II

(Πράξεις για την ισχύ των οποίων δεν απαιτείται δημοσίευση)

ΕΠΙΤΡΟΠΗ

ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

της 20ής Σεπτεμβρίου 1995

με την οποία μια συγκέντρωση κηρύσσεται συμβιβάσιμη με την κοινή αγορά και τη λειτουργία της συμφωνίας για τον ΕΟΧ

(υπόθεση IV/M.582 — Orkla/Volvo)

(Το κείμενο στην αγγλική γλώσσα είναι το μόνο αυθεντικό)

(Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ)

(96/204/ΕΚ)

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ,

Έχοντας υπόψη:

τη συνθήκη για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας,

τον κανονισμό (ΕΟΚ) αριθ. 4064/89 του Συμβουλίου, της 21ης Δεκεμβρίου 1989, για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων [1], και ιδίως το άρθρο 8 παράγραφος 2,

τη συμφωνία για τον ΕΟΧ, και ιδίως το άρθρο 57 παράγραφος 1,

την απόφαση της Επιτροπής, της 23ης Μαΐου 1995 να κινήσει τη διαδικασία στην προκειμένη περίπτωση,

Αφού έδωσε στις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις την ευκαιρία να διατυπώσουν τις απόψεις τους επί των αιτιάσεων της Επιτροπής,

Έχοντας υπόψη τη γνώμη της συμβουλευτικής επιτροπής για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων [2],

Εκτιμώντας ότι:

(1) Στις 18 Απριλίου οι επιχειρήσεις AB Fortos και Orka AS κοινοποίησαν στην Επιτροπή σχέδιο συγκέντρωσης διά της οποίας προτίθενται να συνενώσουν σε νέα κοινή επιχείρηση τα συμφέροντα που έχουν αντίστοιχα η καθεμία στον τομέα των ποτών.

(2) Η Επιτροπή, αφού εξέτασε την κοινοποίηση, κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι κοινοποιηθείσα συγκέντρωση εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 4064/89 και πρέπει να εξετασθεί από την Επιτροπή σε συνεργασία με την Εποπτεύουσα Αρχή της ΕΖΕΣ σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 58 και του πρωτοκόλλου αριθ. 24 της συμφωνίας για τον ΕΟΧ.

I. ΤΑ ΜΕΡΗ

(3) Η AB Fortos («εφεξής Fortos») είναι θυγατρική κατά 100 % της AB Volvo («εφεξής Volvo»), του σουηδικού ομίλου κατασκευής αυτοκινήτων οχημάτων. Η Fortos κατέχει με τη σειρά της την BCP Branded Consumer Products AB («εφεξής BCP») η οποία κατέχει την AB Pripps Bryggerier («εφεξής Pripps»), σουηδική εταιρεία παραγωγής ποτών, και την Hansa Bryggeri A/S («εφεξής Falcon»), εταιρεία που παράγει επίσης ποτά και έχει έδρα τη Νορβηγία, όπου και ασκεί τις δραστηριότητές της. Η Fortos κατέχει επίσης την Falcon Bryggerier AB («εφεξής Falcon») η οποία παράγει μπίρα, αναψυκτικά και μεταλλικό νερό στη Σουηδία.

(4) Η Orkla AS («εφεξής Orkla») είναι νορβηγική εταιρεία, της οποίας οι δραστηριότητες συγκεντρώνονται στον τομέα των επώνυμων καταναλωτικών προϊόντων, των χημικών προϊόντων και των χρηματοοικονομικών επενδύσεων. Η Orkla κατέχει το σύνολο του μετοχικού κεφαλαίου της Ringnes A/S («εφεξής Ringnes»), νορβηγού παραγωγού ποτών.

II. Η ΠΡΑΞΗ

(5) Η πράξη συνίσταται στη δημιουργία κοινής επιχείρησης παραγωγής ποτών της «BCP-JV», από την Fortos και την Orkla. Τούτο θα επιτευχθεί μέσω της δημι-

[1] ΕΕ αριθ. L 395 της 30. 12. 1989· διορθωτικό, ΕΕ αριθ. L 257 της 21. 9. 1990, σ. 13.

[2] ΕΕ αριθ. C 76 της 16. 3. 1996, σ. 14.

ουργίας μιας νέας εταιρείας [....] (1). Οι σταδιακές αυτές πράξεις θα έχουν ως αποτέλεσμα ότι η BCP-JV θα αποκτήσει τα μερίδια της Orkla και της Fortos στις εταιρείες Pripps, Hansa και Ringnes. Η ανωτέρω κοινή επιχείρηση θα παράγει, θα εμπορεύεται και θα διανέμει είδη μπίρας, αναψυκτικών και μεταλλικού νερού τόσο στη Σουηδία όσο και στη Νορβηγία. Μεταξύ των ποτών αυτών συμπεριλαμβάνονται τόσο τα ποτά που θα παράγονται με τη δική της επωνυμία, όσο και εκείνα που θα παράγονται με την άδεια εκμετάλλευσης, π.χ. η Carlsberg, η Coca-Cola κ.λπ.

(6) Σκοπός της BCP-JV είναι να αποτελέσει μια σημαντική σκανδιναβική επιχείρηση στον κλάδο των ποτών που θα είναι σε θέση να ανταπεξέλθει στον ανταγωνισμό μιας συνεχώς διευρυνόμενης αγοράς η οποία αποκτά ολοένα και εντονότερο διεθνή χαρακτήρα. Έτσι, στο επιχειρηματικό πρόγραμμα της κοινής επιχείρησης επισημαίνεται ότι θα επιδιωχθεί η συμμετοχή άλλων μετοχών, συμπεριλαμβανομένων [....] (1)

III. ΚΟΙΝΟΤΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ/ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟΝ ΕΟΧ

(7) Ο συνολικός κύκλος εργασιών της Volvo και της Orkla σε παγκόσμιο επίπεδο ανέρχεται σε 19 543 εκατομμύρια Ecu. Ο κύκλος εργασιών των δύο εταιρειών σε κοινοτικό επίπεδο υπερβαίνει τα 250 εκατομμύρια Ecu (ο κύκλος εργασιών της Volvo ανέρχεται στα [....] (1) εκατομμύρια Ecu και της Orkla στα [....] (1) εκατομμύρια Ecu), από τα οποία τα δύο τρίτα πραγματοποιούνται σε ένα και το αυτό κράτος μέλος. Συνεπώς, η πράξη έχει κοινοτική διάσταση.

(8) Τόσο η Volvo, όσο και η Orkla πραγματοποιούν κύκλο εργασιών που υπερβαίνει τα 250 εκατομμύρια Ecu στο έδαφος των κρατών ΕΖΕΣ. Συνεπώς, η παρούσα υπόθεση πρέπει να αξιολογηθεί από την Επιτροπή σε συνεργασία με την Εποπτεύουσα Αρχή της ΕΖΕΣ, σύμφωνα με το άρθρο 58 και το πρωτόκολλο αριθ. 24 της συμφωνίας ΕΟΧ.

(9) Σύμφωνα με το άρθρο 8 και το πρωτόκολλο αριθ. 3 της συμφωνίας ΕΟΧ, τα προϊόντα που ορίζονται στο σημείο 2202 του εναρμονισμένου συστήματος επωνυμίας και κωδικοποίησης των εμπορευμάτων και οι μπίρες που παρασκευάζονται από ουσίες εκτός της βύνης, δεν καλύπτονται από τη συμφωνία. Η παρούσα απόφαση βασίζεται στο άρθρο 57 της συμφωνίας ΕΟΧ σύμφωνα με τον κανονισμό περί συγχωνεύσεων και, συνεπώς, δεν αφορά τη νορβηγική αγορά των εν λόγω προϊόντων. Ωστόσο, τα προϊόντα αυτά εξετάζονται στο βαθμό που η παραγωγή και η διανομή τους επεισέρχονται στην αξιολόγηση που ακολουθεί και αφορά τη Νορβηγία.

IV. ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗ

Κοινός έλεγχος

(10) Η Fortos και η Orkla θα κατέχουν αντίστοιχα το 49 και το 51 % των μετοχών της BCP-JV. Ωστόσο, η BCP-JV πρόκειται να εκδώσει μετατρέψιμες ομολογίες μέσω των οποίων η οικονομική συμμετοχή της Fortos στην BCP-JV θα αυξηθεί στο 55 % και το μερίδιο της Orkla θα μειωθεί στο 45 %.

(11) Τα μέρη έχουν συμφωνήσει να συνάψουν σύμβαση μετόχων που προβλέπει ότι η Fortos και η Orkla θα ασκούν ισοδύναμη επιρροή στην BCP-JV. Οι αποφάσεις που θα αφορούν το σχεδιασμό της εμπορικής πολιτικής και της ανταγωνιστικής στρατηγικής, την έγκριση και εκτέλεση του ετήσιου και των μακροπρόθεσμων προϋπολογισμών και των επιχειρηματικών προγραμμάτων, καθώς και οι αποφάσεις επί στρατηγικών ή οικονομικών στόχων θα λαμβάνονται από κοινού από την Fortos και την Orkla.

(12) Το διοκητικό συμβούλιο της BCP-JV θα αποτελείται από τέσσερα μέλη, δύο από τα οποία θα ορίζονται από τη Fortos και δύο από την Orkla. Ο πρόεδρος, που θα ορίζεται από κοινού, θα είναι μέλος του διοικητικού συμβουλίου της Orkla, αλλά δεν θα έχει αποφασιστική ψήφο σε περίπτωση ισοψηφίας.

(13) Τα μέρη κατήρτισαν και ενέκριναν από κοινού επιχειρηματικό πρόγραμμα για την περίοδο 1995-1998, στο οποίο διευκρινίζεται η κατεύθυνση που προτίθεται να ακολουθήσει η BCP-JV, καθώς και η εξοικονόμηση χρηματοοικονομικών πόρων και οι υποχρεώσεις προς τρίτους που θα προκύψουν από την πράξη.

(14) Βάσει των ανωτέρω εξάγεται το συμπέρασμα ότι η BCP-JV θα ελέγχεται από κοινού από την Orkla και τη Fortos.

Αυτόνομη οικονομική οντότητα

(15) Οι τρεις εταιρείες ποτών που συμμετέχουν στην πράξη η Hansa, η Pripps και η Ringnes, λειτουργούν σήμερα ως ανεξάρτητες εταιρείες στη Νορβηγία και τη Σουηδία. Η BCP-JV θα αποκτήσει τα στοιχεία του ενεργητικού και του παθητικού των εταιρειών αυτών, συμπεριλαμβανομένων των εμπορικών σημάτων και της τεχνογνωσίας τους. Οι μέτοχοι θα επενδύσουν τους απαραίτητους οικονομικούς πόρους στην BCP-JV που θα της επιτρέψουν να πραγματοποιήσει τα σχέδιά της, δηλαδή να καταστεί ανεξάρτητη επιχείρηση και σημαντική εταιρεία στον κλάδο των ποτών σε παγκόσμιο επίπεδο.

(16) Συνεπώς, η BCP-JV θα καταστεί αυτόνομη οικονομική οντότητα.

Πτυχές συνεργασίας

(17) Εκτός από τη συμμετοχή της στην BCP-JV, η Fortos κατέχει επίσης πλειοψηφικό μερίδιο στη Falcon, εταιρεία ποτών που δραστηριοποιείται στη σουηδική αγορά. Ωστόσο, η Orkla θα αποσυρθεί από την αγορά ποτών μέσω της δημιουργίας της BCP-JV και συνεπώς είναι φανερό ότι δεν μπορεί να προκύψει συντονισμός, δεδομένου ότι μόνο μία μητρική εται-

(1) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο.

ρεία, η Fortos, θα εξακολουθήσει να ασκεί δραστηριότητες στην αγορά της κοινής επιχείρησης (1). Ως εκ τούτου, η πράξη δεν δημιουργεί κίνδυνο συντονισμού των εμπορικών πολιτικών.

(18) Συνεπώς, εξάγεται το συμπέρασμα ότι η BCP-JV έχει χαρακτήρα συγκέντρωσης και ότι η παρούσα πράξη συνιστά συγκέντρωση κατά την έννοια του άρθρου 3 του κανονισμού περί συγκεντρώσεων.

V. ΟΙ ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

(19) Τα μέρη έχουν επισημάνει τρεις αγορές προϊόντων που επηρεάζονται κυρίως από τη δημιουργία της BCP-JV: τη μπίρα, τα αεριούχα αναψυκτικά και το μεταλλικό νερό. Όσον αφορά τα αεριούχα αναψυκτικά στη Νορβηγία, η Επιτροπή δεν είναι αρμόδια (όπως εξηγείται στην παράγραφο 9 παραπάνω) να προβεί σε κάποια εκτίμηση ως προς την BCP-JV. Για τη Σουηδία δεν υπάρχει αλληλοεπικάλυψη για τα αεριούχα ποτά ούτε κίνδυνος για τους δυνητικούς ανταγωνιστές (εξαιτίας της ισχύος των εταιρειών που χορηγούν άδειες διεθνώς όπως η Coca-Cola). Συνεπώς, επειδή δεν συνάγεται το συμπέρασμα ότι τα αεριούχα αναψυκτικά αποτελούν καθεαυτά αγορά σχετικού προϊόντος, η παρούσα απόφαση δεν ασχολείται μαζί τους περαιτέρω. Τα μη αεριούχα αναψυκτικά καλύπτουν πολύ μικρό ποσοστό της κατανάλωσης στη Νορβηγία και τη Σουηδία και για το λόγο αυτό δεν εξετάσθηκαν χωριστά.

Μπίρα

α) *Νορβηγία*

(20) Η μπίρα κατατάσσεται σε κατηγορίες ανάλογα με τον αλκοολικό τίτλο κατ' όγκο, όπως προκύπτει από τον κατωτέρω πίνακα, όπου παρατίθεται επίσης ο ειδικός φόρος κατανάλωσης που επιβάλλεται σε κάθε κατηγορία αλκοολικού βαθμού:

(Nkr/l)

		1.1.1991	1.1.1992	1.7.1992	1.1.1993	1.1.1994
Μπίρα κατηγορίας 0	(vol % < 0,70)	0,86	1,00	1,02	1,02	1,06
Μπίρα κατηγορίας I	(vol % 0,70—2,50)	1,64	1,75	1,85	1,85	1,93
Μπίρα κατηγορίας II	(vol % 2,50—4,75)	10,44	11,45	12,10	12,10	12,62
Μπίρα κατηγορρίας III	(vol % 4,75—7,00)	18,05	19,80	20,90	20,90	21,80

(Nkr/l)

		2.1.1995
Κατηγορία A	(vol % < 0,7)	1,08
Κατηγορία B	(vol % 0,7—2,75)	1,96
Κατηγορία Γ	(vol % 2,75—3,75)	7,36
Κατηγορία Δ	(vol % 3,75—4,75)	12,76
Κατηγορία E	(vol % 4,75—5,75)	18,16
Κατηγορία ΣΤ	(vol % 5,75—6,75)	23,56
Κατηγορία Z	(vol % 6,75—7,00)	24,64

(21) Συνεπώς, πρέπει να εξετασθεί εάν η ανωτέρω κατάταξη της μπίρας πρέπει να ληφθεί υπόψη για τον προσδιορισμό των διαφόρων αγορών προϊόντων. Η αναθεώρηση των κατηγοριών μπίρας, που τέθηκε σε ισχύ από την 1η Ιανουαρίου 1995, δεν μεταβάλλει την αξιολόγηση που παρατίθεται κατωτέρω.

(22) Πρέπει να σημειωθεί ότι η κατανάλωση μπίρας της κατηγορίας II κυριαρχεί στη Νορβηγία, όπου κάλυψε το 90 % (2) περίπου της συνολικής κατανάλωσης τόσο το 1993, όσο και το 1994.

(23) Ο νορβηγικός νόμος Lov om omsetning av alkoholholdig drikk m.v της 2ας Ιουνίου 1989 αριθ. 27 («εφεξής νόμος περί οινοπνευματωδών ποτών του 1989»), στο τμήμα 3-1 επιτρέπει την πώληση μπίρας κατηγορίας III μόνο από το AS Vinmonopolet (το κρατικό μονοπώλιο λιανικού εμπορίου) ή τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και επιχειρήσεις τροφοδοσίας, εφόσον οι τοπικές αρχές έχουν εκδώσει άδεια για τη διάθεσή της στα κατά τόπους καταστήματα. Η μπίρα της κατηγορίας αυτής κάλυψε λιγότερο του 1 % (2) της συνολικής κατανάλωσης κατά το 1993 και το 1994. Ομοίως, υπάρχουν περιορισμένες ενδείξεις που μαρτυρούν ότι οι καταναλωτές αντικαθιστούν την κατηγορία μπίρας 0 με αεριούχα αναψυκτικά: οι μπίρες αυτές κάλυψαν περίπου το 3 % (2) της συνολικής κατανάλωσης το 1993 και το 1994.

(24) Οι κατηγορίες μπίρας III και 0 καλύπτουν πολύ μικρά ποσοστά της συνολικής κατανάλωσης και η αξιολό-

(1) Ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με τη διάκριση μεταξύ των κοινών επιχειρήσεων με χαρακτήρα συγκέντρωσης και με χαρακτήρα συνεργασίας (ΕΕ αριθ. C 385 της 31. 12. 1994, σ. 1).

(2) Πηγή: Norsk Bryggeri-og Minerlavannindurtis Forening (ένωση νορβηγών παραγωγών αναψυκτικών και ζυθοποιών) και απαντήσεις των ανταγωνιστών.

γηση της υπόθεσης από άποψη του ανταγωνισμού δεν επηρεάζεται από το εάν τα προϊόντα αυτά θεωρηθεί ότι ανήκουν ή όχι σε διαφορετικές αγορές προϊόντων.

Υποκατάσταση της μπίρας κατηγορίας ΙΙ

(25) Είναι απαραίτητο να εκτιμηθεί κατά πόσον η μπίρα κατηγορίας ΙΙ («pils») υποκαθίσταται από άλλα ποτά. Κατ' αρχάς, δεδομένου ότι ο ενδιάμεσος και ο τελικός καταναλωτής αγοράζουν μπίρες pils λόγω των χαρακτηριστικών τους που οφείλονται στο οινόπνευμα και της γεύσης τους δεν θεωρείται πιθανό ότι θα ήθελαν να τις υποκαταστήσουν με κάποιο άλλο ποτό.

(26) Όσον αφορά τις διαφορές τιμών μεταξύ της μπίρας pils και των άλλων μη οινοπνευματωδών ποτών, καθίσταται φανερό από τις λιανικές τιμές τιμοκαταλόγου των ζυθοποιών ότι υπάρχουν σημαντικές διαφορές μεταξύ των προϊόντων. Για παράδειγμα, 0,5 λίτρου Coca-Cola κοστίζει το ήμισυ περίπου ίσης ποσότητας μπίρας pils. Αν και τα προϊόντα δεν είναι απόλυτα συγκρίσιμα, η διαφορά αυτή ισχύει και για άλλα οινοπνευματώδη ποτά: η χαμηλότερη λιανική τιμή τιμοκαταλόγου του AS Vinmolopolet για μία φιάλη κρασί είναι σήμερα περίπου 60 νορβηγικές κορόνες. Η λιανική τιμή τιμοκαταλόγου της ζυθοποιίας για μία φιάλη 0,7 λίτρου μπίρας pils είναι περίπου 14 νορβηγικές κορόνες. Συνεπώς, και μόνο από άποψη τιμών, η υποκατάσταση των προϊόντων αυτών θεωρείται απίθανη.

(27) Οι ανωτέρω διαφορές τιμών ισχύουν και για τον τελικό καταναλωτή. Οι πελάτες των καταστημάτων λιανικού εμπορίου καλούνται να καταβάλλουν κατά κανόνα τρεις έως τέσσερις φορές υψηλότερες τιμές για τη μπίρα σε σχέση με τα αεριούχα αναψυκτικά. Ομοίως, για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και τις επιχειρήσεις τροφοδοσίας, η μπίρα pils υπολογίζεται ότι είναι κατά 40 % ακριβότερη από ίση ποσότητα αεριούχων αναψυκτικών. Συνεπώς, και μόνο από άποψη τιμών, η υποκατάσταση των προϊόντων αυτών από τον τελικό καταναλωτή θεωρείται απίθανη.

(28) Ως εκ τούτου, εξάγεται το συμπέρασμα ότι δεν υπάρχει πιθανότητα υποκατάστασης μεταξύ της μπίρας pils και των άλλων προϊόντων που αναφέρονται ανωτέρω.

Διαφορετικές ανταγωνιστικές συνθήκες μεταξύ του λιανικού εμπορίου και των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και των επιχειρήσεων τροφοδοσίας

(29) Η έκθεση του 1995 για τη δυτικοευρωπαϊκή μπίρα της Canadian Limited («Καναδική έκθεση»), η οποία χρησιμοποιείται εν γένει στον εν λόγω τομέα ως πηγή άντλησης στοιχείων, διακρίνει δύο κατηγορίες στην πώληση μπίρας: τις πωλήσεις που πραγματοποιούνται από το λιανικό εμπόριο και τις πωλήσεις που πραγματοποιούνται από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και τις επιχειρήσεις τροφοδοσίας. Η έκθεση διαπιστώνει ότι οι δύο ανωτέρω κατηγορίες πελατών στη Νορβηγία κάλυπταν αντίστοιχα το 75 % και το 25 % της αγοράς τόσο το 1993, όσο και το 1994. Συνεπώς, πρέπει να εξετασθεί εάν οι σχέσεις μεταξύ των προμηθευτών και των ανωτέρω κατηγοριών πελατών έχουν ως αποτέλεσμα την ύπαρξη διαφορετικών ανταγωνιστικών συνθηκών για τις προαναφερθείσες κατηγορίες πελατών.

(30) Ο κλάδος του λιανικού εμπορίου περιλαμβάνει τέσσερις αλυσίδες καταστημάτων λιανικής πώλησης που καλύπτουν το 97 % περίπου της αγοράς ειδών παντοπωλείου της Νορβηγίας. Τα καταστήματα αυτά προμηθεύονται και διαθέτουν πολυάριθμες μάρκες εμφιαλωμένης μπίρας και αυτό αποτελεί, εν γένει, τη μόνη μορφή υπό την οποία διατίθεται η μπίρα στο λιανικό εμπόριο. Αντίθετα, ο κλάδος των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και των επιχειρήσεων τροφοδοσίας προμηθεύεται κυρίως μπίρα σε δεξαμενές ή σε βαρέλι. Τα μέσα διανομής είναι, εν γένει, παρόμοια και στις δύο περιπτώσεις: οι ζυθοποιοί παραδίδουν μπίρα από το ζυθοποιείο στο κατάστημα λιανικής πώλησης, το μπαρ ή το εστιατόριο.

(31) Τα καταστήματα λιανικής πώλησης προμηθεύονται, εν γένει, μπίρα σε χαμηλότερες τιμές τιμοκαταλόγου σε σχέση με τις αντίστοιχες τιμές για τον κλάδο των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και των επιχειρήσεων τροφοδοσίας. Από την άλλη πλευρά, οι προαναφερθείσες επιχειρήσεις επιτυγχάνουν μεγαλύτερες εκπτώσεις σε σχέση με τις επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου. Η καθαρή τιμή που προκύπτει είναι, εν γένει, χαμηλότερη για τον κλάδο των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και των επιχειρήσεων τροφοδοσίας από ό,τι για τον κλάδο του λιανικού εμπορίου.

(32) Ο τελικός πελάτης των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και των επιχειρήσεων τροφοδοσίας αγοράζει ένα προϊόν που διαφέρει από το προϊόν που προσφέρει ο κλάδος του λιανικού εμπορίου, δεδομένου ότι ο πελάτης αγοράζει επίσης την εξυπηρέτηση και την ατμόσφαιρα που δεν παρέχονται από τα καταστήματα λιανικής πώλησης, εφόσον, στη δεύτερη περίπτωση, η μπίρα καταναλώνεται στο σπίτι. Το γεγονός αυτό έχει αναγνωρισθεί από το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο που αποφάνθηκε ότι «Από την άποψη του καταναλωτή ο τομέας των ποτοπωλείων, καφενείων και εστιατορίων διαφέρει από τον τομέα του λιανικού εμπορίου, εφόσον οι πωλήσεις στον πρώτο τομέα δεν συνίστανται απλώς σε αγοραπωλησίες προϊόντων, αλλά και σε παροχές υπηρεσιών», κατά συνέπεια η σχετική αγορά είναι εν προκειμένω η αγορά της διανομής μπίρας στα εστιατόρια και ποτοπωλεία [1].

(33) Τέλος, θα ήταν απίθανο να αγοράζουν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και οι επιχειρήσεις τροφοδοσίας εμφιαλωμένη μπίρα από καταστήματα λιανικής πώλησης για να την πωλήσουν σε μπαρ κ.λπ., διότι δεν θα ήταν πρακτικό να προμηθεύονται και να μεταφέρουν τις απαιτούμενες ποσότητες φιαλών από το ένα σημείο πώλησης στο άλλο.

(34) Για όλους τους ανωτέρω λόγους, η Επιτροπή συμπέρανε ότι οι εξεταζόμενες αγορές προϊόντων είναι η πώληση μπίρας στις επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου καθώς και στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και τις επιχειρήσεις τροφοδοσίας.

[1] C-234/89, Stergios Delimitis κατά Henninger Bräu AG, Συλλογή [1991] I-935.

β) *Σουηδία*

(35) Όπως στη Νορβηγία, η μπίρα κατατάσσεται σε κατηγορίες ανάλογα με τον αλκοολικό τίτλο ως εξής:

Κατηγορία	Ποσοστό οινοπνεύματος κατ' όγκο
I	0 — 2,25
II	2,26 — 3,5
III	> 3,5

(36) Τα μερίδια αγοράς των διαφόρων αυτών κατηγοριών, που διαφέρουν ως προς τη διάρθρωσή τους από τις κατηγορίες που ισχύουν στη Νορβηγία, παρουσιάζουν πολύ μικρότερες αποκλίσεις στη Σουηδία, όπου το 1994 η κατηγορία I κάλυψε το 17 % της συνολικής αγοράς μπίρας, η κατηγορία II το 49 % και η κατηγορία III το 34 %.

(37) Το Systembolaget (το σουηδικό κρατικό μονοπώλιο λιανικής πώλησης οινοπνευματωδών ποτών), που πωλεί εν γένει μπίρα της κατηγορίας III, διαδραματίζει σημαντικότερο ρόλο στην αγορά μπίρας, δεδομένου ότι κάλυψε το 18 % της συνολικής κατανάλωσης μπίρας το 1994, σε σχέση με το AS Vinmonopolet στη Νορβηγία, οι πωλήσεις του οποίου κάλυψαν λιγότερο του 1 % της συνολικής κατανάλωσης μπίρας. Στο σημείο αυτό σημειώνεται ότι η αρμόδια για τον ανταγωνισμό σουηδική αρχή έχει χωρίσει τη μπίρα σε διάφορες αγορές προϊόντων, ανάλογα με την περιεκτικότητά της σε οινόπνευμα.

(38) Ωστόσο, όπως σημειώνεται κατωτέρω, δεν υπάρχει επικάλυψη των συμμετεχόντων μερών στη σουηδική αγορά μπίρας. Συνεπώς, για την αξιολόγηση της παρούσας υπόθεσης δεν είναι απαραίτητο να έχει αποσαφηνισθεί το σημείο αυτό, ενώ η αξιολόγηση που παρατίθεται κατωτέρω αναφέρεται μόνο στις ενδεχόμενες δυσμενείς επιπτώσεις από τον αποκλεισμό δυνητικού ανταγωνιστή.

Εμφιαλωμένο νερό

(39) Και τα δύο μέρη πωλούν εμφιαλωμένο νερό στη Νορβηγία: η Ringnes [. . .] (1) εκατομμύρια λίτρα (ποσοστό [. . .] (2) των πωλήσεων εμφιαλωμένου νερού στη Νορβηγία και η Hansa [. . .] (1) εκατομμύρια λίτρα (ποσοστό [. . .] (3)). Η αγορά εμφιαλωμένου νερού στη Νορβηγία αποτελεί αναδυόμενη αγορά όπου υπάρχει σχετικά χαμηλή κατά κεφαλή κατανάλωση, περίπου 6-8 λίτρων, και η οποία αναπτύσσεται με ταχύ ρυθμό (30 % το 1994). Το επίπεδο αυτό κατανάλωσης βρίσκεται σε μεγάλη αντίθεση με το επίπεδο κατανάλωσης σε πιο ώριμες αγορές, όπως της Γαλλίας (97 λίτρα κατά κεφαλή το χρόνο), της Ιταλίας (94 λίτρα) ή της Γερμανίας (85 λίτρα). Το εμφιαλωμένο νερό στη Νορβηγία εμφιαλώνεται όχι μόνον από πηγές αλλά και από νερό βρύσης που χρησιμοποιείται για την παρασκευή αναψυκτικών. Συνεπώς, εξαιτίας της απουσίας φραγμών για την είσοδο στην αγορά, οποιοσδήποτε εμφιαλωτής αναψυκτικών στη Νορβηγία μπορεί εύκολα να παράγει και να διαθέσει στην αγορά εμφιαλωμένο νερό. Η αγορά βρίσκεται ακόμα στα σπάργανα, δεν χαρακτηρίζεται από τη διάδοση πολυάριθμων προϊόντων, φαινόμενο που απαντάται σε πιο ανεπτυγμένες αγορές, ούτε από τους εμπορικούς φραγμούς που χαρακτηρίζουν τις ώριμες αγορές (όσον αφορά τη μαζική διαφήμιση, την πρόσβαση στους χώρους έκθεσης και πώλησης των εμπορευμάτων στα καταστήματα και τη φήμη της μάρκας).

(40) Έχοντας υπόψη το γεγονός ότι η κατανάλωση εμφιαλωμένου νερού στη Νορβηγία βρίσκεται σε εναρκτήριο στάδιο, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της αγοράς όπως περιγράφονται παραπάνω και το γεγονός ότι δεν υπάρχουν σημαντικοί φραγμοί εισόδου σε ό,τι αφορά τη στήριξη και τη διαφήμιση των διαφόρων προϊόντων ή κορεσμός της αγοράς, είναι μάλλον απίθανη συγκέντρωση να εμποδίσει σε σημαντικό βαθμό τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό. Σε κάθε περίπτωση πρέπει να γίνει αντιληπτό ότι οι δεσμεύσεις που υπέβαλαν τα μέρη στην προκειμένη περίπτωση συνεπάγονται de facto ότι με την πώληση του εμφιαλωτικού δυναμικού της Hansa δεν θα υπάρξει ενίσχυση της προηγούμενης θέσης που κατείχε στην αγορά η Ringnes.

VI. ΟΙ ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΕΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ

(41) Οι επιπτώσεις της κοινοποιηθείσας πράξης θα γίνουν αισθητές κυρίως στη Νορβηγία. Η Ringnes δεν πραγματοποιεί σημαντικές πωλήσεις ούτε κατέχει σημαντικό μερίδιο αγοράς στον τομέα των ποτών στη Σουδία. Ως εκ τούτου, η επικάλυψη των δραστηριοτήτων των μερών και οι ενδεχόμενες επιπτώσεις της κοινοποιηθείσας πράξης στον ανταγωνισμό, όπως ορίζονται στον κανονισμό περί συγκεντρώσεων, θα παρουσιαστούν στη Νορβηγία. Η εξέταση θα επικεντρωθεί στη Νορβηγία και θα αναφερθεί στη Σουηδία στο βαθμό που η Ringnes θα μπορούσε να αποτελέσει δυνητικό ανταγωνιστή των σουηδών ζυθοποιών.

Μπίρα

Μάρκες

(42) Η μπίρα είναι καταναλωτικό προϊόν που πωλείται εν γένει σε γυάλινες φιάλες και με εμπορική επωνυμία. Ειδικότερα στη Νορβηγία, οι εγχώριες μάρκες μπίρας όπως η Hansa και η Ringnes, καθώς και ορισμένες νορβηγικές μάρκες μπίρας που πωλούνται σε ορισμένες περιοχές της περιφέρειας, καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της κατανάλωσης (90 %). Οι σημαντικότερες ξένες μάρκες που πωλούνται στη Νορβηγία βάσει άδειας εκμετάλλευσης (Carlsberg, Heineken, Tuborg και Guinness), και οι οποίες στις περισσότερες περιπτώσεις έχουν προσαρμοσθεί στις νορβηγικές προδιαγραφές για την περιεκτικότητα σε οινόπνευμα, πραγματοποιούν όλες μαζί πωλήσεις ύψους 10,6 εκατομμυρίων λίτρων, ποσό που αντιστοιχεί περίπου στο 5 % του όγκου της κατανάλωσης (πηγή: έκθεση της ένωσης νορβηγών παραγωγών αναψυκτικών και ζυθοποιών).

(1) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο.
(2) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο: μεταξύ 75 και 85 %.
(3) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο: < 5 %.

Διανομή

(43) Η μπίρα είναι ογκώδες προϊόν με σημαντικό κόστος μεταφοράς. Η μεταφορά του προϊόντος έχει ιδιαίτερη σημασία στη Νορβηγία για δύο βασικούς λόγους: οι γεωγραφικές συνθήκες της χώρας έχουν ως αποτέλεσμα την ύπαρξη μεγάλων χερσαίων αποστάσεων και, δεύτερον, η μπίρα διανέμεται άμεσα από τις ζυθοποιίες στα καταστήματα λιανικού εμπορίου, είτε πρόκειται για καταστήματα τροφίμων είτε για ξενοδοχειακές επιχειρήσεις ή επιχειρήσεις τροφοδοσίας. Στη Νορβηγία τα περισσότερα είδη διατροφής διανέμονται από χονδρεμπόρους, που σε πολλές περιπτώσεις συνδέονται με τις μεγάλες αλυσίδες πώλησης τροφίμων. Οι μόνες εξαιρέσεις στο σύστημα αυτό αφορούν σήμερα τα ποτά, τον καπνό και τα νωπά γεωργικά προϊόντα, που παραδίδονται από τους παραγωγούς στα σημεία πώλησης. Επομένως, για την πώληση ποτών στη Νορβηγία, και ειδικότερα για την πώληση μπίρας απαιτείται η σύσταση πυκνού δικτύου διανομής, γεγονός που προϋποθέτει σημαντικές δαπάνες και χρόνο. Το εν λόγω δίκτυο διανομής θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί μόνο για ποτά και θα είχε λίγες εναλλακτικές χρήσεις, εφόσον οι αλυσίδες λιανικής πώλησης και οι συνδεδεμένοι με αυτές χονδρέμποροι έχουν αναλάβει τη διανομή στα σημεία πώλησης όλων των άλλων συσκευασμένων ειδών διατροφής. Οι συνέπειες του κόστους μεταφοράς και διανομής έχουν υποχρεώσει ορισμένους ζυθοποιούς της Νορβηγίας να δραστηριοποιούνται μόνο στην περιφέρειά τους, αναγκάζοντάς τους, να συγκεντρώνουν τον κύριο όγκο των πωλήσεών τους στην περιοχή τους και τις γειτνιάζουσες περιοχές.

Νομικοί φραγμοί που απομονώνουν τη νορβηγική αγορά

(44) Υπάρχουν ορισμένες ρυθμιστικές παρεμβάσεις που αποτελούν φραγμό κατά της ανάπτυξης των εισαγωγών και, σε κάθε περίπτωση, παρεμποδίζουν σε μεγάλο βαθμό την ανταγωνιστικότητα της εισαγόμενης μπίρας στη Νορβηγία από την άποψη των τιμών. Οι φραγμοί αυτοί είναι το αποτέλεσμα της ισχύουσας νομοθεσίας περί οινοπνευματωδών ποτών και των περιβαλλοντικών φόρων που εφαρμόζονται στη Νορβηγία.

Νομοθεσία περί οινοπνευματωδών ποτών

(45) Τα βασικά νομοθετικά κείμενα που εφαρμόζονται στη Νορβηγία είναι ο νόμος περί οινοπνευτωδών ποτών του 1989 και ο νόμος περί μπίρας του 1912. Σύμφωνα με τους ανωτέρω νόμους, απαγορεύεται στη Νορβηγία η πώληση μπίρας με αλκοολικό τίτλο κατ' όγκο άνω του 7 %. Η πώληση μπίρας με αλκοολικό βαθμό κατ' όγκο άνω του 4,75 % επιτρέπεται μόνο στα καταστήματα του AS Vinmonopolet (κρατικό μονοπώλιο) και στα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια που έχουν άδεια να σερβίρουν τις εν λόγω μπίρες. Αυτές οι κατηγορίες μπίρας δεν μπορούν να πωληθούν σε καταστήματα τροφίμων, γεγονός που έχει ως αποτέλεσμα ότι, ενώ οι κατηγορίες μπίρας με αλκοολικό τίτλο κάτω του 4,75 μπορούν δυνητικά να πωληθούν σε 5 300 καταστήματα περίπου, το Vinmonopolet διαθέτει μόνο 110 σημεία πώλησης περίπου. Για να αξιολογηθούν οι επιπτώσεις της νομοθεσίας αυτής σε περίπτωση εισαγωγών, πρέπει να σημειωθεί ότι οι μπίρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχουν αλκοολικό βαθμό κατ' όγκο μεταξύ 5 και 5,5 %. Το γεγονός αυτό έχει επιβεβαιωθεί τόσο από εισαγωγείς μπίρας στη Νορβηγία, όσο και από τους κορυφαίους ζυθοποιούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

(46) Κατά παράδοση, ο φόρος που επιβάλλεται στις μπίρες με αλκοολικό βαθμό κατ' όγκο άνω του 4,75 % (εν γένει στις εισαγόμενες μπίρες) είναι σχεδόν διπλάσιος του φόρου για τις μπίρες με αλκοολικό τίτλο κατ' όγκο κάτω του 4,75 % (εν γένει για τις μπίρες που παράγουν νορβηγικές εταιρίες). Από τα στοιχεία σχετικά με τις τιμές που προσκόμισαν τα μέρη προκύπτει ότι ο φόρος αντιστοιχεί στα $^2/_3$ περίπου της τιμής του παρασκευαστή για μια συνήθη φιάλη μπίρας. Ως εκ τούτου οι επιπτώσεις της φορολογίας είναι σημαντικές για την ανταγωνιστικότητα της τιμής της μπίρας που παράγεται εκτός της Νορβηγίας. Ο φόρος ανά φιάλη για μια συνήθη μπίρα pils αντιστοιχεί περίπου στο 45 % της λιανικής τιμής. Συνεπώς, η φορολογία έχει σημαντικές επιπτώσεις στις τιμές καταναλωτή.

(47) Τα τμήματα 8-12 και 9-2 του νόμου περί οινοπνευματωδών ποτών του 1989 απαγορεύουν τις εκπτώσεις επί των πωλήσεων μπίρας σε καταναλωτές και τη διαφήμιση κάθε μπίρας με αλκοολικό βαθμό κατ' όγκο άνω του 2,5 %. Τούτο έχει ως αποτέλεσμα ότι περιορίζεται σε μεγάλο βαθμό η είσοδος νέων προϊόντων στη Νορβηγία, εφόσον περιορίζεται η χρησιμοποίηση σημαντικών δραστηριοτήτων μάρκετινγκ (διαφήμιση και προσφορές σε σημεία πώλησης) ώστε να παροτρυνθούν οι καταναλωτές να στραφούν σε νέες μάρκες.

(48) Τέλος, ο νόμος περί μπίρας του 1912 επιβάλλει την αναγραφή της φορολογικής κατηγορίας στην ετικέτα του προϊόντος, καθότι δεν επαρκεί μόνο η αναγραφή της περιεκτικότητας σε οινόπνευμα. Τούτο περιπλέκει περαιτέρω τις εισαγωγές μπίρας, καθώς οι εισαγόμενες μπίρες πρέπει να σημανθούν εκ νέου.

Περιβαλλοντική νομοθεσία

(49) Στις φιάλες που δεν επαναχρησιμοποιούνται ή δεν αναπληρούνται στη Νορβηγία (φιάλες μιας χρήσης) επιβάλλεται ειδικός φόρος, βάσει της περιβαλλοντικής νομοθεσίας. Ο φόρος αυτός ανέρχεται σε ένα βασικό ποσό 0,7 νορβηγικών κορονών ανά φιάλη, στον οποίο προστίθεται ένας κλιμακούμενος επιπρόσθετος φόρος ύψους 3 νορβηγικών κορονών ανά φιάλη το ανώτερο, που μειώνεται ανάλογα με το ποσοστό ανακύκλωσης των δοχείων από γυαλί μιας χρήσης. Σήμερα ο πρόσθετος αυτός φόρος αντιστοιχεί σε 1,05 νορβηγικές κορόνες ανά φιάλη. Τέλος, καταβάλλονται 0,08 νορβηγικές κορόνες ανά φιάλη στην εταιρεία που πραγματοποιεί την ανακύκλωση γυάλινων δοχείων. Η συνολική επιβάρυνση για τις φιάλες που δεν επαναχρησιμοποιούνται ή δεν αναπληρούνται στη Νορβηγία ανέρχεται, συνεπώς,

σε 1,83 νορβηγικές κορόνες, ενώ η τιμή κατασκευαστή ανέρχεται περίπου στις 2,5 νορβηγικές κορόνες ανά φιάλη 35 cl χωρίς τους φόρους. Η εγχώρια εμφιάλωση μπίρας δεν επιβαρύνεται με τον περιβαλλοντικό αυτό φόρο, δεδομένου ότι οι νορβηγοί ζυθοποιοί έχουν συγκροτήσει ένα κοινό σύστημα συλλογής και επαναχρησιμοποίησης φιαλών μπίρας. Για τα κουτιά, άλλο παραδοσιακό μέσο συσκευασίας μπίρας, επιβάλλεται ακόμη υψηλότερος φόρος, εφόσον μέχρι σήμερα δεν γίνεται καμία μείωση του φόρου ύψους 3 νορβηγικών κορονών ανά κουτί. Τα κουτιά ελλείπουν σχεδόν παντελώς από τη νορβηγική αγορά μπίρας. Υπολογίζεται ότι καλύπτουν το 0,4 % της συνολικής κατανάλωσης στη Νορβηγία (πηγή: καναδική έκθεση).

Εμπορικές ροές

(50) Σύμφωνα με την κοινοποίηση, οι εισαγωγές εκτιμάται ότι αντιστοιχούσαν στο 2,6 % της κατανάλωσης στη Νορβηγία το 1994. Οι εισαγωγές αυτές αφορούν κυρίως τις μπίρες των κατηγοριών 0 και II και στοχεύουν τις νότιες αστικές περιοχές. Από τις στατιστικές της Confederation des Brasseurs du Marché Commun (CBMC) και της καναδικής έκθεσης προκύπτει ότι οι εισαγωγές μπίρας στη Νορβηγία αντιστοιχούσαν σε ποσοστό μικρότερο του 1 % της κατανάλωσης κατά την περίοδο 1980-1991 και αυξήθηκαν στο 1,5 % το 1993. Το 1994 σημειώθηκε σημαντική αύξηση των εισαγωγών. Οι επιχειρηματικοί κύκλοι αποδίδουν την αύξηση αυτή στην κατάργηση του νόμου περί καθαρότητας στη Νορβηγία, την κατάργηση του μονοπωλίου εισαγωγής μπίρας του Vinmonopolet και την αποδοχή των φιαλών 33 cl στη Νορβηγία μετά την έναρξη ισχύος της συμφωνίας ΕΟΧ το 1994. Παρά τη σημαντική αύξηση των εισαγωγών στη Νορβηγία το έτος αυτό, οι εισαγωγές παραμένουν πολύ χαμηλές σε σύγκριση με τις άλλες χώρες. Στη Σουηδία και την Κοινότητα οι εισαγωγές αντιπροσώπευαν περίπου το 7-8 % της κατανάλωσης το 1994 (πηγή: καναδική έκθεση) και έχουν αυξηθεί σε μεγάλο βαθμό ως ποσοστό της κατανάλωσης από το 1990. Σύμφωνα με έναν νορβηγό εισαγωγέα μπίρας, οι εισαγωγές δεν αναμένεται να αυξηθούν περαιτέρω, εκτός εάν τροποποιηθεί η νομοθεσία στη Νορβηγία. Με την ισχύουσα νομοθεσία, κατά τις εκτιμήσεις του εν λόγω εισαγωγέα, οι εισαγωγές δεν μπορούν να υπερβούν το 2-3 % της κατανάλωσης.

(51) Οι εξαγωγές είναι επίσης περιορισμένες: οι εξαγωγές μπίρας της Ringnes ανήλθαν στο [. . .] (1) των πωλήσεών της το 1994. Η Hansa δεν πραγματοποίησε εξαγωγές και, δεδομένου ότι οι δύο αυτές εταιρείες καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της νορβηγικής παραγωγής, μπορούν να θεωρηθούν αντιπροσωπευτικές για την αγορά στο σύνολό της. Από γενικές πηγές (ένωση νορβηγών παραγωγών αναψυκτικών και ζυθοποιών και καναδική έκθεση) προκύπτει ότι οι εξαγωγές αντιστοιχούν σε λιγότερο του 1 % της παραγωγής.

Διαπραγματεύσεις με πελάτες

(52) Οι νορβηγοί προμηθευτές διαπραγματεύονται άμεσα με τους νορβηγούς πελάτες τόσο στην αγορά των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και των επιχειρήσεων τροφοδοσίας, όσο και στην αγορά των καταστημάτων λιανικής πώλησης ειδών διατροφής. Παρά τη σταδιακή διεθνοποίηση των καταστημάτων λιανικής πώλησης ειδών διατροφής, μέσω συγχωνεύσεων και συμμαχιών, όλοι οι νορβηγοί ζυθοποιοί που ερωτήθηκαν από την Επιτροπή κατά την έρευνα της δήλωσαν ότι δεν διεξάγουν άμεσα διαπραγματεύσεις, ιδιαίτερα σε ό,τι αφορά τις τιμές και τις εκπτώσεις, με τους διεθνείς συνασπισμούς καταστημάτων λιανικής πώλησης.

Απόψεις επιχειρηματικών κύκλων

(53) Τέλος, οι διεθνείς ζυθοποιοί, καθώς και οι νορβηγοί ζυθοποιοί, στους οποίους απευθύνθηκε η Επιτροπή, θεωρούν ότι η νορβηγική αγορά μπίρας έχει εθνικό χαρακτήρα. Οι διεθνείς ζυθοποιοί επιβεβαιώνουν τις προαναφερθείσες δυσκολίες για την αύξηση των εισαγωγών.

Συμπέρασμα

(54) Έχοντας υπόψη τα χαρακτηριστικά της μπίρας που καταναλώνεται στη Νορβηγία, τις επιπτώσεις της γενικής και της ειδικής νομοθεσίας της Νορβηγίας που επηρεάζει τη μπίρα και τις φιάλες, τις ιδιαιτερότητες της διανομής μπίρας στη Νορβηγία, τις αμελητέες εμπορικές ροές μεταξύ της Νορβηγίας και άλλων χωρών και τις απόψεις των ζυθοποιών και των εισαγωγέων που συγκέντρωσε η Επιτροπή κατά την έρευνά της, εξάγεται το συμπέρασμα ότι η νορβηγική αγορά μπίρας έχει εθνικό χαρακτήρα.

(55) Σε κάποιο βαθμό η σουηδική αγορά έχει παρόμοια χαρακτηρηστικά, αν και είναι περισσότερο ανοιχτή στις εισαγωγές. Σε κάθε περίπτωση, εφόσον οι δραστηριότητες των μερών στη Σουδία δεν επικαλύπτονται, οι μόνες δυνατές ανησυχίες στο θέμα του ανταγωνισμού μπορεί να προκύψουν από το ενδεχόμενο εισόδου της Ringnes στη Σουηδία. Ως εκ τούτου, το ζήτημα του ακριβούς προσδιορισμού της γεωγραφικής αγοράς μπορεί να μείνει ανοιχτό για τους σκοπούς της παρούσας υπόθεσης.

VII. ΕΚΤΙΜΗΣΗ

Νορβηγία

α) *Συνολική θέση των μερών στην αγορά*

(56) Τα μέρη έχουν υπολογίσει τα μερίδια αγοράς τους στις υπό εξέταση αγορές προϊόντων και τις γεωγραφικές αγορές, που ορίζονται ανωτέρω, ως εξής:

(1) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο: < 5 %.

(57)

	1992 Όγκος (εκατομμύρια λίτρα)	1993 Όγκος (εκατομμύρια λίτρα)	1994 Όγκος (εκατομμύρια λίτρα)	1992 Μερίδιο (%)	1993 Μερίδιο (%)	1994 Μερίδιο (%)
Ringnes	[...] (1)	[...] (1)	[...] (1)	[...] (2)	[...] (2)	[...] (2)
Hansa	[...] (1)	[...] (1)	[...] (1)	[...] (3)	[...] (3)	[...] (3)
Σύνολο	[...] (1)	[...] (1)	[...] (1)	[...] (4)	[...] (4)	[...] (4)

(1) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο.
(2) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο: μεταξύ 55 και 65 %.
(3) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο: < 20 %.
(4) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο: μεταξύ 70 και 80 %.

(58) Για τον υπολογισμό των μεριδίων αγοράς τους, τα μέρη χρησιμοποίησαν την καναδική έκθεση και στοιχεία της έκθεσης της νορβηγικής ένωσης παραγωγών αναψυκτικών και ζυθοποιών που προσαρμόστηκε για τις εισαγωγές και τις ζυθοποιίες που δεν είναι μέλη της ένωσης.

(59) Η Επιτροπή υπολόγισε εκ νέου τον όγκο των πωλήσεων της εν λόγω αγοράς για το 1994 χρησιμοποιώντας τις ίδιες πηγές, αλλά λαμβάνοντας επίσης υπόψη στοιχεία που προσκόμισαν ανταγωνιστές των μερών στη Νορβηγία. Η συνολική αγορά, σύμφωνα με την ανωτέρω εκτίμηση, είναι μεγαλύτερη κατά [...] (1) εκατομμύρια λίτρα. Επομένως, το σύνολο των μεριδίων αγοράς των μερών για το 1994 μειώνεται στο [...] (2).

β) *Πώληση μπίρας σε καταστήματα λιανικής πώλησης ειδών διατροφής*

i) Διάρθρωση της προμήθειας

(60) Η επί μέρους αγορά της κατ' οίκον κατανάλωσης μπίρας στη Νορβηγία εκφρασμένη σε εκατομμύρια λίτρα (καναδική έκθεση), οι πωλήσεις των μερών και το μερίδιο αγοράς τους εκτιμώνται ως εξής:

Έτος	Πωλήσεις του 1993	1993 %	Πωλήσεις του 1994	1994 %
Κατανάλωση	166,2	100	171,0	100
Πωλήσεις της Ringnes	[...] (1)	[...] (2)	[...] (1)	[...] (2)
Πωλήσεις της Hansa	[...] (1)	[...] (3)	[...] (1)	[...] (3)
Συνδυασμένες πωλήσεις	[...] (1)	[...] (4)	[...] (1)	[...] (4)

(1) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο.
(2) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο: μεταξύ 50 και 60 %.
(3) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο: < 20 %.
(4) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο: μεταξύ 60 και 70 %.

(1) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο.
(2) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο: μεταξύ 70 και 80 %

(61) Οι κύριοι ανταγωνιστές των μερών είναι η Mack, που βρίσκεται στο Tromsø και τα 2/3 περίπου των πωλήσεών της συγκεντρώνονται στη βόρεια Νορβηγία, η Christianssand («CB»), που βρίσκεται στην κομητεία Adger και ο κύριος όγκος των πώλησεών της συγκεντρώνεται στη νότια Νορβηγία και οι εταιρείες Borg και Aass, που βρίσκονται κοντά στο Όσλο και ο κύριος όγκος των πώλησεών τους συγκεντρώνεται στη νοτιοανατολική Νορβηγία. Το μερίδιο αγοράς όλων αυτών των ανταγωνιστών στην αγορά λιανικής πώλησης είναι κατώτερο του 10 %. Τα εργοστάσια ζυθοποιίας και εμφιάλωσης της Ringnes είναι κατανεμημένα σε όλη τη Νορβηγία. Ως εκ τούτου, οι πωλήσεις μπίρας που πραγματοποιεί είναι, υπό τη στενή έννοια, οι μόνες που διανέμονται σε εθνικό επίπεδο. Το εργοστάσιο της Hansa βρίσκεται στο Bergen και οι μπίρες της διανέμονται κυρίως στη δυτική ακτή της Νορβηγίας.

(62) Κανένας ανταγωνιστής δεν διακινεί μια μάρκα σε εθνικό επίπεδο που να ανταγωνίζεται με την εθνικής εμβέλειας μάρκα Ringnes και κανένας τους δεν διαθέτει δίκτυο διανομής που να καλύπτει όλη τη χώρα. Μόνο η μάρκα Hansa χαρακτηρίζεται μερικές φορές από τα καταστήματα τροφίμων και τους ανταγωνιστές των μερών ως εθνικής εμβέλειας μάρκα ή ως αναδεικνυόμενη μάρκα εθνικής εμβέλειας στη Νορβηγία.

(63) Οι νορβηγικές ζυθοποιίες έχουν μεγάλη πλεονάζουσα παραγωγική ικανότητα. Η ικανότητα παρασκευής μπίρας μπορεί να εκτιμηθεί με σχετική βεβαιότητα. Τα μέρη ανέφεραν στην κοινοποίησή τους ότι η πλεονάζουσα παραγωγική ικανότητα των εταιρειών Moss, CB, Mack, Borg, Aass και Grans ανέρχεται σε 90 εκατομμύρια λίτρα, ποσό που αντιστοιχεί περίπου στο 40 % της παραγωγής της Νορβηγίας. Ωστόσο, η αύξηση της παραγωγής μπίρας με σκοπό την πώληση σε καταστήματα λιανικής πώλησης τροφίμων χωρίς μεγάλες επενδυτικές δαπάνες εξαρτάται και από το δυναμικό των δεξαμενών και την ικανότητα εμφιάλωσης. Ο υπολογισμός της ικανότητας εμφιάλωσης είναι δυσκολότερος, εφόσον μπορεί να αυξηθεί δημιουργώντας περισσότερες βάρδιες. Ωστόσο, από ενδείξεις που προέρχονται από τα ίδια τα μέρη και τους ανταγωνιστές τους προκύπτει ότι υπάρχει πράγματι κάποια πλεονάζουσα ικανότητα. Είναι δεκτό ότι, σύμφωνα με υπάρχουσες ενδείξεις, η παραγωγή μπίρας στη Νορβηγία μπορεί να αυξηθεί τόσο από τα μέρη, όσο και τους ανταγωνιστές τους.

(64) Ωστόσο, είναι αμφίβολο ότι οι ανταγωνιστές θα μπορούσαν να αυξήσουν την παραγωγή τους για να ανταγωνιστούν την εταιρεία που θα προκύψει από τη συγχώνευση, εάν, για παράδειγμα, αυξάνονταν οι τιμές λόγω της σχεδιαζόμενης συγχώνευσης. Ως προς το θέμα αυτό πρέπει να εξετασθούν τρία βασικά θέματα: το κόστος διανομής, η πρόσβαση τα καταστήματα λιανικής πώλησης και η τιμολογιακή πολιτική που ακολούθησαν στο παρελθόν οι νορβηγοί ζυθοποιοί.

Κόστος διανομής

(65) Το νορβηγικό σύστημα διανομής μπίρας έχει περιγραφεί ανωτέρω, στο πλαίσιο του καθορισμού της αγοράς. Η Ringnes έχει υπολογίσει ότι το κόστος διανομής της μπίρας αντιπροσωπεύει περίπου το [...] (1) του συνολικού κόστους. Για τη Mack, λόγω της θέσης της, το κόστος διανομής είναι αισθητά υψηλότερο. Ωστόσο, στις απαντήσεις των άλλων ανταγωνιστών επιβεβαιώνεται, ως επί το πλείστον, η ύπαρξη υψηλού κόστους διανομής. Συνεπώς, το κόστος διανομής διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση ανταγωνιστικών τιμών, ιδιαίτερα εάν ληφθεί υπόψη το γεγονός ότι η τεχνολογία παρασκευής μπίρας είναι τυποποιημένη και όλες οι ζυθοποιίες της Νορβηγίας εισάγουν πρώτες ύλες με παραπλήσιους όρους. Συνεπώς, η διανομή αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες όπου είναι δυνατός ο ανταγωνισμός σε επίπεδο τιμών. Σχετικά με το θέμα αυτό, όλοι οι ανταγωνιστές τόνισαν τη σημασία της διακίνησης μεγάλων ποσοτήτων προκειμένου να επιτευχθεί ανταγωνιστικό κόστος για τη μεταφορά ποτών. Ιδιαίτερα, ο συνδυασμός των πωλήσεων μπίρας με τις πωλήσεις αναψυκτικών τύπου cola, που διακινούνται σε πολύ μεγαλύτερες ποσότητες, θεωρείται ζωτικής σημασίας για την ανταγωνιστική διανομή μπίρας. Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι τα μέρη θα συνδυάσουν ένα μεγάλο μερίδιο αγοράς μπίρας με ένα μεγάλο μερίδιο πωλήσεων αεριούχων αναψυκτικών.

Πρόσβαση στις επιχειρήσεις λιανικής πώλησης

(66) Οι ανταγωνιστές, και ιδιαίτερα οι μικρές ζυθοποιίες, ανέφεραν ότι η πρόσβαση στα καταστήματα λιανικής πώλησης είναι ένα από τα κύρια κωλύματα για την αύξηση των πωλήσεων. Οι όροι πρόσβασης στα καταστήματα λιανικής πώλησης θα συζητηθούν λεπτομερέστερα κατωτέρω, αλλά, εν πάση περιπτώσει, οι ανταγωνιστές των μερών εξέφρασαν φόβους ότι η διάθεση χώρου για τα προϊόντα τους στα καταστήματα λιανικής πώλησης θα περιορισθεί σε μεγάλο βαθμό στο μέλλον από την επιχείρηση που προέκυψε από τη συγχώνευση λόγω i) των οικονομικών πόρων της επιχείρησης που προέκυψε από τη συγχώνευση, ii) της εμπορίας από την εν λόγω επιχείρηση πολυάριθμων προϊόντων (διαφορετικής μάζας), μεταξύ των οποίων συγκαταλέγονται οι μοναδικές μάρκες που διατίθενται σε ολόκληρη τη Νορβηγία, ορισμένες τοπικές μάρκες και οι σημαντικότερες ξένες μάρκες, iii) του γεγονότος ότι η επιχείρηση που προέκυψε από τη συγχώνευση θα είναι ο κύριος προμηθευτής προϊόντων της Coca-Cola και iv) του ότι η ανωτέρω επιχείρηση θα παρέχει ένα ευρύ φάσμα άλλων συσκευασμένων ειδών διατροφής στα καταστήματα λιανικής πώλησης.

Οι τιμές μπίρας

(67) Έχοντας υπόψη τη διάρθρωση της αγοράς μετά τη συγχώνευση, στην οποία η επιχείρηση που προέκυψε από τη συγχώνευση θα είναι πολύ μεγαλύτερη από τους ανταγωνιστές της όσον αφορά τις πωλήσεις και τους πόρους, αναμένεται ότι οι άλλες ζυθοποιίες της Νορβηγίας θα τείνουν να επικεντρώσουν τις δραστηριότητές τους στις περιφερειακές αγορές αντί να ανταγωνισθούν την Ringnes/Hansa. Επίσης, από την εξέταση των τιμοκαταλόγων των κύριων ζυθοποιών, μετά την αφαίρεση του φόρου οινοπνεύματος, προκύπτει ότι κατά τα τελευταία τρία χρόνια οι ζυθοποιίες

(1) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο < 20 %

που συγκεντρώνουν τις πωλήσεις τους στην περιοχή του Όσλο, έτειναν να προσαρμόζουν τις τιμές τους στις τιμές της Ringnes, γεγονός που επιβεβαιώνει ότι η ανταγωνιστική τους ικανότητα είναι περιορισμένη, με αποτέλεσμα οι τιμές της φιάλης 35 cl της μπίρας τύπου pils των εταιρειών Ringnes, Aass και Borg να κυμαίνονται στο ίδιο επίπεδο.

Συμπέρασμα

(68) Τα μέρη υποστηρίζουν ότι η επιχείρηση που προέκυψε από τη συγχώνευση θα υπόκειται σε τοπικό ανταγωνισμό σε όλες τις περιοχές. Τα βασικά επιχειρήματα που προβάλλουν για να υποστηρίξουν την υπόθεση αυτή είναι ότι οι τοπικοί ζυθοποιοί διαθέτουν πλεονάζουσα παραγωγική ικανότητα και ότι οι αλυσίδες καταστημάτων λιανικής πώλησης θα αναζητήσουν και ένα δεύτερο προμηθευτή ως εναλλακτική λύση έναντι της Ringnes/Hansa στη Νορβηγία, με αποτέλεσμα το συνολικό μερίδιο αγοράς της επιχείρησης που προέκυψε από τη συγχώνευση να είναι μικρότερο από το άθροισμα των μεριδίων αγοράς της Ringnes και της Hansa πριν από τη συγχώνευση. Ακόμη και εάν η επιχείρηση που προέκυψε από τη συγχώνευση απωλέσει ορισμένες πωλήσεις λόγω της κοινοποιηθείσας πράξης, είναι βέβαιο ότι το μερίδιο αγοράς της θα παραμείνει πολύ υψηλό, τόσο με απόλυτους αριθμούς, όσο και σε σχέση με τους ανταγωνιστές της. Επίσης, από τα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν κατά την έρευνα προκύπτει ότι θα ήταν δύσκολο για τους περιφερειακούς ανταγωνιστές να χρησιμοποιήσουν την πλεονάζουσα παραγωγική ικανότητά τους για να αυξήσουν την παραγωγή τους και να κερδίσουν πωλήσεις ανταγωνιζόμενες την επιχείρηση που προέκυψε από τη συγχώνευση. Σε κάθε περίπτωση, η ισχυρή θέση στην αγορά της επιχείρησης που προέκυψε από τη συγχώνευση θα εμπόδιζε την αποτελεσματική ανάπτυξη των περιφερειακών προμηθευτών σε εθνικό επίπεδο. Συνεπώς, στην παρούσα φάση διαπιστώνεται ότι έχοντας υπόψη τα απόλυτα μερίδια αγοράς, το σημαντικό χάσμα στον όγκο των πωλήσεων και τα μερίδια αγοράς μεταξύ της επιχείρησης που θα προκύψει από τη συγχώνευση και των πλησιέστερων ανταγωνιστών της, καθώς και τις διαφορές ως προς τη διεύρυνση του φάσματος των σημάτων που προμηθεύουν οι ανωτέρω επιχειρήσεις και, τέλος, τα στοιχεία που προκύπτουν από τις τιμές της μπίρας στη Νορβηγία κατά τα τελευταία χρόνια, οι περιφερειακές ζυθοποιίες δεν θα είναι σε θέση να ασκήσουν σημαντική ανταγωνιστική πίεση στην επιχείρηση που προέκυψε από τη συγχώνευση.

ii) Αντισταθμιστική ισχύς των καταστημάτων λιανικής πώλησης τροφίμων

(69) Η διάρθρωση του τομέα των καταστημάτων λιανικής πωλήσεως τροφίμων στη Νορβηγία χαρακτηρίζεται από μεγάλο βαθμό συγκέντρωσης, δεδομένου ότι οι τέσσερις κορυφαίες ενώσεις αλυσίδων (Norges-Gruppen, Hakon-Gruppen, NKL/Coop και Rema) καλύπτουν το 97 % περίπου των πωλήσεων των καταστημάτων πώλησης. Καθένας από τους ανωτέρω ομίλους πραγματοποιεί σε κεντρικό επίπεδο τις αγορές και τις διαπραγματεύσεις με τους παραγωγούς για όλες τις αλυσίδες καταστημάτων λιανικής πώλησης που κατέχει ή που είναι συνδεδεμένες με τον όμιλο. Οι επιχειρήσεις λιανικής πώλησης τροφίμων στη Νορβηγία ακολουθούν πολιτική κάθετης ολοκλήρωσης, συστήνοντας δικές τους επιχειρήσεις χονδρικής πώλησης ή δημιουργώντας στενές συμβατικές σχέσεις με ανεξάρτητους χονδρεμπόρους. Κατά το παρελθόν, οι προμηθευτές ειδών παντοπωλείου στη Νορβηγία παρέδιδαν τα προϊόντα τους σε κάθε κατάστημα λιανικής πώλησης. Σήμερα, τα περισσότερα συσκευασμένα είδη διατροφής διανέμονται στα καταστήματα λιανικής πώλησης από τις ίδιες τις αλυσίδες, μέσω των δικών τους χονδρεμπόρων ή από ανεξάρτητους χονδρεμπόρους που διανέμουν τα προϊόντα για λογαριασμό των αλυσίδων. Οι αλυσίδες καταστημάτων λιανικής πώλησης ώθησαν τους παραγωγούς να μη διανέμουν οι ίδιοι τα προϊόντα τους στα σημεία πώλησης, μερικές φορές παρά τη θέλησή τους (πρόσφατο παράδειγμα αποτελεί ένας σοκολατοπαραγωγός, του οποίου τα προϊόντα αποκλείσθηκαν από τα καταστήματα λιανικής πώλησης μέχρις ότου δέχθηκε να τα παραδίδει στο χονδρέμπορο της επιχείρησης λιανικού εμπορίου). Οι χονδρέμποροι θεωρούν ότι τα μέσα τεχνικοοικονομικής στήριξης που διαθέτουν, οι οικονομίες κλίμακας που επιτυγχάνουν και η αποτελεσματικότητά τους τους επιτρέπουν να μειώσουν το κόστος διανομής κατά 50 % και άνω. Τα ποτά, ο καπνός και τα νωπά είδη διατροφής αποτελούν τις μόνες κατηγορίες προϊόντων, τις οποίες οι προμηθευτές εξακολουθούν να παραδίδουν οι ίδιοι στα σημεία πώλησης. Κύκλοι της αγοράς αποδίδουν την εξαίρεση των ποτών στο σύστημα επιστροφής των φιαλών που έχει δημιουργηθεί λόγω του περιβαλλοντικού φόρου επί των φιαλών, που περιγράφεται αναλυτικά ανωτέρω στο πλαίσιο του ορισμού της γεωγραφικής αγοράς.

(70) Τα μέρη δήλωσαν ότι οι αλυσίδες λιανικής πώλησης κυριαρχούν στην αγορά ποτών, αφορά πτηνών, εφόσον ο μεγάλος βαθμός συγκέντρωσής τους και η σταδιακή καθετοποίησή τους τους παρέχει ισχυρά διαπραγματευτικά μέσα. Επίσης, η θέση τους θα μπορούσε να ενισχυθεί εάν συνδέονταν με διεθνείς συνασπισμούς λιανοπωλητών, όπως η NAF International (NKL/Coop), η AMS Alliance (Hakon-Gruppen) ή μέσω διεθνικών εξαγορών (η σουηδική εταιρεία λιανικής πώλησης ICA κατέχει σημαντικό μερίδιο στην Hakon-Gruppen). Οι δύο άλλες σημαντικότερες αλυσίδες, η Rema και η NorgesGruppen διεξάγουν διαπραγματεύσεις για να συμμετάσχουν σε διεθνείς συνασπισμούς/συνεργασίες και η ICA-Hakon-Gruppen συμμετέχει στο συνασπισμό Viking Retail με τη φινλανδική επιχείρηση λιανικής πώλησης Kesko.

(71) Τα κύρια μέσα διαπραγμάτευσης, που σύμφωνα με τα μέρη, επιτρέπουν στις επιχειρήσεις λιανικής πώλησης να διαθέτουν επαρκή αντισταθμιστική ισχύ, είναι ο αποκλεισμός ή η «απόκρυψη» ορισμένων προϊόντων από τα καταστήματά τους, το γεγονός ότι ελέγχουν τα προγράμματα προώθησης των προϊόντων και τις δραστηριότητες στα σημεία πώλησης και η εισαγωγή προϊόντων με το εμπορικό σήμα του λιανοπωλητή.

Διεθνείς συνασπισμοί

(72) Από την έρευνα της Επιτροπής προέκυψαν ελάχιστα στοιχεία που στηρίζουν την άποψη ότι οι διεθνείς συνασπισμοί επιχειρήσεων λιανικής πώλησης διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη νορβηγική αγορά μπίρας. Τα μέρη επιβεβαίωσαν ότι επί του παρόντος δεν διεξάγουν άμεσες διαπραγματεύσεις για ποτά με διεθνείς συνασπισμούς επιχειρήσεων λιανικής πώλησης, γεγονός που επιβεβαίωσαν όλοι οι επιχειρηματίες της αγοράς με τους οποίους ήρθε σε επαφή η Επιτροπή κατά τις έρευνες. Αν και είναι γεγονός ότι οι επιχειρήσεις λιανικής πώλησης σταδιακά συνδέονται με ανάλογες επιχειρήσεις άλλων χωρών, οι λειτουργίες και οι στόχοι των συνασπισμών αυτών διαφέρουν πολύ ανάλογα με το συγκεκριμένο συνασπισμό και εν γένει δεν υπάρχουν σημαντικά παραδείγματα συγκεντρωτικών αγορών. Ειδικότερα, έχοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητες της αγοράς μπίρας στη Νορβηγία (χαμηλός αλκοολικός βαθμός κατ' όγκο, σπουδαιότητα των εθνικών προϊόντων, έλλειψη εμπορικών ροών και, ιδιαίτερα, ουσιαστική ανυπαρξία εξαγωγών) δεν φαίνεται λογικό να αναμένεται μεταβολή της υφισταμένης κατάστασης που θα οδηγήσει στην αποτελεσματική επίδραση των διεθνών συνασπισμών στη νορβηγική αγορά μπίρας από την άποψη των τιμών, του φάσματος των προϊόντων που διατίθενται στην αγορά και των συνθηκών προμήθειας μπίρας στις νορβηγικές επιχειρήσεις λιανικής πώλησης.

Μέσα διαπραγμάτευσης

(73) Τα μέρη παρέθεσαν ορισμένα παραδείγματα διαγραφής από τον κατάλογο των προϊόντων ή «απόκρυψης» ειδών διατροφής από νορβηγικές ή σουηδικές επιχειρήσεις λιανικής πώλησης. Όσον αφορά τη διαγραφή προϊόντων στη Νορβηγία, παρέθεσαν τρία παραδείγματα. Το πρώτο αφορά μια σοκολατοποιία, τα προϊόντα της οποίας διαγράφηκαν εν μέρει και από τις τέσσερις επιχειρήσεις λιανικής πώλησης, διότι δεν δέχθηκε να αναλάβουν χονδρέμποροι τη διανομή των προϊόντων της. Ωστόσο, πρέπει να σημειωθεί ότι για τις νορβηγικές επιχειρήσεις λιανικής πώλησης υπήρχε τουλάχιστον η εναλλακτική λύση μιας άλλης σοκολατοποιίας που είχε συμφωνήσει να αλλάξει την πολιτική διανομής της. Ως προς τα παραδείγματα από την αγορά μπύρας και ιδιαίτερα εκείνα που αφορούν τα προϊόντα των μερών, υπάρχουν δύο παραδείγματα: i) η διαγραφή της μάρκας [...] (1) στα περισσότερα καταστήματα της [...] (1), αλυσίδας που ανήκει στην [...] (1) και επιδιώκει την προσέλκυση πελατών προτείνοντας τιμές «με έκπτωση», και η περαιτέρω μείωση του χώρου στα καταστήματα λιανικής πώλησης για την παρουσίαση και διάθεση των προϊόντων [...] (1) ii) ο αποκλεισμός και η «απόκρυψη» ζύθων της [...] (1) από την [...] (1), αλυσίδα που ανήκει στον [...] (1). Αν και δεν μπορεί να αμφισβητηθεί ότι οι επιχειρήσεις λιανικής πώλησης έχουν κάποιο περιθώριο διαπραγμάτευσης, πρέπει να σημειωθεί ότι τα δύο παραδείγματα διαγραφής/ «απόκρυψης» έχουν περιορισμένη σημασία. Η [...] (1) είναι μπίρα [...] (1), προϊόν που καλύπτει ένα μικρό τμήμα της κατανάλωσης στη Νορβηγία (περίπου [...] (2) της κατανάλωσης). Οι πωλήσεις της [...] (1) ανήλθαν σε [...] (1) εκατομμύρια λίτρα το 1994, τα οποία αντιστοιχούν σε αμελητέο ποσοστό των συνολικών πωλήσεων μπίρας της Ringnes ([...] (1) εκατομμύρια λίτρα). Επίσης, τα παραδείγματα δείχνουν ότι η διαγραφή/«απόκρυψη» γίνεται σε επίπεδο κάθε μεμονωμένης επί μέρους αλυσίδας που ανήκει στον όμιλο λιανικής πώλησης και όχι σε κεντρικό επίπεδο. Συνεπώς, λόγω του βαθμού συγκέντρωσης των τεσσάρων εταιρειών υπερτονίζεται η ισχύς των επιχειρήσεων λιανικής πώλησης στο εν λόγω θέμα. Πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι, σε αντίθεση με άλλες χώρες, όπου οι επιχειρήσεις λιανικής πώλησης είναι πιο ολοκληρωμένες, η καταβολή αντιτίμου για να περιληφθούν τα προϊόντα στα είδη των καταστημάτων λιανικής πώλησης, καθώς και η αγορά χώρου για την παρουσίαση και πώληση εμπορευμάτων δεν αποτελούν συνήθεις πρακτικές στη νορβηγική αγορά μπίρας, όπως επισημαίνουν όλοι οι προμηθευτές στους οποίους απευθύνθηκε η Επιτροπή κατά την έρευνά της.

(74) Εάν η διαγραφή/«απόκρυψη» προϊόντων μπορεί να θεωρηθεί ακραίο μέτρο, οι επιχειρήσεις λιανικής πώλησης μπορούν να ελέγξουν μέχρις ενός σημείου την έκθεση των προϊόντων στα σημεία πώλησης και την προώθησή τους. Οι προσφορές των καταστημάτων δεν διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο για τη μπίρα, δεδομένου ότι οι εκπτώσεις επί των τιμών του τελικού καταναλωτή απαγορεύονται από το νόμο για τις μπίρες που περιέχουν οινόπνευμα. Για τις μπίρες χωρίς οινόπνευμα επιτρέπονται οι εκπτώσεις επί των τιμών καταναλωτή, αλλά αυτή η επί μέρους αγορά δεν είναι ελκυστική, λόγω του μικρού όγκου των πωλήσεών της. Πρόσφατα, άρχισαν να εφαρμόζονται στη Νορβηγία εκπτώσεις για δραστηριότητες ή ενέργειες προώθησης των εν λόγω προϊόντων στα σημεία πώλησης χωρίς μείωση των τιμών για τον καταναλωτή, αλλά φαίνεται ότι ο ρόλος τους είναι ακόμη περιορισμένος. Οι συμφωνίες μεταξύ της Ringnes και των επιχειρήσεων λιανικής πώλησης σχετικά με την προώθηση των προϊόντων, την επιλογή και εμπορία προϊόντων συγκεκριμένης μάρκας και τον όγκο μπίρας έχουν ως αποτέλεσμα τη συνολική μείωση της τιμής καταλόγου κατά [...] (2). Οι εκπτώσεις αυτές άρχισαν να πραγματοποιούνται το 1994. Συγκριτικά, οι εκπτώσεις που προσφέρονται στις επιχειρήσεις λιανικής πώλησης για τις εν λόγω δραστηριότητες στον τομέα των αεριούχων αναψυκτικών αντιστοιχούν στο [...] (3) περίπου των επίσημων τιμών και αυξάνονται σταθερά και σε σημαντικό βαθμό κατά τα τελευταία πέντε χρόνια. Τούτο αντανακλά τη διαφορετική στρατηγική σημασία που αποδίδουν στη μπίρα και στα προϊόντα τύπου cola οι επιχειρήσεις λιανικής πώλησης. Ιδιαίτερα τα προϊόντα τύπου cola αποτελούν σημαντική παράμετρο του ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων λιανικής πώλησης, διότι προσελκύουν πελάτες στα καταστήματα (στη Νορβηγία αποκαλούνται μέσα αύξησης της πελατείας). Αυτό δεν ισχύει στον ίδιο βαθμό για τις μπίρες, για τις οποίες το περιθώριο ελιγμών των επιχειρήσεων λιανικής πώλησης είναι μικρότερο, λόγω της νομοθεσίας για τα οινοπνευματώδη ποτά και, ιδιαίτερα, λόγω της απαγόρευσης των εκπτώσεων προς τους πελάτες.

(75) Γενικά, τα προϊόντα που κυκλοφορούν με το εμπορικό σήμα του λιανοπωλητή καθιερώθηκαν σχετικά αργά στη Νορβηγία. Σύμφωνα με έκθεση που συνέ-

(1) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο.
(2) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο: < 5 %.
(3) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο: < 20 %.

ταξε η NERA για τα μέρη, η διείσδυση των εν λόγω προϊόντων αντιστοιχεί στο 5 % των πωλήσεων, ενώ ο ευρωπαϊκός μέσος όρος ανέρχεται στο 12 % και σε άλλες χώρες παρατηρούνται υψηλότερα ποσοστά, όπως 47 % στην Ελβετία, 37 % στο Ηνωμένο Βασίλειο και 16 % στη Γαλλία. Επίσης, η μείωση της τιμής των εν λόγω προϊόντων στη Νορβηγία σε σχέση με τις τιμές των προϊόντων που κυκλοφορούν με το σήμα του κατασκευαστή είναι από τις χαμηλότερες στην Ευρώπη. Συγκεκριμένα, υπολογίζεται στο 9 %, ενώ ανέρχεται στο 36 % στην Ελβετία, στο 30 % στη Γερμανία, στο 22 % στη Γαλλία και στο 17 % στο Ηνωμένο Βασίλειο. Όσον αφορά τις μπίρες, σήμερα δεν κυκλοφορούν μπίρες στη Νορβηγία με το σήμα του λιανοπωλητή και οι προοπτικές καθιέρωσής τους επηρεάζονται από τη γενική πολιτική περιορισμού του πωλήσεων οινοπνευματοδών ποτών που ακολουθεί η Νορβηγία. Τα ανωτέρω προϊόντα έχουν κάνει πολύ πρόσφατα την εμφάνισή τους σε άλλες αγορές μη οινοπνευματωδών ποτών. Το σημαντικότερο προϊόν που κυκλοφορεί με το σήμα του λιανοπωλητή είναι ένα είδος cola που διέθεσε στην αγορά το Φεβρουάριο του 1995 η Hakon-Gruppen. Υπάρχει επίσης το παράδειγμα ενός εμφιαλωμένου νερού που διατέθηκε στην αγορά τον ίδιο μήνα από την Coop.

Συμπέρασμα

(76) Παρά την προφανή υψηλή συγκέντρωση των αλυσίδων καταστημάτων λιανικής πώλησης, η διάρθρωση των καταστημάτων λιανικής πώλησης τροφίμων παρουσιάζει σημαντικές διαφορές σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Η μπίρα διαδραματίζει σχετικά μικρό ρόλο στον ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων λιανικής πώλησης. Ακόμη και αν οι επιχειρήσεις λιανικής είχαν ισχυρή διαπραγματευτική θέση και επιχειρούσαν να επιτύχουν καλύτερους όρους και εκπτώσεις για την μπίρα έναντι των ανταγωνιστών τους, δεν είναι αυτονόητο ότι θα είχαν συμφέρον να εμποδίσουν τις γενικές αυξήσεις των τιμών μέσω των τιμών καταλόγου. Το χαμηλό ύψος των εκπτώσεων για τη μπίρα, η περιορισμένη δυνατότητα προώθησης της μπίρας στα σημεία πώλησης, η ανυπαρξία προμήθειας για να περιληφθούν προϊόντα στα είδη που πωλούν οι λιανοπωλητές και το γεγονός ότι δεν κυκλοφορούν προϊόντα με το εμπορικό σήμα του λιανοπωλητή καταδεικνύουν ότι η αντισταθμιστική ισχύς των επιχειρήσεων λιανικής πώλησης δεν διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην εν λόγω αγορά. Επιπλέον, οι επιχειρήσεις λιανικής πώλησης τροφίμων θα μπορούσαν να ασκήσουν αντισταθμιστική πίεση εάν υπήρχε η εναλλακτική λύση ενός τουλάχιστον περαιτέρω προμηθευτή στον οποίο θα μπορούσαν να απευθύνουν τις παραγγελίες τους. Οι επιχειρήσεις λιανικής πώλησης τροφίμων στις οποίες απευθύνθηκε η Επιτροπή επεσήμανε ότι οι εισαγωγές δεν αποτελούν ουσιαστικά εναλλακτική λύση όσο ισχύει ο περιβαλλοντικός φόρος στη Νορβηγία. Πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι η προκύψασα από τη συγχώνευση επιχείρηση θα είναι ο μόνος προμηθευτής μπίρας σε εθνικό επίπεδο. Όσο περισσότερο οι επιχειρήσεις λιανικής πώλησης ολοκληρώνουν τις αγορές τους και την εμπορία των προϊόντων τους, τόσο περισσότερο θα εξαρτώνται από δίκτυα διανομής και προϊόντα που καλύπτουν όλη τη χώρα. Στο σημείο αυτό πρέπει να παρατηρήσουμε ότι το γεγονός ότι η Hansa δεν θα αποτελεί ανταγωνιστή της Ringnes σημαίνει ότι παύει να υφίσταται η σημαντικότερη ζυθοποιία που θα μπορούσε να αποκτήσει εθνικό βεληνεκές, είτε μέσω συνεργασίας είτε μέσω συγχώνευσης με μικρότερες ζυθοποιίες που βρίσκονται σε περιοχές που η ίδια δεν καλύπτει.

(77) Διαπιστώνεται ότι δεν υπάρχουν επαρκείς και σαφείς ενδείξεις ότι οι επιχειρήσεις λιανικής πώλησης ενδέχεται να περιορίσουν την ισχυρή θέση στη νορβηγική αγορά μπίρας της επιχείρησης που προέκυψε από τη συγχώνευση.

iii) Δυνητικός ανταγωνισμός και είσοδος στην αγορά

(78) Τα μέρη έχουν επισημάνει στην κοινοποίησή τους ορισμένους τρόπους με τους οποίους θα μπορούσε να εισέλθει στη νορβηγική αγορά μπίρας ένας νέος ανταγωνιστής. Στην κοινοποίησή τους επισημαίνουν, πρώτον, τη δυνατότητα εξαγοράς, αναφέροντας τα παραδείγματα εξαγοράς της CB από τη σουηδική ζυθοποιία Spendrups το 1991 και την εξαγορά της Hansa από την Pripps το ίδιο έτος. Ως παραδείγματα νέας εισόδου αναφέρουν την Tromi, παραγωγό αεριούχων αναψυκτικών που εισήλθε στην αγορά μπίρας το 1993 και κατέχει σήμερα μερίδιο ύψους [...] [1] στην πόλι Trondheim και οι πωλήσεις της ανέρχονται στο [...] [2] εκατομμύρια λίτρα μπίρας δικής της παραγωγής, ενώ πραγματοποιεί επίσης ένα μικρό αριθμό πωλήσεων της μπίρας Hansa. Η Tromi συμπλήρωσε τις δραστηριότητές της στον τομέα των αεριούχων αναψυκτικών διανέμοντας μπίρα των εταιρειών Mack, Hansa και Tou στην κεντρική και βόρεια Νορβηγία. Η Tromi εισήλθε στην παραγωγή μπίρας όταν έληξαν οι συμφωνίες διανομής με την Mack και την Tou για να διατηρήσει τις πωλήσεις μπίρας που πραγματοποιούσε. Άλλο παράδειγμα εισόδου παρέχουν μικρές ζυθοποιίες που απευθύνονται σε συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς για μπίρες ειδικού τύπου. Τέτοιο παράδειγμα αποτελεί η Oslo Bryggerikompani, η οποία πραγματοποιεί σήμερα πωλήσεις ύψοους 700 000 λίτρων και κατέχει μερίδιο αγοράς 1-2 % στο Όσλο. Η στρατηγική και οι πόροι των εταιρειών αυτών δεν τους επιτρέπουν να υιοθετήσουν μια πολιτική βασισμένη στον όγκο των πωλήσεων.

(79) Ακόμη και αν το κόστος μεταφοράς είναι υψηλό για την εμφιαλωμένη μπίρα, οι αποστάσεις από ορισμένες ευρωπαϊκές χώρες μέχρι το Όσλο είναι μικρότερες από ορισμένες αποστάσεις εντός της Νορβηγίας. Τα μέρη υποστηρίζουν ότι το κόστος μεταφοράς δεν επηρεάζει δυσμενώς τις εισαγωγές μπίρας. Ωστόσο, έχουν ήδη επισημανθεί οι δυσκολίες που συναρτώνται με την εισαγωγή εμφιαλωμένης μπίρας στη Νορβηγία. Πρέπει ιδιαίτερα να σημειωθεί ότι οι φιάλες μιας χρήσης δεν μπορούν να ανταγωνιστούν σε επίπεδο τιμών με τις επιστρεφόμενες φιάλες. Οι διαφορές στον αλκοολικό τίτλο κατ' όγκο και στις μάρκες αποτελούν πρόσθετους παράγοντες. Ακόμη και αν όλοι αυτοί οι παράγοντες δεν ήταν απολύτως απαγορευτικοί για την εισαγωγή εμφιαλωμένης μπίρας στη Νορβηγία, είναι βέβαιο ότι πλήττουν την ανταγωνιστικότητά της σε σχέση με τα προϊόντα της Ringnes και της Hansa με τις υψηλότερες πωλήσεις, που συνιστούν αγορά βασιζόμενη στον όγκο των πωλήσεων. Ο περιβαλλοντικός φόρος θα μπορούσε να αποφευχθεί με την εισαγωγή μπίρας σε δεξαμενές ή βαρέλια και την εμφιάλωσή της στη συνέχεια εντός της Νορβηγίας. Αυτό πράττει για παράδειγμα η Hansa για τη μπίρα χωρίς οινόπνευμα Clausthaler. Ωστόσο, εάν ένας νέος προμηθευτής χρησιμοποιούσε

[1] Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο: < 20 %.
[2] Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο.

αυτή τη μέθοδο για να ανταγωνιστεί τα άλλα προϊόντα στην αγορά της μπίρας pils, θα αντιμετώπιζε και πάλι το πρόβλημα του υψηλού κόστους της μεταφοράς μπίρας χύμα, το οποίο αντιμετωπίζουν και οι καθιερωμένοι ζυθοποιοί της Νορβηγίας. Επιπλέον, γεγονός ακόμη σημαντικότερο, θα υφίστατο και πάλι τους φραγμούς που περιγράφονται ανωτέρω, στο πλαίσιο του ορισμού της γεωγραφικής αγοράς (νομοθεσία περί οινοπνευματωδών ποτών, εμπορικοί φραγμοί).

(80) Η χορήγηση αδειών εκμετάλλευσης από ξένες μάρκες σε νορβηγούς προμηθευτές αποτελεί άλλον ένα τρόπο εισόδου στην αγορά. Αυτό έχουν ήδη πράξει εταιρείες όπως η Carlsberg (προϊόντα με την επωνυμία Carlsberg και Tuborg), Heineken και Guinness. Για όλα αυτά τα προϊόντα έχει χορηγηθεί άδεια εκμετάλλευσης είτε στην Ringnes είτε στη Hansa, οι οποίες προσφέρουν τη μεγαλύτερη δυνητική αγορά στους ξένους προμηθευτές. Επιπλέον, το μερίδιο αγοράς όλων των ανωτέρω προϊόντων μαζί στη νορβηγική αγορά είναι πολύ μικρό (περίπου 5 %). Συνήθως, οι ξένες μάρκες, ακόμη και αν έχουν αλκοολικό τίτλο μικρότερο του 4,75 %, πωλούνται σε υψηλότερες τιμές σε σχέση με τις εγχώριες μπίρες pils.

(81) Τα μέρη επεσήμαναν ότι η νορβηγική αγορά θα αναπτυχθεί κατά τα επόμενα δύο με τρία χρόνια με ταχύτερο ρυθμό σε σχέση με τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Επίσης, η κατά κεφαλήν κατανάλωση είναι σχετικά χαμηλότερη στη Νορβηγία. Ωστόσο, το σχετικά μικρό μέγεθος της νορβηγικής αγοράς, η βαριά φορολογία της και οι υψηλοί φόροι δεν την καθιστούν ελκυστική ως αγορά προς διείσδυση. Επίσης, οι περιορισμοί στο θέμα της διαφήμισης και των εκπτώσεων επί των τιμών καταναλωτή δεν ευνοούν την εδραίωση των κεκτημένων θέσεων και εμποδίζουν την ανάπτυξη των νέων προμηθευτών. Οι περισσότερες μεγάλες ζυθοποιίες εκτός Νορβηγίας με τις οποίες ήλθε σε επαφή η Επιτροπή δήλωσαν ότι, επί του παρόντος, δεν έχουν συγκεκριμένα σχέδια για την επέκτασή τους στη νορβηγική αγορά, πέραν του επιπέδου που έχουν ήδη κατακτήσει.

Συμπέρασμα

(82) Αν και δεν είναι δυνατό να αποκλεισθεί εντελώς και με απόλυτη βεβαιότητα η είσοδος σε μια αγορά, ιδιαίτερα όταν υπάρχουν μεγάλες εταιρείες προσανατολισμένες στις εξαγωγές εκτός της γεωγραφικής τους αγοράς, η διάρθρωση της αγοράς που περιγράφηκε μέχρι σήμερα και τα στοιχεία που διαθέτει η Επιτροπή δείχνουν ότι ο ανταγωνισμός είναι μάλλον απίθανο να διαβρώσει τις θέσεις των μερών στο άμεσο μέλλον. Επιπλέον, η Επιτροπή δεν έχει εντοπίσει συγκεκριμένες ενδείξεις σχεδίων εισόδου στην εν λόγω αγορά. Συνεπώς, και το γεγονός αυτό έχει τη μεγαλύτερη σημασία, δεν φαίνεται αρκετά αξιόπιστη η απειλή εισόδου νέου ανταγωνιστή ώστε να καταλήξει κανείς ότι η νορβηγική αγορά μπίρας είναι ελκυστική.

iv) Συνολική αξιολόγηση

(83) Για τους λόγους που επισημαίνονται ανωτέρω προκύπτει ότι η κοινοποιηθείσα πράξη επιτείνει τη συγκέντρωση της προσφοράς σε μια αγορά που χαρακτηρίζεται ήδη από συγκέντρωση. Υπάρχουν αρκετές ενδείξεις ότι η εν λόγω πράξη θα οδηγήσει σε μια κατάσταση στην οποία η επιχείρηση που θα προέλθει από τη συγκέντρωση θα μπορούσε /να δράσει στην αγορά μπίρας που διατίθεται μέσω λιανοπωλητών τροφίμων, ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστικούς περιορισμούς που ισχύουν σε άλλες με μικρότερο βαθμό συγκέντρωσης αγορές. Μέσω της σχεδιαζόμενης πράξης, η Ringnes ενισχύει την ισχυρή της θέση στη νορβηγική αγορά μπίρας και ουσιαστικά αίρεται η πιθανότητα ανάπτυξης ενός άλλου εθνικού ανταγωνιστή στην εν λόγω αγορά.

(84) Συνεπώς, η σχεδιαζόμενη πράξη δημιουργεί δεσπόζουσα θέση, λόγω της οποίας θα εμποδισθεί σε μεγάλο βαθμό ο αποτελεσματικός ανταγωνισμός στη νορβηγική αγορά για τις πωλήσεις μπίρας μέσω καταστημάτων λιανικής πώλησης τροφίμων.

γ) *Πώληση μπίρας στον κλάδο ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και επιχειρήσεων τροφοδοσίας*

i) Διάρθρωση του κλάδου

(85) Ο κλάδος ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και επιχειρήσεων τροφοδοσίας στη Νορβηγία χαρακτηρίζεται από μεγάλη κατάτμηση, δεδομένου ότι στα τέλη του 1993 υπήρχαν 4 793 σημεία πώλησης (πηγή: Statistisk Sentralbyrå) με τη μορφή ξενοδοχείων, εστιατορίων, μπαρ κ.λπ., τα οποία έχουν την άδεια να σερβίρουν μπίρα. Στα εν λόγω σημεία πώλησης έχουν χορηγηθεί άδειες βάσει του κεφαλαίου 4 του νόμου περί οινοπνευματωδών ποτών του 1989. Το 56 % περίπου των ανωτέρω καταστημάτων έχουν την άδεια να πωλούν όλα τα είδη μπίρας, συμπεριλαμβανομένων όσων έχουν αλκοολικό τίτλο κατ' όγκο από 4,75 έως 7 %, που αποτελεί το ανώτατο επιτρεπόμενο από το νόμο όριο για την πώληση εγχώριας ή εισαγόμενης μπίρας στη Νορβηγία.

(86) Υπάρχουν μερικές εξαιρέσεις στη γενική κατάτμηση του κλάδου, δεδομένου ότι έχουν ιδρυθεί ορισμένες αλυσίδες ξενοδοχείων σε εθνικό ή περιφερειακό επίπεδο. Ωστόσο, πρέπει να σημειωθεί ότι, για παράδειγμα, το σύνολο των πωλήσεων της SAA International Hotels S/A και της Rica Hotell-og Restaurantkjede AS αντιστοιχούσε μόνο στο [....] (1) των συνολικών πωλήσεων μπίρας των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και των επιχειρήσεων τροφοδοσίας το 1994. Ακόμη ένα παράδειγμα αποτελεί η McDonald's Norge A/S, που πωλεί μόνο μπίρα της κατηγορίας A (χωρίς οινόπνευμα). Οι συνολικές πωλήσεις της μπίρας αυτής το 1994 ανήλθαν σε 8,4 εκατομμύρια λίτρα. Υποθέτοντας ότι η αναλογία των πωλήσεων μεταξύ των επιχειρήσεων λιανικής πώλησης, αφενός, και των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και των επιχειρήσεων τροφοδοσίας, αφετέρου, ισχύει και για τη μπίρα χωρίς οινόπνευμα, εκτιμάται ότι πωλήθηκαν συνολικά 2,1 εκατομμύρια λίτρα από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και τις επιχειρήσεις τροφοδοσίας το 1994, ποσό που αντιστοιχεί στο 3 % των συνολικών πωλήσεων.

(87) Οι αλυσίδες ξενοδοχείων που αναφέρονται ανωτέρω δήλωσαν ότι σήμερα υπάρχουν μόνο τρεις ζυθοποιίες στη Νορβηγία που πληρούν τις απαιτήσεις τους, δηλαδή είναι σε θέση να καλύψουν το σύνολο της χώρας. Οι ζυθοποιίες αυτές είναι η Ringnes, η Hansa και η Mack. Ωστόσο, η Mack έχει το μειονέκτημα ότι βρίσκεται στο βορειότερο άκρο της Νορβηγίας, στο

(1) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο: < 5 %.

Tromsø, γεγονός που σημαίνει ότι η διανομή σε εθνικό επίπεδο είναι δύσκολη, έχοντας υπόψη την απαιτούμενη τεχνικοοικονομική στήριξη για τη μεταφορά μπίρας σε μεγάλες αποστάσεις. Στο σημείο αυτό πρέπει επίσης να σημειωθεί το γεγονός ότι το 11 % του πληθυσμού της Νορβηγίας κατοικεί στο Όσλο και το 31 % στην περιοχή του φιορδ του Όσλο. Επίσης, η περιοχή αυτή καλύπτει το 4 % περίπου της συνολικής έκτασης της Νορβηγίας.

(88) Κατά συνέπεια, οι αλυσίδες ξενοδοχείων εκφράζουν την ανησυχία, ότι, εάν η Ringnes και η Hansa συγχωνευθούν στην BCP-JV, οι μόνοι προμηθευτές μεταξύ των οποίων θα μπορούν να επιλέξουν θα είναι η BCP-JV και η Mack. Έχοντας υπόψη το γεγονός ότι τα ξενοδοχεία δεν επιθυμούν να έχουν μεγάλα αποθέματα, αλλά, αντίθετα, προτιμούν τις συχνές παραδόσεις (δύο ή τρεις φορές την εβδομάδα) και ότι ζητούν έγκαιρες παραδόσεις σε μια ευρεία γεωγραφική περιοχή, είναι μάλλον απίθανο ότι μόνη της η Mack (δεδομένου ότι σήμερα η Mack συνεργάζεται με τη Hansa για την προμήθεια της Rica Hotels στο πλαίσιο συμφωνίας που θα πάψει να ισχύει από τη στιγμή που η Hansa θα συμμετάσχει στην BCP-JV) θα μπορούσε να ανταποκριθεί πλήρως στις ανωτέρω απαιτήσεις, τουλάχιστον βραχυπρόθεσμα. Συνεπώς, η ίδρυση της BCP-JV θα περιόριζε τη δυνατότητα επιλογής των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων σε ένα μόνο προμηθευτή.

(89) Πρέπει επίσης να σημειωθεί η θέση της Ringnes και της Hansa ως κύριων προμηθευτών των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και των επιχειρήσεων τροφοδοσίας. Βάσει των στοιχείων για την κατανάλωση μπίρας που παραθέτει η καναδική έκθεση και των στοιχείων σχετικά με τις πωλήσεις που προσκόμισαν τα μέρη και οι ανταγωνιστές τους, είναι σαφές ότι η Ringnes ήταν ο κύριος προμηθευτής του κλάδου το 1994, δεδομένου ότι κάλυψε το [....] (1) της αγοράς. Προσθέτοντας τις πωλήσεις της Hansa στις πωλήσεις της Ringnes, ο συνδυασμός των μεριδίων αγοράς των δύο εταιρειών ανέρχεται στο [....] (2) για το 1994. Θεωρείται ότι το 1993 το ύψος των μεριδίων αγοράς των εταιρειών ήταν παραπλήσιο.

(90) Συνεπώς, από τα στοιχεία προκύπτει ότι η Ringnes κατείχε μείζον τμήμα της αγοράς πριν από τη σχεδιαζόμενη ίδρυση της κοινής επιχείρησης, η οποία θα συμβάλει στην ενίσχυση της θέσης των μερών στην αγορά.

Ανταγωνιστές

(91) Υπάρχουν ορισμένοι μικρότεροι ανταγωνιστές των μερών που προμηθεύουν μπίρα στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και τις επιχειρήσεις τροφοδοσίας. Εκτός από την Mack που αναφέρεται ανωτέρω, οι σημαντικότερες από τις εταιρείες αυτές είναι η Aass, η Borg και η CB. Οι εταιρείες αυτές ανέφεραν ότι έκαστη προμηθεύει 1 έως 6 εκατομμύρια λίτρα μπίρας στον κλάδο ανά έτος.

(92) Όλες οι ανωτέρω ζυθοποιίες πραγματοποιούν πωλήσεις στην ευρύτερη περιοχή του Όσλο, ενώ η CB και η Mack έχουν επεκταθεί σε άνω του 50 % των νορβηγικών κομητειών. Συγκριτικά αναφέρεται ότι τόσο η Ringnes, όσο και η Hansa δραστηριοποιούνται στο Όσλο και η μεν Ringnes ασκεί επίσης δραστηριότητες σε όλες τις κομητείες εκτός από μία, ενώ η Hansa είναι παρούσα στο 67 % των κομητειών.

(93) Συνεπώς, συνάγεται ότι οι ανταγωνιστές της Ringnes και της Hansa δεν είναι σε θέση να τις ανταγωνιστούν, έχοντας υπόψη το χαμηλότερο όγκο των πωλήσεών τους και τη μικρότερη γεωγραφική κάλυψη.

Δέσμευση υφισταμένων πελατών

(94) Τα μέρη δήλωσαν ότι οι συμφωνίες διανομής της Ringnes με τον κλάδο των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και των επιχειρήσεων τροφοδοσίας [....] (3). Οι συμφωνίες της Hansa διαρκούν, εν γένει, [....] (3).

(95) Η Επιτροπή έχει στη διάθεσή της ένα αντίγραφο υποδείγματος συμφωνίας προμήθειας της Ringnes, στην οποία αναφέρεται ότι [....] (3). Η τυπική συμφωνία διαρκεί [....] (3) έτη. Αυτό [....] (3) επιβεβαιώθηκε από πελάτη που έχει την έδρα του στο Όσλο, ο οποίος επεχείρησε να διαθέσει βαρελίσια μπίρα μικρής ζυθοποιίας της περιοχής.

(96) Η Ringnes διαθέτει πολύ ισχυρή θέση όσον αφορά την προμήθεια μπίρας στην περιοχή του Όσλο, διότι είναι ο μόνος εγκεκριμένος προμηθευτής ορισμένων αεριούχων αναψυκτικών (όπως η Coca-Cola) στην περιοχή. Τούτο σημαίνει πιθανώς ότι τα μπαρ και τα εστιατόρια που επιθυμούν να προμηθευτούν Coca-Cola θα πρέπει να προμηθεύονται και μπίρα Ringnes.

(97) Επίσης, μετά την περάτωση, το 1987, της κατανομής των πωλήσεων και της διανομής κατά περιφέρειες ανάμεσα στις διάφορες ζυθοποιίες, οι τελευταίες προέβησαν σε χρηματοδότηση είτε υπό μορφή δανείων είτε υπό μορφή τραπεζικών εγγυήσεων για τον εκσυγχρονισμό εγκαταστάσεων. Διέθεσαν επίσης εξοπλισμό, όπως ψυγεία, έπιπλα κ.λπ.

(98) Η χρηματοδότηση εξασφαλίζει την αφοσίωση των σημείων πώλησης στη ζυθοποιία. Η διάθεση ψυγείων ενδέχεται να περιορίζει τη δυνατότητα άλλων προμηθευτών να πωλούν εμφιαλωμένη μπίρα στα μπαρ. Η Επιτροπή πληροφορήθηκε από εισαγωγείς μπίρας ότι η Ringnes επεδίωξε και πέτυχε να μην επιτρέψει την τοποθέτηση στα ψυγεία της εισαγόμενων φιαλών μπίρας, αποκλείοντάς τες από ορισμένα σημεία διάθεσης.

(99) Όπως αναφέρεται ανωτέρω, η Ringnes ελέγχει ήδη ένα μεγάλο μέρος των πωλήσεων προς τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και τις επιχειρήσεις τροφοδοσίας: με τη σύναψη μακροπρόθεσμων συμφωνιών αποκλειστικής προμήθειας μπίρας χύμα και με την προσπάθειά της να περιορίσει τις πωλήσεις εμφιαλωμένης μπίρας στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και τις επιχειρήσεις τροφοδοσίας μπορεί να περιορίσει αποτελεσματικά την είσοδο νέων ανταγωνιστών στον κλάδο.

(1) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο: μεταξύ 60 και 70 %.
(2) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο: μεταξύ 70 και 80 %.
(3) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο.

Τιμές

(100) Η Επιτροπή εξέτασε τις πρόσφατες διακυμάνσεις των τιμών πώλησης των ζύθων χύμα με τις μεγαλύτερες πωλήσεις (από άποψη όγκου πωλήσεων) στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και τις επιχειρήσεις τροφοδοσίας. Από την εξέταση προέκυψε ότι υπάρχει αμελητέος ανταγωνισμός ανάμεσα στις ζυθοποιίες όσον αφορά τις τιμές πώλησης προς τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και τις επιχειρήσεις τροφοδοσίας για τις μάρκες τους με τις περισσότερες πωλήσεις μπίρας χύμα. Επιπλέον, αρκετές μικρότερες ζυθοποιίες ανέφεραν ότι ακολουθούν τις αυξήσεις τιμών που αποφασίζει η κορυφαία επιχείρηση του κλάδου, δηλαδή η Ringnes.

(101) Επίσης, από την εξέταση προκύπτει ότι η Ringnes έχει τη δυνατότητα, λόγω της θέσης της στην αγορά, να επηρεάσει τις τιμές των μικρότερων ανταγωνιστών της, γεγονός που αναμένεται να αποκτήσει μεγαλύτερες διαστάσεις εάν συγχωνευθεί με τη Hansa.

Αντισταθμιστική ισχύς στην αγορά

(102) Όπως αναφέρεται ανωτέρω, υπάρχουν λιγοστές μεγάλες αλυσίδες ξενοδοχείων ή επιχειρήσεων τροφοδοσίας στη Νορβηγία που θα ήταν σε θέση να περιορίσουν την ισχύ της BCP-JV στην αγορά. Συνεπώς, εκτιμάται ότι ο κλάδος των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και των επιχειρήσεων τροφοδοσίας δεν διαθέτει αντισταθμιστική ισχύ στην αγορά έναντι της BCP-JV.

ii) Δυνητικός ανταγωνισμός

(103) Τα μέρη υποστηρίζουν ότι μπορεί να εισέλθει στην αγορά ένας νέος προμηθευτής του κλάδου των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και των επιχειρήσεων τροφοδοσίας, περιορίζοντας κατ' αυτόν τον τρόπο τις επιπτώσεις της παρουσίας της BCP-JV στην αγορά. Οι προμηθευτές αυτοί θα μπορούσαν να διαθέτουν είτε εμφιαλωμένη μπίρα είτε μπίρα χύμα σε βαρέλια ή σε δεξαμενές που θα εμφιαλωνόταν στη συνέχεια στη Νορβηγία.

(104) Οι εισαγωγές μπίρας στη Νορβηγία ανήλθαν το 1994 σε 6,4 εκατομμύρια λίτρα, ποσό που αντιστοιχεί σε αύξηση κατά 52 % σε σχέση με το προηγούμενο έτος και κατά 33 % σε σχέση με το 1992. Πρέπει να σημειωθεί ότι οι ανωτέρω ποσοστιαίες αυξήσεις είναι υπερβολικά μεγάλες λόγω του χαμηλού όγκου των εισαγωγών. Είναι πιθανό ότι, λόγω της ειδικής ποιότητας των ζύθων αυτών, το ποσοστό που καταναλώνεται από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και τις επιχειρήσεις τροφοδοσίας είναι μεγαλύτερο του εθνικού μέσου όρου κατανάλωσης αυτών των ζύθων, που ανέρχεται στο 25 %. Ωστόσο, υποθέτοντας ότι το 50 % των εισαγόμενων ζύθων καταναλώνεται από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και τις επιχειρήσεις τροφοδοσίας (ο δυτικοευρωπαϊκός μέσος όρος της συνολικής κατανάλωσης το 1994 είναι 48,7 % σύμφωνα με την καναδική έκθεση), καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι οι εισαγόμενες μπίρες καλύπτουν το 5 % της συνολικής κατανάλωσης από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και τις επιχειρήσεις τροφοδοσίας.

(105) Είναι δεκτό ότι ο όγκος των εισαγωγών θα αυξηθεί κατά πάσα πιθανότητα: η καναδική έκθεση προβλέπει αύξηση κατά 6,8 % μεταξύ 1994 και 1995 και κατά 64 % μεταξύ 1995 και 1997. Πρέπει, ωστόσο, να σημειωθεί ότι, σύμφωνα με την ένωση νορβηγικών παραγωγών αναψυκτικών και ζυθοποιών, οι εισαγωγές μπίρας το 1994 ανήλθαν σε 6,4 εκατομμύρια λίτρα, ενώ η καναδική έκθεση αναφέρει ότι το ποσό αυτό ανέρχεται σε 3,7 εκατομμύρια λίτρα. Συνεπώς, ο ανωτέρω ρυθμός αύξησης πρέπει να ληφθεί υπόψη με επιφύλαξη.

(106) Ωστόσο, δεν πρέπει να υποτιμηθούν τα κατωτέρω προβλήματα που αντιμετωπίζουν υπάρχοντες ή δυνητικοί εισαγωγείς:

— *ανακύκλωση:* για να επιτύχει μείωση του περιβαλλοντικού φόρου ύψους 3 νορβηγικών κορονών και του βασικού φόρου ύψους 0,7 νορβηγικών κορονών, ένας εισαγωγέας θα πρέπει να δημιουργήσει σύστημα ανακύκλωσης φιαλών. Σήμερα υπάρχουν δύο συστήματα: το ένα αφορά τις αναπληρούμενες επιστρεφόμενες φιάλες, που χρησιμοποιούν οι εγχώριοι ζυθοποιοί και εξασφαλίζει ότι ο περιβαλλοντικός φόρος στο σύνολό του ανακτάται από τον τελικό καταναλωτή. Ένα άλλο σύστημα αφορά τις μη αναπληρούμενες επιστρεφόμενες φιάλες, που είναι κυρίως οι εισαγόμενες. Το σύστημα αυτό επιτρέπει μείωση του περιβαλλοντικού φόρου κατά 65 %. Συνεπώς, οι εισαγόμενες εμφιαλωμένες μπίρες αυτόματα επιβαρύνονται με επιπλέον φόρο ύψους 1,83 νορβηγικών κορονών, δηλαδή υπόκεινται στο βασικό φόρο ύψους 0,70 νορβηγικών κορονών, στον περιβαλλοντικό φόρο ύψους 1,05 νορβηγικών κορονών και σε επιβάρυνση ύψους 0,08 νορβηγικών κορονών για την ανακύκλωση, ποσό που δεν καταβάλλουν οι εγχώριοι ζυθοποιοί.

  Οι εισαγωγείς μπορούν να αποφύγουν αυτό τον φόρο εμφιαλώνοντας την μπίρα, που έχουν εισαγάγει με δεξαμενές, στις τυποποιημένες νορβηγικές φιάλες (μέθοδος που εφαρμόζει η Hansa για την Clausthaler). Ωστόσο, αυτό προϋποθέτει είτε την κατασκευή εργοστασίου εμφιάλωσης είτε τη μίσθωση υπαρχουσών εγκαταστάσεων και την πρόσβαση στο σύστημα επιστροφής των εγχώριων ζυθοποιών. Ειδάλλως, η μπίρα μπορεί να εισάγεται σε βαρέλι, αλλά και στην περίπτωση αυτή ο εισαγωγέας θα έπρεπε να δημιουργήσει ένα σύστημα διανομής και επιστροφής του βαρελιού από το μπαρ ή το εστιατόριο στη χώρα προέλευσης. Από επαφές με επιχειρήσεις τροφοδοσίας προέκυψε το συμπέρασμα ότι μια τέτοια προοπτική δεν είναι πιθανή.

— *φορολογικές διαφορές:* μέχρι σήμερα η μπίρα με αλκοολικό τίτλο κατ' όγκο από 2,5 έως 4,75 % καλύπτει το μεγαλύτερο μέρος της κατανάλωσης στη Νορβηγία (κατ' εκτίμηση το 90 % το 1994). Από την 1η Ιανουαρίου 1995 οι μπίρες με αλκοολικό βαθμό κατ' όγκο από 4,75 μέχρι 5,75 %

επιβαρύνονται με ειδικό φόρο κατανάλωσης ύψους 18,16 νορβηγικών κορονών ανά λίτρο, ο οποίος είναι κατά 42 % υψηλότερος από τον ανάλογο φόρο για τις μπίρες με αλκοολικό τίτλο κατ' όγκο 4,75 %. Δεδομένου ότι οι περισσότερες διεθνείς μπίρες που εισάγονται στη Νορβηγία έχουν αλκοολικό τίτλο κατ' όγκο άνω του 4,75 % (π.χ. η εμφιαλωμένη Guinness έχει αλκοολικό τίτλο κατ' όγκο 5 %, η Hoegaarden 4,9 %), είναι φανερό ότι βρίσκονται σε μειονεκτική θέση λόγω του ανωτέρω φόρου έναντι των εγχώριων προϊόντων.

— *χορήγηση αδειών σε σημεία πώλησης:* για να μπορούν να πωλούν μπίρες με αλκοολικό τίτλο μεγαλύτερο του 4,75 % (που είναι ως επί το πλείστον εισαγόμενες μπίρες) τα μπαρ κ.λπ. πρέπει να διαθέτουν μία επιπλέον άδεια. Μόνο το 56 % των μπαρ διαθέτουν τέτοιες άδειες. Κατ' αυτόν τον τρόπο ορισμένα σημεία πώλησης εξαιρούνται από την αγορά μπίρας με υψηλότερο αλκοολικό βαθμό. Επομένως, η πιθανή αγορά των εισαγωγέων μειώνεται.

— *δέσμευση υπαρχόντων πελατών:* όπως σημειώνεται ανωτέρω, υπάρχουν σημαντικά εμπόδια για την προμήθεια νέων ειδών μπίρας χύμα και εμφιαλωμένης στα μπαρ που προμηθεύονται ήδη από τη Ringnes. Συνεπώς, είναι απίθανο ότι στο μέλλον θα είναι εύκολη η είσοδος νέων εισαγόμενων ειδών μπίρας, είτε χύμα είτε εμφιαλωμένης, στην αγορά.

(107) Για τους ανωτέρω λόγους δεν είναι πιθανό ότι το ύψος των εισαγωγών θα αυξηθεί σε μεγάλο βαθμό.

(108) Τα μέρη έχουν επίσης επισημάνει άλλα πιθανά μέσα με τα οποία μπορούν να εισέλθουν στη νορβηγική αγορά πιθανοί ανταγωνιστές:

— *παρασκευή μπίρας με άδεια εκμετάλλευσης:* πρέπει να σημειωθεί ότι η Ringnes και η Hansa κατέχουν ήδη άδειες εκμετάλλευσης για την παρασκευή μπίρας Tuborg, Carlsberg και Heineken και για τη διανομή της Guinness. Συνεπώς, οι μόνες άλλες διεθνείς ευρωπαϊκές μάρκες που θα επιθυμούσαν ενδεχομένως να εισέλθουν στην αγορά είναι η Interberw SA ή η Brasseries Kronenbourg. Υπάρχουν επίσης αυστραλιανές και αμερικανικές εταιρείες που ενδεχομένως θα επιθυμούσαν να εισέλθουν στην αγορά. Ωστόσο, πρέπει να ληφθεί υπόψη το μέγεθος της αγοράς. Οι πωλήσεις των ανωτέρω προϊόντων ανήλθαν σε 10 εκατομμύρια λίτρα το 1994, δηλαδή στο 4 % περίπου της συνολικής αγοράς μπίρας. Συνεπώς, συνάγεται το συμπέρασμα ότι δεν υπάρχει σημαντικό εμπορικό κίνητρο για τη χορήγηση αδειών εκμετάλλευσης νέων προϊόντων μπίρας.

— *ίδρυση νέας ζυθοποιίας:* η Επιτροπή έχει υπόψη της δύο τέτοια παραδείγματα που παράγουν μαζί λιγότερο από 2 εκατομμύρια λίτρα (λιγότερο του 1 %) της συνολικής αγοράς μπίρας. Συνεπώς, αν και οι επιχειρήσεις αυτού του είδους θα μπορούν πάντοτε να διαδραματίζουν κάποιον ειδικό ρόλο, δεν είναι πιθανό ότι θα αποτελούσαν σημαντική απειλή για τη θέση της BCP-JV.

iii) Συνολική εκτίμηση

(109) Βάσει των ανωτέρω παραγόντων είναι φανερό ότι η Ringnes κατέχει ήδη σημαντικό μερίδιο της αγοράς μπίρας σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και επιχειρήσεις τροφοδοσίας. Δεδομένου ότι υπάρχει δυνατότητα δέσμευσης των υφιστάμενων πελατών ώστε να προμηθεύονται προϊόντα της Ringnes εις βάρος άλλων προμηθευτών, ότι συνάγεται ότι υπάρχει αμελητέα αντισταθμιστική πίεση στην αγορά και ότι υπάρχουν λιγοστές πιθανότητες εισόδου νέου προμηθευτή στην αγορά, είτε μέσω εισαγωγών είτε μέσω της ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης, η συγχώνευση της Hansa και της Ringnes θα εδραίωνε την παρουσία των εν λόγω εταιρειών στην αγορά.

(110) Όπως έχει σημειωθεί από αρκετούς πελάτες, η μόνη υπάρχουσα εταιρεία εθνικής εμβέλειας που μπορεί να αποτελέσει εναλλακτική λύση έναντι της Ringnes είναι η Hansa. με την ίδρυση της BCP-JV θα έπαυε να υφίσταται η δυνατότητα επιλογής.

(111) Συνεπώς, η προτεινόμενη συγκέντρωση δημιουργεί δεσπόζουσα θέση, λόγω της οποίας θα εμποδισθεί σε σημαντικό βαθμό ο αποτελεσματικός ανταγωνισμός στη νορβηγική αγορά πώλησης μπίρας μέσω των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και των επιχειρήσεων τροφοδοσίας.

Σουηδία

(112) Η Επιτροπή εξέτασε τη θέση που κατέχει η Pripps στην αγορά της μπίρας στη Σουηδία. Τα μερίδια αγοράς παρατίθενται στον κατωτέρω πίνακα. Τα στοιχεία προέρχονται από την καναδική έκθεση (ο όγκος εκφράζεται σε εκατομμύρια λίτρα):

	1992 Όγκος	1993 Όγκος	1994 Όγκος	1992 Μερίδιο	1993 Μερίδιο	1994 Μερίδιο
Μπίρα	[...] (1)	[...] (1)	[...] (1)	[...] (2)	[...] (2)	[...] (2)

(1) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο.

(2) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο: μεταξύ 40 και 50 %.

(113) Το μερίδιο της αγοράς της Falcon ([. . .] (1) το 1994) δεν λήφθηκε υπόψη στον παραπάνω πίνακα. Αυτό συνέβη διότι η Volvo, βάσει της δέσμευσης που ανέλαβε ενώπιον του δικαστηρίου της Στοκχόλμης τον Οκτώβριο του 1994, δεν θα συνεχίσει να επιδιώκει την ένωση της Pripps και της Falcon. Επιπλέον, στο στρατηγικό πρόγραμμα της Volvo αναφέρεται ότι η Falcon θα πωληθεί μέσα στα προσεχή έτη διότι ο όμιλος Volvo επιθυμεί να επιστρέψει στον πυρήνα των δραστηριοτήτων του που αφορά τα οχήματα. Σημειωτέον, τέλος, ότι η δέσμευση συνοδεύεται από πρόστιμο ύψους 50 εκατομμυρίων σουηδικών κορονών (5,5 εκατομμύρια Ecu) σε περίπτωση που η δέσμευση δεν τηρηθεί.

(114) Η ίδρυση της BCP-JV δεν επαυξάνει τα ανωτέρω μερίδια αγοράς, δεδομένου ότι ούτε η Ringnes ούτε η Hansa ασκούν δραστηριότητες στη Σουηδία. Τούτο ενισχύεται περαιτέρω από τον εθνικό χαρακτήρα των αγορών και το γεγονός ότι οι εισαγωγές μπίρας στη Σουηδία από τη Νορβηγία είναι αμελητέες. Οι εισαγωγές αυτές ανήλθαν στα 0,76 εκατομμύρια λίτρα μπίρας το 1994, αμελητέα ποσότητα σε σύγκριση με τη συνολική κατανάλωση.

(115) Πρέπει να υπομνησθεί ότι υπάρχουν σήμερα τρεις μεγάλες επιχειρήσεις στη σουηδική αγορά μπίρας, η Pripps ([. . .] (2)), η Falcon ([. . .] (1)) και η Spendruhs Bryggeri AB ([. . .] (1)). Έχοντας υπόψη την υψηλή συγκέντρωση της προμήθειας μπίρας στη Σουηδία, η Επιτροπή εξέτασε εάν η κοινοποιηθείσα πράξη μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα την απομάκρυνση ενός δυνητικού ανταγωνιστή.

(116) Το μεγαλύτερο ζυθοποιείο της Ringnes βρίσκεται στο Όσλο και αποτελεί το πλησιέστερο ζυθοποιείο στις πιο πυκνοκατοικημένες περιοχές της Σουηδίας. Το ζυθοποιείο αυτό αξιοποιεί σήμερα το [. . .] (3) της παραγωγικής του ικανότητας και [. . .] (3) της ικανότητας εμφιάλωσης. [. . .] (4).

(117) Επίσης, υπάρχουν πολλές μεγάλες διεθνείς ζυθοποιίες που βρίσκονται στην ίδια ή και σε καλύτερη θέση από την Ringnes για να εισέλθουν στη σουηδική αγορά.

(118) Συνεπώς, η Επιτροπή συμπέρανε ότι η δημιουργία της BCP-JV δεν δημιουργεί προβλήματα ανταγωνισμού στη Σουηδία βάσει του κανονισμού περί συγχωνεύσεων.

VIII. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

(119) Για τους λόγους που παρατίθενται ανωτέρω, συνάγεται ότι η κοινοποιηθείσα πράξη αυξάνει περαιτέρω τη συγκέντρωση της προμήθειας σε μια αγορά που χαρακτηρίζεται ήδη από συγκέντρωση και ότι τούτο θα οδηγήσει σε μια κατάσταση στην οποία η επιχείρηση που προέκυψε από τη συγχώνευση θα μπορεί ενδεχομένως να δρα στη νορβηγική αγορά μπίρας, ανεξάρτητα από ανταγωνιστικούς περιορισμούς.

(120) Έτσι, η σχεδιαζόμενη συγκέντρωση δημιουργεί δεσπόζουσα θέση, λόγω της οποίας είναι δυνατό να εμποδισθεί σε μεγάλο βαθμό ο αποτελεσματικός ανταγωνισμός στη νορβηγική αγορά για τις πωλήσεις μπίρας μέσω του κλάδου των καταστημάτων λιανικής πώλησης και του κλάδου των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και των επιχειρήσεων τροφοδοσίας.

(121) Συνεπώς, η σχεδιαζόμενη συγκέντρωση θα μπορούσε να οδηγήσει στη δημιουργία ή την ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης μέσω της οποίας θα εμποδιζόταν σε μεγάλο βαθμό ο αποτελεσματικός ανταγωνισμός σε σημαντικό τμήμα των εδαφών που καλύπτει η συμφωνία ΕΟΧ.

(122) Όσον αφορά τα αποτελέσματα της συγκέντρωσης για τη Σουηδία, η Επιτροπή δεν διαπίστωσε δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης.

IX. ΔΕΣΜΕΥΣΕΙΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΝΤΑΙ ΝΑ ΑΝΑΛΑΒΟΥΝ ΤΑ ΜΕΡΗ

(123) Τα μέρη προσφέρθηκαν να τροποποιήσουν το αρχικό σχέδιο συγκέντρωσης, αναλαμβάνοντας τις ακόλουθες δεσμεύσεις:

«Οι επιχειρήσεις Orkla AS και AB Fortos (εφεξής "τα μέρη") διά της παρούσας αναλαμβάνουν την ακόλουθη δέσμευση (εφεξής "δέσμευση") εξ ονόματος των ιδίων και εξ ονόματος των αντιστοίχων ομίλων εταιρειών στους οποίους ανήκουν, έναντι της Επιτροπής όσον αφορά τις δραστηριότητες μπίρας της Hansa Bryggeri A/S εφεξής "Hansa") που περιλαμβάνουν [. . .] (4) (εφεξής "δραστηριότητες"). Οι δραστηριότητες πρόκειται να εκποιηθούν προοδευτικά.

1. Τα μέρη εντός [. . .] (4) από την ημερομηνία εκδόσεως της απόφασης με την οποία η Επιτροπή θα εγκρίνει τη συγκέντρωση υπό την προϋπόθεση ότι θα εκπληρωθεί η δέσμευση, αναλαμβάνουν να εξεύρουν αγοραστή για τις δραστηριότητες. Ως αγοραστής νοείται κάποιος βιώσιμος υφιστάμενος ή δυνητικός ανταγωνιστής ή κάποια άλλη χρηματοπιστωτική βιομηχανική επιχείρηση ή θεσμικός φορέας μη εξαρτώμενος από τα μέρη ή την BCP-JV ο οποίος έχει την οικονομική ικανότητα να συνεχίσει τις δραστηριότητες.

Η δέσμευση θα θεωρηθεί ότι έχει εκπληρωθεί από τα μέρη, εφόσον η BCP-JV εντός της εν λόγω [. . .] (4) περιόδου υπογράψει δεσμευτική επιστολή προθέσεως όσον αφορά την πώληση των δραστηριοτήτων με την επιφύλαξη της προσήκουσας μέριμνας και των λοιπών παραγόντων [. . .] (4) που βρίσκονται πέραν του ελέγχου των μερών, υπό τον όρο να έχει συναφθεί τελική συμφωνία για την πώληση αυτή, εντός [. . .] (4) από την ημερομηνία της επιστολής προθέσεως.

(1) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο: < 20 %.
(2) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο: μεταξύ 40 και 50 %.
(3) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο: μεταξύ 90 και 100 %.
(4) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο.

2. Εάν τα μέρη δεν είναι σε θέση να εκπληρούν τη δέσμευσή τους μέχρι τα τέλη της [...] (1) περιόδου που αναφέρεται στο σημείο 1, παραπάνω, η προθεσμία θα παραταθεί κατά [...] (1) ύστερα από σχετικό αίτημα των μερών συνοδευόμενο από γραπτή αιτιολόγηση για την εν λόγω παράταση, η οποία θα αποδεικνύει ότι τα μέρη καταβάλλουν τις δέουσες προσπάθειες προκειμένου να εκπληρώσουν τη δέσμευσή τους και υπό τον όρο να αναθέσουν, πριν από την παράταση, σε κάποια ανεξάρτητη εταιρεία λογιστών, δικηγόρων ή επενδυτική τράπεζα ή άλλη παρόμοια εταιρεία συμβούλων (εφεξής "εντολοδόχος") που πρέπει να εγκριθεί από την Επιτροπή, να ενεργεί εξ ονόματος της Επιτροπής όσον αφορά την παρακολούθηση της συνεχούς ανεξάρτητης και χωριστής διαχείρισης των δραστηριοτήτων και τις συνεχιζόμενες προσπάθειες των μερών για την εκποίησή τους.

Η αμοιβή του εντολοδόχου καταβάλλεται από τα μέρη.

Σε περίπτωση που η πώληση των δραστηριοτήτων δεν ολοκληρωθεί μέχρι τα τέλη της προθεσμίας παράτασης, τα μέρη θα δώσουν στον εντολοδόχο ανέκκλητη εντολή να εξεύρει αγοραστή για τις δραστηριότητες και να τις εκποιήσει, υπό τους καλύτερους δυνατούς όρους εντός πρόσθετης προθεσμίας [...] (1). Τα μέρη θα προσφέρουν στον εντολοδόχο κάθε υποστήριξη και πληροφορία που κρίνουν αναγκαία για την πώληση υπό τους καλύτερους δυνατούς όρους με την επιφύλαξη του απορρήτου των μερών σε λογικά πλαίσια.

3. Πριν από την εκποίηση των δραστηριοτήτων σε τρίτο, τα μέρη θα τις διατηρούν χωριστά απο εκείνες της BCP-JV και των μερών. Τα μέρη δεν μπορούν να επιφέρουν διαρθρωτικές αλλαγές στις δραστηριότητες μέχρι την ημερομηνία εκείνη, παρά μετά την παρέλευση δύο εβδομάδων από τότε που ενημέρωσαν σχετικά την Επιτροπή, εφόσον η τελευταία δεν προβάλλει εν τω μεταξύ αντιρρήσεις.

Επιπλέον, τα μέρη θα διασφαλίσουν ότι οι δραστηριότητες διεξάγονται χωριστά από την BCP-JV και τα μέρη, υπό ίδια διεύθυνση. Τα μέρη θα αντικαταστήσουν τα μέλη του διοικητικού συμβουλίου της Hansa τα οποία ανήκουν στο διοικητικό συμβούλιο ή τη διεύθυνση της BCP-JV για τη διαχείριση της Hansa μέχρι να πωληθούν οι δραστηριότητες. Το διοικητικό συμβούλιο και η διεύθυνση της Hansa θα καταβάλλουν κάθε δυνατή προσπάθεια προκειμένου να διαφυλαχθεί η αξία των δραστηριοτήτων μέχρι να εκποιηθούν.

Τα μέρη, τέλος, θα φροντίσουν ώστε να μην περιέλθουν στην BCP-JV επιχειρηματικά μυστικά σχετικά με τις δραστηριότητες.

4. Τα μέρη ή ο εντολοδόχος, ανάλογα με την περίπτωση, λογοδοτούν στην Επιτροπή εγγράφως πριν την υπογραφή επιστολής προθέσεως και σε κάθε περίπτωση ανά τετράμηνο σχετικά με την εξέλιξη των διαπραγματεύσεών τους με τρίτους.

Σε περίπτωση που εντός [...] (1) από την παραλαβή εκθέσεως σχετικά με αγοραστή με τον οποίο τα μέρη ή ο εντολοδόχος προτίθενται να υπογράψουν επιστολή προθέσεως, η Επιτροπή δεν εκδηλώνει την αντίθεσή της με την επιλογή του αγοραστή ενόψει των κριτηρίων που εκτίθενται παραπάνω στο σημείο 1, η πώληση προς τον εν λόγω αγοραστή μπορεί να λάβει χώρα ελεύθερα.

Στην Επιτροπή διαβιβάζονται, προς ενημέρωσή της και μόνον, αντίγραφα του ενημερωτικού δελτίου και του υπόλοιπου ενημερωτικού υλικού που διαθέτουν τα μέρη στους ενδιαφερομένους για την αγορά των δραστηριοτήτων.»

(124) Η Επιτροπή δηλώνει ικανοποιημένη με το γεγονός ότι η δέσμευση των μερών να εκποιήσουν τις δραστηριότητες μπίρας της Hansa στο σύνολό της, ανταποκρίνεται στις ανησυχίες γύρω από τον ανταγωνισμό που εκτίθενται παραπάνω. Η εκποίηση των δραστηριοτήτων μπίρας της Hansa στην πράξη σημαίνει ότι δεν θα υπάρχει περαιτέρω συγκέντρωση της προσφοράς στις σχετικές αγορές εξαιτίας της κοινοποιηθείσας συγκέντρωσης, και ότι δεν θα προστεθούν πωλήσεις και μερίδιο αγοράς επί της προ της συγκεντρώσεως θέσεως της Ringnes στη Νορβηγία,

ΕΞΕΔΩΣΕ ΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΠΟΦΑΣΗ:

Άρθρο 1

Η συγκέντρωση που κοινοποίησαν η AB Fortos και η Orkla AS στις 18 Απριλίου 1995, σχετικά με τη σύσταση της BCP-JV, κηρύσσεται συμβιβάσιμη με την κοινή αγορά και τη λειτουργία της συμφωνίας για τον ΕΟΧ, με την επιφύ-

(1) Διαγράφεται· επαγγελματικό απόρρητο.

λαξη της πλήρους συμμόρφωσης με τις δεσμεύσεις που ανέλαβαν τα μέρη έναντι της Επιτροπής όσον αφορά τις δραστηριότητες μπίρας της Hansa, όπως περιγράφεται στην αιτιολογική σκέψη 123 της παρούσας απόφασης.

Άρθρο 2

Η παρούσα απόφαση απευθύνεται στις επιχειρήσεις

Orkla A/S
PO Box 308
N-1324 Lysaker

και

AB fortos
Norra Bankogränd 2
Box 2278
S-103 17 Stockholm.

Βρυξέλλες, 20 Σεπτεμβρίου 1995.

Για την Επιτροπή

Karel VAN MIERT

Μέλος της Επιτροπής