί ή να διευκολύνει την υιοθέτηση εκ μέρους των επιχειρήσεων μίας αυτόβουλης συμπεριφοράς που θίγει τον ανταγωνισμό, όπως συνέβη εν προκειμένω, τότε οι επιχειρήσεις αυτές εξακολουθούν να υπόκεινται στα Άρθρα 101 και 102 της ΣΛΕΕ. Ειδικότερα, μόνο στην περίπτωση που το εθνικό νομοθετικό - ρυθμιστικό πλαίσιο δεν αφήνει στη δεσπόζουσα επιχείρηση κανένα περιθώριο δράσης, τότε μπορεί να θεωρηθεί ότι η οποιαδήποτε παραβατική συμπεριφορά δεν αποτελεί αυτόβουλη δράση και συνεπώς εκφεύγει του ελέγχου των διατάξεων περί ανταγωνισμού.

Στη συγκεκριμένη υπόθεση, δεδομένου ότι η DT είχε το περιθώριο να τροποποιήσει τις τιμές λιανικής για τις υπηρεσίες πρόσβασης των συνδρομητών, οδήγησε στην απόφαση του ΔΕΕ περί καταλογισμού σε αυτήν, της καταχρηστικής πρακτικής συμπίεσης τιμών. Εδώ, θα πρέπει να επισημάνουμε ότι το ΔΕΕ σε καμία περίπτωση δε δεσμεύεται από απόφαση εθνικής αρχής ως προς την εφαρμογή του Άρθρου 102 της ΣΛΕΕ.

Υπόθεση Telefonica - 2007

Η απόφαση του ΔΕΕ σχετικά με την υπόθεση margin squeeze σε βάρος της ισπανικής Telefonica λίγα χρόνια μετά, εναρμονίστηκε πλήρως με τις παραδοχές του δικαστηρίου στην υπόθεση της DT. Στις 11 Ιουλίου 2003, η Wanadoo España υπέβαλε καταγγελία στην Επιτροπή υποστηρίζοντας ότι η Telefónica (ο μόνος τηλεπικοινωνιακός φορέας στην Ισπανία ο οποίος διαθέτει δίκτυο σταθερής τηλεφωνίας που καλύπτει το σύνολο της χώρας) προέβαινε σε συμπίεση περιθωρίου στις ισπανικές αγορές ευρυζωνικής πρόσβασης στο Διαδίκτυο.

Όπως και στην υπόθεση της DT, το Δικαστήριο έκρινε ότι η εναγόμενη εταιρεία, διέθετε επαρκές περιθώριο χειρισμών ως προς τον καθορισμό της τιμολογιακής της πρακτικής παρά το γεγονός ότι εφαρμοζόταν σχετική περιφερειακή ρύθμιση η οποία παρείχε κατευθυντήριες οδηγίες ως προς το ζήτημα των τιμών και συγκεκριμένα είχε καθορίσει ανώτατες τιμές για το περιφερειακό προϊόν χονδρικής. Όπως προέκυψε κατά την εξέταση της υπόθεσης, η Telefonica ήταν ελεύθερη να αυξάνει τις τιμές λιανικής της ανά πάσα στιγμή. Σύμφωνα με το Δικαστήριο, η Telefonica σε καμία περίπτωση δεν μπορούσε να αγνοεί ότι η τήρηση της ισπανικής κανονιστικής ρύθμισης στον τομέα των τηλεπικοινωνιών, δεν θα απέκλειε παρεμβάσεις της Επιτροπής βάσει του Άρθρου 102 ΣΛΕΕ. Μάλιστα, το ΔΕΕ προέβη σε αναλυτική αναφορά σχετικά με τη δυνατότητα της Επιτροπής να εξετάζει παραβιάσεις των

Άρθρων 101 και 102 ΣΛΕΕ, ακόμη κι όταν έχει προηγηθεί έλεγχος αυτών από την εκάστοτε Εθνική Ρυθμιστική Αρχή (ΕΡΑ).

"Αναδυόμενες" υποθέσεις margin squeeze

Πέρα από τις παραπάνω υποθέσεις, κρίνεται σκόπιμο να αναφερθούμε σε ένα πολύ σύγχρονο ζήτημα το οποίο απασχολεί και αναμένεται να απασχολήσει περαιτέρω τη νομική επικαιρότητα και αφορά την εφαρμογή συμπίεσης περιθωρίου κέρδους στην αγορά των εφαρμογών (applications) για smartphones και συγκεκριμένα, τίθεται το ερώτημα κατά πόσο το θεωρητικό πλαίσιο για το margin squeeze μπορεί να εφαρμοστεί στη συγκεκριμένη αγορά.

Ο εν λόγω προβληματισμός τίθεται στο πλαίσιο καταγγελίας που υπέβαλλε το 2019 ενώπιον της Επιτροπής, η Spotify κατά της Apple, κατηγορώντας την για αντιανταγωνιστικές πρακτικές και συγκεκριμένα ότι την αποκλείει από την αγορά, παρεμποδίζοντας την πρόσβαση των χρηστών στην εφαρμογή της.

Η Apple δραστηριοποιείται στην upstream αγορά των εφαρμογών, παρέχοντας την αναγκαία υποδομή (πλατφόρμα) για τη διανομή τους, το App Store. Μαζί με τη Google, η οποία επίσης δραστηριοποιείται στην υπόψη αγορά με τη δική της πλατφόρμα, θα λέγαμε ότι συνιστούν ένα δυοπώλειο, αν και η σχετική αγορά μπορεί να περιοριστεί ακόμα περισσότερο, αν αναλογιστούμε ότι οι χρήστες συσκευών Apple (iphone, ipod, i pad) μπορούν να εγκαταστήσουν εφαρμογές στις συσκευές τους αποκλειστικά από την πλατφόρμα της Apple. (Η Google απευθύνεται σε όλους τους χρήστες συσκευών Android, ανεξαρτήτως κατασκευαστή).

Παράλληλα, η Apple λειτουργεί και στην κατάντη αγορά, όπου ανταγωνίζεται αρκετές εταιρείες (εφαρμογές) για την αναπαραγωγή μουσικής, μεταξύ άλλων και τη Spotify, με τη δική της εφαρμογή (iTunes). Η Spotify, στο πλαίσιο της συμβατικής υποχρέωσης που έχει με την Apple, είναι υποχρεωμένη να αποδίδει στην τελευταία, ποσοστό 30% ως προμήθεια για κάθε νέα εγγραφή η οποία πραγματοποιείται μέσω του App Store της. Αυτό, την αναγκάζει να προσφέρει τις υπηρεσίες της στους τελικούς χρήστες σε τιμή αρκετά υψηλότερη συγκριτικά με την τιμή που η Apple χρεώνει τους δικούς της πελάτες. Αυτό, ενδέχεται να οδηγήσει στον εκτοπισμό της Spotify από την αγορά επόμενου σταδίου στην οποία δραστηριοποιούνται οι δύο εταιρείες.

Αναμένεται με ενδιαφέρον η εξέταση της υπόθεσης από την Επιτροπή, κυρίως για το πάνω σε ποια αντιανταγωνιστική πρακτική θα βασιστεί στο πλαίσιο αξιολόγησης της τάσης της

Apple να αυξήσει την ισχύ που κατέχει στην ανάντη αγορά των εφαρμογών στην αγορά επόμενου σταδίου, αυτή της ψηφιακής μουσικής. Θα εκλάβει άραγε την πρακτική της Apple ως διακριτική μεταχείριση, άρνηση προμήθειας, συζευγμένη πώληση ή συμπίεση περιθωρίου κέρδους; Η απόφαση της Επιτροπής αναμένεται με ιδιαίτερο ενδιαφέρον, καθώς ενδέχεται να σηματοδοτήσει μία δυναμική επιστροφή της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους στο νομικό χώρο και μάλιστα σε μία ιδιαίτερα αναπτυσσόμενη αγορά, αυτή των εφαρμογών για «έξυπνες συσκευές» (smartphones).

3.3 Συγκριτική επισκόπηση Ευρωπαϊκού Δικαίου Ανταγωνισμού και Αντιμονοπωλιακής Νομοθεσίας ΗΠΑ σχετικά με την πρακτική *margin squeeze*

Στο σημείο αυτό, κρίνεται σκόπιμο, να επιχειρήσουμε μία σύντομη ανάλυση ανάμεσα στο πως προσεγγίζει την πρακτική της καταχρηστικής συμπίεσης περιθωρίου τιμών η Αντιμονοπωλιακή Νομοθεσία των ΗΠΑ και πως το Δίκαιο Ανταγωνισμού της ΕΕ, με τους δύο θεσμούς να διαφοροποιούνται αρκετά επί του θέματος. Αυτό, θα λέγαμε ότι οφείλεται κυρίως στις διαφορετικές φιλοσοφικές και ιστορικές καταβολές των ΗΠΑ και της ΕΕ. Το Ευρωπαϊκό Δίκαιο Ανταγωνισμού, στηρίζεται στη σκέψη της Σχολής του Freiburg και του ρεύματος που ονομάστηκε *Ordoliberalismus* (ταξι-φιλελευθερισμός ή ρυθμιζόμενος φιλελευθερισμός), ενώ η αντιμονοπωλιακή νομοθεσία των ΗΠΑ έχει επηρεαστεί φανερά από τη Σχολή του Σικάγο.

Το Ευρωπαϊκό Δίκαιο Ανταγωνισμού, τάσσεται υπέρ της οικονομικής ελευθερίας των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε μία αγορά, θεωρώντας ότι η έτσι εδραιώνεται ο υγιής ανταγωνισμός. Παρ' όλα αυτά, δεν μπορεί να παραβλέψει την αναγκαιότητα ύπαρξης κανόνων που θα διέπουν τη σχετική αγορά οι οποίοι θα θέτουν περιορισμούς στην ανταγωνιστική τους δράση με στόχο την προστασία της οικονομικής τους ελευθερίας. Αντίθετα, το δίκαιο ανταγωνισμού των ΗΠΑ, θεωρεί ότι η σχετική αγορά είναι αυτορρυθμιζόμενη, επιβάλλοντας για το λόγο αυτό ελάχιστους αντιμονοπωλιακούς κανόνες. Υπάρχουν όμως και πολλοί που ισχυρίζονται ότι οι διαφορές αυτές έχουν πλέον ατονήσει αρκετά, και πως απώτερος στόχος και των δύο νομοθεσιών είναι αφενός η βελτιστοποίηση της ευημερίας των καταναλωτών και αφετέρου η διασφάλιση ενός υγιούς ανταγωνισμού. Για την επίτευξη του στόχου αυτού, οι δύο θεσμοί στοχοποιούν καταχρηστικές αντιανταγωνιστικές πρακτικές, ιδιαίτερα όταν υιοθετούνται από επιχειρήσεις με δεσπόζουσα θέση ή επιχειρήσεις που συνιστούν μονοπώλια.

Εκεί που σίγουρα υπάρχουν ουσιαστικές αποκλίσεις ανάμεσα στα δύο συστήματα, είναι οι θεσμικές δομές. Στην ΕΕ η Επιτροπή και τα Δικαστήρια είναι επιφορτισμένα με την έκδοση αποφάσεων και την επιβολή προστίμων, ενώ στις ΗΠΑ το Ανώτατο Δικαστήριο μονοπωλεί τις υποθέσεις που άπτονται ζητημάτων αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας. Επιπλέον, σε αντίθεση με όσα ισχύουν στην ΕΕ, στις ΗΠΑ κυριαρχεί η άποψη περί υπεροχής της Ρύθμισης έναντι των κανόνων ανταγωνισμού, ενώ θεωρείται πως τα κατάλληλα όργανα για να

επέμβουν σε υποθέσεις συμπίεσης τιμών, είναι οι Ρυθμιστικές και όχι οι Αντιμονοπωλιακές αρχές. Οι διαφορές όμως μεταξύ των δύο νομοθεσιών εντοπίζονται όχι μόνο σε θεωρητικό, αλλά κυρίως σε πρακτικό επίπεδο.

Από τις αποφάσεις της Ευρωπαϊκής, όσο και της Αμερικανικής νομολογίας, που εξετάστηκαν παραπάνω, προκύπτει σαφώς ότι τα αρμόδια όργανα της ΕΕ και των ΗΠΑ υιοθετούν διαφορετική προσέγγιση στην αξιολόγηση της πρακτικής margin squeeze.

Όσον αφορά στη νομική φύση της συμπίεσης τιμών, στις ΗΠΑ ακολουθείται μία κανονιστική - ρυθμιστική προσέγγιση, σύμφωνα με την οποία, εφόσον οι περιπτώσεις συμπίεσης τιμών δεν πληρούν τις προϋποθέσεις ώστε να υπαχθούν σε κατηγορίες της αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας (π.χ άρνηση προμήθειας ή επιθετική τιμολόγηση) θα πρέπει να αντιμετωπίζονται με τη συνδρομή των αρμόδιων Ρυθμιστικών αρχών. Αντίθετα η Ευρωπαϊκή προσέγγιση τάσσεται υπέρ της αντιμετώπισης της συμπίεσης τιμών ως μία αυτόνομη αντιανταγωνιστική πρακτική που τιμωρείται από τις διατάξεις του Άρθρου 102 ΣΛΕΕ περί κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης εφόσον συντρέχουν οι σχετικές προϋποθέσεις. Με άλλα λόγια, σύμφωνα με την αντιμονοπωλιακή νομοθεσία των ΗΠΑ, η συμπίεση του περιθωρίου κέρδους των ανταγωνιστών στην αγορά επόμενου σταδίου δεν απαγορεύεται εκτός κι αν υφίσταται μία αντιανταγωνιστική άρνηση προμήθειας στην ανάντη αγορά ή μία επιθετική τιμολόγηση στην κατάντη. Επιπλέον, η νομοθεσία περί ελεύθερου ανταγωνισμού των ΗΠΑ δεν αναγνωρίζει την ανάγκη ύπαρξης ενός δίκαιου ή επαρκούς περιθωρίου κέρδους.

Ένα άλλο θέμα που αντιμετωπίζεται εντελώς διαφορετικά από το δίκαιο των ΗΠΑ και το δίκαιο της Ε.Ε αποτελεί η σχέση της Ρύθμισης και του Δικαίου ανταγωνισμού και κατά πόσον αυτά μπορούν να θεωρηθούν ότι συγκρούονται ή αλληλοσυμπληρώνονται. Από τις αποφάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και των Δικαστηρίων της ΕΕ, στην Ευρώπη παρατηρείται μία σχέση αλληλοσυμπλήρωσης των δύο μηχανισμών επέμβασης στην αγορά. Όπως είδαμε παραπάνω στις υποθέσεις Deutsche Telecom και Telefonica, όχι μόνο δεν υφίσταται αλληλοαποκλεισμός των δύο μέσων διαμόρφωσης της αγοράς, αλλά αντίθετα, για την Επιτροπή, ήταν εντελώς ασήμαντο για την εφαρμογή του κοινοτικού δικαίου ανταγωνισμού το γεγονός ότι οι επιχειρήσεις συμμορφώνονταν με την εθνική νομοθεσία και τις Εθνικές Ρυθμιστικές Αρχές.

Αντίθετα, από τις υποθέσεις Trinko και Linkline, φάνηκε ότι στις ΗΠΑ, εφόσον ορισμένοι τομείς όπως οι τηλεπικοινωνίες υπόκεινται σε καθεστώς ρύθμισης, αποκλείεται εξ' ορισμού η

εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού αναφορικά με την αξιολόγηση του επιπέδου των τιμών που οδηγούν στην εξεταζόμενη συμπίεση. Η ύπαρξη, λοιπόν, ενός λεπτομερούς και αποτελεσματικού ρυθμιστικού πλαισίου καθιστά ανώφελη την εφαρμογή της αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας, αν λάβει κανείς μάλιστα υπόψιν και τη δυσκολία που αντιμετωπίζει η Δικαιοσύνη κατά την αξιολόγηση σύνθετων υποθέσεων, όπως αυτές της συμπίεσης τιμών, που παρουσιάζουν υψηλή τεχνική πολυπλοκότητα. Επιπλέον, κατά την κρίση του Δικαστηρίου των ΗΠΑ, διαπιστώθηκε αφενός ότι η συμπίεση τιμών δεν αποτελεί ανεξάρτητη αντιμονοπωλιακή παραβίαση, αλλά βρίσκεται σε σχέση εξάρτησης είτε με μία άρνηση προμήθειας στην ανάντη αγορά είτε με μία επιθετική τιμολόγηση στην κατάντη αγορά κι αφετέρου δεν δόθηκε κανένα περιθώριο συζήτησης περί συμπληρωματικής εφαρμογής της αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας σε *ex ante* (εκ των προτέρων) ρυθμισμένες αγορές.

Συμπεράσματα

Από τα παραπάνω, συμπεραίνουμε πως η πρακτική του margin squeeze, αποτελεί ένα περίπλοκο ζήτημα με νομικές - οικονομικές και ακαδημαϊκές πτυχές. Αν και τα τελευταία χρόνια η καταχρηστική αυτή πρακτική απασχολεί ιδιαίτερα τις Εθνικές Επιτροπές Ανταγωνισμού, τις Ρυθμιστικές Αρχές των κρατών μελών της Ε.Ε αλλά και την Commission, κυρίως μάλιστα στον κλάδο των τηλεπικοινωνιών, πολλά ζητήματα εξακολουθούν να μένουν άλυτα, προκαλώντας αντικρουόμενες τοποθετήσεις. Ως εκ τούτου, μέχρι σήμερα δεν έχει διαμορφωθεί ένα ενιαίο θεσμικό πλαίσιο για την αντιμετώπισή τους.

Τα δύο βασικότερα ζητήματα που αφορούν την υπόψη πρακτική, είναι

α. Η επιλογή του κατάλληλου κριτηρίου αποδοτικότητας προκειμένου να καθοριστεί ο πάροχος που θα αποτελέσει το σημείο αναφοράς κατά την αξιολόγηση μίας συμπίεσης τιμών και

β. Οι κατηγορίες κόστους που θα πρέπει να εξεταστούν.

Ένα ακόμα ζήτημα που προκύπτει κατά την εξέταση υποθέσεων margin squeeze, έγκειται στη νομική φύση της συμπίεσης τιμών. Συγκεκριμένα, στην Ευρωπαϊκή Ένωση, το βασικότερο επιχείρημα των «ελεγχόμενων» dominant επιχειρήσεων, στην προσπάθειά τους να αντικρούσουν τις κατηγορίες περί καταχρηστικής συμπίεσης του περιθωρίου κέρδους, είναι ο μη αναγκαίος χαρακτήρας των επίμαχων εισροών (essential facilities), επί των οποίων οι ανταγωνιστές αιτούνταν πρόσβαση (οι επιχειρήσεις υποστήριζαν ότι δεν ήταν υποχρεωμένες να προμηθεύσουν τους υφιστάμενους ή εν δυνάμει ανταγωνιστές τους).

Σύμφωνα με τη νομολογία των Δικαστηρίων των ΗΠΑ, το καθήκον προμήθειας αποτελεί αναγκαίο προαπαιτούμενο για τη στοιχειοθέτηση μίας υπόθεσης συμπίεσης τιμών, ενώ κατά την κρίση των Ευρωπαϊκών Δικαστηρίων, η αναγκαιότητα της εισροής δεν θεωρείται απαραίτητη προϋπόθεση, καθώς αυτή εξετάζεται μόνο κατά την αξιολόγηση των πιθανών αντιανταγωνιστικών αποτελεσμάτων σε μεταγενέστερο στάδιο.

Τέλος, ένα άλλο ουσιαστικό ζήτημα αφορά τη σχέση μεταξύ του Δικαίου Ανταγωνισμού και της Ρύθμισης. Στόχος της Ρύθμισης είναι η δημιουργία κατάλληλων συνθηκών ανταγωνισμού μέσω προληπτικών μέτρων (ένα από αυτά είναι και ο καθορισμός των τιμών πρόσβασης που θα χρεώνουν οι επιχειρήσεις με ΣΙΑ στους ανταγωνιστές τους, για σημαντικές εισροές που κατέχουν). Αντίθετα, στόχος του Δικαίου του ανταγωνισμού είναι η επιβολή προστίμων - ποινών για πρακτικές που έχουν ήδη εκδηλωθεί από επιχειρήσεις με

δεσπόζουσα θέση σε μία σχετική αγορά και περιορίζουν (ή ενδέχεται να περιορίσουν) τον ανταγωνισμό.

Η εμφάνιση υποθέσεων margin squeeze σε αγορές οι οποίες ήταν εκ των προτέρων ρυθμισμένες, μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η καλύτερη λύση από πλευράς ενίσχυσης και προστασίας του ανταγωνισμού, είναι η συνύπαρξη των δύο συστημάτων, ακόμα και αν βασίζονται σε διαφορετικές αρχές.

Σε κάθε περίπτωση όμως, βασική προϋπόθεση συνιστά η αυτονομία που πρέπει να χαρακτηρίζει τη συμπεριφορά μίας επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση, η οποία τεκμαίρεται ότι υπάρχει εφόσον αυτή διαθέτει έστω και σε μικρό βαθμό ένα περιθώριο δράσης που θα της επιτρέψει να διαμορφώσει με τέτοιον τρόπο την τιμολογιακή της πρακτική, ώστε να αποφύγει να εμπλακεί σε καταχρηστική συμπίεση τιμών.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

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

Ευρωπαϊκή Ένωση (2007) *Συνθήκη για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης*

Ευρωπαϊκή Ένωση (2002) *Οδηγίες 2002/19/EK, 2002/20/EK, 2002/21/EK, 2002/22/EK και 2002/77/EK*

Ευρωπαϊκή Ένωση (2012) *Απόφαση Γενικού Δικαστηρίου, Βασίλειο της Ισπανίας κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, Υπόθεση T - 398/07 (<https://op.europa.eu/el/publication-detail/-/publication/76f0ad73-2111-4e17-9bb5-be89fe4f1a08>)*

Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2003) *2003/707/EK: Απόφαση της Επιτροπής, της 21ης Μαΐου 2003, σχετικά με διαδικασία δυνάμει του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ (Υπόθεση COMP/C-1/37.451, 37.578, 37.579 — Deutsche Telekom AG)*

Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2007) *Περίληψη της απόφασης της Επιτροπής της 4ης Ιουλίου 2007 σχετικά με τη διαδικασία του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ - Υπόθεση COMP/38.784 — Wanadoo España κατά Telefónica 2008/C 83/05*

Τζουγανάτος Δ. (2019) *Δίκαιο Ανταγωνισμού & Ρύθμιση (Εισήγηση σε ΠΜΣ της Νομικής Σχολής του ΕΚΠΑ)* (Διαθέσιμη στο <https://eclass.uoa.gr/modules/document/?course=LAW333>)

Τριανταφυλλάκης Γ. (2011) *Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού*

Ξένη

Azzopardi A. (2017) *No abuse is an island: the case of margin squeeze*, *European Competition Journal* (<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17441056.2017.1379730>)

Bostoen Friso (2017) *Online Platforms and Vertical Integration: The Return of Margin Squeeze?* *Journal of Antitrust Enforcement* 2018, Vol. 6(3) 355-381; *Faculty of Law, Stockholm University Research Paper No. 42*» (Διαθέσιμο στο SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3075237>)

Carlton D. (2008) "Should "price squeeze" be a recognized form of anticompetitive conduct?" *Journal of Competition Law and Economics*, 4: 271-78.

Colangelo Margherita (2013) *Competition Rules and Regulation in the Telecommunications Sector: Evidence from Recent EU Margin Squeeze Cases* (Διαθέσιμο στο SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2369412>)

European Commission (1993) 94/19/EC: *Commission Decision of 21 December 1993 relating to a proceeding pursuant to Article 86 of the EC Treaty (IV/34.689 - Sea Containers v. Stena Sealink - Interim measures)*

European Parliament (2019) *Official complaint by Spotify against Apple for discrimination and Apple Music's unfair advantage over Spotify: the power of digital platforms* (Διαθέσιμο στο: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/E-9-2019-002996_EN.html)

European Court (1978) *Judgment of the Court of 14 February 1978. United Brands Company and United Brands Continentaal BV v Commission of the European Communities. Chiquita Bananas. Case 27/76*

Faella G. & Pardolesi R. (2010) *Squeezing Price Squeeze Under EC Antitrust Law, European Competition*

Geradin D. & O' Donoghue R (2005) *The Concurrent Application of Competition Law and Regulation: The Case of Margin Squeeze Abuses in the Telecommunications Sector*

Hay George A. & McMahon Kathryn (2012) *"The Diverging Approach to Price Squeezes in the United States and Europe"* - *Cornell Law Faculty Publications* (<https://scholarship.law.cornell.edu/facpub/480>)

Motta Massimo (2004) *Competition Policy, Theory and Practice*

Oğuz Fuat (2015) *The politics of margin squeeze in telecommunications: Diverging paths of the US and EU* (Διαθέσιμο στο SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1478937>)

OECD (1996) *The Essential Facilities Concept*

OECD (1998) *Relationship between Regulators and Competition Authorities* (Διαθέσιμο στο: <http://www.oecd.org/regreform/sectors/1920556.pdf>)

OFT (2003) *Decision of the Office of Fair Trading under section 47 relating to decision CA98/20/2002: alleged infringement of the Chapter II prohibition by BSkyB*

Padilla J & O' Donoghue R. (2006) *The Law and Economics of Article 82 EC*

Palmigiano P. (2006) *The Abuse of Margin Squeeze Under Article 82 of The EC Treaty And Its Application to New And Emerging Markets*

Rosato Â. (2017) *"The relationship between Competition and Regulation through two apparently different approaches: US Trinko case and EU Deutsche Telecom"* (Διαθέσιμο στο <http://www.medialaws.eu/the-relationship-between-competition-and-regulation-through-two-apparently-different-approaches-us-trinko-case-and-eu-deutschetelecom/>)

Rudaz C. (2012) *"Did Trinko Really Kill Antitrust Price Squeeze Claims - A Critical Approach to the Linkline Decision through a Comparison of E.U. and U.S. Case Law"*

Supreme Court of the USA (2009) *Pacific Bell Telephone Co. v. linkLine Communications, Inc.* 555 U.S. 07-512

U.S. Court of Appeals (1945) *United States v Aluminum Co. of America*, 148 F.2d 416 (2d Cir.1945)

Yannelis Demetrius (2015) *Margin squeeze in the U.S and the EU: Why they differ?* (*European Scientific Journal*, November 2015)